

GETRAGEN VON DPRG GPRA BDP
 ANSCHRIFT: UNTER DEN EICHEN 128 D-12203 BERLIN
 TELEFON: (030) 8 04 09 733 TELEFAX: (030) 8 04 09 734
 E-MAIL: DRPR@DPRG.DE INTERNET: HTTP://WWW.DRPR-ONLINE.DE

**PRESSE
 INFORMATION**

Letzte Rügen zu den Schleichwerbungsfällen bei SAT 1

Berlin, 21. Februar 2007. Sechs Rügen und einen Freispruch verkündete heute der Deutsche Rat für Public Relations nach seiner letzten Aufarbeitung der Schleichwerbungsvorfälle in SAT 1. Dabei wurde erneut dreimal die vermittelnde PR-Agentur Connect-TV gerügt. Ihre Kunden waren die WWK Lebensversicherung a.G., MCM Klosterfrau Vertriebsgesellschaft für pharmazeutische und kosmetische Produkte und die W. Spitzner Arzneimittelfabrik GmbH.

Freigesprochen wurde der AOK-Bundesverband, da es sich bei seinen Finanzbeiträgen für die „Tipps vom Morning Doc“ bei SAT 1 um Sponsoringaufträge handelte, worauf am Anfang und Ende der Sendungen hingewiesen wurde. Diese Sendungen wurden nicht von Connect-TV vermittelt; sie enthielten auch keine Hinweise auf den Sponsor.

Im einzelnen ergingen folgende Ratsprüche:

Rügen gegen die WWK Lebensversicherung a.G. und gegen Connect-TV

Unter dem Titel „20.000 Euro für einen Experten-Auftritt“ berichtete die Süddeutsche Zeitung (SZ) am 14.10.2005 über „die Finanzbranche und ihre Schleichwerbung im Fernsehen“. Unter anderem wird in dem Artikel die WWK Lebensversicherung a. G. mit Sitz in München genannt. Bis 2005 soll die WWK für bis zu vier Beiträge pro Quartal jeweils 20.000 EUR pro Beitrag an den Vermittler Connect-TV gezahlt haben.

Die WWK nimmt auf Anfrage des DRPR zu dem Fall Stellung. Die Leiterin der WWK-Öffentlichkeitsarbeit Ursula Schwarz betont, „über die Firma Connect-TV ausschließlich die Zweitverwertungsrechte an dem

GETRAGEN VON DPRG GPRA BDP
 ANSCHRIFT: UNTER DEN EICHEN 128 D-12203 BERLIN
 TELEFON: (030) 8 04 09 733 TELEFAX: (030) 8 04 09 734
 E-MAIL: DRPR@DPRG.DE INTERNET: HTTP://WWW.DRPR-ONLINE.DE

**PRESSE
 INFORMATION**

Filmmaterial für interne Zwecke erworben“ zu haben. Die Berichte selbst seien „aufgrund guter Kontakte, die sich die WWK aufgrund proaktiver Pressearbeit mit SAT.1 erarbeitet hat“, entstanden. Auf weitere detaillierte Fragen des DRPR geht Frau Schwarz in Ihrer Antwort an den Rat nicht ein.

Das Urteil

Der DRPR geht davon aus, dass die seitens WWK gezahlten Beträge in weit überwiegendem Maße für die getarnte Platzierung ihrer Themen und Experten gezahlt wurden und damit der Tatbestand unzulässiger Schleichwerbung gegeben ist.

Schleichwerbung stellt eine unzulässige Form der Zuschauerbeeinflussung dar. Sie ist nicht nur durch die Rundfunkstaatsverträge verboten. Auch der PR-Code de Lisbonne (Art. 4) und eine Verhaltensrichtlinie des DRPR zu Schleichwerbung und Product Placement gebieten offene und leicht als solche erkennbare Werbemaßnahmen.

Der DRPR spricht gegen die WWK wegen der nicht transparenten Platzierungen von Themen und Experten auf SAT.1 eine offizielle Rüge aus.

Die vermittelnde Agentur Connect-TV hatte die beraterische Verantwortung. Ihr Verhalten rügt der Rat daher ebenfalls ausdrücklich.

Die Urteilsbegründung

Da das Geld für den Rechteerwerb ausschließlich für Sendungen mit Beteiligung von WWK-Experten gezahlt wurde, geht der Rat davon aus, dass beiden Vorgängen, nämlich der Bereitstellung von inhaltlichen und

GETRAGEN VON DPRG GPRA BDP
 ANSCHRIFT: UNTER DEN EICHEN 128 D-12203 BERLIN
 TELEFON: (030) 8 04 09 733 TELEFAX: (030) 8 04 09 734
 E-MAIL: DRPR@DPRG.DE INTERNET: HTTP://WWW.DRPR-ONLINE.DE

**PRESSE
 INFORMATION**

personellen Ressourcen einerseits sowie dem Erwerb der Zweitverwertungsrechte andererseits ein gemeinsamer Geschäftswille zugrunde lag. Beide Vorgänge waren kausal miteinander verknüpft. Ein Vorgang hätte ohne den jeweils anderen nicht stattgefunden.

Mit den genannten Summen von 20.000 EUR pro Beitrag für bis zu vier Beiträge pro Quartal hat die WWK erhebliche Mittel aufgewendet. Dass dieses Geld ausschließlich für interne Zweitverwertungsrechte ausgegeben wurde, ist für den Rat nicht glaubwürdig.

Gegenüber der Süddeutschen Zeitung hatte Frau Schwarz vor dem Hintergrund der öffentlich gewordenen Schleichwerbefälle im Fernsehen bereits selbst den Zweifel geäußert, „ob solche Kooperationen ‚aktuell noch machbar‘ seien.“

Der Sender SAT.1 ist für sein Fehlverhalten öffentlich bestraft worden. Alleine kann er aber nicht schuldig gewesen sein. Die WWK und die übrigen Geschäftspartner des Senders wurden spätestens mit dem Urteil der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland-Pfalz (LMK) darüber informiert, dass die fraglichen Geschäftspraktiken mit SAT.1 unzulässig waren. Die WWK hätte sich nachträglich davon distanzieren können.

Auf den o. g. Artikel in der Süddeutschen Zeitung hat die WWK nicht reagiert. Wären die Vorwürfe in dem Beitrag unhaltbar, hätte der AWD der Redaktion zumindest seine Sicht der Vorgänge mitteilen, wenn nicht sogar auf eine Korrektur drängen können.

Bezüglich der in Locarno residierenden, bis 2003 aber vornehmlich in Deutschland tätigen Connect TV verweist der PR-Rat auf sein Urteil vom

GETRAGEN VON DPRG GPRA BDP
 ANSCHRIFT: UNTER DEN EICHEN 128 D-12203 BERLIN
 TELEFON: (030) 8 04 09 733 TELEFAX: (030) 8 04 09 734
 E-MAIL: DRPR@DPRG.DE INTERNET: HTTP://WWW.DRPR-ONLINE.DE

**PRESSE
 INFORMATION**

18.12.06. Zum Zeitpunkt der Platzierungen stand diese Agentur unter der Leitung der deutschen Staatsbürger Wolfgang Overthun und Hans-Joachim Müller und der Österreicherin Michaela Wölfler.

Rügen gegen MCM Klosterfrau Vertriebsgesellschaft für pharmazeutische und kosmetische Produkte und gegen Connect-TV

Unter dem Titel „Die Tessin-Connection“ berichtete die Süddeutsche Zeitung (SZ) am 28.9.2005 über 17 Fernsehbeiträge, die die PR-Agentur Connect -TV gemeinsam mit MCM Klosterfrau, einer Vertriebsgesellschaft für pharmazeutische und kosmetische Produkte, gestaltete. Pro Beitrag wurden rund 20.000 EUR an Connect-TV gezahlt, die davon jeweils 50 % als Gegenleistung für die Ausstrahlung an den Sender SAT.1 weiterreichte.

Die Geschäftsführung des Hauses Klosterfrau gab auf Nachfrage des Rates an, Zahlungen für den Erwerb der Nutzungsrechte an Fernsehbeiträgen gezahlt zu haben. Einen konkreten Einfluss auf die Sendebeträge sei nicht genommen. Die Firma habe nur bei Rückfragen der SAT.1-Redakteure detailliertere Kommentare zu ihren eingesandten Presseunterlagen gegeben. Auch habe die Firma bis zum Zeitpunkt der Ratsrecherche angenommen, dass die „Zweitverwertungsrechte“ bei Connect-TV lagen.

Das Urteil

Der DRPR sieht hier den Tatbestand unzulässiger Schleichwerbung als gegeben an.

Schleichwerbung stellt eine unzulässige Form der Zuschauerbeeinflussung dar. Sie ist nicht nur durch die Rundfunkstaatsverträge verboten. Auch

GETRAGEN VON DPRG GPRA BDP
 ANSCHRIFT: UNTER DEN EICHEN 128 D-12203 BERLIN
 TELEFON: (030) 8 04 09 733 TELEFAX: (030) 8 04 09 734
 E-MAIL: DRPR@DPRG.DE INTERNET: HTTP://WWW.DRPR-ONLINE.DE

**PRESSE
 INFORMATION**

der PR-Code de Lisbonne (Art. 4) und eine Verhaltensrichtlinie des DRPR zu Schleichwerbung und Product Placement gebieten offene und leicht als solche erkennbare Werbemaßnahmen.

Der DRPR spricht gegen die MCM Klosterfrau Vertriebsgesellschaft mbH wegen der nicht transparenten Platzierungen firmenbezogener Themen auf SAT.1 eine offizielle Rüge aus.

Die vermittelnde Agentur Connect-TV hat im vorliegenden Fall die erkennbare Unerfahrenheit des Hauses Klosterfrau im Umgang mit TV-Verwertungsrechten ausgenutzt. Sie trifft hier eine besondere Schuld. Ihr Verhalten rügt der Rat daher mit Nachdruck.

Die Urteilsbegründung

In dem oben angeführten SZ-Artikel vom 28.9.05. wird aus Rechnungen von Connect-TV an Klosterfrau, die der SZ-Redaktion vorliegen, zitiert: „Rechnung: über Leistung TV-Projekt SAT.1, Thema Erkältung / Nasik“. Die Geschäftsmodelle des TV-Vermittlers Connect-TV mit seinen Partnern glichen sich bis hin zum Honorar pro Einzelsendung. Sie wurden im Bericht der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland Pfalz vom 21.12.2005 detailliert beschrieben: Die Beiträge „durften redaktionell nicht weiter bearbeitet werden und die Sendetermine für ihre Ausstrahlung wurden ebenfalls von den Agenturen vorgegeben.“ SAT-1 erhielt wie von den anderen Geschäftspartnern der Connect-TV nachweisbar annähernd 50% der Honorare des Hauses Klosterfrau (einmal allerdings nur 20.000 EUR von gezahlten 45.000 EUR).

Bemerkenswert ist die Auskunft der Firma im Hinblick auf die erworbenen, aber offensichtlich keineswegs ausgenutzten Zweit-

GETRAGEN VON DPRG GPRA BDP
 ANSCHRIFT: UNTER DEN EICHEN 128 D-12203 BERLIN
 TELEFON: (030) 8 04 09 733 TELEFAX: (030) 8 04 09 734
 E-MAIL: DRPR@DPRG.DE INTERNET: HTTP://WWW.DRPR-ONLINE.DE

**PRESSE
 INFORMATION**

verwertungsrechte: Sie seien intern umstritten gewesen. Es schien völlig offen gewesen zu sein, „ob derartige Beiträge für Außen- und Innendienstmotivation, Messe-Darstellungen etc als sinnvolle Maßnahmen angesehen werden können.“ Für den PR-Rat folgt daraus, dass der Erwerb dieser Rechte kein primäres Anliegen der Firma bei der Kooperation mit dem TV-Sender war. Er vermutet, dass dies in den anderen von ihm gerügten Fällen nicht viel anders war.

Der Sender SAT.1 ist für sein Fehlverhalten öffentlich bestraft worden. Alleine kann er aber nicht schuldig gewesen sein. Auch die mit ihm kooperierende Agentur Connect-TV wird nicht ohne Zustimmung ihrer Geschäftspartner gehandelt haben.

Das Haus Klosterfrau ist von dem beanstandeten Verhalten abgerückt. Es gab an, sich künftig an die Richtlinien des PR-Rates über Produkt Placement und Schleichwerbung zu halten.

Bezüglich der in Locarno residierenden, bis 2003 aber vornehmlich in Deutschland tätigen Connect-TV verweist der PR-Rat auf sein Urteil vom 18.12.06. Zum Zeitpunkt der Platzierungen stand diese Agentur unter der Leitung der deutschen Staatsbürger Wolfgang Overthun und Hans-Joachim Müller und der Österreicherin Michaela Wölfler.

Rügen gegen W. Spitzner Arzneimittelfabrik GmbH und gegen Connect-TC

Ein Artikel der Online-Ausgabe der Süddeutschen Zeitung (SZ) vom 29.09.2005 hatte die Kooperation der W. Spitzner Arzneimittelfabrik GmbH mit dem SAT 1-Frühstücksfernsehen zum Gegenstand. Darin wurde beschrieben, wie der Beitrag „Reiseapotheke“ zwischen der Firma und

GETRAGEN VON DPRG GPRA BDP
 ANSCHRIFT: UNTER DEN EICHEN 128 D-12203 BERLIN
 TELEFON: (030) 8 04 09 733 TELEFAX: (030) 8 04 09 734
 E-MAIL: DRPR@DPRG.DE INTERNET: HTTP://WWW.DRPR-ONLINE.DE

**PRESSE
 INFORMATION**

dem TV-Vermittler im Detail abgesprochen wurde. Ein von der Firma vertriebenes Wurzelextrakt wurde ausführlich dargestellt. Der mit der Produktion beauftragte Fernsehjournalist hatte die Firma auch um ihr „Einverständnis“ für den von SAT 1 geplanten Sendetermin gebeten. Ausweislich der Inkasso-Listen des Vermittlers Connect TV zahlte Spitzner dafür 20.000 EUR.

Ein von Spitzner beauftragter Rechtsanwalt beantwortete die Bitte des DRPR um Bestätigung oder Richtigstellung der geschilderten Sachverhalte nur cursorisch. Die Firma habe Informationen zur Verfügung gestellt und es den Medien freigestellt, diese aufzugreifen. Einflussnahmen hätten nicht bestanden.

Das Urteil

Der DRPR sieht keine Veranlassung, an den von der Firma geleisteten Zahlungen zu zweifeln, zumal sie von ihr nicht ausdrücklich in Abrede gestellt wurden. Er sieht daher den Tatbestand unzulässiger Schleichwerbung als gegeben an.

Schleichwerbung stellt eine unzulässige Form der Zuschauerbeeinflussung dar. Sie ist nicht nur durch die Rundfunkstaatsverträge verboten. Auch der PR-Code de Lisbonne (Art. 4) und eine Verhaltensrichtlinie des DRPR zu Schleichwerbung und Product Placement gebieten offene und leicht als solche erkennbare Werbemaßnahmen.

Der DRPR spricht gegen W. Spitzner Arzneimittelfabrik GmbH wegen der nicht transparenten Platzierungen von Themen und Experten auf SAT.1 eine offizielle Rüge aus.

GETRAGEN VON DPRG GPRA BDP
 ANSCHRIFT: UNTER DEN EICHEN 128 D-12203 BERLIN
 TELEFON: (030) 8 04 09 733 TELEFAX: (030) 8 04 09 734
 E-MAIL: DRPR@DPRG.DE INTERNET: HTTP://WWW.DRPR-ONLINE.DE

**PRESSE
 INFORMATION**

Die vermittelnde Agentur Connect-TV trifft wegen ihrer beraterischen Verantwortung eine besondere Schuld. Ihr Verhalten rügt der Rat daher ebenfalls ausdrücklich.

Die Urteilsbegründung

Die Geschäftsmodelle des TV-Vermittlers Connect-TV mit seinen Partnern glichen sich bis hin zum Honorar pro Einzelsendung. Sie wurden im Bericht der Landeszentrale für Medien und Kommunikation Rheinland Pfalz vom 21.12.2005 detailliert beschrieben: Die Beiträge „durften redaktionell nicht weiter bearbeitet werden und die Sendetermine für ihre Ausstrahlung wurden ebenfalls von den Agenturen vorgegeben.“ SAT 1 erhielt wie von den anderen Geschäftspartnern der Connect-TV vermutlich ebenfalls 50% der Honorare der Spitzner Arzneimittelfabrik GmbH.

Der Sender SAT.1 ist für sein Fehlverhalten öffentlich bestraft worden. Alleine kann er aber nicht schuldig gewesen sein. Auch die mit ihm kooperierende Agentur Connect TV wird nicht ohne Zustimmung ihrer Geschäftspartner gehandelt haben.

Bezüglich der in Locarno residierenden, bis 2003 aber vornehmlich in Deutschland tätigen Connect TV verweist der PR-Rat auf sein Urteil vom 18.12.06. Zum Zeitpunkt der Platzierungen stand diese Agentur unter der Leitung der deutschen Staatsbürger Wolfgang Overthun und Hans-Joachim Müller und der Österreicherin Michaela Wölfler.

Für weitere Informationen: Matthias Rosenthal

Vorsitzender der Beschwerdekammer III
 DRPR-Geschäftsstelle, Tel. (0228) 620 92 897 oder 0170 – 433 88 04

Der Deutsche Rat für Public Relations wird getragen von der Deutschen Gesellschaft für Public Relations (DPRG), der Gesellschaft der Public Relations Agenturen (GPRA) und dem Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP). Er hat kommunikatives Fehlverhalten gegenüber Öffentlichkeiten zu ahnden und ist darin eine dem Deutschen Presserat und dem Deutschen Werberat vergleichbare Institution der freiwilligen Selbstkontrolle. Wie die anderen Räte spricht er öffentliche Rügen und

DEUTSCHER RAT FÜR PUBLIC RELATIONS

GETRAGEN VON DPRG GPRA BDP

ANSCHRIFT: UNTER DEN EICHEN 128 D-12203 BERLIN

TELEFON: (030) 8 04 09 733 TELEFAX: (030) 8 04 09 734

E-MAIL: DRPR@DPRG.DE INTERNET: HTTP://WWW.DRPR-ONLINE.DE

PRESSE INFORMATION

Mahnungen aus, erläßt Verhaltensrichtlinien und nimmt zu kommunikativen Fehlentwicklungen in der Öffentlichkeit Stellung. Grundlage seiner Beurteilung über Vorgänge der Finanzkommunikation sind die Vorschriften des Wertpapierhandelsgesetzes und die Kriterien der PR-Ratsrichtlinie zur ordnungsmäßigen Ad-hoc-Publizität, die im November 2003 vorgestellt und 2005 den Rechtsänderungen entsprechend aktualisiert wurde.

VORSITZENDER: DR. HORST AVENARIUS - STELV. VORSITZENDE: JÜRGEN PITZER - MATTHIAS ROSENTHAL
MITGLIEDER: PROF. DR. PHIL. GÜNTER BENTELE-STEPHAN M. CREMER-THOMAS ELLERBECK-DR. THOMAS GAULY LARS
GROBKURTH-KLAUS-PETER JOHANSSEN-HANS-PETER MAIER-ULRICH NIES-MANFRED PIWINGER
MONIKA PRÖTT-DR. LL.M. MICHAEL REUTER-DIETRICH SCHULZE VAN LOON-HEIKE ZIRDEN

The logo for the Deutscher Rat für Public Relations (DRPR) consists of the letters 'DRPR' in a bold, black, sans-serif font. The 'D' and 'R' are significantly larger and more prominent than the 'P' and 'R'.