

Verfahren gegen den Tourismusverband Olympiaregion Seefeld (Rüge)

Sachverhalt und Verfahren

(Wien, 15. Februar 2017) – Gegenstand des Verfahrens ist eine Beschwerde, die am 29. November 2016 beim Österreichischen Ethik-Rat für Public Relations eingegangen ist. Darin wird dem Tourismusverband Olympiaregion Seefeld vorgeworfen, mit Unterstützung der Agentur SR1 „die Aktion Pistenraupe im falschen Seefeld initiiert und dabei Journalisten getäuscht und gezielt belogen“¹ zu haben.

Der monierte Sachverhalt, der im Detail im Protokoll eines betroffenen Journalisten des Stormarner Tageblatts nachzulesen ist², stellt sich kurz zusammengefasst folgendermaßen dar:

Ende November ging die Geschichte einer Pistenraupe durch die österreichischen und deutschen Medien, die angeblich aus Versehen nach Seefeld in Stormarn/Norddeutschland statt nach Seefeld in Tirol/Österreich geliefert wurde. Erst nach mehreren Tagen gab der Geschäftsführer des Tourismusverbands Seefeld zu, dass es sich bei der Irrfahrt um einen „Werbegag/Gimmick“ gehandelt hat. Mehrere Medien – darunter das Stormarner Tageblatt, aber auch die Deutsche Presse-Agentur (dpa) – fühlten sich in die Irre geleitet und wandten sich an den PR-Ethik-Rat.

Der PR-Ethik-Rat nahm in weiterer Folge das Verfahren auf, holte gemäß seiner Geschäftsordnung Stellungnahmen der Betroffenen ein und prüfte, ob ein Verstoß gegen die anerkannten PR-Kodizes vorliegt.

Spruch

Nach eingehender Befassung spricht der PR-Ethik-Rat eine Rüge gegen den Tourismusverband Olympiaregion Seefeld (TVB), vertreten durch den Geschäftsführer Mag. (FH) Elias Walser, aus.

Begründung

Der Tourismusverband Olympiaregion Seefeld mag mit der Aktion keine Irreführung der Medien und MedienrezipientInnen beabsichtigt haben. Er argumentierte in seiner Stellungnahme, „nicht bewusst Informationen in Umlauf gebracht zu haben, um Medien sowie Rezipienten zu täuschen“. Vielmehr handle es sich „um einen Werbgag/Gimmick, den wir für ein Video und nicht als Falschnachricht umsetzen wollten“. Die Irrfahrt wäre – so der TVB weiter – „lediglich die Storyline für eine filmische Inszenierung, aber nicht für eine geplante PR-Kampagne“ gewesen.

Doch auch wenn diese Irreführung nicht beabsichtigt war, so bleibt die Tatsache, dass die Durchführung und Umsetzung der Aktion so erfolgte, dass sich mehrere Medien nachweislich in die Irre geleitet fühlten. Der springende Punkt ist nach Ansicht des PR-Ethik Rates zudem, dass diese Irreführung andauerte, d.h. die – in der Stellungnahme so bezeichneten – Missverständnisse wurden über mehrere

¹ Aus der Beschwerde vom 29. November 2016

² „Der Pistenraupen-Fake von Seefeld: Das Protokoll einer Recherche“, erschienen im Stormarner Tageblatt am 28. November 2016, <http://www.shz.de/lokales/stormarner-tageblatt/der-pistenraupen-fake-von-seefeld-das-protokoll-einer-recherche-id15466126.html>

Tage hinweg nicht aufgeklärt, trotz vieler konkreter Nachfragen von Medien. Vielmehr wurden die Medien im Glauben gelassen, dass es sich bei der Irrfahrt der Pistenraupe um einen skurrilen Irrtum handle.

Andreas Olbertz, Redakteur des Stormarner Tageblatts und einer der betroffenen Journalisten, beschreibt in seinem Protokoll, wie er am 23., 24., 25. und 26. November 2016 bei Herrn Walser/TVB nachhakte. Obwohl bereits die ersten Berichte über die Irrfahrt erschienen waren, wurde in diesen Tagen kein Versuch unternommen, die Sachlage aufzuklären. Stattdessen wurde vom TVB ein Foto zur Verfügung gestellt, das angeblich eine Dame aus Bad Oldesloe gemacht hatte³. Auch gab sich Karl Royer – Geschäftsführer der Werbeagentur SR1 - Smuck, Royer & Die Eins Werbeagentur GmbH – gegenüber Andreas Olbertz als Sprecher der Spedition „Fohringer Spezialtransporte“ aus und hielt die Mär der Irrfahrt aufrecht. Weiters wurden Andreas Olbertz O-Töne der beiden Seefeldler Bürgermeister angeboten. Und nicht zuletzt verkaufte man der deutschen Bild-Zeitung ein Foto vom „verzweifelten Lkw-Fahrer Zlatko J.“, der das Fiasko verschuldet haben soll. Indes: „Zlatko J.“ ist der Innsbrucker Kabarettist Alexander Kröll, der von der Agentur für die Rolle als tollpatschiger Fahrer gebucht wurde.⁴ Erst am 27. November 2016 – also vier Tage nach der Erstmeldung – deckte TVB-Geschäftsführer Walser selbst die Aktion auf⁵.

Der Tourismusverband Seefeld hatte die Medien über mehrere Tage hinweg im Unklaren gelassen, obwohl das Missverständnis längst durch zahlreiche Medienberichte evident war. Zudem brachte der Tourismusverband Personen mit falscher Identität als Ansprechpartner für Journalisten ins Spiel.

Damit verstößt der Tourismusverband Seefeld nach Meinung des PR-Ethik-Rats sowohl gegen die Leitlinien des österreichischen Ehrenkodex des PRVA als auch gegen die Grundsätze des international anerkannten Code of Lisbon. Im Detail gegen folgende Punkte:

Ehrenkodex des PRVA

(in der gültigen Fassung vom 5. März 2008)⁶

6. *Im Medienbereich sind Public Relations vom Geiste der Kooperation und Eigenverantwortung auf Basis ehrlicher und langfristiger Kommunikation zwischen Redaktionen und PR-Trägern gekennzeichnet.*

14. *PR-Fachleute verbreiten nur Informationen, die sie im guten Glauben erhalten und nach bestem Wissen und Gewissen geprüft haben. Es ist nicht zulässig, bewusst Falschinformationen in Umlauf zu bringen.*

³ Mail vom 28. November 2016 von Elias Walser an Andreas Olbertz, aus: „Der Pistenraupen-Fake von Seefeld: Das Protokoll einer Recherche“, Stormarner Tageblatt vom 28. November 2016, <http://www.shz.de/lokales/stormarner-tageblatt/der-pistenraupen-fake-von-seefeld-das-protokoll-einer-recherche-id15466126.html>

⁴ aus: „Pistenraupe im falschen Seefeld: ‚Irrfahrt‘ war nur inszeniert“, Tiroler Tageszeitung vom 28. November 2016 <https://mobileapps.tt.com/panorama/gesellschaft/12311773-91/pistenraupe-im-falschen-seefeld-irrfahrt-war-nur-inszeniert.csp>

⁵ „Auf der Facebookseite der Olympiaregion Seefeld wird ein Video mit folgendem Text veröffentlicht: „Das große Märchen der kleinen Seefeldler Pistenraupe \ Wie es eine kleine Pistenraupe in die große, weite Medienwelt geschafft hat. Was als Social Media Geschichte zum Schmunzeln geplant war, entwickelte sich zu einem unglaublichen Medienhit.“ aus: „Der Pistenraupen-Fake von Seefeld: Das Protokoll einer Recherche“, erschienen im Stormarner Tageblatt am 28. November 2016, <http://www.shz.de/lokales/stormarner-tageblatt/der-pistenraupen-fake-von-seefeld-das-protokoll-einer-recherche-id15466126.html>

⁶ Ehrenkodex des PRVA <http://prva.at/itrfile/1/24d8bd178253ca3b098ae695b8241454/Ehrenkodex%20des%20PRVA.pdf>

19. PR-Fachleute handeln auf Basis ihrer ethischen Grundsätze. Sie sind sich bewusst, dass sie nichts unternehmen dürfen, was die Öffentlichkeit zu irrigen Schlüssen und falschem Verhalten veranlasst oder veranlassen könnte.

Code of Lisbon

(vom 16. April 1978)⁷

Clause 4

„PR activities must be carried out openly: they must be readily identifiable, bear a clear indication of their origin, and must not tend to mislead third parties.“

Clause 15

“Any attempt to deceive public opinion or its representatives is strictly forbidden.“

Das späte Eingeständnis von Elias Walser („Ich habe den Medien gegenüber den wahren Kern der Aktion verheimlicht und auf Nachfragen ausweichend reagiert“⁸) bestätigt den Verstoß. Die offenbar vorhandene Einsicht, die ausgesprochene Entschuldigung und auch die proaktive Kommunikation mit dem PR-Ethik-Rat lassen aber darauf hoffen, dass der Tourismusverband Seefeld bzw. sein Geschäftsführer Elias Walser künftig mit mehr Bedacht kommunizieren werden.

Das Ziel, Aufmerksamkeit der Medien zu bekommen, hätte der Tourismusverband auch mit ehrlicher und offener PR erreicht. Dies betont auch der betroffene Redakteur des Stormarner Tageblatts, Andreas Olbertz. Er hätte über das Filmprojekt „im gleichen Umfang berichtet“, wenn er die Wahrheit gewusst hätte. („Ist doch auch eine schöne Geschichte ...“) Und in diesem Fall wäre nicht die Gefahr eines Reputationsschadens für den Tourismusverband und somit den Ort Seefeld gegeben gewesen.

⁷ European Code of Professional Conduct in Public Relations (Code of Lisbon) <https://web.archive.org/web/20070613042947/http://www.cerp.org/codes/european.asp>

⁸ aus „Erfinder des Seefelder Pistenraupen-Gags ganz zerknirscht“, Die Presse vom 29. November 2016 <http://die-presse.com/home/wirtschaft/eco1848/5125979/Erfinder-des-Seefelder-PistenraupenGags-ganz-zerknirscht?from=suche.intern.portal>