

**DRPR-Verfahren 03/2013:**

**Beschwerdeausschuss Unternehmen und Markt**

**Fall: „Keksklau / Flaechenbrand-Agentur“ - Ratsbeschluss**

DRPR c/o Lehrstuhl für  
Öffentlichkeitsarbeit/PR  
Postfach 100920  
04009 Leipzig  
Tel. 0341-9735 751  
Fax 0341-9735 748  
E-Mail: info@drpr-online.de  
www.drpr-online.de

getragen von  
DPRG GPRA BDP DEGEPOL

*Leipzig, 25.11.2013*

**Zur Sachlage:**

Anfang 2013 wurde der „goldene Leibnizkeks“ von der Fassade des Firmensitzes des Gebäckherstellers Bahlsen (Hannover) von bis dato noch unbekanntem Dieben entwendet. Es folgte ein öffentlich gemachtes Erpresserschreiben, in welchem der Dieb (Pseudonym „Krümelmonster“) eine Keks-Spende an ein Kinderkrankenhaus sowie eine Spende in Höhe von 1.000 € an ein Tierheim forderte. Polizei und Staatsanwaltschaft ermittelten daraufhin wegen Diebstahls und Erpressung. Nachdem Bahlsen den Forderungen nachkam, wurde der Keks zurückgebracht. Insgesamt erregte der Vorgang ein hohes Medieninteresse. Kurz darauf bot die Wiesbadener Medienagentur „Flaechenbrand“ dem anonymen Dieb, öffentlichkeitswirksam, eine Stelle als PR-Berater an.

**Beschluss:**

Der DRPR rügt – aufgrund der eigenen Recherchen und der schriftlichen Befragung der Beteiligten – die Agentur Flaechenbrand für die zweifelhaften Methoden ihrer Eigenwerbung im Fall „Keksklau Bahlsen-Keks“. Die Agentur hat hier quasi als Trittbrettfahrer versucht, das Medieninteresse einer im Grunde kriminellen Handlung zu nutzen.

Vorsitzender  
Prof. Dr. Günter Bentele

Stellvertretender Vorsitzender  
Matthias Rosenthal

Ehrenvorsitzender  
Dr. Horst Avenarius

Mitglieder  
Stephan M. Cremer  
Dr. Alex Föller  
Prof. Dr. Alexander Güttler  
Dr. Frank Herkenhoff  
Volker Knauer  
Heiko Kretschmer  
Josef Leis  
Tobias Mündemann  
Ulrich Nies  
Manfred Piwinger  
Monika Prött  
Dr. Jörg Schillinger  
Katrin Träger  
Axel Wallrabenstein  
Cornelius Winter

Gleichzeitig wurde die Agentur ermahnt, bei zukünftigen PR-Aktionen die geltenden PR-Kodizes zu beachten, um dem Ansehen des Berufstandes der Public Relations-Fachleute nicht zu schaden.

**Begründung:**

Das Anwerben von neuen PR-Fachkräften, die in eine Straftat verwickelt sind, schadet dem Ruf der Public Relations-Branche, selbst wenn es sich um eine vermeintlich ironische PR-Aktion handelt. Dabei ist es völlig irrelevant, ob es sich bei der beschuldigten Agentur um eine Werbe- oder PR-Agentur handelt. Vorhaben und Aktionen dieser Art verstoßen gegen Art. 12 des Deutschen Kommunikationskodex und Art. 18 und 19 des Code de Lisbonne.

**Deutscher Kommunikationsindex:**

*Loyalität*

(12) PR- und Kommunikationsfachleute verhalten sich gleichermaßen loyal gegenüber ihrem Berufsstand. Sie sind sich dessen bewusst, dass Verstöße gegen rechtliche oder ethische Normen die Arbeitsgrundlagen ihres Berufsfelds untergraben und seinem Ansehen schaden.

**Code de Lisbonne:**

*Gegenüber dem Berufsstand*

Artikel 18

Public Relations-Fachleute haben sich jeder Verhaltensweise zu enthalten, die dem Ansehen ihres Berufsstandes schaden könnte. Insbesondere dürfen sie der Deutschen Public Relations Gesellschaft, ihrer Arbeit und ihrem Ansehen keinen Schaden zufügen, sei es durch böswillige Angriffe oder durch Verstöße gegen ihre Statuten und Reglemente.

#### Artikel 19

Die Wahrung des Ansehens des Berufsstandes ist ein Pflichtgebot für alle Public Relations-Fachleute. Sie sind nicht nur verpflichtet, den Kodex selbst einzuhalten, sondern auch:

- a) beizutragen, dass der Kodex möglichst weit verbreitet sowie besser bekannt und verstanden wird;
- b) alles in ihrer Macht stehende zu unternehmen, um sicherzustellen, dass die Entscheidungen dieser Disziplinarstelle über die Anwendung des Kodex befolgt und dass verhängte Sanktionen durchgesetzt werden. Public Relations-Fachleute, die einen Verstoß gegen den Kodex zulassen, verstoßen dadurch selbst gegen den Kodex.