



Shortlist 2010

Public Eye Swiss Award

www.publiceye.ch

**Nominiert für den Public Eye Swiss Award 2010
von der Gruppe Schweiz ohne Armee (GSoA):**

Farner PR

Hauptsitz: Zürich, Schweiz
Branche: Public Relations, Werbung und politische Kommunikation
Umsatz: CHF 14 Mio.
In Besitz von: Aktiengesellschaft
Mitarbeitende: 60 in der Schweiz, zahlreiche internationale Partneragenturen
CEO: Christian König

In Kürze

Spitzeldienste für die Rüstungsindustrie: Im Abstimmungskampf um ein Schweizer „Verbot von Kriegsmaterial-Exporten“ hat die Zürcher PR-Agentur Farner Methoden aus dem kalten Krieg angewendet. Im Juni 2009 schickte sie eine Politologin als verdeckte Ermittlerin auf ein Strategiewochenende der Gruppe Schweiz ohne Armee (GSoA). Die Farner-Frau log der GSoA vor, sie wolle eine Seminararbeit schreiben, stellte aber so viele Expertenfragen, dass jemand Verdacht schöpfte. Im August plauderte ihr Lebenspartner gegenüber der Presse. Seine Freundin sei von Farner „schlecht gebrieft“ worden. Sie habe den Auftrag nur ausgeführt, weil Jobs für Politologinnen derzeit rar seien. Farner PR wies den Verdacht der verdeckten Ermittlung erst „in aller Form“ zurück. Kurz darauf erreichte ein Farner-Papier von 2005 die Medien: Darin war bereits die Rede von der „Observation von Aktivistengruppen“ und „öffentlicher Desavouierung des Gegners“. Im Oktober veröffentlichte der „Blick“ den Report der Politologin – auf Farner-Briefpapier. Die Bespitzelung politischer Gegner verstösst nicht nur gegen Sitten und Anstand sondern juristisch auch gegen die Versammlungs- und Meinungsfreiheit.

Unverantwortliches Konzernverhalten

Im Juni 2009 hat die Zürcher PR-Agentur Farner eine Spitzelin an ein Strategietreffen der Gruppe Schweiz ohne Armee (GSoA) geschickt. Im Auftrag der Rüstungslobby koordinierte Farner die Abstimmungskampagne gegen die GSoA-Initiative "für ein Verbot von Kriegsmaterial-Exporten". Die Mitarbeiterin der PR-Agentur erschlich unter anderem einen Ordner mit vertraulichen Kampagnen-Materialien. Sie stellte sich als Politologiestudentin vor, die eine Seminararbeit über politische Kampagnenführung verfassen möchte. Farner PR selbst schwieg erst zum von der Zürcher Wochenzeitung (WOZ) aufgedeckten Fall und behauptete dann, die Spitzelaffäre sei ein Konstrukt von GSoA und WOZ. Auch die Spitzelin, die für Farner als Freelancerin arbeitete, log zunächst gegenüber der WOZ: „Es gab keinen Farner-Auftrag“. Das TV-Nachrichtenmagazin 10vor10 zeigte Ende August aber: Die Aktion war von langer Hand geplant. Interne Farner-

Dokumente , die 10vor10 vorlagen, erwähnen nicht nur die "Observierung von Aktivistengruppen", sondern auch die "verdeckte Ermittlung in der Verwaltung" – insbesondere im Schweizer Aussenministerium (EDA) – als Sofortmassnahme, um der Rüstungslobby zur erfolgreichen Abwehr der Initiative zu verhelfen. Auch die "öffentliche Desavouierung" des Gegners wird darin als Mittel in Erwägung gezogen. Farner PR entgegnete, sich immer an die rechtlichen Bestimmungen gehalten zu haben. Anfang Oktober präsentierte der „Blick“ schliesslich ein weiteres Farner-Papier, das bewies, dass die Agentur die GSoA tatsächlich ausspionierte. Diverse am Wochenende besprochene Aspekte fanden darin Erwähnung. Zähneknirschend räumte Farner daraufhin ein, dass sie "ein Kommunikationsproblem" hatten. Im November 2009 wurde zudem publik, dass die bundeseigene RUAG die gegnerische Abstimmungskampagne mit 200'000 Franken unterstützte. Die Spitzeldienste wurden also mit Mitteln finanziert, die unter anderem von einem Bundesbetrieb stammen.

Folgen

Soziale Bewegungen leben von ihrer Offenheit gegenüber potentiellen neuen Aktivisten. Die Bespitzelung hat deshalb nicht nur direkten Schaden angerichtet, weil vertrauliche Informationen in falsche Hände geraten sind. Sie ist auch ein Angriff auf das demokratische Grundrecht, sich in offenen Strukturen mit Freiwilligen zu organisieren. Die Infiltration sozialer Bewegungen hat zwei wesentliche Effekte: Die Erschleichung geheimer Information und das Schüren von Misstrauen. Die grobe Verletzung des Schutzes der Privatsphäre wird dabei bewusst in Kauf genommen. Die GSoA-Affäre reiht sich ein in weitere Schweizer Spitzelfälle. So wurde 2008 das sogenannte „Nestlégate“ publik: Nestlé hatte über Jahre hinweg die globalisierungskritische Gruppe Attac systematisch ausspionieren lassen.

Aktueller Stand und Forderungen an das Unternehmen

Die nominierende und zugleich betroffene Organisation hält an ihrer Forderung fest, dass Farner PR offenlegt, was genau die Agentur an personenbezogenen Daten über die GSoA gesammelt hat. Farner PR soll zudem publik machen, wem sie diese Informationen weitergegeben hat. Weiter will die nominierende Organisation wissen, ob weitere Personen im Auftrag von Farner an internen GSoA-Sitzungen teilgenommen haben. Und schliesslich wird volle Transparenz im Bezug auf die Finanzierung der Kampagne gegen das Verbot von Kriegsmaterial-Exporten verlangt.

Weitere Informationen

- <http://www.tagesanzeiger.ch/schweiz/standard/Die-Macht-der-PR-Agentur-Farner/story/14266878>
- <http://www.woz.ch/artikel/2009/nr34/schweiz/18237.html>
- <http://videoportal.sf.tv/video?id=1d9bc649-51c7-49df-b013-23061dab69cb>