

## PRESSEINFORMATION

des Deutschen Rats für Public Relations (DRPR)

### **DRPR mahnt Bundeswehr und spricht Volkswagen frei**

***Darmstadt, 18.06.2019 – Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) hat sich im Fall einer Beschwerde gegen den Auftritt der Bundeswehr im Umfeld der re:publica 2018 gegen die Erteilung einer Rüge entschieden und spricht stattdessen eine Mahnung gegen die Bundeswehr aus. In einem zweiten Verfahren gegen Volkswagen wird die Unternehmenskommunikation vom Vorwurf freigesprochen, sie habe auf die Unabhängigkeit der journalistischen Berichterstattung einwirken wollen.***

Der Bundeswehr war vom Beschwerdeführer vorgeworfen worden, im Umfeld einer angestrebten Präsenz auf der re:publica 2018 mehrfach wahrheitswidrige Aussagen gemacht zu haben – sowohl gegenüber der Öffentlichkeit als auch auf parlamentarische Anfragen hin. Der DRPR hat sich in seiner Prüfung allerdings auf die öffentlichen Aussagen beschränkt und belässt die Beurteilung der im Parlament getroffenen Aussagen den parlamentarischen Kontrollgremien.

Im Einzelnen war der Bundeswehr vorgeworfen worden, sie habe wahrheitswidrig behauptet, es habe ein Uniformverbot der re:publica-Veranstalter gegeben und das Angebot eines Recruitingstandes sei zurückgenommen worden, nachdem sich die Bundeswehr geweigert habe, auf die Uniformierung zu verzichten. Aus der Korrespondenz, die öffentlich zugänglich ist und seitens der Bundeswehr nochmal vorgelegt wurde, geht allerdings hervor, dass zwar lange über einen Stand auf dem Gelände verhandelt wurde. Die re:publica hat sich bemüht, Alternativen zu einem Recruitingstand aufzuzeigen und stattdessen eine Teilnahme im Programm favorisiert. Fest zugesagt wurde ein Stand demnach zwar nicht, diese Aussage ist als wahrheitswidrig zu bezeichnen; die Veranstalter haben die Diskussion nach Eindruck des Rates aber über einen langen Zeitraum in der Schwebe gehalten, bis – nach Aussage der Veranstalter – alle verfügbaren Sprecherslots besetzt waren.

Ein eindeutiges Verbot von Uniformen auf dem Gelände hat es nach Erkenntnissen des Rates aber nicht gegeben, die Behauptung der Bundeswehr, dieses habe bestanden, lässt sich weder aus der Korrespondenz noch aus der öffentlich zugänglichen Berichterstattung erkennen. Aus der Korrespondenz lasse sich allerdings sehr wohl herauslesen, dass die re:publica-Veranstalter Uniformen möglichst nicht auf dem Gelände im Einsatz sehen wollten. Die Bundeswehr hat diese Sachlage nach Einschätzung des DRPR bewusst aufgebauscht in ihrer Kommunikation.

Einen entsprechenden Post des Zentrums Operative Kommunikation auf der Facebook-Seite des Soldaten-Betreuungssenders Radio Andernach, wonach der Hauptstadt-Korrespondentin des Senders der Zugang zum Gelände aufgrund ihrer Uniform verweigert worden sei, wurde später von der Bundeswehr korrigiert. Denn weder hat die Korrespondentin über eine Akkreditierung als Journalistin oder ein gültiges Ticket verfügt, noch hat sie versucht, Zugang zum Gelände zu erhalten.

Der Presse- und Informationsstab hat in einer Stellungnahme zwar betont, dass dieser Post „missverständlich“ formuliert gewesen sei und verweist darauf, dass diese Aussage erst als Kommentar und später auch als eigenständiger Post auf der Facebook-Seite korrigiert worden seien. Doch letztlich wurden diese Korrekturen nur mit erheblicher Verzögerung durchgeführt. „Angesichts der Wirkmechanismen in der digitalen Kommunikation – insbesondere mit Blick auf die angemessene Interaktionsgeschwindigkeit in den sozialen Medien – wirkt die zeitlich stark verzögerte Korrektur der Aussage eher legitimatorisch“, so der Ratsvorsitzende Prof. Rademacher.

Der Rat mahnt die Bundeswehr daher, entsprechende irreführende Kommunikation in Zukunft zu unterlassen und Tatbestände nicht unangemessen aufzubauschen sowie notwendige Korrekturen in der Social Media-Kommunikation in angemessen kurzer Frist vorzunehmen.

## **Volkswagen-Kommunikation entschuldigt sich ausführlich und sagt verstärkte Qualitätskontrolle zu**

Das Unternehmen Volkswagen wird vom Vorwurf freigesprochen, im Kontext der Produktvorstellung ihrer iD-Familie (vollelektrifizierte Fahrzeuge) den Versuch unternommen zu haben, die freie journalistische Berichterstattung einzuschränken. In einem dreiseitigen Brief an den Rat hat das Unternehmen nochmals klargestellt, dass das Ziel gewesen sei, ausgewählten Wirtschaftsjournalisten einen Einblick in die frühzeitige Einbindung der Händler zu gewähren. Den Händlern sei, wie allen Dritten, eine Berichterstattung untersagt, da diese nicht über Produkte berichten sollten, die gesetzlichen Kennzeichnungspflichten als Prototypen unterliegen. Das eröffne sonst ein Klagerisiko.-

Unglücklicherweise habe der Kollege, der die Einladung an 15 bis 20 Journalisten versendet habe, als Basis seiner Presseeinladung versehentlich den Text der Händlereinladung genutzt. Auch ein zusätzlicher Kontrollmechanismus habe nicht gegriffen. Der Kommunikationsverantwortliche, Dr. Marc Langendorf, räumt ein, dass die Einladung so nie das hätte verlassen dürfen, der Versand sei allein auf menschliches Versagen zurückzuführen. Man habe sich bereits öffentlich entschuldigt und auch die betreffenden Redakteure angerufen, die Gesprächsbedarf gehabt hätten, und die Hintergründe erläutert. Es wurde dem Rat schriftlich versichert, dass man die Kontrollmechanismen noch einmal verstärkt habe, um eine Wiederholung möglichst auszuschließen.

## KONTAKT

Geschäftsstelle des Deutschen Rates  
für Public Relations  
Hochschule Darmstadt  
Dekanat FB Media  
Haardtring 100  
64295 Darmstadt  
Tel. +49 6151 16-39442  
Fax+49 6151 16-39445  
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  
Trägerverein des Deutschen  
Rates für Public Relations e.V.  
c/o GPRA e.V.  
Bertolt-Brecht-Platz 3  
10117 Berlin  
Vorsitzender Uwe Kohrs  
Stellv. Regine Kreitz  
Vereinsregister Berlin VR 31817 B

## Über den 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. und der Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA) 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 Kernaufgaben des DRPR sind es, a) das Berufsfeld im Rahmen seiner Möglichkeiten kritisch zu beobachten, b) kommunikative Normen zu formulieren und zu entwickeln und c) auf Basis dieser Normen kommunikatives 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.*