



Medienkommentar

# WHO heuert zwielichtige PR-Agentur an



**In Zeiten sinkenden Vertrauens in die WHO beauftragte diese eine PR-Agentur, um ihre Glaubwürdigkeit wiederherzustellen. Doch wie glaubwürdig ist diese Agentur selbst? Sie ist berüchtigt für ihre zwielichtige Krisen-PR - eine ihrer Lügen spielte in der Argumentation für den ersten Irakkrieg eine wichtige Rolle.**

Maskenpflicht, Quarantäne, Lockdown, Ausgangssperren, umstrittene Impfkampagnen, Firmenpleiten usw. beeinflussen seit über einem Jahr massiv das Leben der Menschen. Doch wie kommt es, dass die Bevölkerung staatlich verordnete Zwangsmaßnahmen vielfach sogar verteidigt? Woher stammen die Informationen, die das Denken, Fühlen und Handeln der Menschen lenken?

Angesichts des gigantischen Einflusses von Informationen auf die Menschen lohnt sich daher ein Blick auf deren Zustandekommen. So beauftragte die Weltgesundheitsorganisation (WHO) am 1. Mai 2020 die PR-Agentur Hill + Knowlton Strategies mit der Entwicklung einer Strategie für öffentliche Mitteilungen in Sachen Corona. Hill + Knowlton nennt den Grund für ihr Tätigwerden wie folgt: „Es hat Kritik und Behauptungen gegen die Weltgesundheitsorganisation (WHO) und die Berichterstattung in den Medien gegeben, die die WHO als vertrauenswürdige und kritische Informationsquelle zu globalen Fragen der öffentlichen Gesundheit untergraben könnten.“ Die PR-Agentur sieht ihre Aufgabe darin, dass beschädigte Vertrauen in die Wissenschaft und die WHO wiederherzustellen.

Doch wie vertrauenswürdig ist diese PR-Agentur selbst? Wir schauen hierfür einige Jahre zurück: **Barbara Vorsamer** von der Süddeutschen Zeitung schreibt am 21. Mai 2010 folgenden Artikel: **„PR-Agentur Hill + Knowlton: Schmutzige Sprechblasen“**: **„Die Agentur ist berüchtigt für ihre zwielichtige Krisen-PR - eine ihrer Lügen spielte in der Argumentation für den ersten Irakkrieg eine wichtige Rolle.“** Demnach hatte die Agentur eine großangelegte Kampagne für den Golfkrieg, die sogenannte „Brutkastenlüge“, gefahren. Darin erzählte eine angebliche Hilfskrankenschwester unter Tränen wie irakische Soldaten ihr Krankenhaus überfielen, Babys aus den Brutkästen nahmen und zum Sterben auf den Boden legten. Die westliche Welt war schockiert. Wenig später begann der erste Krieg der USA gegen den Irak mit Hunderttausenden Toten als Folge. Später flog die Story als Lüge der PR-Profis von Hill + Knowlton auf, welche dafür 14 Millionen Dollar unter anderem von der US-Regierung erhalten haben sollen.

Barbara Vorsamer zählt weitere PR-Aktivitäten von H+K auf, die den Interessen von Regierungen, Lobbyisten und mächtigen Organisationen dienen. Sie resümiert: „Nach so einem Skandal sollte eigentlich niemand mehr irgendeiner Aussage trauen, bei der Hill + Knowlton auch nur im Entferntesten die Finger im Spiel haben. Aber die Kommunikationsprofis agieren unauffällig und haben sich besonders auf heikle Jobs und zwielichtige Kunden spezialisiert.

Nun ist Hill + Knowlton erneut für eine mächtige Organisation - die WHO - unterwegs. Ihr Job ist es, Strategien zu entwickeln, um die Pandemie-Botschaften der WHO global wirksam zu festigen. So könne dies zum Beispiel über **„prominente Influencer“**, also Beeinflusser, geschehen.

Wie das ganz praktisch aussehen könnte, zeigt eine vom Bundesgesundheitsministerium gefahrene Impfkampagne „Deutschland krempelt die Ärmel hoch“. Darin zeigen sich Promis wie Talkmaster Günther Jauch oder Schauspielerin Uschi Glas direkt nach der Impfung mit hochgekrempeltem Ärmel und Pflaster am Arm. Tatsächlich hatte bei beiden jedoch keine Impfung stattgefunden. Es handelte sich um eine reine PR-Kampagne mit Promis, diesmal der Agentur Scholz & Friends.

Wie sehr Worte unser Denken und Handeln beeinflussen, hebt auch der Schweizer Historiker Dr. Daniele Ganser hervor, welcher den Einfluss von Propaganda auf die Völker erforscht. Sein Fazit lautet: „Je öfter wir Dinge hören, desto mehr prägen sie sich ein, egal ob sie wahr sind oder nicht.“ **Dr. Ganser ruft daher zu Achtsamkeit im eigenen Medienverhalten auf. Er empfiehlt, sich von Angstgefühlen und Schlagzeilen weder schrecken noch betören und somit lenken zu lassen, sondern sich in verschiedenen Medien zu informieren und dabei die eigenen Gedanken und Gefühle zu beobachten.**

von ag./rw.

---

#### Quellen:

#### **Süddeutsche Zeitung: „PR-Agentur Hill+ Knowlton: Schmutzige Sprechblasen“ von Barbara Vorsamer; 21. Mai 2010**

<https://www.sueddeutsche.de/politik/pr-agentur-hill-knowlton-schmutzige-sprechblasen-1.179920>

#### **Süddeutsche Zeitung: „Schmutzige Sprechblasen“ von Barbara Vorsamer; 21. Mai 2010**

#### **Vorhaben der PR-Agentur**

<https://efile.fara.gov/docs/3301-Exhibit-AB-20200714-38.pdf>

<https://dailycaller.com/2020/07/17/world-health-organization-coronavirus-celebrity-influencers/>

#### **Fake-Kampagne mit Günther Jauch und Uschi Glas**

<https://reitschuster.de/post/warum-uschi-glas-in-den-rechten-arm-geimpft-und-ihr-pflaster-am-linken-arm-hatte/>

<https://reitschuster.de/post/pr-gau-nur-einer-der-teilnehmer-an-spahns-impf-reklame-kampagne-wirklich-geimpft/>

<https://reitschuster.de/post/pr-desaster-fuer-spahn-impf-reklame-mit-fake-bild/>

<https://reitschuster.de/post/manipulieren-mit-farben-mit-welchen-tricks-die-ard-angst-schuert/>

#### **Daniele Ganser:**

<https://www.kla.tv/15231> „Können wir den Medien vertrauen?“

Vortrag in Basel vom 3. März 2018: „Können wir den Medien vertrauen?“

<https://www.kla.tv/17890> „Propaganda - effektvolle Manipulation“

Vortrag Daniele Ganser: „Propaganda - Wie unsere Gedanken und Gefühle gelenkt werden“ vom 12.4.2020

<https://www.youtube.com/watch?v=ooM3rrBoiBA>

---

**Das könnte Sie auch interessieren:**

#WHO - [www.kla.tv/WHO](http://www.kla.tv/WHO)

#Coronavirus - Covid-19 - [www.kla.tv/Coronavirus](http://www.kla.tv/Coronavirus)

#Medienkommentar - [www.kla.tv/Medienkommentare](http://www.kla.tv/Medienkommentare)

---

**Kla.TV – Die anderen Nachrichten ... frei – unabhängig – unzensiert ...**



- was die Medien nicht verschweigen sollten ...
- wenig Gehörtes vom Volk, für das Volk ...
- tägliche News ab 19:45 Uhr auf [www.kla.tv](http://www.kla.tv)

Dranbleiben lohnt sich!

Kostenloses Abonnement mit wöchentlichen News per E-Mail erhalten Sie unter: [www.kla.tv/abo](http://www.kla.tv/abo)

---

**Sicherheitshinweis:**

Gegenstimmen werden leider immer weiter zensiert und unterdrückt. Solange wir nicht gemäß den Interessen und Ideologien der Systempresse berichten, müssen wir jederzeit damit rechnen, dass Vorwände gesucht werden, um Kla.TV zu sperren oder zu schaden.

**Vernetzen Sie sich darum heute noch internetunabhängig!**

Klicken Sie hier: [www.kla.tv/vernetzung](http://www.kla.tv/vernetzung)

---

Lizenz:  *Creative Commons-Lizenz mit Namensnennung*

Verbreitung und Wiederaufbereitung ist mit Namensnennung erwünscht! Das Material darf jedoch nicht aus dem Kontext gerissen präsentiert werden. Mit öffentlichen Geldern (GEZ, Serafe, GIS, ...) finanzierte Institutionen ist die Verwendung ohne Rückfrage untersagt. Verstöße können strafrechtlich verfolgt werden.