

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

Pressespiegel

Zu den Beschlussentwürfen am 14.11.2014

Pressemitteilung vom 03. März 2015

Vorsitzender
Prof. Dr. Günter Bentele

Stellvertretender Vorsitzender
Matthias Rosenthal

Ehrenvorsitzender
Dr. Horst Avenarius

Mitglieder
Stephan M. Cremer
Uwe Dolderer
Dr. Alex Föllner
Prof. Dr. Alexander Güttler
Dr. Frank Herkenhoff
Volker Knauer
Heiko Kretschmer
Josef Leis
Hans-Peter Maier
Ulrich Nies
Manfred Piwinger
Dr. Andreas Priefler
Monika Prött
Helmut von Stackelberg
Katrin Träger
Axel Wallrabenstein
Cornelius Winter

PR Report

Link: <http://prreport.de/home/aktuell/news-public/article/9468-drpr-ruegt-adac-deutsche-boerse-und-agentur-steinkuehler/>

DRPR rügt ADAC, Deutsche Börse und Agentur Steinkühler

04.03.2015 | Deutscher Rat für Public Relations

DRPR rügt ADAC, Deutsche Börse und Agentur Steinkühler

Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) rügt den ADAC, die Deutsche Börse und die Agentur Steinkühler wegen Fehlverhaltens. Zudem mahnt der DRPR ThyssenKrupp wegen Pressereisen ab. Ältere Fälle stellte der PR-Rat ein.

"Gelber Engel": Täuschung und Manipulation

Den ADAC rügt der DRPR für die bewusste Täuschung der Öffentlichkeit. Der Club hatte laut einer externen Prüfung sowohl die Gesamtzahl der abgegeben Stimmen als auch die Rangfolge der Platzierungen des ADAC-Publikumspreises "Gelber Engel" manipuliert. [Die Entscheidung im Detail.](#)

Deutsche Börse: Richtlinien zur Ad-Hoc-Publizität verletzt

Eine Ad-hoc-Mitteilung der Deutschen Börse vom 5. Februar 2013 eine Ad-hoc Mitteilung verschleierte die eigentliche Insiderinformation: der Vorstand strebe eine niedrigere Dividendenzahlung an als der Markt erwartet. Laut DRPR hätte die Börse die Vergleichszahlen der Vorperiode angegeben müssen, damit die Zahlenangaben vergleichbar werden. So verstieß sie gegen den Deutschen Kommunikationskodex, Artikel 10. [Die Entscheidung im Detail.](#)

"Peerblog": fehlende Transparenz

Die Agentur Steinkühler kassierte eine Rüge für ihren Blog "Peerblog". Dort verfasste Beiträge ließen sich keinen Absendern zuordnen - ein Verstoß gegen den Code de Lisbonne (Art. 4, 14) und den Deutschen Kommunikationskodex (Transparenz). [Die Entscheidung im Detail.](#)

ThyssenKrupp: unangemessene Pressereisen

ThyssenKrupp lud von 2010 bis 2012 Reporter der "Süddeutschen Zeitung", des "Tagesspiegel", der "NRZ" und der "Rheinischen Post" und der "FAZ" zu ungewöhnlich spendablen Pressereisen ein. "Luxusreisen", hieß es damals in der Presse.

Die DRPR-Richtlinie "PR und Journalismus" legt fest: "Insbesondere Pressereisen müssen in einem nachvollziehbaren Verhältnis zum Informationsanlass stehen." Da ThyssenKrupp nun eine eigene schriftliche Richtlinie zu Pressereisen entwickelt hat, sah der Rat von einer Rüge ab und sprach nur eine Mahnung aus. [Die Entscheidung im Detail.](#)

Einstellung fortlaufender Verfahren

Die Fälle "Blog: Wir in NRW", "PlanetWissen", sowie "Essing/Christ" stellte der Rat jeweils aufgrund von Unzuständigkeit oder mangelnder Beweise und mangelnder Anhaltspunkte ein. Er beschloss auch, sich mit dem Fall Forum Politik/Deutsche Bank nicht weiter zu befassen. Die Beschwerde "PlanetWissen" stellte er ein, "wegen Unzuständigkeit". "Im Fall Essing/Christ konnte Herrn Essing trotz langer Recherchen kein schuldhaftes Verhalten nachgewiesen werden", heißt es vom Rat.

Die sieben Fallentscheidungen hatte der Rat nach einem Jahr Arbeitspause auf seiner Sitzung im November 2014 getroffen. Wegen noch notwendiger Recherche wurden die Ergebnisse erst jetzt bekannt gegeben.

Der Vorsitzende Günter Bentele und sein Stellvertreter Mathias Rosenthal wurden wiedergewählt. Axel Wallrabenstein ist neuer Ausschussvorsitzender des DRPR.

Presseportal

Link: <http://www.presseportal.de/pm/110523/2963184/drpr-beschliesst-ueber-insgesamt-sieben-faelle-es-werden-drei-ruegen-und-eine-mahnung-ausgesprochen>

DEUTSCHER RAT FÜR PUBLIC RELATIONS

DRPR beschliesst über insgesamt sieben Fälle / Es werden drei Rügen und eine Mahnung ausgesprochen, drei Fälle werden eingestellt

03.03.2015 – 11:15 **Medien**

Leipzig (ots) - 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 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.

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.

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

Pressesprecher

Link: <http://www.pressesprecher.com/nachrichten/drpr-ruegt-adac-die-agentur-steinkuehler-und-die-deutsche-boerse-9349>

Fallentscheidungen des Deutschen Rats für Public Relations

DRPR rügt ADAC, die Agentur Steinkühler und die Deutsche Börse

Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) hat nach einem Jahr Arbeitspause auf seiner Sitzung im November 2014 sieben Fallentscheidungen getroffen. Wegen noch notwendiger Recherche wurden die Ergebnisse erst heute bekannt gegeben.

Jeanne Wellnitz

Der Deutsche Rat für Public Relations rügt den ADAC, die Agentur Steinkühler sowie die Deutsche Börse wegen Fehlverhaltens. Außerdem mahnt der PR-Rat ThyssenKrupp wegen Pressereisen ab. Ältere Fälle wurden eingestellt. Auf der Sitzung wurden zudem der Vorsitzende **Günter Bentele** und sein Stellvertreter **Mathias Rosenthal** wiedergewählt. **Axel Wallrabenstein** ist neuer Ausschussvorsitzender des DRPR.

Täuschung und Manipulation beim „Gelben Engel“

Der ADAC wird für die bewusste Täuschung der Öffentlichkeit gerügt. Eine externe Prüfung ergab, dass sowohl die Gesamtzahl der abgegebenen Stimmen als auch die Rangfolge der Platzierungen des ADAC-Publikumspreises „Gelber Engel“ manipuliert wurden.

Rüge gegen „Peerblog“ wegen fehlender Transparenz

Eine weitere Rüge erhielt die Agentur Steinkühler für ihren Blog „Peerblog“. Die dort verfassten Beiträge ließen sich keinen konkreten Absendern zuordnen. Damit habe sie gegen den Code de Lisbonne (Art. 4, 14) und den Deutschen Kommunikationskodex (Transparenz) verstoßen.

Die Deutsche Börse hat gegen Richtlinien zur Ad-Hoc-Publizität verstoßen

Die Deutsche Börse veröffentlichte am 5. Februar 2013 eine Ad-hoc Mitteilung, die die eigentliche Insiderinformation verschleierte. Sie lautete, dass der Vorstand eine niedrigere Dividendenzahlung, als der Markt erwartet, anstrebt. Laut DRPR hätten die Vergleichszahlen der Vorperiode angegeben werden müssen, um die Zahlenangaben vergleichbar zu machen. Ein Verstoß gegen den Deutschen Kommunikationskodex, Artikel 10.

Ermahnung für ThyssenKrupp wegen Pressereisen

ThyssenKrupp 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 „Luxusreisen“ genannt.

In der DRPR-Richtlinie „PR und Journalismus“ heißt es dazu: „Insbesondere Pressereisen müssen in einem nachvollziehbaren Verhältnis zum Informationsanlass stehen.“ Dadurch dass ThyssenKrupp nun eine mit der Compliance-Abteilung des Konzerns abgestimmte, schriftliche Richtlinie zu Pressereisen entwickelt hat, spricht der Rat keine Rüge, sondern nur eine Mahnung aus.

Einstellung fortlaufender Verfahren

Folgende Fälle wurden wegen mangelnder Beweise oder Unzuständigkeit eingestellt:

- Blog: Wir in NRW, "PlanetWissen",
- Blog: „Essing/Christ“
- Livesendung "Forum Politik"

Finanznachrichten.de

Link: <http://www.finanznachrichten.de/nachrichten-2015-03/32985237-drpr-beschliesst-ueber-insgesamt-sieben-faelle-es-werden-drei-ruegen-und-eine-mahnung-ausgesprochen-drei-faelle-werden-eingestellt-007.htm>

DRPR beschliesst über insgesamt sieben Fälle / Es werden drei Rügen und eine Mahnung ausgesprochen, drei Fälle werden eingestellt

Leipzig (ots) - 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 "steinkuehler-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 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.

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.

OTS: Deutscher Rat für Public Relations newsroom: <http://www.presseportal.de/pm/110523>
newsroom via RSS: http://www.presseportal.de/rss/pm_110523.rss2

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

Finanzen.net

Link: <http://www.finanzen.net/nachricht/aktien/DRPR-beschliesst-ueber-insgesamt-sieben-Faelle-Es-werden-drei-Ruegen-und-eine-Mahnung-ausgesprochen-drei-Faelle-werden-eingestellt-4216256>

DRPR beschliesst über insgesamt sieben Fälle / Es werden drei Rügen und eine Mahnung ausgesprochen, drei Fälle werden eingestellt

Leipzig (ots) - 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 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.

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.

OTS: Deutscher Rat für Public Relations newsroom: <http://www.presseportal.de/pm/110523>
newsroom via RSS: http://www.presseportal.de/rss/pm_110523.rss2

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



Deutscher Rat für Public Relations

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

Yahoo! Nachrichten

Link: <https://de.nachrichten.yahoo.com/drpr-beschliesst-%C3%BCber-insgesamt-sieben-f%C3%A4lle-es-werden-000000816.html>

DRPR beschliesst über insgesamt sieben Fälle / Es werden drei Rügen und eine Mahnung ausgesprochen, drei Fälle werden eingestellt

Leipzig (ots) - 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 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.

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.

OTS: Deutscher Rat für Public Relations newsroom: <http://www.presseportal.de/pm/110523>
newsroom via RSS: http://www.presseportal.de/rss/pm_110523.rss2

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.

Fair-News.de

Link: <http://www.fair-news.de/pressemitteilung-983798.html>

DRPR beschliesst über insgesamt sieben Fälle / Es werden drei Rügen und eine Mahnung ausgesprochen, drei Fälle werden eingestellt

(*fair-NEWS*) 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 "steinköhler-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 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 "steinköhler-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.

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

RÄ¼ge oder eine Mahnung ausgesprochen wird, so geschieht dies als wohlbegrÄ¼ndete Meinungsäußerung und darf nicht mit dem Urteil eines Gerichtes verwechselt werden.

KONTAKT: Geschäftsstelle des Deutschen Rates fÄ¼r Public Relations c/o Prof. Dr. GÄ¼nter Bentele Institut fÄ¼r 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 fÄ¼r Public Relations e.V. Oberwallstraße 24 10117 Berlin Vorsitzender Dr. Jörg Schillinger Stellv. Prof. Dr. Alexander GÄ¼ttler Vereinsregister Berlin VR 31817 B

Auto-Nachrichten.org

Link: <http://www.auto-nachrichten.org/2015/03/04/drpr-beschliesst-ueber-insgesamt-sieben-faelle-es-werden-drei-ruegen-und-eine-mahnung-ausgesprochen-drei-faelle-werden-eingestellt/>

DRPR beschliesst über insgesamt sieben Fälle / Es werden drei Rügen und eine Mahnung ausgesprochen, drei Fälle werden eingestellt

4. März 2015 Allgemein

Deutscher Rat für Public Relations [[Pressemappe](#)]

Leipzig (ots) – 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 ... [Lesen Sie hier weiter...](#)