In Kenntnis der bisherigen Tätigkeiten von Berlinpolis und der Person Dettling sowie unter Beachtung der „gestalterischen Möglichkeiten“ des Umfrageinstituts Forsa hätte man sich ohne Mühe und mit ziemlicher Sicherheit ausdenken können, was jetzt über die Dienstleistungen dieser beiden Einrichtungen für die Deutsche Bahn AG ruchbar wurde. Ergebnisse, wie von den Auftraggebern gewünscht. – Hätte man dies als Vermutung geäußert, dann wäre man als Verschwörungstheoretiker abgetan und abgelehnt worden. Jetzt hat sich die Verschwörungstheorie als real erwiesen. Da lohnt es sich festzuhalten, was heute alles möglich ist: PR auf allen Ebenen und mit allen Mitteln, die auftragsgemäße „Pflege“ von Internetseiten und Foren, mithilfe von kleinen und von großen Unternehmen wie Arvato, der Einsatz von bestellten Umfragen zur Meinungsbeeinflussung, die „Pflege“ von Wikipedia. Der Glaube an Pressefreiheit und insbesondere an Freiheit und Pluralität im Netz schrumpft zwangsläufig. Keine schöne Erfahrung. Albrecht Müller

Am 14.5. hatten wir geschrieben: „Auch die Mund-zu-Mund-Propaganda auf den Foren im Netz kann man sich gegen Geld organisieren“ lassen. Dieser Eintrag löste eine Reihe von Erfahrungsberichten von NachDenkSeiten-Leserinnen und Lesern aus. Sie berichteten von ihren Erfahrungen mit den Foren bei Spiegel Online, bei der Tagesschau, bei welt-online, etc. Einen Bericht zu Erfahrungen mit welt-online finden Sie im Anhang A.

Die Pflege solcher Foren und Internetseiten können Sie kleinen und großen Anbietern überlassen – gegen Honorar. Einem Unternehmen wie Berlinpolis zum Beispiel (siehe dazu die Hinweise Nummer 18 und 19 von heute) oder auch einem großen Unternehmen wie dem Bertelsmann Dienstleistungsunternehmen Arvato. Von beiden hatten wir schon berichtet. Im Anhang B finden Sie einen Bericht über das Angebot von Arvato: „Soziale Netzwerke beobachten und richtig reagieren: arvato online services bietet ab sofort Social Media Monitoring“.

Berlinpolis nennt sich Think tank. Das ist das Firmenschild, das jedoch einen gänzlich falschen Eindruck vermittelt. Mir ist das Unternehmen und auch sein Chef Daniel Dettling bisher schon vor allem als Public Relations Unternehmen aufgefallen. Berlinpolis zählt zu der Gruppe von Initiativen und Aktionsgemeinschaften, die sich auf der Linie der Initiative Neue Soziale Marktwirtschaft in den letzten Jahren aufgetan haben. Viele von ihnen haben sich wie zum Beispiel die Stiftung für die Rechte zukünftiger Generationen oder der Autor Jörg Tremmel in die PR-Arbeit zum Anheizen der Demographiedebatte und des Generationenkonflikts eingeschaltet. Die Stiftung firmiert übrigens auch unter dem Label Think tank.

Da die meisten Menschen sowohl als Leser von Zeitungen und Zeitschriften als auch als Zuhörer und Zuschauer von Hörfunk und Fernsehen und auch als Nutzer des Internets in

der Regel glauben, die Medienbeiträge der verschiedensten Art stammten von Autoren oder Personen, die ihre eigene Meinung schreiben oder sagen, entsteht ein großes Problem, wenn immer mehr Medien- oder Internetbeiträge auf Interessen zurückgehen. Jedenfalls reicht die Kennzeichnung beziehungsweise Nichtkennzeichnung solcher Beiträge nicht mehr aus. Sie schützen die Mehrheit der Nutzer nicht vor der Täuschung, im Gegenteil: die Täuschung wird zur Regel.
Man muss deshalb über neue Regeln nachdenken und diese so schnell wie möglich einführen. Warum sollten nicht solche Beiträge, wie sie im Auftrag der Deutschen Bahn auf Foren des Internets untergebracht wurden und auch die Berichte über die Forsa-Umfrage klar gekennzeichnet werden müssen: als Auftragsarbeit und PR-Arbeit.
Wenn dieses Gebot kombiniert wäre mit einer entsprechenden Strafandrohung, , dann könnte man die schlimmsten Auswüchse verhindern.
Es wäre auch wichtig, das Gemeinnützigkeitsrecht zu überarbeiten beziehungsweise entschlossener anzuwenden. Dass Berlinpolis als gemeinnützig firmiert, ist ein Witz.

Anhang A:

E-Mail E. Neumann vom 14.5.2009:

> Gestern passierte mir folgendes – ich äußere mich sehr selten öffentlich im internet, lebe eher in der Welt der Bücher, dies vorneweg – : bei “welt-online” wurde die Forderung eines Ärztefunktionärs von Lesern kommentiert, man solle für jeden Praxisbesuch 5 Euro fordern, da die Menschen “kein Gefühl dafür hätten, Kosten zu verursachen.”
> Dazu gab es zu meiner Überraschung einige Stellungnahmen von Lesern (?), die sagten, das amerikanische Gesundheitssystem sei wesentlich besser, hier bekäme man eine Top-Behandlung, würde dafür bezahlen – und fertig.
>
> Meine gemäßigt formulierte Kritik – die Menschen seien nicht ewig 30, man solle unser Gesundheitssystem nicht madig machen, außerdem hätte ich den Eindruck, hier würden gar keine Leser, sondern bezahlte Auftragsschreiber am Werke sein, verschwand bald spurlos.
>
> So etwas hatte ich bisher nicht für möglich gehalten.
>
> Ich schrieb daraufhin, es müsse sich bei “welt-online” wohl tatsächlich um Manipulation handeln, denn leider sei mein Beitrag verschwunden, verschwand ebenfalls sehr schnell.

> Ich schrieb dann ein drittes Mal, wobei ich dem Wunsch Ausdruck gab, mal alle gelöschten Beiträge zu lesen…
>
> Ich habe dann nicht mehr nachgesehen, was damit nun passiert ist.
> Jedenfalls habe ich viel gelernt gestern abend.
>
> Mit herzlichen Grüßen
> E. Neumann

Ergänzung E. Neumann:

> … ich versichere Ihnen noch einmal, wie überrascht ich selbst von diesen Vorgängen war – nun schreibe ich schon mal was und da verschwindet es einfach so.
> Ich hatte das deutliche Gefühl, daß bei diesen Beiträgen "etwas nicht stimmt", weil ich solche Argumente von Menschen im realen Leben noch nicht gehört habe. Ich habe schon einige Krankheitsfälle aus der Nähe miterleben müssen und weiß deshalb auch, was tatsächlich so gesagt wird.

Anhang B

Soziale Netzwerke beobachten und richtig reagieren: arvato online services bietet ab sofort Social Media Monitoring

München (ots) – arvato online services, Full-Service-Dienstleister für Online-Marketing und Loyalty-Services, hat sein Portfolio um Social Media Monitoring erweitert. Unternehmen erhalten damit die Möglichkeit, relevante Foren, Blogs und Communities zu beobachten und die Darstellung des eigenen Portfolios und Images im Netz zu überwachen. Bei negativen Ergebnissen bietet arvato online services seinen Kunden die richtige Strategie, um dem aktiv entgegenzuwirken. Mit ihrem umfangreichen Portfolio können die Münchner Online-Experten zielgruppengenaue Marketing-Aktionen planen und durchführen und Unternehmen dabei helfen, die Eigendarstellung im Netz kontrollieren und steuern zu können.
"Das Internet ist inzwischen für 98 Prozent der Nutzer ein entscheidendes Recherche-Instrument. Konsumenten informieren sich im Netz vorab über Produkte und Dienstleistungen, die sie interessieren und reagieren dabei stark auf die Erfahrungen anderer", so Stephan Wolfram, Geschäftsführer arvato online services GmbH. "Darum ist es

für Unternehmen unverzichtbar, Entwicklungen in sozialen Netzwerken zu beobachten und, sollten negative Bewertungen oder falsche Einschätzungen Überhand nehmen, entsprechend darauf zu reagieren."

arvato online services vertreibt zu diesem Zweck ein intelligentes Tool, das Social Media Monitoring ermöglicht. Das Angebot besteht aus drei Bausteinen:

1. Situationsanalyse: Das Unternehmen erhält einen Überblick, was in sozialen Netzwerken innerhalb der vergangenen Wochen und Monate über das eigene Angebot sowie über Wettbewerber geschrieben wurde.
2. Live-Screening durch tägliches Update: Das Netz wird laufend auf bestimmte Keywords wie "Produktlaunch" oder "neue Technologie" hin überprüft. Diese können auch nach und nach neu hinzugefügt werden. Der Auftraggeber erhält regelmäßige Reportings zu Erwähnungen in relevanten Blogs, Foren, Bewertungs- und Videoportalen, Newsgroups sowie via Twitter. Sowohl die Quantität als auch die Tonalität der Kommunikation wird festgestellt.
3. Social Media Marketing: Optional bietet arvato online services dem Unternehmen Marketingmaßnahmen an, die sich aus den Beobachtungen ableiten und die zu einem positiveren Bild innerhalb der Web2.0-Welt verhelfen.

"Mit dieser Erweiterung unseres Portfolios bieten wir unseren Kunden einen interessanten Mehrwert. Social Media Monitoring liefert Unternehmen einen authentischen Überblick zum Feedback der Endkonsumenten und kann somit optimal für Marktforschung, Marketing, PR und Produktmanagement genutzt werden. Zudem ist das Tool ein geeignetes Mittel zur Beobachtung des Wettbewerbs. Die Analyse der Markenwahrnehmung verhilft zu einem Informationsvorsprung und ermöglicht eine frühzeitige und proaktive Reaktion auf negative Tendenzen", stellt Wolfram fest.

Pressekontakt:
arvato online services GmbH
Nicole Vesting
Senior Public Relations Manager
Telefon: +49 89 4136-7148
nicole.vesting@bertelsmann.de