



Immer nur schön feste draufhauen

Wo hört berechtigte Kritik an der SPÖ auf, und wo fängt der gesellschaftliche Kollateralschaden an?

Kommentar

••• Von Dinko Fejzuli

STAATSRÄSON. Dem Prinzip der Fairness folgen, sich selbst zurückhalten und die Medien die Aufdeckearbeit machen lassen. So oder so ähnlich lauten die Ratschläge erfahrener PR-Experten, wenn es um die Frage geht, wie sich die Geschädigten der SPÖ-Schmutzkübelkampagne in ihren öffentlichen Äußerungen zur Causa verhalten sollen.

Denn: Mit der Andeutung, in der Causa sei man nicht (nur) Täter, sondern womöglich auch Opfer, schafft es die SPÖ auch ohne fremde Hilfe, sich weiter zu beschädigen.

Natürlich kann man es der ÖVP kaum verdenken, die Situation auszunutzen, nicht nur sich legitim zu wehren, sondern das Thema geschickt mit diversen Forderungen, wie etwa jener nach einer Entschuldigung durch den Bundeskanzler, weiter am Köcheln zu halten.

Man stelle sich die Situation umgekehrt vor – die SPÖ wäre nicht anders in ihrem Abwehrverhalten, und genau da liegt das Problem.

Denn irgendwann stellt sich die Frage: Wo hört die berechtigte Kritik an der SPÖ wegen der ungeheuerlichen Vorgänge, die sie initiiert hat, auf, und wo fängt der gesellschaftliche Kollateralschaden an?

Da wird ein ganzes politisches System in Misskredit gebracht, indem man zum Beispiel jetzt, wo die Vorgänge ans Licht gekommen sind, nicht die Gerichte und die Medien als vierte Gewalt im Staate ihre Arbeit machen lässt, sondern *noch* mehr Öl ins Feuer gießt.

„Schon wieder die PR-Berater“

Und noch eine Zunft wird gerade abermals – wir erinnern uns an die Hoheggers & Rumpolds der Branche, wo Pressekonferenzen 90.000 Euro gekostet haben sollen – in Verruf gebracht.

Nämlich dann, wenn man all die Silbersteins dieser Welt nicht das nennt, was sie sind, nämlich gesetzesbrecherische Agitatoren der übelsten Sorte (s. Kommentar von Peter Sitte unten), sondern plötzlich als „PR-Berater“ tituiert werden, und vermutlich jene, die sie so nennen, selbst nicht mal wissen, was PR wirklich ist.

”

Im Gegensatz zur Befragung hat das Messen und Beobachten nämlich handfeste Vorteile.“

Zitat des Tages

Thomas Schwabl,
GF Marketagent.com



Das könnt ihr euch sparen

Gianna Schöneich

Wir haben alle darauf gewartet und nun geschieht es tatsächlich: ‚Switzerland’s Next Topmodel‘ wird im Herbst 2018 auf ProSieben Schweiz ausgestrahlt. Außerdem kommt ‚Schlag den Henssler‘ – dabei ist der TV-Koch Stefan Raab-Nachfolger. Große Klasse. Passend dazu: ‚High 5 Tours‘ in Portland; im Yellow Pot-Bus können Touristen durch Portland fahren und dabei legal Marihuana rauchen. Und was lässt sich besser mit den neuen TV-Formaten verbinden, als eine Drogenfahrt. Darf man also nur hoffen, dass die Jungen Grünen bald wieder die Legalisierungstour ‚Ein Joint geht durchs Land‘ starten. Anders sind die neuen Formate wohl nicht zu ertragen.

Be fair. Not dirty!

Früher der Lobbyist mit Geldkoffer, ist es heute der Experte für Dirty-Campaigning.

Gastkommentar

••• Von Peter Sitte

IMAGE. Die Causa Silberstein beherrscht weiter die öffentliche Debatte. Täglich tauchen neue Papiere oder geleakte WhatsApp-Nachrichten auf – eine wahre Schnitzeljagd. Österreich im Tal von Negative und Dirty Campaigning? Zu Recht fragt Hans Rauscher im *Standard*: ‚Wann hat das eigentlich angefangen mit den PR-Beratern und sonstigen Image-Klempnern?‘

Es ist zum Fremdschämen. War es früher der Lobbyist mit dem Geldkoffer, so ist es heute der Experte für Dirty-Campaigning. Es widerspricht seriöser Öffentlichkeitsarbeit, andere Personen oder Unternehmen herabzuwürdigen oder bewusst mit Falschmeldungen zu diffamieren. Fake News werden von *kriminellen* Strukturen verbreitet und widersprechen den rechtlichen



Peter Sitte, Managing Partner com_unit, Lektor für PR, Institut für Publizistik, Universität Wien.

und ethischen Grundlagen unseres Berufs. Auch die Kommunikation im Netz muss transparent sein. Wer das nicht kann, hat in der PR nichts verloren! Denn: PR erfordert nicht nur eine hohe fachliche Qualifikation, sondern auch ein hohes Maß an Integrität. Und hier trägt auch der Auftraggeber Verantwortung. Weil sonst heißt’s bald: Willkommen im Trump-Land ...

Die abgedruckten Gastkommentare geben ausschließlich die Meinung des Verfassers wieder. Wir behalten uns das Recht auf Kürzung vor.