

www.prethikrat.at

Verfahren gegen mhoch3, LANSKY, GANZGER + partner Rechtsanwälte sowie Berater Dr. Herbert Langsner – „Liebesgrüße aus Kasachstan“ in der Zeitschrift DATUM 12/2014 (Rügen)

Sachverhalt und Verfahren

(Wien, 2. Dezember 2015) – Auslöser des Verfahrens ist der Bericht „Liebesgrüße aus Kasachstan“¹ im Magazin DATUM, Ausgabe 12/2014. Darin werden schwere Vorwürfe gegen die Social Media-Agentur mhoch3 erhoben, die im Wesentlichen darin bestehen, dass mit Hilfe von Fake-Postings die öffentliche Meinung so massiv manipuliert werden sollte, dass dadurch die Justiz unter Druck geraten würde und „ein Klima geschaffen wird, dass alles auf ein Gerichtsverfahren hinauslaufen muss“². Der PR-Ethik-Rat wurde aufgrund des DATUM-Berichts in Eigeninitiative tätig.

Kern des vermuteten Verstoßes ist der Umstand, dass über Beauftragung der Agentur mhoch3 – diese wiederum als Auftragnehmerin der Rechtsanwaltskanzlei LANSKY, GANZGER + partner sowie deren Berater Dr. Herbert Langsner – die Stimmung in der österreichischen Öffentlichkeit so beeinflusst werden sollte, dass die Staatsanwaltschaft sich genötigt sähe, Rakhat Aliyev anzuklagen. Zu diesem Zweck haben eine Vielzahl an (freien) Dienstnehmern in verschiedenen Online-Foren versucht, die Meinungsbildung in dieser Richtung zu beeinflussen, dabei aber gefälschte Identitäten benutzt und 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 Rüge vom 10. September 2015³) 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 soll⁴, bekommen die fragwürdigen Methoden noch eine ganz andere Tragweite.

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

² Zitat DATUM aus einem Protokoll vom 21.8.2012: „Wir müssen mit unserer Arbeit dafür sorgen, dass ein mediales Klima geschaffen wird, dass alles auf ein Gerichtsverfahren hinauslaufen muss.“

³ http://www.prethikrat.at/wp-content/uploads/2015/09/20150910_Verfahren_gegen_mhoch3_Ruege.pdf

⁴ Zitat DATUM aus dem agenturinternen Dokument „Strategische Planung“: In den ersten Monaten der Kampagne liegt das Augenmerk darauf, „Awareness für den Fall Aliyev und den Verein Tagdyr aufzubauen“ (...) „Da bis jetzt in erster Linie oberflächliche Informationen zum Fall Aliyev thematisiert wurden schlagen wir vor, im nächsten Schritt insbesondere auf die einzelnen Verbrechen von Aliyev hinzuweisen.“

Rüge mhoch3

Die folgende Kritik wurde bereits in der Rüge vom 10. September 2015 geäußert, sie sei aber hier wiederholt, weil sie auch in diesem Fall zutrifft: Die in DATUM dargestellte Vorgangsweise der Verwendung von falschen Identitäten in Onlineforen ist nach Auffassung des PR-Ethik-Rates ethisch keinesfalls vertretbar. Nicknames per se sind nicht zu kritisieren, da sie den Usancen in sozialen Netzwerken entsprechen. Der Einsatz von Fake-Identitäten, hinter denen keine realen Personen stehen, wird vom Rat jedoch als planmäßige Täuschung der Userinnen und User gewertet. 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. Sie sind daher nicht mit freien Bloggern oder Journalisten gleichzusetzen. Darüber hinaus deklarieren sie ihr Auftragsverhältnis nicht. Diese Vorgangsweise ist durch einen Branchenusus oder das Fehlen entsprechender Ethik-Kodizes nicht zu rechtfertigen.

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.

Der Rat gründet diese Rüge auf den im DATUM-Artikel beschriebenen Sachverhalt. Was die Überzeugungskraft des Artikels betrifft, sei auf die umfangreiche Begründung in der Rüge gegen mhoch3 vom 10. September 2015 verwiesen, die für den vorliegenden Fall wie folgt zusammengefasst wird: Der Artikel „Liebesgrüße aus Kasachstan“ in der Zeitschrift DATUM 12/2014 gibt eine sehr detaillierte lebensnahe Darstellung der Vorgänge bei mhoch3 wieder. Die Gegendarstellung von mhoch3 überzeugt hingegen aus verschiedenen Gründen nicht: So ist sie in sich widersprüchlich⁵: 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 kontrollierte⁶. Damit war aber 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.

⁵ Zitat „Unsere Online-Journalisten posten stets ihre eigenen Erfahrungen und Meinungen zu den von ihnen ausgewählten und akzeptierten Themen mit ihren eigenen User-Profilen ...“ (aus Stellungnahme mhoch3 an den PR-Ethik-Rat vom 13.1.2015) versus Zitat „Den Online-Journalisten ist bekannt, dass sie im Rahmen einer Kampagne im Interesse eines Auftraggebers tätig sind ...“ (ebenda).

⁶ Zitat „Soweit allerdings von Online-Journalisten in der Vergangenheit Äußerungen gemacht wurden, die nicht unserem Kodex entsprachen, so wurden sie stets darauf hingewiesen.“ (ebenda)

Rüge LANSKY, GANZGER + partner Rechtsanwälte

Auch hier konnte als Grundlage für die Rüge die überzeugende Darstellung in dem Artikel aus der Zeitschrift DATUM herangezogen werden, die von Dr. Lansky in seiner Stellungnahme zu den Vorwürfen auch 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 Dr. Herbert Langsner erfolgt, einen Auftrag für hunderte Postings mit Nicknames habe die Kanzlei nicht erteilt.⁷

Die zur Verfügung stehenden Unterlagen sprechen eine andere Sprache und zeigen deutlich, dass bereits der Vertrag mit mhoch3 ein strategisches Vorgehen enthielt, wobei die Kanzlei LANSKY, GANZGER + partner dann in die Auftragsabwicklung stark involviert war und die Kampagne auch steuerte.⁸

Die gewählte Vorgangsweise, gezielt die Unschuldsvermutung – eine rechtsstaatliche Errungenschaft höchsten Werts – 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 klargestellt 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.

Dieses Kommunikationsziel ist in keiner Weise mit Litigation-PR zu rechtfertigen, kann und darf diese doch nie dazu dienen, planmäßig die öffentliche Stimmungslage so zu beeinflussen, dass ein Mensch gedanklich mit „Mord“ assoziiert wird. Naturgemäß eignen sich anonyme Foren besonders zu einer derartigen Vorgangsweise, die sogar strafrechtlich geahndet werden könnte.

Der Verweis auf zu diesem Zeitpunkt noch nicht vorhandene Spielregeln in der Bloggerszene geht ins Leere: Ethische Prinzipien und Standards existieren unabhängig von Spielregeln und Ethik-Kodizes.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass der Verstoß gegen ethische Prinzipien offensichtlich ist, aus der Stellungnahme der Kanzlei LANSKY, GANZGER + partner letztendlich aber kein Problembewusstsein erkennbar ist, weshalb die Erteilung einer Rüge unausweichlich ist.

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

⁷ Vgl. Stellungnahme der Kanzlei LANSKY, GANZGER + partner an den PR-Ethik-Rat vom 23.12.2014

⁸ Zitat DATUM: Kurz darauf in der Besprechung vom 25.10.2012 wird die Gangart verschärft: „Mehr Offensive ist erwünscht: Wir sollen das Bild stärken, dass Aliyev ein Gauner ist und ihn mehr mit den Themen Mord, Erpressung in Verbindung bringen.“ Diese Besprechung fand in Anwesenheit zweier Rechtsanwälte der Kanzlei statt.

Rüge Dr. Herbert Langsner

Die überzeugende, mit Zitaten angereicherte Darstellung in DATUM lässt keinen Zweifel daran, dass die Zusammenarbeit zwischen der Agentur mhoch3, Herbert Langsner und LANSKY, GANZGER + partner sehr eng und konzentriert erfolgte. Auch das angestrebte Ziel – nämlich eine Manipulation der öffentlichen Stimmungslage, um damit die Staatsanwaltschaft unter Druck zu setzen – kommt sehr deutlich zum Ausdruck. Die Richtigkeit der in DATUM angeführten Zitate aus Besprechungsprotokollen wird von Herbert Langsner auch 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: Es kann kein Zweifel daran bestehen, dass Herbert Langsner als erfahrener Kommunikationsexperte in Kenntnis war, dass bezahlte Blogger selbstverständlich nicht unabhängig sind und es ja das Ziel ist, dass sie im Sinne des Auftraggebers tätig werden. Die Beschäftigung von Bloggern aber, die unter dem Schutz einer falschen Identität nicht nur die User über ihren Auftrag täuschen, sondern – mehr noch – die Unschuldsvermutung massiv verletzen⁹, ist auch nicht mit einer allenfalls notwendigen Verteidigungsstrategie zu rechtfertigen. Insofern sind auch Vergleiche mit professioneller Litigation-PR unzulässig. Besonders vorzuwerfen ist, dass den verhetzenden, teilweise rassistischen Postings¹⁰ nicht sofort Einhalt geboten wurde – sie finden sich teilweise heute noch im Netz. Da Berichte über die Tätigkeit der „Netzredakteure“ Inhalt¹¹ jenes Vertrags waren, den Herbert Langsner als Medienbeauftragter für LANSKY, GANZGER + partner unterschrieb, ist die Duldung einer derartigen Vorgangsweise jedenfalls nach ethischen Kriterien zu verurteilen. Auch in diesem Fall gilt, dass ethische Prinzipien und Standards unabhängig von Spielregeln und Ethik-Kodizes einer Branche existieren.

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

⁹ Zitat DATUM: „ich finde die Geschichte ganz skurril. Wieso hat man nicht früher etwas gegen den Aliyev unternommen? Der hat so viele Menschen umgebracht und ist immer noch auf freiem Fuß. Da kriegt man als normaler Bürger Angst, dass man dem auf der Straße begegnet“.

¹⁰ Zitat DATUM „ (...) Ich mein, Österreich hat schon genug eigene Verbrecher, da braucht es nicht noch die von außerhalb, weder arabische noch russische.“

¹¹ „Auszug aus dem Vertrag vom 19. August 2011 (Quelle DATUM): „Monatlicher ausführlicher Report der Aktionen und Reaktionen inkl. generierter Postings der Redakteure.“