

## PRESSEINFORMATION

des Deutschen Rats für Public Relations (DRPR)

### **DRPR verabschiedet neu aufgelegte Online-Richtlinie**

**Leipzig, 02. Oktober 2017 – Der Deutsche Rat für Public Relations hat in seiner jüngsten Ratssitzung eine stark überarbeitete Richtlinie zu PR in digitalen Medien und Netzwerken verabschiedet. Neben Stellungnahmen zu Fake-News, Social Bots und Influencer Marketing wurde die Online-Richtlinie im Bereich der Absendertransparenz geschärft.**

Der Deutsche Rat für Public Relations reagiert mit der Neuauflage der erstmals im Jahr 2010 verabschiedeten Richtlinie zu PR in digitalen Medien und Netzwerken auf aktuelle Herausforderungen der digitalen Kommunikation: Die Vielzahl der Akteure in der öffentlichen Meinungsbildung hat sich deutlich erhöht. Dabei sind Identität und berufliche Interessen der Absender häufig nicht offensichtlich. Nach der neuen DRPR Online-Richtlinie muss daher der originäre Absender der Botschaften auch z.B. auf semiprofessionellen oder von Privatpersonen betriebenen Plattformen (z.B. im „Influencer-Marketing“) jederzeit erkennbar sein.

Die Online-Richtlinie umfasst zudem eine Neuregelung zu Satellitenseiten: Unternehmen bieten immer häufiger Content nicht nur auf der eigenen Homepage, sondern auf unterschiedlichen, oft themenbezogenen Webseiten an. Hier reicht es nicht, dass der Absender über ein Corporate Design oder die Nennung im Impressum zu erkennen ist. Dieser muss immer auf der ersten Seite ohne weiteres Scrollen zu identifizieren sein.

Außerdem spricht sich der DRPR in der Online-Richtlinie explizit gegen das Verbreiten von Fake-News aus. Dies gilt unabhängig davon, ob diese wieder korrigiert werden oder nicht. Der Einsatz meinungsmanipulierender Social-Bots ist in der Sicht des DRPR unvereinbar mit den Grundsätzen verantwortungsbewusster Öffentlichkeitsarbeit. Der DRPR vertritt hier den Standpunkt, dass hinter jeder öffentlich vorgetragenen Meinung auch ein Mensch stehen muss.

Mit der Neuauflage der Online-Richtlinie zeigt der Deutsche Rat für Public Relations ein verbindliches Regelwerk für alle Personen auf, die die Interessen von Organisationen in Medien und Netzwerken professionell vertreten. Die Richtlinie schließt ausdrücklich Privatpersonen ein, die für ihre Kommunikationsaktivitäten durch Zahlungen oder Sachleistungen vergütet werden. Der DRPR leistet somit einen wichtigen Beitrag zu Verhaltenskodizes in der digitalen, partizipativen Kommunikation.

Die vollständige Neuauflage der DRPR-Richtlinie zu PR in digitalen Medien und Netzwerken finden Sie [hier](#) zum Download.

## KONTAKT

Geschäftsstelle des Deutschen Rates  
für Public Relations  
c/o Prof. Dr. Günter Bentele  
Institut für KMW, Universität Leipzig  
Postfach 100920  
04009 Leipzig  
Tel. 0341-9735 751  
Fax 0341-9735 049  
E-Mail: [info@drpr-online.de](mailto:info@drpr-online.de)  
[www.drpr-online.de](http://www.drpr-online.de)

getragen von  
DPRG GPRA BDP de'ge'pol  
Trägerverein des Deutschen  
Rates für Public Relations e.V.  
Leipziger Platz 15  
10117 Berlin  
Vorsitzender Uwe Kohrs  
Stellv. Prof. Dr. Alexander Güttler  
Vereinsregister Berlin VR 31817 B

## ERKLÄRUNG

### *Erklärung zum Selbstverständnis und zur Arbeitsweise des DRPR*

*Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) ist das Organ der freiwilligen Selbstkontrolle für das Berufsfeld Public Relations. Der Rat wird rechtlich und ideell von der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) e.V., dem Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP) e.V., der Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA) und der Deutschen Gesellschaft für Politikberatung e.V. (de'ge'pol) im Trägerverein des Deutschen Rates für Public Relations e.V. getragen.*

*Ratsmitglieder sind Branchenexperten aus Unternehmen, Verbänden, Agenturen und anderen Organisationen. Die Arbeit des Rats basiert auf dem Deutschen Kommunikationskodex und anderen, aktuellen Kodizes. Der DRPR handelt in Verantwortung gegenüber dem gesamten Berufsfeld. Die Ratsmitglieder arbeiten unabhängig und sind nur sich selbst und ihrem Gewissen verpflichtet.*

*Die primäre Aufgabe des DRPR ist es, Missstände und Fehlverhalten bei der Kommunikation mit Öffentlichkeiten zu benennen und gegebenenfalls zu rügen. Der DRPR bearbeitet dabei alle Fälle, die in Form von Beschwerden an ihn herangetragen werden oder die er (z.B. aufgrund von Medienberichterstattung) in Eigeninitiative an sich zieht. Der Rat behält sich vor, Fehlentwicklungen in der Branche aktiv anzusprechen und sich ggf. mit öffentlichen Stellungnahmen in die Diskussion einzumischen.*

*Hat der Rat einen Fall zur Bearbeitung angenommen, wird immer der aktuelle Sachstand zum Thema nach der jeweiligen Quellenlage recherchiert. Alle daran beteiligten Organisationen oder Einzelpersonen werden um Stellungnahmen zu den Beschwerden gebeten. In Einzelfällen und bei besonders komplexen Themen erfolgt eine mündliche Anhörung im Rat. Im Anschluss daran bildet sich der Rat eine Meinung und entscheidet mehrheitlich. Wenn eine Rüge oder eine Mahnung ausgesprochen wird, so geschieht dies als wohlbegründete Meinungsäußerung und darf nicht mit dem Urteil eines Gerichtes verwechselt werden.*