

Sünden der Vergangenheit

Die wohl dickste Lüge der Gegenwart flog letzte Woche auf. Die Journalisten ignorierten es.



Als ich mir vergangene Woche das TV-Video aus dem EU-Parlament anschaute, da dachte ich mir: Das wird eine Riesenstory.

Rob Roos, ein liberalkonservativer Europa-Abgeordneter aus den Niederlanden, stellte eine Frage an die Pfizer-Managerin Janine Small. Small, bei Pfizer die Chefin der internationalen Märkte, war vom EU-Parlament zu einem Hearing geladen worden.

Politiker Roos fragte die Pfizer-Managerin: «Wurde der Covid-Impfstoff von Pfizer darauf getestet, ob er die Übertragung des Virus stoppt – bevor er auf den Markt kam? Wenn nicht, sagen Sie es bitte klar. Ich möchte eine direkte Antwort, ja oder nein.»

«Nein», sagte Pfizer-Managerin Small und lachte.

Das wird eine Riesenstory, dachte ich.

Bei Pfizer hatten sie also nicht einmal getestet, ob ihr Impfstoff die Übertragung des Coronavirus verhindert. Sie behaupteten trotzdem unverfroren, Geimpfte könnten das Virus nicht weitergeben. Die Impfung, rühmte etwa Pfizer-CEO Albert Bourla, sei «100 Prozent effektiv zur Verhinderung von Covid-Fällen».

Pfizer produzierte damals «eine billige Lüge», wie EU-Parlamentarier Rob Roos nun sagt. Wie wir heute alle wissen, können auch Geimpfte jedermann jederzeit anstecken.

Zwischenbemerkung: Warum hat die Frage, die nun der EU-Abgeordnete Roos an Pfizer stellte, nie ein Journalist gestellt? Kein Journalist fragte jemals beim Pharmakonzern nach, ob man die Covid-Übertragung von Geimpften wissenschaftlich getestet hat. Das zeichnet ein trauriges Bild einer unkritischen

Branche, die sich selbst sonst so gerne als investigativ bezeichnet.

Das Pfizer-Märchen wurde in den Medien nicht hinterfragt. Es führte dazu, dass überall auf der Welt die Regierungen zur Hatz auf die Ungeimpften bliesen und sie als die Schuldigen für die Weiterverbreitung von Corona

Warum hat die Frage, die nun der EU-Abgeordnete Roos an Pfizer stellte, nie ein Journalist gestellt?

brandmarkten. Die Gesundheitsbehörde von US-Präsident Joe Biden deklarierte: «Geimpfte sind nicht ansteckend.» Bundesrat Alain Berset wusste: «Mit dem Impf-Zertifikat kann man zeigen, dass man nicht ansteckend ist.»

Nachdem Pfizer die vorsätzliche Täuschung nun deklariert hatte, erwartete ich die Riesenstorys in unseren Blättern und auf Online-Seiten. Knallige Titelzeile zum Beispiel: «Die Impf-Lüge». Knallige Unterzeile zum Beispiel: «Wie Pfizer die Welt bei Covid hereinlegte».

Ich nahm also den *Tages-Anzeiger*, um mehr über die Hintergründe zu erfahren. Über den Fall Pfizer schrieb die Redaktion kein einziges Wort. Ich las also den *Blick*. Über den Fall Pfizer schrieb die Redaktion kein einziges Wort. Ich schaute beim Schweizer Radio und Fernsehen herein. Über den Fall Pfizer sendeten die Redaktionen keine einzige Sekunde.

Wir sind damit bei einem interessanten Phänomen der Medienindustrie. Es ist das Phänomen der Vergangenheitsbewältigung.

Auf Redaktionen gibt es ein Grundprinzip. Redaktionen halten sich für nahezu unfehlbar, heute genauso wie in ihrer Vergangenheit. Sie tun sich darum enorm schwer, ihre Fehleinschätzungen aus der Vergangenheit zu korrigieren. Wenn nun eine neue Faktenlage auftaucht und aufzeigt, dass sie zu früheren Zeiten nicht unfehlbar waren, dann verschweigen Redaktionen diese Faktenlage.

Genauso war es bei Corona. Die Medien stellten sich voll auf die Seite von Pfizer. Sie inszenierten, wie bei Pfizer gewünscht, darum eine veritable Treibjagd, wonach nur Ungeimpfte das Virus übertragen würden. «Die Impfgegner machen mit dem Virus gemeinsame Sache», tobte der *Blick*. Der *Tages-Anzeiger* forderte «Druck auf Ungeimpfte». Und das Schweizer Fernsehen thematisierte den «Lockdown für Ungeimpfte».

Der Pfizer-Konzern wird dank dieser Medienhilfe allein mit seiner Covid-Abteilung in diesem Jahr einen Umsatz von 55 Milliarden Dollar erreichen. Der Gewinn allein aus dem Covid-Geschäft wird bei 25 Milliarden liegen.

Pfizer liefert unglaubliche Zahlen. Die Zahlen kamen zustande, weil der Markt derart verlockend war, vor allem für die Frühstarter im Markt. Bei der Lancierung der Impfung, gab Pfizer-Managerin Small vor dem EU-Parlament freimütig zu, sei es vor allem um «Geschwindigkeit» gegangen. Small wörtlich: «Unter diesem Gesichtspunkt mussten wir alles riskieren.»

Ich finde nach wie vor, dass das eine Riesenstory ist. Aber unter den Schweizer Journalisten bin ich so ziemlich der Einzige.