

Pressemitteilung

Aufgrund unzähliger positiver Reaktionen: Umstrittenes PR-Video der RTG ab sofort wieder online

Ab sofort ist das in die Schlagzeilen geratene PR-Video der Regensburg Tourismus GmbH (RTG), das mit einer Persiflage auf die Regensburger Domspatzen ironisch zugespitzt für die Originalität der Stadt Regensburg wirbt, wieder online abrufbar, und zwar unter <http://youtu.be/m6bPvjRKSTo> . Darauf haben sich Oberbürgermeister Joachim Wolbergs und RTG-Chefin Sabine Thiele geeinigt.

„Zu meiner Entscheidung vom vergangenen Freitag, dieses Video vom Netz zu nehmen, hat mich vor allem die Annahme geleitet, dass wir damit all denjenigen die Grundlage für eine völlig ungerechtfertigte Empörung entziehen könnten, die in eine absolut harmlos gemeinte Werbeaktion Fremdenfeindlichkeit und Sexismus hineininterpretieren wollen“, so Wolbergs. Nun habe sich aber gezeigt, dass durch die breite Aufmerksamkeit, die das Thema in den Medien und auch im Internet gefunden habe, eine durchaus konstruktive Diskussion angestoßen worden sei. „Dabei wurde immer wieder der Wunsch laut, das Video weiter abrufen zu können, das die zugegebenermaßen etwas verkürzte Botschaft der Werbe-Postkarte verdeutlicht.“

Bei Medienumfragen im Internet zeichnet sich mittlerweile eine deutliche Mehrheit ab, die die PR-Aktion positiv bewertet. Auch im sozialen Netzwerk facebook sind die ermutigenden

Kommentare klar in der Überzahl. So schreibt beispielsweise eine Userin, stellvertretend für viele andere: „Ich habe mich wirklich bemüht, in der Kampagne Rassismus und Sexismus zu erkennen. Aber so sehr ich mich auch anstrenge, ich kann das nicht nachvollziehen. Das Video sollte wieder zu sehen sein.“

Positive Reaktionen gab es auch von Insa Wiese und Philipp Weber, Veranstalter der Internationalen Kurzfilmwoche Regensburg, und Experten in Sachen Kurzfilm: „Wir finden die Filme klasse umgesetzt. Sie sind eine einfallsreiche, witzige Werbeidee und eine tolle Werbung für Regensburg.“

Auch Christof Hartmann, Chormanager der Regensburger Domspatzen, stellt sich ausdrücklich hinter den Werbespot und weist auf die Internationalität des renommierten Chores hin: „Bei den Domspatzen besuchen derzeit vier Schüler das Musikgymnasium, deren Staatsangehörigkeit auf Ungarn, Großbritannien, Vietnam bzw. Österreich lautet. Hinzu kommen noch Schüler mit deutscher Staatsangehörigkeit, bei denen die Eltern oder ein Elternteil aus Vietnam, Polen, Russland, Ukraine, Spanien, Großbritannien oder Irland stammen. Die auf Facebook veröffentlichten Filme der Kampagne der Regensburg Tourismus GmbH machen in witziger Form auf Regensburg aufmerksam.“

Alleinstellungsmerkmal der Domspatzen sei die Qualität des Gesanges, stellte Wolbergs klar. „Das und nichts anderes ist die Botschaft. Wir können leider nicht verhindern, dass sie von einigen wenigen missverstanden wird. Die Reaktionen der Öffentlichkeit haben mir aber gezeigt, dass die meisten Bürgerinnen und Bürger weltoffen und liberal denken. Deshalb bin ich nach reiflicher Überlegung zu der Überzeugung gekommen, dass auch in diesem Fall Transparenz wichtig ist, um das Thema offen und fruchtbar zu diskutieren.“

Auch RTG-Geschäftsführerin Sabine Thiele begrüßt die Entscheidung: „Es ist wunderbar, dass das Domspatzen-Video

als ein Teil der Kampagne der vier ‚Regensburger Originale‘ wieder online geht. Im Video ist klar erkenn- und hörbar, dass es um den Gesang geht. Die Hintergrundmusik wurde hierfür – anders als in den anderen drei Spots - extra stumm geschaltet, um den „schiefen Gesang“ der falschen Domspatzen dem professionellen Gesang der „Originale“ gegenüberzustellen und die Reinheit des Chores hervorzuheben. Dieser Gesang macht die Domspatzen zu echten Kulturbotschaftern der Stadt.“

Zum Hintergrund: Der Werbe-Spot, der vom jungen und multikulturellen Team der RTG entwickelt worden ist, ist wesentlicher Bestandteil einer ironisch angelegten Kampagne, die verdeutlichen soll, dass Regensburg als Original durch Kopien nicht zu ersetzen ist. Das Video kann mittels auf den Postkarten aufgedruckten QR-Code auch per Smartphone geöffnet werden und zeigt, dass ein unvermögender Kleinchor dem hohen musikalischen Anspruch der Regensburger Domspatzen in keiner Weise gerecht werden kann.

26. Januar 2015

39/2015