

Pressemitteilung

„Absurder geht es ja wohl nicht mehr!“

OB Wolbergs nimmt Stellung zu ironischer PR-Aktion der RTG

„Ich weiß jetzt wirklich nicht, worüber ich mich mehr aufregen soll: Über die Nichtigkeit des Anlasses, über die künstliche Empörung oder über die Unfähigkeit, Ironie zu erkennen.“ Mit diesen deutlichen Worten reagiert Oberbürgermeister Joachim Wolbergs auf die Kritik von Politik und Medien an einer ironisch angelegten Werbeaktion der Regensburg Tourismus GmbH (RTG).

In dieser Aktion wird auf einer Postkarte ein sichtlich locker agierender, mit jungen Frauen und Männern besetzter Klein-Kirchenchor gezeigt, der ganz offensichtlich seinen Dirigenten in die Verzweiflung treibt. Darunter steht: „Nichts ist besser als das Original“ – nämlich die auf der Postkarte ebenfalls abgebildeten Regensburger Domspatzen. Diese Postkarte ist jedoch nur die eine Hälfte der ironischen Werbekampagne: Ein QR-Code öffnet auf dem Smartphone ein Video, auf dem das Unvermögen des Kleinchors akustisch deutlich wird. Die Botschaft der Kampagne: Regensburg ist durch nichts zu ersetzen.

Der Umstand, dass in dem Kleinchor ein junger Mann mit dunkler Hautfarbe zu sehen ist, wird nun von Kritikern als Diskriminierung angeprangert.

„Wer der RTG und damit indirekt der Stadt diskriminierende Tendenzen unterstellt und das auch noch im Zusammenhang mit einer harmlosen und eindeutig ironisch angelegten Werbekampagne, sollte überlegen, ob mit dieser völlig überzogenen Empörung nicht erst der Schaden entsteht, der nun mit allerlei Betroffenheitsprosa beklagt wird“, sagt Wolbergs.

Was man über die PR-Aktion noch wissen sollte: Ausgedacht und umgesetzt wurde sie von jungen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der RTG, die mit Witz und Ironie auf Regensburg aufmerksam machen wollten. Unter diesen Mitarbeitern ist auch ein dunkelhäutiger junger Mann, dem nun – wie auch seinen Kolleginnen und Kollegen – indirekt Diskriminierung vorgeworfen wird. „Absurder geht es ja wohl nicht mehr“, sagt der OB dazu. „Ich stelle mich jedenfalls gerne vor diese jungen Leute, die mal mit einer ausgefallenen Idee für Regensburg werben wollten.“

Was Teile von Politik und Medien in diese Werbung hineininterpretieren, „ist völlig an den Haaren herbeigezogen“, erklärt der OB. „Wenn es Leute gibt, die anscheinend nichts Besseres zu tun haben als viel Energie in ein für Empörung völlig untaugliches Thema zu stecken, dann möchte ich gern dabei behilflich sein, diesen Leuten wieder Zeit für das wirklich Wichtige zu geben. Außerdem will ich diese absurde, unnötige und für Regensburg wirklich nicht hilfreiche Pseudo-Empörungsaktion beenden: Deswegen, und nur deswegen, habe ich die RTG gebeten, diese Postkartenaktion zu beenden und das dazu gehörende Video aus dem Netz zu nehmen.“

Wolbergs sagt, es könne „ja durchaus sein, dass jemand diese Aktion unpassend findet – aber noch unpassender ist es, wenn man dann sofort Betroffenheitsmitteilungen verschickt, ohne sich

über die Hintergründe und Absichten dieser Aktion kundig zu machen.“

23. Januar 2015

36/2015