DRPR

Deutscher Rat für Public Relations

DRPR-Verfahren 01/2013:
Beschwerdeausschuss Politik
Fall: „Peerblog“ - Ratsbeschluss

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 DEGEPOL

Leipzig, im Januar 2014

Zur Sachlage:

Ausgehend von der Beschwerde vom 04.03.2013 gegen den Blog „Peerblog“ der Agentur „steinkühler-com.de“, hat sich der DRPR mit dem Vorwurf des Beschwerdeführers befasst, der Blog verstoße gegen das Transparenzgebot der PR-Branche. Konkret wurde die fehlende Transparenz über Auftraggeber und Finanzierung des Peerblogs Gegenstand des Ratsverfahrens.

Im Kern ging es um die Frage, ob der Inhaber der Agentur „steinkühler-com.de“, Herr Steinkühler, die Auftraggeber und Finanziers des „Peerblogs“ ausreichend transparent gemacht hat. Zudem war zu klären, ob der Absender der Botschaften im Blog leicht zu erkennen war und somit eine Täuschung Dritter über die Absender ausgeschlossen werden konnte.

Grundlage für das Verfahren waren die Art. 4, 14 und 15 des Code de Lisbonne, Art. 1 (1) der DRPR Richtlinie Online-PR / Richtlinie zu PR in digitalen Medien und Netzwerken, Art. 1 (1.4) der DRPR-Richtlinie zur Kontaktpflege im politischen Raum sowie der Deutsche Kommunikationskodex, der dieses Thema unter dem Stichwort „Transparenz“ behandelt (Punkt 1).

Vorsitzender
Prof. Dr. Günter Bentele

Stellvertretender Vorsitzender
Matthias Rosenthal

Ehrenvorsitzender
Dr. Horst Avenarius

Mitglieder
Markus Beeko
Carsten J. Diercks
Prof. Dr. Alexander Güttler
Prof. Dr. Stefan Hencke
Dr. Frank Herkenhoff
Dr. Kurt Hesse
Dorothee Hutter
Volker Knauer
Verena Köttker
Regine Kreitz
Veit Mathauer
Norbert Minwegen
Tobias Mündemann
Ulrike Propach
Monika Prött
Dr. Jörg Schillinger
Dr. Hans-Jörg Schmedes
Sergius Seebohm
Axel Wallrabenstein

Beschluss:

Der DRPR rügt Herrn Steinkühler für mangelnde Transparenz bei der Angabe der Finanziers und Auftraggeber des „Peerblogs“.

Begründung:

Herr Steinkühler hat im Februar 2013 mit seiner Agentur „steinkühler-com.de“ den „Peerblog“ gestartet. Dabei solle es ich nach eigenen Aussagen Steinkühlers um einen Unterstützerblog für den Kanzlerkandidaten gehandelt haben. Gemäß den DRPR Richtlinien, ist es bei politischen Kampagnen dringend erforderlich, Auftraggeber zu nennen, da es sich um ein Instrument der öffentlichen Einflussnahme auf politische Meinungsbildung handelt.

Nach Auffassung des Rates ist der Name des Blogs geeignet, Dritte glauben zu machen, dass der Blog Bestandteil der SPD Wahlkampfkampagne oder sonstiger PR-Maßnahmen des Kanzlerkandidaten Peer Steinbrücks ist. Herr Steinkühler hat nach eigenen Angaben vor Veröffentlichung des Blogs die Erlaubnis zur Verwendung des Vornamens von Herrn Steinbrück eingeholt. Es handelte sich nach Angaben von Herrn Steinkühler bei dem Blog jedoch zu keiner Zeit um einen Auftrag von Herrn Steinbrück oder der Wahlkampfleitung der SPD im Willy-Brandt-Haus, einen solchen Unterstützerblog zu betreiben. Somit wären Herr Steinbrück und die SPD als Absender der Botschaften auszuschließen.

Umso mehr hält es der Rat für geboten, die Auftraggeber und Finanziers des Blogs gegenüber der Öffentlichkeit transparent zu machen, sofern nicht Herr Steinkühler der alleinige Finanzier und selbst

Initiator des Blogs war. Denn 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).

Der Blog wurde nach Auskunft von Herrn Steinkühler von Dritten finanziert. Es handelt sich bei dem „Peerblog“ somit um einen Auftrag Dritter, dem die Agentur „steinkühler-com.de“ nachgekommen ist. Als Auftragnehmer und Inhaber der beauftragten Agentur war Herr Steinkühler in der Pflicht, die Finanziers des Blogs der Öffentlichkeit transparent zu machen. Die Angabe auf der Webseite: „Dieser Blog wird finanziert von herausragenden Unternehmerpersönlichkeiten in Deutschland, die Peer Steinbrück, seine politische Kompetenz und seine Persönlichkeit schätzen“, entspricht nach Auffassung des Rats nicht den Transparenzgeboten, wie sie im Deutschen Kommunikationskodex, dem Code de Lisbonne und in den einschlägigen DRPR-Richtlinien vorgeschrieben sind. Die Botschaften des Blogs lassen sich nach diesen Angaben, keinen konkreten Absendern zuordnen. Dadurch kann eine Täuschung der Öffentlichkeit über die Quelle und Absender der im Blog veröffentlichten Botschaften nicht ausgeschlossen werden.

Nach dem Deutschen Kommunikationskodex müssen PR- und Kommunikationsfachleute dafür sorgen, dass der Absender ihrer Botschaften klar erkennbar ist. Herr Steinkühler hat zwar eingeräumt, dass es Finanziers für den Blog gegeben habe. Doch auch auf Nachfrage des Rates vom 14.03.2013 hat er es unterlassen, die

Finanziers des Blogs der zu nennen. Darin sieht der Rat einen klaren Verstoß gegen einschlägige Transparenzgebote der Kommunikations- und PR-Branche und spricht Herrn Steinkühler dafür eine Rüge aus.

Deutscher Kommunikationsindex:

(1) PR- und Kommunikationsfachleute sorgen dafür, dass der Absender ihrer Botschaften klar erkennbar ist. Sie machen ihre Arbeit offen und transparent, soweit dies die rechtlichen Bestimmungen und die Verschwiegenheitsverpflichtungen gegenüber den jeweiligen Arbeits- oder Auftraggebern zulassen.

(2) PR- und Kommunikationsfachleute respektieren die Trennung redaktioneller und werblicher Inhalte und betreiben keine Schleichwerbung. Näheres regelt die DRPR- Richtlinie zur Schleichwerbung.

DRPR Richtlinien

DRPR Richtlinie zur Online-PR / Richtlinie zu PR in digitalen Medien und Netzwerken:

Artikel 1. Absendertransparenz in der Online-Medienarbeit

1. Online-Medienarbeit ist längst Teil des kommunikativen Tagesgeschäfts von Unternehmen und PR-Dienstleistern geworden. Hier entscheidet die Redaktion bei der digitalen Einsendung genauso wie bei der klassischen Pressemitteilung, ob sie das Material verwenden will oder nicht. Der Absender muss jedoch auch bei der digitalen Medienarbeit ersichtlich sein, beispielsweise also das

Unternehmen, in dessen Auftrag eine Agentur Unterlagen an ein Online-Medium sendet.

DRPR-Richtlinie zur Kontaktpflege im politischen Raum:
Artikel 1 Transparenzgebot

1.4 Politische Kampagnen sind ein Instrument der Einflussnahme auf die öffentliche Meinungsbildung. Sie müssen daher offen geführt werden und die Grundsätze redlicher PR-Arbeit beachten. Auftraggeber müssen bei Presse-Anfragen genannt werden.

Code de Lisbonne:

Artikel 4
Public Relations-Aktivitäten müssen offen durchgeführt werden. Sie müssen leicht als solche erkennbar sein, eine klare Quellenbezeichnung tragen und dürfen Dritte nicht irreführen.

Artikel 14
Die in diesem Kodex – insbesondere in den Artikeln 2, 3, 4 und 5 – festgehaltene Geisteshaltung beinhaltet die ständige Respektierung des Rechts auf Information durch die Public Relations-Fachleute sowie die Pflicht zur Bereitstellung von Informationen, soweit es die Wahrung des Berufsgeheimnisses zulässt. Sie umfasst ferner die Respektierung der Rechte und der Unabhängigkeit der Informationsmedien.

Artikel 15
Jeder Versuch, die Öffentlichkeit oder ihre Repräsentanten zu täuschen, ist nicht zulässig. […]