

Werbekampagne: Suche nach »Verbündeten«

Das israelische Außenministerium hat die Ausgaben für die Öffentlichkeitsarbeit seiner Botschaften in acht europäischen Staaten verdoppelt. Die Öffentlichkeitsarbeit solle kampagnenartig verstärkt werden, hieß es in einem Schreiben des Ministeriums an die israelischen Vertretungen in London, Berlin, Rom, Madrid, Paris, Den Haag, Oslo und Kopenhagen, das auszugsweise in der israelischen Tageszeitung Haaretz zitiert wurde. Mit Hilfe professioneller Beratung und PR-Experten sollen demnach Multiplikatoren in jedem Land gefunden werden, die bereit seien, die Botschaft Israels zu verbreiten. Bis zum 16. Januar 2011 solle jeder Botschafter eine Liste mit mindestens 1000 »Verbündeten« erstellen, die regelmäßig mit Informationen versorgt werden könnten.

Diese »Verbündeten« sollten bereit sein, sich für Israel einzusetzen, sei es bei Demonstrationen, Kundgebungen oder durch Zeitungsartikel. Als »Verbündete« bevorzugt das israelische Außenministerium dabei Angehörige der jüdischen Gemeinden, Aktivisten christlicher Organisationen, Journalisten, Politiker, Intellektuelle, Akademiker und Studentenaktivisten. Diese sollten mit professionellen Werbeagenturen zusammenarbeiten, die von den Botschaften bezahlt würden. Zielgruppe der Kampagne seien »einflußreiche Elemente«, die direkt angesprochen werden sollten.

Die Botschaften würden vom Außenministerium mit extra zusammengestelltem Material versorgt, das diese an die »Verbündeten« und Werbeagenturen weiterleiten wird. Dabei gehe es um die israelische Position zum Friedensprozeß und den Siedlungsbau, israelische Aktivitäten im Bereich von Technologie, Wirtschaft, Tourismus sollten hervorgehoben werden. Und auch andere Entwicklungen im Mittleren Osten, wie die Rolle der Hisbollah im Libanon, Menschenrechte in Iran und Syrien sollen in dem Werbematerial enthalten sein. Schließlich sei es Aufgabe der genannten Botschaften, Reisegruppen einflußreicher Persönlichkeiten zusammenzustellen, die Israel besuchen sollten. Einmal monatlich solle eine öffentliche Veranstaltung in den Botschaften stattfinden.

Um den Erfolg der Öffentlichkeitskampagne zu überprüfen, sollten die Botschaften alle drei Monate anhand eines Fragebogens über die Arbeit mit ihren »Verbündeten« berichten.

(Haaretz/kl)

<https://www.jungewelt.de/artikel/157429.werbekampagne-suche-nach-verbundeten.html>