

**Betreff:** BAYER: gefälschte Postings in sozialen Netzwerken / strafrechtliche Ermittlungen gefordert

**Von:** "CBG" <info@CBGnetwork.org>

**Datum:** 12.11.2014 10:49

**An:** <karl-heinz.medler@arcor.de>

Presse Information vom 12. November 2014

BAYER: unlautere Werbung in sozialen Netzwerken

Jubel-Postings unter falscher Identität

Diesen Artikel bei Facebook und Twitter streuen:

<http://www.cbgnetwork.org/5836.html> [www.cbgnetwork.org/5836.html](http://www.cbgnetwork.org/5836.html)

Die Wiener PR-Agentur Mhoch3 hat über Jahre hinweg mit gefälschten Identitäten Postings in Onlineforen platziert. Positive Kommentare wurden unter anderem im Auftrag von Opel, TUI, Red Bull und BAYER verfasst. Der Geschäftsführer von Mhoch3 bestätigte, dass das "Online-Reputationsmanagement" seit zehn Jahren angeboten und weiterhin betrieben werde. Nach Recherchen des österreichischen Magazins <http://www.datum.at/kategorie/magazin/> DATUM veröffentlichte die Agentur mehrere hunderttausend Postings unter falschen Namen.

Die gefakten Kommentare finden sich vor allem auf deutschen Foren, darunter Plattformen und soziale Netzwerke wie YouTube oder GuteFrage.net, Nachrichtenseiten wie Spiegel.de und Focus.de sowie Sparten-Angebote wie MeinAuto.de. Die PR-Profis geben sich meist als unbedarfte Nutzer/innen aus, die aus Freundlichkeit Unterstützung anbieten. Rechtschreibfehler und persönliche Fragen sollen Authentizität suggerieren.

Im Fall von BAYER warb Mhoch3 unter anderem für Flohmittel wie Advantix, Advantage und Kiltix aus der Veterinärsparte des Konzerns. Zur Erhöhung der Glaubwürdigkeit sollten die Mitarbeiter/innen eigens ein Haustier erfinden. In Interneteinträgen heißt es dann etwa: „Benny was hast du deiner katze letzt endlich gegeben damit die Flöhe verschwinden? Wir behandeln immer mitn Spot On von Bayer namens Advantage- kennst du das?...wünsch Euch viel Glück!“.

Im Fall der umstrittenen Hormonspirale Mirena wurde offenbar auch die Gesundheit der Anwenderinnen gefährdet. Obwohl für Mirena Tausende - teils schwerwiegende - Berichte von Nebenwirkungen vorliegen, veröffentlichte die Agentur Postings im Tonfall hilfsbereiter Freundinnen:

\* „also ich hab mir vor einem jahr die hormonspirale mirena einsetzen lassen und ich muss sagen, dass ich sehr zufrieden damit bin. hatte am anfang angst vor dem einsetzen, doch das war halb so schlimm“. Olivia34, psychologie.at

\* „Ich habe mir die Mirena einsetzen lassen, ist ebenfalls eine hormonspirale und damit hatte mein Frauenarzt sehr gute Erfahrungen bereits gemacht (...) - das kann ich voll empfehlen“

\* „@ sporzal: mein tip es könnte auch eventuell nicht von der mirena kommen, sondern eventuell eine Allergie sein, ich hab das leider auch erst mal in vor kurzer zeit festgestellt, ich hatte echt total oft Kopfweh und das ist nicht lustig - das kann ich nachvollziehen“. MauMau, hormonspirale-forum.de

Im internen Fazit von Mhoch3 nach der BAYER-Kampagne heißt es laut Süddeutscher Zeitung: „Grundsätzlich ist zu sagen, dass das Internet eine ideale Plattform zur Verbreitung von Informationen zum Thema Verhütung darstellt“. In zahlreichen Fällen hätten die Reaktionen der Nutzerinnen gezeigt, dass sie den freundlichen Kommentaren Glauben schenkten und sich für die Spirale interessierten.

Zur Aufgabe der Agentur gehörte es auch, Einträge bei wikipedia „aufzuhübschen“. Vor jeder Kampagne erhielten die PR-Schreiber/innen eine Schulung, mitunter sogar persönliche Vorträge der Kunden. Viele der gefakten Kommentare finden sich bis heute im Netz.

Jan Pehrke vom Vorstand der Coordination gegen BAYER-Gefahren fordert strafrechtliche Ermittlungen gegen die Verantwortlichen bei BAYER: „Unlautere Medikamentenwerbung hat bei BAYER Tradition. Im vorliegenden Fall sollten ganz offensichtlich die Gesetze umgangen werden, denn Werbung für verschreibungspflichtige Präparate wie Mirena ist verboten. Wir dürfen nicht zulassen, dass Pharmahersteller die Risiken von Medikamenten verharmlosen und schamlos die öffentliche Diskussion manipulieren!“.

BAYER gibt pro Jahr rund 10 Milliarden Euro für Werbung und Vertrieb aus, eine Aufschlüsselung verweigert der Konzern. Häufig überschreitet BAYER dabei die Grenzen des Erlaubten; Strafen für unlautere Werbung werden von vornherein mit einkalkuliert und aus der Portokasse beglichen.

In den vergangenen Jahren verlagerte BAYER zahlreiche Marketing-Aktivitäten ins Internet. Um das Werbeverbot für Medikamente zu umgehen, betreibt das Unternehmen eigene webseiten wie Pille.com oder testosteron.de, die als „Informationsangebote“ getarnt werden.

weitere Informationen:

- \* Artikel „Die Netzflüsterer“:  
<<http://www.datum.at/artikel/die-netzfluesterer>>  
[www.datum.at/artikel/die-netzfluesterer](http://www.datum.at/artikel/die-netzfluesterer)
- \* BAYER verschleiert Marketing-Ausgaben:  
<<http://www.cbgnetwork.org/4314.html>> [www.cbgnetwork.org/4314.html](http://www.cbgnetwork.org/4314.html)
- \* Pharmamarketing bei BAYER: <<http://www.cbgnetwork.org/2324.html>>  
[www.cbgnetwork.org/2324.html](http://www.cbgnetwork.org/2324.html)
- \* Social Marketing bei BAYER: <<http://www.cbgnetwork.org/3075.html>>  
[www.cbgnetwork.org/3075.html](http://www.cbgnetwork.org/3075.html)
- \* Informationen zu Mirena: <<http://www.cbgnetwork.org/3516.html>>  
[www.cbgnetwork.org/3516.html](http://www.cbgnetwork.org/3516.html) und <<http://www.cbgnetwork.org/4388.html>>  
[www.cbgnetwork.org/4388.html](http://www.cbgnetwork.org/4388.html)

Coordination gegen BAYER-Gefahren (CBG)

eMail <<mailto:info@CBGnetwork.org>> [info@CBGnetwork.org](mailto:info@CBGnetwork.org)  
Internet <<http://www.cbgnetwork.org/>> [www.CBGnetwork.org](http://www.cbgnetwork.org)  
Twitter: <<http://twitter.com/BayerGefahren>> [twitter.com/BayerGefahren](http://twitter.com/BayerGefahren)  
Facebook <<https://www.facebook.com/CBGnetwork>>  
<https://www.facebook.com/CBGnetwork>

Tel 0211-333 911, Fax 0211-333 940

SOS - Bitte Rettungskampagne unterstützen!  
Die Coordination gegen BAYER-Gefahren ist ein internationales Selbsthilfe-Netzwerk. Wir sind in einzigartiger Weise seit 1978 aktiv gegen

KonzernMacht. Dabei arbeiten wir weitgehend ehrenamtlich und erhalten keinerlei offizielle Förderung. Wir sind auf Spenden und Förderbeiträge angewiesen.

Derzeit kämpfen wir um unsere Existenz. Um trotz Finanzkrise und sinkender Realeinkommen zu überstehen, brauchen wir 500 neue Fördermitglieder. Und natürlich auch Spenden.

Bitte werden auch Sie Fördermitglied. Und / oder helfen Sie mit einer Spende. Danke.

Stärken Sie uns den Rücken, werden Sie online  
<<http://www.cbgnetwork.org/886.html>> Fördermitglied.  
Oder <<http://www.cbgnetwork.org/885.html>> spenden Sie online

Überweisen Sie bitte auf das  
Konto 3199991 bei der EthikBank  
BLZ 83094495  
Empfänger: CBG

BIC/SWIFT Code (Bank Identifier Code): GENODEF1ETK  
IBAN (International Bank Account Number): DE94830944950003199991

Beirat

Dr. Erika Abczynski, Kinderärztin, Dormagen  
Hiltrud Breyer, MdEP (1989 bis 2014), Berlin  
Eva Bulling-Schröter, MdB, Berlin  
Wolfram Esche, Rechtsanwalt, Köln  
Prof. Jürgen Junginger, Designer (i.R.), Krefeld  
Dr. Sigrid Müller, Pharmakologin, Bremen  
Prof. Dr. Jürgen Rochlitz, Chemiker, ehem. MdB, Burgwald  
Prof. Rainer Roth, Sozialwissenschaftler, Frankfurt/M.  
Prof. Dr. Anton Schneider, Baubiologe, Neubeuern  
Dr. Angela Spelsberg, Leiterin Tumorzentrum, Aachen

Unsere Newsletter können Sie <<mailto:CBGnetwork@aol.com>> hier abbestellen