

PRESSEINFORMATION

Schleichwerbung im Fernsehen**PR-Rat rügt Hasseröder und Deutsche Sporthilfe – Mahnung für Techem**

Berlin, 25.10.2010 **Nach umfangreichen Recherchen spricht der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) Rügen gegen die Brauerei Hasseröder und die Deutsche Sporthilfe wegen Schleichwerbung in Zusammenarbeit mit dem ehemaligen Sportschef des Mitteldeutschen Rundfunks (MDR) Wilfried Mohren aus. Im gleichen Zusammenhang wird die Techem GmbH gemahnt, künftig keine geschäftlichen Beziehungen mit Medienvertretern einzugehen, die zugleich Einfluss auf die redaktionelle Berichterstattung über Belange des Unternehmens haben.**

Zwischen 1997 und 2005 soll der ehemalige MDR-Sportchef insgesamt rund 330.000 EUR erhalten haben, für die er als Gegenleistung Platzierungen im Programm der ARD (MDR) veranlasst haben soll. Dafür wurde Mohren 2009 vor dem Landgericht Leipzig zu zwei Jahren Haft auf Bewährung und einer Geldbuße verurteilt.

Den Ermittlungen der Staatsanwaltschaft zufolge hat Mohren dafür gesorgt, dass der Name „Hasseröder“ häufiger im Programm des MDR genannt wurde und das Logo der Brauerei prominent zu sehen war. Von Techem gesponserte Sportler sollen bevorzugt als Studiogäste eingeladen worden sein.

Positiv bewertete der DRPR die Auskunftsbereitschaft der Muttergesellschaft von Hasseröder, die im fraglichen Zeitraum noch nicht Eigentümerin der Brauerei war, und die Tatsache, dass der Getränkekonzern nach eigenem Bekunden „sehr strenge Richtlinien“ befolgt, „so dass ein solches Verhalten heute nicht mehr denkbar wäre.“

Mohren wurde außerdem für drei Jahre als „Medienbotschafter“ von der Deutschen Sporthilfe engagiert und mit insgesamt 45.000 EUR bezahlt. Diese Doppelrolle als PR-Berater für TV-Angelegenheiten der Sporthilfe und

ANSCHRIFT

Marienstraße 24
D-10117 Berlin

TELEFON
(030) 8 04 09 733

TELEFAX
(030) 8 04 09 734

E-MAIL
drpr@dprg.de

INTERNET
<http://www.drpr-online.de>

Vorsitzender Richard Gaul **Stellvertretender Vorsitzender** Matthias Rosenthal

Mitglieder Prof. Dr. phil. Günter Bentele Stephan M. Cremer Uwe Dolderer Dr. Thomas Gauly Dr. Alexander Güttler
Heiko Kretschmer Josef Leis Hans-Peter Maier Gernot Mantz Ulrich Nies Manfred Pwinger Monika Prött
Dr. Michael Reuter, LL.M Helmut von Stackelberg Dr. Roland Stahl **Ehrenvorsitzender** Dr. Horst Avenarius



als maßgebender Fernsehjournalist führte nach Ansicht des DRPR beinahe zwangsläufig zu Schleichwerbung, selbst wenn die beteiligten Personen dies ursprünglich nicht beabsichtigt haben sollten.

Ausdrücklich positiv hebt der Rat in seinem Spruch hervor, dass die Deutsche Sporthilfe schon ab 2005 vielfältige strukturelle Veränderungen getroffen hat, um derartige Vorgänge für die Zukunft auszuschließen. Dies konnte die Sporthilfe im Zuge des Verfahrens sehr glaubhaft vermitteln.

Im Zusammenhang mit diesem Ratsspruch hat der DRPR aufmerksam die Gründung der Agentur United Professionals Agency GmbH von Moderator Johannes B. Kerner, Medienunternehmer Werner Klatten, Joachim Hunold, Geschäftsführer Air Berlin, und Tonio Kröger, Geschäftsführer der Werbeagentur DDB verfolgt. Der PR-Rat weist bei dieser Gelegenheit darauf hin, dass dieses Geschäftsmodell Gefahr läuft, ähnliche Interessenkonflikte zu provozieren. Insbesondere die Beteiligung an der Agentur People Brand Management, die vor allem Sportler als Werbeträger vermittelt, gibt Anlass zu Bedenken. Die journalistische Unabhängigkeit bei Berichten über diese Sportler muss gewahrt werden. Daher begrüßt der PR-Rat den vollständigen Rückzug von Johannes B. Kerner aus diesem fraglichen Geschäftsmodell.

Den vollständigen Ratsspruch sowie die detaillierte Fallschilderung entnehmen Sie bitte dem Anhang.

Für weitere Informationen:

Matthias Rosenthal
Stellvertretender Vorsitzender des DRPR
Vorsitzender der Beschwerdekammer III: Schleichwerbung Medien
Tel. +49 208 4696-341

Über den Deutschen Rat für Public Relations:

Der Deutsche PR-Rat wurde 1987 als Organ der freiwilligen Selbstkontrolle der in Deutschland tätigen PR-Fachleute gegründet. Seine Träger sind die Deutsche Public Relations Gesellschaft e.V. (DPRG), die Gesellschaft Public Relations Agenturen e.V. (GPRA), der Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP) und die Deutsche Gesellschaft für Politikberatung e.V. (de'ge'pol). Der DRPR hat kommunikatives Fehlverhalten gegenüber der Öffentlichkeit zu ahnden und ist darin eine dem Deutschen Presserat und dem Deutschen Werberat vergleichbare Institution. Wie die anderen Räte spricht er öffentliche Rügen und Mahnungen aus, erlässt Verhaltensrichtlinien und nimmt zu kommunikativen Fehlentwicklungen in der Öffentlichkeit Stellung. Weitere Informationen: www.drpr-online.de