

Presseinformation

Zweite Rüge wegen Fake-Postings:

PR-Ethik-Rat rügt Agentur mhoch3, Anwaltskanzlei LANSKY, GANZGER + partner sowie Berater Dr. Herbert Langsner wegen Manipulation der Öffentlichkeit im Umfeld des Aliyev-Verfahrens

(Wien, 2. Dezember 2015) – Bereits in einem ersten Verfahren rügte der PR-Ethik-Rat die Agentur mhoch3 scharf wegen der planmäßigen Täuschung von Online-Usern durch Fake-Postings im Auftrag mehrerer Unternehmen. Der aktuelle Fall wiegt aus Sicht des Rates jedoch noch schwerer. Diesmal ergeht die Rüge neben der Agentur mhoch3 auch an die Anwaltskanzlei LANSKY, GANZGER + partner sowie deren Medienberater Dr. Herbert Langsner, die durch die Beauftragung von Postingaktivitäten die öffentliche Meinung zum Verfahren Rakhat Aliyev und in weiterer Folge sogar die Gerichtsbarkeit zu beeinflussen versuchten.

Auch in diesem zweiten Fall stützte sich der PR-Ethik-Rat auf einen ausführlichen Bericht des Magazins DATUM mit dem Titel „Liebesgrüße aus Kasachstan“¹ in der Ausgabe 12/2014. Kern des vermuteten Verstoßes ist der Umstand, dass mhoch3 als Auftragnehmer der Rechtsanwaltskanzlei LANSKY, GANZGER + partner sowie deren Berater Herbert Langsner die Stimmung in der österreichischen Öffentlichkeit so zu beeinflussen versuchte, dass die Staatsanwaltschaft sich genötigt sähe, Rakhat Aliyev anzuklagen bzw. nach Kasachstan auszuliefern. Zu diesem Zweck waren zahlreiche (freie) mhoch3-DienstnehmerInnen in verschiedenen Online-Foren aktiv, haben dabei aber gefälschte Identitäten benützt und mit ihren Postings auch die Unschuldsvermutung verletzt.

Spruch und Begründung

Der PR-Ethik-Rat hat diesen Fall bewusst getrennt vom Fall „Die Netzflüsterer“ behandelt, wo der Agentur mhoch3 sowie zahlreichen Wirtschaftsunternehmen und Institutionen eine ähnliche Vorgehensweise vorgeworfen wird (siehe Rügen vom 10. September 2015²). Aus Sicht des Rates ist schon die Beeinflussung und positive Bewerbung von Produkten, Angeboten oder einem Unternehmensimage durch gefälschte Postings verwerflich. Wenn jedoch damit auf die Beeinflussung eines Strafverfahrens abgezielt wird und ein Mensch systematisch zum Mörder gestempelt werden soll, bekommen die fragwürdigen Methoden noch eine ganz andere Tragweite. Diese Vorgangsweise ist durch einen behaupteten Branchenusus oder das Fehlen entsprechender Ethik-Kodizes nicht zu rechtfertigen.

¹ <http://www.datum.at/artikel/liebesgruesse-aus-kasachstan/>

² http://www.prethikrat.at/wp-content/uploads/2015/09/20150910_Verfahren_gegen_mhoch3_Ruege.pdf

Rüge für mhoch3

Erneut kritisiert der PR-Ethik-Rat die in DATUM dargestellte Vorgangsweise der Verwendung von falschen Identitäten in Onlineforen, hinter denen keine realen Personen stehen. Dies ist als planmäßige Täuschung der User zu werten. Bei den Bloggern handelt es sich auch nicht – wie von mhoch3 argumentiert – um „Online-Journalisten“, sondern um bezahlte Auftragnehmer der Agentur, die damit in einem Abhängigkeitsverhältnis zu mhoch3 (und in weiterer Folge zu den Kunden der Agentur) stehen. Darüber hinaus deklarieren diese ihr Auftragsverhältnis nicht.

Der PR-Ethik-Rat spricht eine Rüge gegen die Agentur mhoch3 wegen planmäßig verdeckter Manipulation der Öffentlichkeit zum Zweck der Beeinflussung eines Strafverfahrens zu Lasten eines Beschuldigten aus.

Grundlage für die Rüge bildet der Artikel „*Liebesgrüße aus Kasachstan*“ in der Zeitschrift DATUM 12/2014, der eine sehr detaillierte, lebensnahe Darstellung der Vorgänge bei mhoch3 wiedergibt. Die Gegendarstellung von mhoch3 überzeugt hingegen auch diesmal aus verschiedenen Gründen nicht: Sie ist in sich widersprüchlich, denn das Argument der angeblich freien Meinungsäußerung durch die Blogger greift nicht, da schon aus der Stellungnahme von mhoch3 selbst deutlich wird, dass die Agentur die Identitäten und Postings der Auftragnehmer kannte und auch kontrollierte. Damit war die Erfüllung des Kommunikationsauftrags wohl Voraussetzung für die Beschäftigung als Blogger. Auch sprechen die DATUM zur Verfügung stehenden Unterlagen eine deutliche Sprache (Vertrag mit Kanzlei LANSKY, Besprechungsprotokolle). Besonders hervorzuheben ist im vorliegenden Fall das Ziel der Kampagne, nämlich die planmäßige Unterminierung der Unschuldsvermutung durch bezahlte, getarnte Blogger.

Details zu den Sprüchen und zu den Beurteilungsgrundlagen finden sich im ausführlichen Text der Rüge.

Rüge LANSKY, GANZGER + partner Rechtsanwälte

Eine ebenso scharfe Rüge spricht der PR-Ethik-Rat gegen die Kanzlei LANSKY, GANZGER + partner aus. Auch hier konnte als Grundlage die überzeugende Darstellung im DATUM-Artikel herangezogen werden, die von Dr. Lansky in seiner Stellungnahme zu den Vorwürfen nicht grundsätzlich bestritten wird. Er will allerdings diesen Auftrag zum Schutz und zur Wahrung des Rufes seiner Mandantschaft (der Witwen der ermordeten Bankmanager) erteilt haben. Schließlich sei man davon ausgegangen, dass mhoch3 eine profilierte Agentur sei und rechtlich korrekt handle. Im Übrigen sei die Abwicklung des Auftrags durch seinen Medienberater Herbert Langsner erfolgt, einen Auftrag für hunderte Postings mit Nicknames habe die Kanzlei nicht erteilt.

Die zur Verfügung stehenden Unterlagen sprechen eine andere Sprache und zeigen deutlich, dass bereits der Vertrag mit mhoch3 ein strategisches Vorgehen enthielt und die Kanzlei LANSKY, GANZGER + partner in die Auftragsabwicklung stark involviert war bzw. die Kampagne auch steuerte. Die gewählte Vorgangsweise, gezielt die Unschuldsvermutung durch anonyme bezahlte Blogger zu unterminieren, ist verwerflich und einer Rechtsanwaltskanzlei besonders anzukreiden. Wenn Dr. Lansky die Postings nicht in Auftrag gegeben haben will, so musste er zumindest Kenntnis von der Gangart haben. Einerseits gab es Leistungsberichte der Agentur. Andererseits lässt das zitierte Besprechungsprotokoll (in welchem klargemacht wurde, dass „Aliyev“ mit „Mord“ assoziiert werden

sollte) keinerlei Zweifel am Ziel der Kampagne zu. Wie bei einem derartigen Kommunikationsziel „selbstverständlich vorausgesetzt wird, dass die Unschuldsvermutung in allen Beiträgen eingehalten wird“ (Zitat aus der Stellungnahme der Kanzlei LANSKY, GANZGER + partner) sei dahingestellt.

Der PR-Ethik-Rat rügt daher die Kanzlei LANSKY, GANZGER + partner wegen Beteiligung an der planmäßigen verdeckten Manipulation von Online-Usern zum Zweck der unsachlichen Beeinflussung eines Strafverfahrens zu Lasten eines Beschuldigten.

Rüge Dr. Herbert Langsner

Die überzeugende, mit Zitaten angereicherte Darstellung in DATUM lässt keinen Zweifel aufkommen, dass die Zusammenarbeit zwischen der Agentur mhoch3, Dr. Herbert Langsner und LANSKY, GANZGER + partner sehr eng und konzentriert erfolgte. Die Richtigkeit der in DATUM angeführten Zitate aus Besprechungsprotokollen wird von Herbert Langsner gar nicht in Abrede gestellt. Wohl aber will Herbert Langsner lediglich Verfahrensergebnisse an die Öffentlichkeit transportiert haben, um die öffentliche Meinung „geradezurücken“. Selbst wenn das der Fall wäre, sind die dazu gewählten Mittel ethisch nicht vertretbar: Die Beschäftigung von Bloggern, die unter dem Schutz einer falschen Identität nicht nur die User über ihren Auftrag täuschen, sondern – mehr noch – die Unschuldsvermutung massiv verletzen, ist auch nicht mit einer allenfalls notwendigen Verteidigungsstrategie zu rechtfertigen. Besonders vorzuwerfen ist, dass den verhetzenden, teilweise rassistischen Postings nicht sofort Einhalt geboten wurde. Sie finden sich teilweise heute noch im Netz. Die Duldung einer derartigen Vorgangsweise ist nach ethischen Kriterien zu verurteilen.

Der PR-Ethik-Rat rügt daher Dr. Herbert Langsner wegen Beteiligung an der planmäßigen verdeckten Manipulation von Online-Usern zum Zweck der unsachlichen Beeinflussung eines Strafverfahrens zu Lasten eines Beschuldigten.

Rückfragen:

Mag. Brigitte Mühlbauer, stv. Vorsitzende des PR-Ethik-Rates

office@prethikrat.at

+43 676 619 95 94

<http://www.prethikrat.at>