

## Pressespiegel

zur Pressemeldung vom 28. November 2013

Ratsbeschluss 03/2013 „Keksklau/  
Flächenbrand“

Ratsbeschluss 07/2013 „Platoon/ arte“

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](mailto:info@drpr-online.de)  
[www.drpr-online.de](http://www.drpr-online.de)

getragen von  
DPRG GPRA BDP DEGEPOL

Vorsitzender  
Prof. Dr. Günter Bentele

Stellvertretender Vorsitzender  
Matthias Rosenthal

Ehrenvorsitzender  
Dr. Horst Avenarius

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

»Pfeffers PR-Portal - die Nr.1 der PR-Branche im Internet«

Agenturen

## Public Relations Rat rügt zwei Agenturen

Zuletzt aktualisiert am Donnerstag, 28. November 2013 18:20  
Veröffentlicht am Donnerstag, 28. November 2013 11:52  
Geschrieben von Thomas Dillmann, Bad Honnef



Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR), Berlin, hat zwei Rügen ausgesprochen. Beanstandet wird zum einen der Versuch der Agentur Platoon, Berlin, redaktionelle Beiträge durch Bezahlung von Bloggern zu platzieren. Die Agentur hat dies während der Akquise um den TV-Sender „arte“ gemacht. Zum anderen wird die Agentur Flaechenbrand, Wiesbaden, gerügt. Sie hatte die mediale Aufmerksamkeit im Zusammenhang mit dem „Keksklau“ bei Bahlsen, Hannover, genutzt, um öffentlichkeitswirksam den verantwortlichen Dieb als PR-Berater anzuwerben.

Im Fall „Platoon/Arte“ hat die Agentur über einen freien Mitarbeiter einen bloggenden TV-Kritiker angeschrieben. An ihn wurde die Anfrage gerichtet, für die neue Serie „Real Humans“ des TV Senders „arte“ einen Beitrag zu veröffentlichen. Dafür stünde ein Budget von 250 Euro zur Verfügung, es wurde in Aussicht gestellt, dass auch größere Projekte folgen könnten. Der DRPR rügt dieses Vorgehen, da PR-Arbeit und Werbung klar voneinander getrennt werden müssen. Agenturen und Unternehmen dürfen weder im Akquiseprozess noch im laufenden Geschäft Zahlungen für redaktionelle Veröffentlichungen anbieten. Dieses Vorgehen verstößt gegen mehrere Normen in PR-Kodizes, beispielsweise gegen Art. 1 des Deutschen Kommunikationskodex sowie gegen Art. 4 und Art. 15 des Code de Lisbonne und gegen die DRPR Richtlinie zur Schleichwerbung.

Im Fall „Keksklau/Flaechenbrand“ rügt der DRPR das Vorgehen der Agentur Flaechenbrand. Anfang des Jahres wurde der „goldene Leibnizkeks“ von der Fassade des Firmensitzes des Gebäckherstellers Bahlsen gestohlen. Ein anonymes Erpresserschreiben wurde veröffentlicht. Die Polizei und die Staatsanwaltschaft ermittelten. Das Vorgehen führte allgemein zu einem hohen Medieninteresse. Kurz darauf bot die Wiesbadener Medienagentur Flaechenbrand dem anonymen Dieb öffentlichkeitswirksam eine Stelle als PR-Berater an, sollte er sich melden. Der DRPR kritisiert dieses Vorgehen, da die Agentur mit zweifelhaften Methoden Eigenwerbung betrieben hat und als „Trittbrettfahrer“ versucht hat, das Medieninteresse an einer kriminellen Handlung zu nutzen. Das öffentliche Anwerben von PR-Fachkräften, die in Straftaten verwickelt sind, schadet dem Ruf der PR-Branche. Dieses Vorgehen verstößt gegen Art. 12 des Deutschen Kommunikationskodex und gegen Art. 18 und Art. 19 des Code de Lisbonne.

[< Zurück](#)

[Weiter >](#)



■ 28.11.2013 | Verstöße gegen den Kommunikationskodex

[1 Kommentar\(e\)](#)

### DRPR rügt die Agenturen Flaechenbrand und Platoon

Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) hat die Berliner Agentur Platoon und die Wiesbadener Agentur Flaechenbrand gerügt. Bei Platoon nimmt der Rat Anstoß an dem Versuch der Agentur, redaktionelle Beiträge durch Bezahlung von Bloggern zu platzieren, während sich die Agentur in einem Akquiseprozess befand, um den TV-Sender arte als Neukunden zu gewinnen.



Der Agentur Flächenbrand wirft der DRPR vor, die mediale Aufmerksamkeit des "Keksklaus" bei Bahlsen genutzt zu haben, [um öffentlichkeitswirksam den Dieb als PR Berater anzuwerben](#).

#### Bezahlte Beiträge

Im Fall "Platoon/Arte", so schreibt der Rat, habe die Agentur über einen freien Mitarbeiter einen bloggenden TV-Kritiker angefragt, für die neue Serie "Real Humans" des TV Senders arte einen Beitrag zu veröffentlichen. Dafür stünde ein Budget von 250 Euro zur Verfügung. Dabei sei in Aussicht gestellt worden, dass auch größere Projekte folgen könnten.

Der DRPR rügt dieses Vorgehen, da PR-Arbeit und Werbung klar voneinander getrennt werden müssten. Agenturen und Unternehmen dürften weder im Akquiseprozess noch im laufenden Geschäft Zahlungen für redaktionelle Veröffentlichungen anbieten. Dieses Vorgehen verstoße gegen mehrere Normen in PR-Kodizes, etwa gegen Art. 1 des Deutschen Kommunikationskodex sowie gegen Art. 4 und Art. 15 des Code de Lisbonne und gegen die DRPR Richtlinie zur Schleichwerbung.

#### Zweifelhafte Methoden der Eigenwerbung

Im Fall "Keksklau/Flaechenbrand" rügt der DRPR das Vorgehen der Agentur Flächenbrand, nachdem Anfang 2013 der "goldene Leibnizkeks" von der Fassade des Firmensitzes des Gebäckherstellers Bahlsen gestohlen und ein anonymes Erpresserschreiben veröffentlicht wurde. Die Polizei und die Staatsanwaltschaft ermittelten damals, das Medieninteresse war groß.

Der DRPR rügt nun, dass die Wiesbadener Medienagentur Flaechenbrand dem anonymen Dieb öffentlichkeitswirksam eine Stelle als PR-Berater anbot, sollte er sich melden. Damit hat die Agentur nach Ansicht des DRPR mit zweifelhaften Methoden Eigenwerbung betrieben und als "Trittbrettfahrer" versucht, das Medieninteresse an einer kriminellen Handlung zu nutzen. Der Rat betont, dass das öffentliche Anwerben von PR-Fachkräften, die in Straftaten verwickelt sind, dem Ruf der PR-Branche schade. Dieses Vorgehen verstoße gegen Art. 12 des Deutschen

Kostenloser Newsletter

Ihre E-Mail Adresse

[Bestellen](#)

[Abbestellen](#)

[neu](#) [meistgeklickt](#) [meistkommentiert](#)

[Siemens-Mann Michael Rossa über Influencer Relations: "Wir achten darauf, die Diskussion nicht zu beeinflussen"](#)

[PR Report Awards 2014: Neue Deadline am 13. Dezember 2013](#)

[Promovierter Historiker: Andreas Kloevokorn wird Edelmans deutscher Digitalchef](#)

[Serie einfach präsentieren: Lass den Weichspüler weg](#)

[Etats, Etats: Telekom +++ Mentos +++ Audi +++](#)

[Alle Meldungen](#)

Kommunikationskodex und gegen Art. 18 und Art. 19 des Code de Lisbonne.

Im Detail:

[Rüge gegen die Agentur Platoon \(Berlin\) des Beschwerdeausschusses Unternehmen und Markt im Fall "Platoon/ arte"](#)

[Rüge gegen die Agentur Flächenbrand \(Wiesbaden\) Beschwerdeausschuss Unternehmen und Markt - Fall "Keksklau/ Flächenbrand"](#)

### Weitere Beiträge zu diesem Thema

[Branchengrößen diskutieren über ethischen Rahmen guter PR](#)

[DRPR präsentiert neuen Kommunikationskodex](#)

[DRPR stellt Verfahren im "Fall Kunduz" ein](#)

[Neue Schleichwerbungsrichtlinie veröffentlicht](#)

### Diesen Beitrag

weiterleiten

Teilen 0

Twittern 8

XING 0

Share

Gefällt mir 35

auf Facebook teilen

drucken

### Bookmarken

BOOKMARK ...

Was ist das denn?

### Kommentare

**Martin M. Borghers** am 29.11.2013 um 16:57

Entschuldigung, aber glaubt jemand dass der Bahlsen-Keksklau etwas anderes als PR war?  
Schon damals fiel es mir schwer, Bekannten von meiner Tätigkeit als PR-Mann zu erzählen.



### Diesen Beitrag kommentieren

Name (wird veröffentlicht):



[Netiquette](#)

E-Mail-Adresse (wird nicht veröffentlicht):



Noch 5000 Zeichen.

### Spamschutz

Um zu verhindern, dass hier Roboter Formulare ausfüllen, bitten wir Sie, die folgende Frage zu beantworten.

## Bezahlter redaktioneller Inhalt und Jobangebot für einen Dieb - DRPR rügt in zwei Fällen die Verantwortlichen

Von Homepage | NewsAktuell/Ots – Do., 28. Nov 2013

Leipzig (ots) -

- Querverweis: Die Ratsbeschlüsse liegen in der digitalen Pressemappe zum Download vor und sind unter <http://www.presseportal.de/dokumente> abrufbar -

Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) rügt die Agentur Platoon (Berlin), für den Versuch, redaktionelle Beiträge durch Bezahlung von Bloggern zu platzieren. Die Agentur befand sich in einem Akquiseprozess, um den TV-Sender arte als Neukunden zu gewinnen. Außerdem wird die Agentur Flaechenbrand (Wiesbaden) gerügt. Die Agentur hat die mediale Aufmerksamkeit des "Keksclau" bei dem Unternehmen Bahlsen (Hannover) genutzt, um öffentlichkeitswirksam den Verantwortlichen Dieb als PR-Berater anzuwerben.

Im Fall "Platoon/Arte" hat die Agentur mit Sitz in Berlin, über einen freien Mitarbeiter einen bloggenden TV-Kritiker angeschrieben, mit der Anfrage, für die neue Serie "Real Humans" des TV Senders arte einen Beitrag zu veröffentlichen. Dafür stünde ein Budget von 250 EUR zur Verfügung, es wurde in Aussicht gestellt, dass auch größere Projekte folgen könnten. Der DRPR rügt dieses Vorgehen, da PR-Arbeit und Werbung klar voneinander getrennt werden müssen. Agenturen und Unternehmen dürfen weder im Akquiseprozess noch im laufenden Geschäft Zahlungen für redaktionelle Veröffentlichungen anbieten. Dieses Vorgehen verstößt gegen mehrere Normen in PR-Kodizes, beispielsweise gegen Art. 1 des Deutschen Kommunikationskodex sowie gegen Art. 4 und Art. 15 des Code de Lisbonne und gegen die DRPR Richtlinie zur Schleichwerbung.

Im Fall "Keksclau/Flaechenbrand" rügt der DRPR das Vorgehen der Agentur Flaechenbrand (Wiesbaden). Anfang des Jahres wurde der "goldene Leibnizkeks" von der Fassade des Firmensitzes des Gebäckherstellers Bahlsen gestohlen. Ein anonymes Erpressers Schreiben wurde veröffentlicht. Die Polizei und die Staatsanwaltschaft ermittelten. Das Vorgehen führte allgemein zu einem hohen Medieninteresse. Kurz darauf bot die Wiesbadener Medienagentur Flaechenbrand dem anonymen Dieb öffentlichkeitswirksam eine Stelle als PR-Berater an, sollte er sich melden. Der DRPR rügt dieses Vorgehen, da die Agentur mit zweifelhaften Methoden Eigenwerbung betrieben hat und als "Trittbrettfahrer" versucht hat, das Medieninteresse an einer kriminellen Handlung zu nutzen. Das öffentliche Anwerben von PR-Fachkräften, die in Straftaten verwickelt sind, schadet dem Ruf der PR-Branche. Dieses Vorgehen verstößt gegen Art. 12 des Deutschen Kommunikationskodex und gegen Art. 18 und Art. 19 des Code de Lisbonne.

ANHANG Ratsbeschluss vom 25.November 2013 im Fall "Platoon/arte" Ratsbeschluss vom 25.November 2013 im Fall "Keksclau/ Flaechenbrand"

ERKLÄRUNG

Quelle: presseportal.de am 28.11.2013

## Bezahlter redaktioneller Inhalt und Jobangebot für einen Dieb - DRPR rügt in zwei Fällen die Verantwortlichen

Leipzig (ots) - Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) rügt die Agentur Platoon (Berlin), für den Versuch, redaktionelle Beiträge durch Bezahlung von Bloggern zu platzieren. Die Agentur befand sich in einem Akquiseprozess, um den TV-Sender arte als Neukunden zu gewinnen. Außerdem wird die Agentur Flaechenbrand (Wiesbaden) gerügt. Die Agentur hat die mediale Aufmerksamkeit des "Keksclau" bei dem [Unternehmen](#) Bahlsen (Hannover) genutzt, um öffentlichkeitswirksam den Verantwortlichen Dieb als PR-Berater anzuwerben.

Im Fall "Platoon/Arte" hat die Agentur mit Sitz in Berlin, über einen freien Mitarbeiter einen bloggenden TV-Kritiker angeschrieben, mit der Anfrage, für die neue Serie "Real Humans" des TV Senders arte einen Beitrag zu veröffentlichen. Dafür stünde ein Budget von 250 EUR zur Verfügung, es wurde in Aussicht gestellt, dass auch größere Projekte folgen könnten. Der DRPR rügt dieses Vorgehen, da PR-Arbeit und [Werbung](#) klar voneinander getrennt werden müssen. Agenturen und Unternehmen dürfen weder im Akquiseprozess noch im laufenden Geschäft Zahlungen für redaktionelle Veröffentlichungen anbieten. Dieses Vorgehen verstößt gegen mehrere Normen in PR-Kodizes, beispielsweise gegen Art. 1 des Deutschen Kommunikationskodex sowie gegen Art. 4 und Art. 15 des Code de Lisbonne und gegen die DRPR Richtlinie zur Schleichwerbung.

Im Fall "Keksclau/Flaechenbrand" rügt der DRPR das Vorgehen der Agentur Flaechenbrand (Wiesbaden). Anfang des Jahres wurde der "goldene Leibnizkeks" von der Fassade des Firmensitzes des Gebäckherstellers Bahlsen gestohlen. Ein anonymes Erpresserschreiben wurde veröffentlicht. Die Polizei und die Staatsanwaltschaft ermittelten. Das Vorgehen führte allgemein zu einem hohen Medieninteresse. Kurz darauf bot die Wiesbadener Medienagentur Flaechenbrand dem anonymen Dieb öffentlichkeitswirksam eine Stelle als PR-Berater an, sollte er sich melden. Der DRPR rügt dieses Vorgehen, da die Agentur mit zweifelhaften Methoden Eigenwerbung betrieben hat und als "Trittbrettfahrer" versucht hat, das Medieninteresse an einer kriminellen Handlung zu nutzen. Das öffentliche Anwerben von PR-Fachkräften, die in Straftaten verwickelt sind, schadet dem Ruf der PR-Branche. Dieses Vorgehen verstößt gegen Art. 12 des Deutschen Kommunikationskodex und gegen Art. 18 und Art. 19 des Code de Lisbonne.

### ANHANG

Ratsbeschluss vom 25.November 2013 im Fall "Platoon/arte"

Ratsbeschluss vom 25.November 2013 im Fall "Keksclau/ Flaechenbrand"

### 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.



## Deutscher Rat für Public Relations

Der Rat wird rechtlich und ideell von einem Trägerverein getragen und unterstützt, dem die Deutsche Public Relations Gesellschaft (DPRG) e.V., der Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP) e.V., die Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA) und die Deutsche Gesellschaft für Politikberatung e.V. (de'ge'pol) angehören.

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.

Pressekontakt:

Geschäftsstelle des Deutschen Rates für Public Relations  
c/o Lehrstuhl für Öffentlichkeitsarbeit/ PR  
Universität Leipzig  
Postfach 100920  
D- 04009 Leipzig

Mailkontakt: [info@drpr-online.de](mailto:info@drpr-online.de)

Telefon: 0341 - 9735 751

Telefax: 0341 - 9735 748

## Immer auf den Keks

Der Deutsche Rat für Public Relations rügt zwei Agenturen

Der Schuss sei offensichtlich nach hinten losgegangen, zu diesem Schluss war Christoph Frank im Frühjahr selbst gekommen. Als Inhaber der PR-Agentur Platoon war er von dem Medienjournalisten und Blogger Stefan Niggemeier nach den Praktiken seines Unternehmens gefragt worden. Ein Mitarbeiter hatte Niggemeier auf den Start der Arte-Serie „Real Humans“ hingewiesen, eine Erwähnung im Fernsehblog dieser Zeitung angeregt und dabei nicht nur „einen Tagessatz von 250 Euro für einen Blogpost“, sondern gleich auch noch „eine größere Sache für den gleichen Sender“ in Aussicht gestellt. Am 9. April hatte Niggemeier den Vorgang in seinem eigenen Blog öffentlich gemacht.

Jetzt hat der Fall der Agentur noch eine Rüge des Deutschen Rats für Public Relations (DRPR) eingebracht. Die Begründung: Zahlungen für redaktionelle Veröffentlichungen anzubieten verstoße gleich gegen mehrere Normen in PR-Kodizes. Das verstößt auch gegen die Gepflogenheiten beim Fernsehsender Arte. Platoon habe lediglich „Vorschläge für Marketing- und Social-Media-Aktionen für ‚Real Humans‘ entwerfen“ sollen, einen Auftrag habe es nie gegeben, ließ die Pressestelle den Blogger wissen. Christoph Frank beschrieb die Anfrage als Teil des Versuchs, die Marketing-Abteilung von Arte als Neukunden im Bereich Online-PR zu gewinnen: „Wir wollten uns positiv ins Spiel bringen“, erklärte er gegenüber Niggemeier – und ließ dessen Frage, ob das Angebot üblich sei, Blogbeiträge zu bezahlen, unbeantwortet.

Günter Bentele, Vorsitzender des DRPR, hält den Fall nur für die Spitze eines Eisbergs. Gerade aus der Perspektive der Leser sei die Trennung von Werbung und redaktionellen Inhalten allerdings eine wichtige Transparenznorm, sagte er dieser Zeitung.

Eine weitere Rüge erteilt der DRPR der Agentur Flaechenbrand, die Anfang Februar den Dieb des goldenen Leibniz-Kekses als PR-Berater einstellen wollte. Das rund zwanzig Kilogramm schwere Messingschild, das von zwei ebenfalls vor etwa hundert Jahren vom Bildhauer Georg Herting geschaffenen Figuren an der Fassade der Backwarenfirmen Bahlsen in Hannover gehalten wird, war im Januar von Unbekannten gestohlen worden. Bahlsen sollte einem Kinderkrankenhaus Schokoladenkekse liefern und einem Tierheim tausend Euro spenden, um den Keks zurückzuerhalten. Stattdessen verlor das Unternehmen 52 Lieferungen von je tausend Kekspackungen an soziale Einrichtungen, die sich darum bewerben konnten. Der Fall stieß auf großes mediales Interesse: Einer vom Unternehmermagazin „Markt und Mittelstand“ vorgenommenen Anzeigen-Gegenwert-Analyse gemäß entsprachen die Artikel einem Betrag von rund 1,7 Millionen Euro.

Bei der Stellenausschreibung von Flaechenbrand wird der Versuch gerügt, „als ‚Trittbrettfahrer‘ das Medieninteresse an einer kriminellen Handlung zu nutzen“. Sie schade dem Ruf der Branche, urteilt der DRPR. „Kreativ kriminell zu sein ist immer noch kriminell“, sagte der Vorsitzende Bentele. „Solche kreative Kriminalität durch Jobangebote zu belohnen ist ein Verhalten, was seriöser Kommunikation widerspricht.“ Auch das Risiko, als humorlos zu gelten, könne einen Ethikrat nicht davon abhalten, moralische Grenzziehungen im Auge zu behalten. Anders der Fachdienst „Werben & Verkaufen“. Er war der Bitte der Agentur, die Annonce zu veröffentlichen, im Februar augenzwinkernd nachgekommen: „Gern geschehen!“ FRITZJOF KÜCHEMANN



**DRPR** @PR\_Rat 28 Nov  
Bezahler redaktioneller Inhalt und Jobangebot für einen Dieb. Der #DRPR rügt in zwei Fällen die Verantwortlichen. [drpr.eu/drpr-rugt-vera...](http://drpr.eu/drpr-rugt-vera...)  
Retweeted by [bennyotto](#) and 1 other  
Expand ← Reply ↻ Retweet ★ Favorite ⋮ More



**DPRG** @DPRGde 28 Nov  
Relaunch der Website des Deutschen Rats für Public Relations: [drpr.eu](http://drpr.eu)  
Expand ← Reply ↻ Retweet ★ Favorite ⋮ More



**presseportal.de** @na\_presseportal 28 Nov  
Deutscher Rat für PR: Bezahler redaktioneller Inhalt und Jobangebot für einen Dieb - **DRPR..** [presseportal.de/m/2608881](http://presseportal.de/m/2608881)  
Hide summary ← Reply ↻ Retweet ★ Favorite ⋮ More

 **presseportal.de**

**Bezahler redaktioneller Inhalt und Jobangebot für einen Dieb - DRPR...**

Leipzig (ots) - Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) rügt die Agentur Platoon (Berlin), für den Versuch, redaktionelle Beiträge durch Bezahlung von Bloggern zu...

[View on web](#)

---

9:04 AM - 28 Nov 13 · Details Flag media

Reply to @na\_presseportal



**Mirko Lange** @talkabout

6m

Nur symbolische Wirkung aber immerhin. Dt. PR Rat rügt Agentur weil sie Blogger Geld für einen Artikel angeboten hat. [bit.ly/1bucCHD](http://bit.ly/1bucCHD)

Collapse

← Reply ↻ Retweet ★ Favorite ⋮ More

12:52 PM - 29 Nov 13 · Details

Reply to @talkabout

The screenshot shows a Twitter interface with a navigation bar at the top containing 'Home', 'Connect', 'Discover', 'Me', and a search box. The main content is a tweet from Nico Kunkel (@PRReporter), who has a 'PRREPORT' logo next to his name and a 'Follow' button. The tweet text reads: 'Verstöße gegen den #Kommunikationskodex: @PR\_Rat rügt die Agenturen #Flaechenbrand und #Platoon prreport.de/home/aktuell/a... #krümelgate'. Below the text is a 'View translation' link and interaction options: 'Reply', 'Retweet', 'Favorite', and 'More'. The tweet shows 5 retweets and 2 favorites, with a row of profile pictures for the users who interacted. The timestamp is '10:29 AM - 28 Nov 13'. At the bottom of the tweet is a reply box containing the text 'Reply to @PRReporter @PR\_Rat'. The footer of the page contains the copyright notice '© 2013 Twitter' and links for 'About', 'Help', and 'Ads'.

-  **AkZ Media** @Mediendienste 28 Nov  
Bezahlter redaktioneller Inhalt und Jobangebot für einen Dieb -  
#DRPR rügt in zwei Fällen die Verantwortlichen:  
[finanznachrichten.de/nachrichten-20...](http://finanznachrichten.de/nachrichten-20...)  
Expand    Reply    Retweet    Favorite    More
-  **Deutschflüsterer** @Deutschfluester 28 Nov  
Photo: Bezahlter redaktioneller Inhalt und Jobangebot für einen Dieb -  
DRPR rügt in zwei Fällen die... [tumblr.co/ZpxMCy-f\\_kMh](http://tumblr.co/ZpxMCy-f_kMh)  
Expand    Reply    Retweet    Favorite    More
-  **Deutschflüsterer** @Deutschfluester 28 Nov  
Bezahlter redaktioneller Inhalt und Jobangebot für einen Dieb - DRPR  
rügt in zwei Fällen die Verantwortlichen [wp.me/pglVj-w2z](http://wp.me/pglVj-w2z)  
Expand    Reply    Retweet    Favorite    More
-  **Deutschflüsterer** @Deutschfluester 28 Nov  
Bezahlter redaktioneller Inhalt und Jobangebot für einen Dieb - DRPR  
rügt in zwei Fällen die Verantwortlichen... [fb.me/35Vn9zKRG](http://fb.me/35Vn9zKRG)  
Expand    Reply    Retweet    Favorite    More
-  **Deutschflüsterer** @Deutschfluester 28 Nov  
Bezahlter redaktioneller Inhalt und Jobangebot für einen Dieb – DRPR  
rügt in zwei Fällen die Verantw [fb.me/2Ab8VbA9M](http://fb.me/2Ab8VbA9M)  
Expand    Reply    Retweet    Favorite    More
-  **Deutschflüsterer** @Deutschfluester 28 Nov  
Bezahlter redaktioneller Inhalt und Jobangebot für einen Dieb – DRPR  
rügt in zwei Fällen die... [goo.gl/fb/5rG0U](http://goo.gl/fb/5rG0U)  
Expand    Reply    Retweet    Favorite    More
-  **press tf** @pressTF 28 Nov  
Bezahlter redaktioneller Inhalt und Jobangebot für einen Dieb - DRPR  
rügt in zwei Fällen die Verantwortlichen [press.tf/2013/11/28/bez...](http://press.tf/2013/11/28/bez...)  
Expand    Reply    Retweet    Favorite    More



The image shows a screenshot of a Twitter thread with five tweets. Each tweet includes a profile picture, the user's name and handle, the date (28 Nov), the text of the tweet, and interaction options (Reply, Retweet, Favorite, More). The tweets are as follows:

- presseupdate @presseupdate** (28 Nov): "Bezahlter redaktioneller Inhalt und Jobangebot für einen Dieb - **DRPR** rügt in zwei Fällen die Verantwortlichen... [fb.me/2UyddXAnm](https://fb.me/2UyddXAnm)"
- DPRG @DPRGde** (28 Nov): "Relaunch der Website des Deutschen Rats für Public Relations: [drpr.eu](https://drpr.eu)"
- OTS Medien @news\_medien** (28 Nov): "Deutscher Rat für PR: Bezahlter redaktioneller Inhalt und Jobangebot für einen Dieb - **DRPR..** [presseportal.de/m/2608881](https://presseportal.de/m/2608881)"
- OTS Vermischtes @news\_vermischt** (28 Nov): "Deutscher Rat für PR: Bezahlter redaktioneller Inhalt und Jobangebot für einen Dieb - **DRPR..** [presseportal.de/m/2608881](https://presseportal.de/m/2608881)"
- presseportal.de @na\_presseportal** (28 Nov): "Deutscher Rat für PR: Bezahlter redaktioneller Inhalt und Jobangebot für einen Dieb - **DRPR..** [presseportal.de/m/2608881](https://presseportal.de/m/2608881)"

**Klaus Eck** @klauseck Following

DRPR rügt den Versuch, redaktionelle Beiträge durch Bezahlung bei Bloggern zu platzieren [buff.ly/18qoMkv](http://buff.ly/18qoMkv)  
[#bloggerrelations](#) [#pr](#)

[View translation](#)

[Reply](#) [Retweet](#) [Favorite](#) [More](#)

[presseportal.de](#)

**Bezahlter redaktioneller Inhalt und Jobangebot für einen Dieb - DRPR...**

Leipzig (ots) - Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) rügt die Agentur Platoon (Berlin), für den Versuch, redaktionelle Beiträge durch Bezahlung von Bloggern zu...

[View on web](#)

5 RETWEETS 5 FAVORITES

6:52 PM - 28 Nov 13 Flag media

Reply to @klauseck

**Mike Schnoor** @MikeSchnoor 18h  
[@klauseck](#) Ich habe in den letzten zwei Wochen ca. 5 Anfragen für Bezahl-Artikel erhalten (und abgelehnt). Wow, [#DPRG...](#) großes Kino!

**HenneDigital** @Christian\_Henne 18h  
[@MikeSchnoor](#) [@klauseck](#) was sagen die so zu den klass. Medien?

**Su C. S.** @MiuSuCo 18h  
[@klauseck](#) zu recht.

The image shows a screenshot of a Twitter thread with 10 tweets. The tweets are arranged vertically and include profile pictures, names, handles, timestamps, and text content. Each tweet also features interaction icons for Reply, Retweet, Favorite, and More.

- Tweet 1:** Klaus Eck (@klauseck) 18h. Text: "@MikeSchnoor so wenige Anfragen bekommst Du nur? ich kann gerne Deine Adresse weitergeben für die schwarzen Schafe der Agenturenwelt #ironie".
- Tweet 2:** Klaus Eck (@klauseck) 18h. Text: "@Christian\_Henne @MikeSchnoor dazu hat sich die DPRG in der Vergangenheit schon des Öfteren geäußert".
- Tweet 3:** HenneDigital (@Christian\_Henne) 18h. Text: "@klauseck @MikeSchnoor ich weiß. Nur das wirkt etwas einseitig, denn Realität ist es nach wie vor.".
- Tweet 4:** Mike Schnoor (@MikeSchnoor) 18h. Text: "@klauseck Danke, aber ich muss vehement gegen eine Weitergabe zwecks PR-Bombardement widersprechen. :)".
- Tweet 5:** Mike Schnoor (@MikeSchnoor) 18h. Text: "@Christian\_Henne @klauseck Ach kommt, freuen wir uns doch über die so blendend präsenten VOLKSprodukte... empfohlen von der VOLKSzeitung.".
- Tweet 6:** HenneDigital (@Christian\_Henne) 18h. Text: "@MikeSchnoor @klauseck HuffPo?".
- Tweet 7:** Sascha Stoltenow (@BendlerBlogger) 17h. Text: "via @klauseck: Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) hat im Witz-Seminar nicht aufgepasst: buff.ly/18qoMkv".
- Tweet 8:** axel wallrabenstein (@walli5) 17h. Text: "@BendlerBlogger @klauseck ach.".
- Tweet 9:** Sascha Stoltenow (@BendlerBlogger) 17h. Text: "@walli5 @klauseck Immer wenn man denkt, es könne nicht mehr peinlicher werden, legen die Kollegen noch eine Schippe #facepalm drauf.".
- Tweet 10:** axel wallrabenstein (@walli5) 17h. Text: "@BendlerBlogger @klauseck #facepalm peinlich?".

The image shows a screenshot of a Twitter thread with 10 tweets. The participants are Sascha Stoltenow (@BendlerBlogger), HenneDigital (@Christian\_Henne), axel wallrabenstein (@walli5), and Mike Schnoor (@MikeSchnoor). The tweets discuss the DRPR (Deutscher Rat für Public Relations) and its relationship with the digital elite and media.

**Sascha Stoltenow** @BendlerBlogger 17h  
@walli5 @klausseck Fremdschämen.  
Details Reply Retweet Favorite More

**HenneDigital** @Christian\_Henne 17h  
@BendlerBlogger @walli5 @klausseck also gerade der zweite Fall ist ja wohl ein Witz. Sie wollen also Guerilla verbieten?  
Details Reply Retweet Favorite More

**axel wallrabenstein** @walli5 17h  
@Christian\_Henne @BendlerBlogger @klausseck wir haben im #DRPR lange beraten. aber die digitaleelite hat natürlich immer recht! #armabersexy  
Details Reply Retweet Favorite More

**HenneDigital** @Christian\_Henne 17h  
@walli5 @BendlerBlogger @klausseck das hat imho nix mit Digital und Elite zu tun. Sexy in jedem Fall.  
Details Reply Retweet Favorite More

**axel wallrabenstein** @walli5 17h  
@Christian\_Henne @BendlerBlogger @klausseck aber sicher ;-)  
Details Reply Retweet Favorite More

**Sascha Stoltenow** @BendlerBlogger 17h  
@walli5 @Christian\_Henne @klausseck Ach, ich bin ja gewohnt, dass mit meinem Geld in Berlin Unsinn gemacht wird.  
Details Reply Retweet Favorite More

**HenneDigital** @Christian\_Henne 17h  
@walli5 @BendlerBlogger @klausseck ich will keinen eurer Kunden je in der HuffPo lesen. Ob von der Redaktion oder von Bloggern.  
Details Reply Retweet Favorite More

**axel wallrabenstein** @walli5 17h  
@Christian\_Henne @BendlerBlogger @klausseck ich auch nicht.  
Details Reply Retweet Favorite More

**axel wallrabenstein** @walli5 17h  
@BendlerBlogger @Christian\_Henne @klausseck Geld? #LOL  
Details Reply Retweet Favorite More

**Mike Schnoor** @MikeSchnoor 17h  
@Christian\_Henne @klausseck Huff...? Hufflepuff? Harry Potter, ich wusste es! Das ist ein echtes Medienphänomen gewesen. :)  
Details Reply Retweet Favorite More

The image shows a screenshot of a Twitter thread with 10 tweets. The tweets are arranged vertically and separated by thin horizontal lines. Each tweet includes a profile picture, the user's name and handle, the time since posted, the text of the tweet, and interaction icons (Reply, Retweet, Favorite, More). The thread starts with a tweet from HenneDigital and continues with several replies from Sascha Stoltenow and Axel Wallrabenstein.

**HenneDigital** @Christian\_Henne 17h  
@walli5 @BendlerBlogger @klauseck ROFL :)  
Details Reply Retweet Favorite More

**Sascha Stoltenow** @BendlerBlogger 16h  
@walli5 @Christian\_Henne @klauseck Wer genau finanziert die Verbände?  
Details Reply Retweet Favorite More

**Sascha Stoltenow** @BendlerBlogger 16h  
@walli5 @Christian\_Henne @klauseck Ein Gremium, das einen Pressesprecher nicht rügt, der die Welt im Angesicht 100er Toter belügt, ...  
Details Reply Retweet Favorite More

**Sascha Stoltenow** @BendlerBlogger 16h  
@walli5 @Christian\_Henne @klauseck ... ist entweder nicht fähig, die Lüge zu erkennen, heißt sie gut oder hat mindestens einen Lügner in den  
Details Reply Retweet Favorite More

**Sascha Stoltenow** @BendlerBlogger 16h  
@walli5 @Christian\_Henne @klauseck eigenen Reihen. Und dann wegen einer solchen Schafsscheiße zu rügen, setzt dem die Krone auf.  
Details Reply Retweet Favorite More

**axel wallrabenstein** @walli5 16h  
@BendlerBlogger @Christian\_Henne @klauseck trollig ;-)  
Details Reply Retweet Favorite More

**axel wallrabenstein** @walli5 16h  
@BendlerBlogger @Christian\_Henne @klauseck oh, ganz grosse Geschütze...  
Details Reply Retweet Favorite More

**Sascha Stoltenow** @BendlerBlogger 16h  
@walli5 @Christian\_Henne @klauseck Ich vergaß, Ihr steht eher auf kleines Karo.  
Details Reply Retweet Favorite More

**axel wallrabenstein** @walli5 16h  
@BendlerBlogger @Christian\_Henne @klauseck Notizen aus der Provinz ...  
Details Reply Retweet Favorite More

**Sascha Stoltenow** @BendlerBlogger 16h  
@walli5 @Christian\_Henne @klauseck Das Argument überzeugt mich.  
Details Reply Retweet Favorite More

The image is a screenshot of a Twitter thread. It features four tweets in a vertical list, each with a profile picture, name, handle, and timestamp. The first tweet is from HenneDigital (@Christian\_Henne) at 16h, apologizing for a lost connection. The second is from axel wallrabenstein (@walli5) at 5h, mentioning several users and the #drpr hashtag. The third is from Sascha Stoltenow (@BendlerBlogger) at 3h, discussing a press release copying issue. The fourth is from axel wallrabenstein (@walli5) at 2h, tagging more users and the #Psy hashtag. Below the tweets is a 'Back to top' button with a bird icon. At the bottom of the screenshot is a footer with copyright information and links for 'About', 'Help', and 'Ads'.

**HenneDigital** @Christian\_Henne 16h  
@BendlerBlogger @walli5 @klausseck sorry, hab den Anschluss verloren.  
Details Reply Retweet Favorite More

**axel wallrabenstein** @walli5 5h  
@Christian\_Henne @BendlerBlogger @klausseck für alle die den anschluss suchen: heute faz-medienseite (print wirkt) zu #drpr ;-)  
Details Reply Retweet Favorite More

**Sascha Stoltenow** @BendlerBlogger 3h  
@walli5 @Christian\_Henne @klausseck Toll. Herr Küchemann kann Pressemitteilungen kopieren. Sogar die der Moral-Taliban. #drpr  
Details Reply Retweet Favorite More

**axel wallrabenstein** @walli5 2h  
@BendlerBlogger @Christian\_Henne @klausseck #Psy  
Details Reply Retweet Favorite More

Back to top ↑

© 2013 Twitter About Help Ads