

## PRESSEINFORMATION

**DRPR BESCHLIESST ÜBER INSGESAMT SIEBEN FÄLLE  
ES WERDEN DREI RÜGEN UND EINE MAHNUNG AUSGESPROCHEN, DREI  
FÄLLE WERDEN EINGESTELLT**

*Leipzig, 03. März 2015, Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR), der im Jahr 2014 gezwungen war, fast ganzjährig eine Arbeitspause einzulegen, hat auf seiner Sitzung im November 2014 eine Reihe von Fall-Entscheidungen getroffen und damit u.a. auch Fälle in Bearbeitung, die länger zurückliegen, mit Entscheidungen beendet. Der DRPR rügt den ADAC e.V., die Agentur „steinkühler-com“ sowie die Deutsche Börse AG wegen Fehlverhaltens. Eine Mahnung wird im Fall der Pressereisen der ThyssenKrupp AG ausgesprochen. Einige ältere Fälle wurden eingestellt.*

Wegen der Notwendigkeit, in einigen Fällen noch nach zu recherchieren, kann darüber erst heute informiert werden.

Nachdem der Deutsche Rat für Public Relations nach einer fast einjährigen „Zwangspause“ wegen einer Auseinandersetzung um die Rechtmäßigkeit von Handlungen im Trägerverein seine Arbeit wieder aufgenommen hatte, hat er auf seiner Sitzung am 14. November 2014 neben der Wiederwahl des Vorsitzenden Prof. Bentele und seines Stellvertreters Mathias Rosenthal, sowie der Wahl eines neuen Ausschussvorsitzenden (Axel Wallrabenstein) auch eine Reihe älterer Fälle behandelt, diskutiert und sie durch insgesamt sieben Entscheidungen zum Abschluss gebracht. Die ausführlichen Begründungen zu diesen Fällen sind auf [www.drpr-online.de](http://www.drpr-online.de) zu finden.

### **Rüge wegen Täuschung und Manipulation beim „Gelben Engel“ des ADAC**

Der ADAC e.V. wird für die bewusste Täuschung der Öffentlichkeit und die Manipulation des Publikumspreises „Gelber Engel“ gerügt. Eine externe Prüfung konnte zeigen, dass sowohl die Gesamtzahl der abgegebenen Stimmen als auch die Rangfolge der Platzierungen des ADAC-Publikumspreis „Gelber Engel“ bewusst verändert wurde. Eine Publikumswahl zu manipulieren, verursacht in der Öffentlichkeit einen massiven Vertrauensverlust und wirft ein schlechtes Licht auf die gesamte Kommunikationsbranche. Der ADAC e.V. hat mit seinem Vorgehen gegen die Artikel 9, 10, 12 und 14 des Deutschen Kommunikationskodex sowie gegen die Artikel 3, 13, 15 und 18 des Code de Lisbonne verstoßen.

### **Rüge gegen „Peerblog“ wegen fehlender Transparenz**

Eine weitere Rüge sprach der Rat im Beschwerdefall „Peerblog“ aus. Die Agentur „steinkühler-com“ startete im Februar 2014 den „Peerblog“. Die Botschaften des Blogs ließen sich keinen konkreten Absendern zuordnen. Gemäß den Richtlinien des

Code de Lisbonne (Art. 4, 14) und dem Deutschen Kommunikationskodex (Transparenz) muss für die Öffentlichkeit erkennbar sein, welche Auftraggeber und somit Interessen hinter den Botschaften des Blogs stehen. Das gilt auch bei der digitalen Medienarbeit (DRPR Richtlinie Online-PR). Zudem ist jeder Versuch, die Öffentlichkeit zu täuschen, nicht zulässig (Art. 15 Code de Lisbonne). Gegenüber der Agentur „steinkühler-com.de“ wird deshalb für mangelnde Transparenz bei der Angabe der Finanziers und Auftraggeber des „Peerblogs“ eine Rüge ausgesprochen.

### **Rüge der Deutschen Börse wegen eines Verstoßes gegen Richtlinien zur Ad-Hoc-Publizität**

Die Deutsche Börse AG veröffentlichte am 5. Februar 2013 eine Ad-hoc Mitteilung, in der die eigentliche Insiderinformation, dass der Vorstand eine niedrigere Dividendenzahlung als der Markt erwartet, anstrebt, nicht erkennbar war. Der DRPR erklärt in seiner Richtlinie zur ordnungsgemäßen Ad-hoc-Publizität, dass stets die Vergleichszahlen der Vorperiode mit anzugeben sind, um die Vergleichbarkeit der Zahlenangaben sicherzustellen. Es wurde ein eindeutiger Verstoß gegen den Deutschen Kommunikationskodex, Artikel 10 festgestellt und die Deutsche Börse aus dem Grund in diesem Fall gerügt.

### **Ermahnung für ThyssenKrupp in Sachen Praxis Pressereisen**

Die ThyssenKrupp AG lud Reporter der „Süddeutschen Zeitung“, des „Tagesspiegel“, der „NRZ“ und der „Rheinischen Post“ und der FAZ in den Jahren 2010 bis 2012 zu ungewöhnlich spendablen Pressereisen ein. In der Berichterstattung wurden diese als „Luxusreisen“ apostrophiert.

Pressereisen dürfen nicht als Anreiz zur Beeinflussung redaktioneller Inhalte missbraucht werden. In der DRPR-Richtlinie „PR und Journalismus“ heißt es dazu: „Insbesondere Pressereisen müssen in einem nachvollziehbaren Verhältnis zum Informationsanlass stehen.“ ThyssenKrupp hatte diese frühere Praxis aber selbst kritisch aufgearbeitet und eine mit der Compliance-Abteilung des Konzerns abgestimmte, schriftliche Richtlinie zu Pressereisen entwickelt. Aufgrund dieser aktiven und transparenten Aufarbeitung dieser Vorfälle durch die Unternehmenskommunikation der ThyssenKruppAG wird keine Rüge, sondern nur eine Mahnung ausgesprochen.

Der DRPR hatte aus Anlass dieses Falls - zusammen mit dem Deutschen Presserat - eine öffentliche Diskussionsveranstaltung in Berlin organisiert, auf der in Anwesenheit des Leiters der Kommunikationsabteilung von ThyssenKrupp, Herrn Alexander Wilke und dem Rechercheur der Vorfälle, Herrn Jörg Eigendorf (Die Welt), Regeln und Normen von Pressereisen und der Berichterstattung diskutiert worden waren.

### **Einstellung fortlaufender Verfahren**

Auch aufgrund der Unmöglichkeit, im Jahr 2014 satzungsgemäß zu arbeiten und aufgrund der Tatsache, dass einige Fälle schon mehrere Jahre „in der Schwebe“ waren, hat der DRPR einige Fälle eingestellt.

Der DRPR stellt die Fälle „Blog: Wir in NRW“, „PlanetWissen“, sowie „Essing/Christ“ jeweils einstimmig aufgrund von Unzuständigkeit oder mangelnder Beweise und mangelnder Anhaltspunkte ein und beschließt auch, sich mit dem Fall Forum Politik/Deutsche nicht weiter zu befassen. Die Beschwerde 03/2014 (PlanetWissen) wird wegen Unzuständigkeit eingestellt. Im Fall Essing/Christ konnte Herrn Essing trotz langer Recherchen kein schuldhaftes Verhalten nachgewiesen werden. Im Beschwerdefall der Namensnennung der Deutschen Bank in der Livesendung „Forum Politik“ sieht der DRPR keine Zuständigkeit für sich. Die Beurteilung des eingebrachten Vorwurfs über unlauteren Wettbewerb und unerlaubtes Product Placement fällt nicht in den Kompetenzbereich des Deutschen Rates für Public Relations.

## 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 749  
E-Mail: info@drpr-online.de  
www.drpr-online.de

getragen von  
DPRG GPRA BDP de'ge'pol  
Trägerverein des Deutschen  
Rates für Public Relations e.V.  
Oberwallstraße 24  
10117 Berlin  
Vorsitzender Dr. Jörg Schillinger  
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.*