

PRESSEINFORMATION

PR-Rat rügt Dr. Astrid Nelke wegen verdeckter PR für Anbieter frühkindlicher Bildung in Presse und TV**Auch bei pro-bono-Projekten müssen PR-Kodizes beachtet werden ¹**

Berlin, 23.11.2010 **Dr. Astrid Nelke pries wiederholt in Talkshows und in Zeitungsartikeln eine Einrichtung für frühkindliche Bildung an – als Mutter. Den verantwortlichen Redaktionen verschwieg sie mehrfach, dass sie für das Unternehmen ehrenamtlich die Pressearbeit betreute. Aufgrund dieser bewusst durchgeführten verdeckten PR-Aktivitäten spricht der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) nach umfangreichen Recherchen eine Rüge gegen Frau Dr. Nelke aus.**

Der DRPR fand vier Artikel und drei Fernsehsendungen aus der Zeit von 2007 bis 2009, die Frau Dr. Nelke für positive Berichte über frühkindliche Bildung und den Anbieter FasTrackKids nutzte – darunter ein Artikel im *Spiegel* und ein Auftritt bei *Anne Will*. In diesen Fällen hat Frau Dr. Nelke die Redaktionen nicht aus eigenem Antrieb auf die aktuelle bzw. ehemalige Tätigkeit für den Bildungsanbieter hingewiesen. Sie ist als normale Kundin und Mutter aufgetreten. Das ist verdeckte PR.

Bemerkenswert ist, dass Frau Dr. Nelke die Fragwürdigkeit ihres Verhaltens durchaus erkannt zu haben schien, als sie zum Thema bei *hart aber fair* sprechen sollte. Sie habe aus diesem Grund andere Eltern für die Gesprächsrunde gewinnen wollen, sei dann aber doch eingesprungen, als sich niemand zu einer Teilnahme bereit erklärt habe, berichtete die Redaktion der Sendung dem DRPR. Bei nachfolgenden Presseanfragen hat sie diesen Konflikt nicht wieder thematisiert und damit offenkundig bewusst gegen Verhaltenskodizes verstoßen.

Der PR-Rat stellt abschließend fest, dass es unerheblich ist, ob eine PR-Tätigkeit pro bono oder bezahlt ausgeübt wird. In beiden Fällen gelten die einschlägigen Kodizes und Richtlinien der Kommunikationsbranche.

In diesem Zusammenhang weist der Rat auf die umfangreichen Fälle von PR ohne Hinweise auf Absender- bzw. Auftraggeber hin, die mit dem Fall

ANSCHRIFT

Marienstraße 24
D-10117 BerlinTELEFON
(030) 8 04 09 733TELEFAX
(030) 8 04 09 734E-MAIL
drpr@dprg.deINTERNET
<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**DRPR**

der Deutschen Bahn im Jahr 2009 einen vorläufigen Höhepunkt fanden. Interessierte können Details im Jahresbericht des DRPR für 2008 und 2009 nachlesen. Neben Fällen der verdeckten PR werden auch Ratsprüche aus den Bereichen „Schleichwerbung“ und „Leihbeamte“ dargestellt. Diese drei Themenkomplexe bildeten die Schwerpunkte der Ratsarbeit der letzten zwei Jahre.

¹⁾ *Die ursprünglich Überschrift „Auch im Ehrenamt müssen PR-Kodizes beachtet werden – PR-Rat rügt PR-Frau und Mutter wegen verdeckter PR für frühkindliche Bildung in Presse und TV“ hat der DRPR am 14. Januar 2011 nach berechtigter Kritik von Herrn Prof. Merten korrigiert.*

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

Den Jahresbericht 2008/2009 des Deutschen Rats für Public Relations finden Sie ebenfalls anbei.

Für weitere Informationen:

Richard Gaul
Vorsitzender des DRPR
Telefon mobil: 0171 61 21 952
E-Mail: gaul@richardgaul.de

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