

**PRESSEINFORMATION****Schleichwerbung bei „Wetten, dass...?“ -  
DRPR rügt verantwortliche Agentur und beteiligte Unternehmen**

*Leipzig, 14. August 2013* Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) rügt die Agentur Dolce Media sowie die Unternehmen Fleurop und Fressnapf für versuchte bzw. vollendete Schleichwerbung in der ZDF-Sendung „Wetten, dass...!?!“. Außerdem mahnt der Rat die Unternehmen Daimler, Audi und Solarworld, künftig kritischer zu prüfen, ob Medienkooperationen den Tatbestand der Schleichwerbung erfüllen. Die Mahnung spricht der Rat auch gegenüber der Agentur Dolce Media aus, der aus Sicht des Rates in der Vermittlung eine verantwortliche Rolle in diesem Fall zukam.

Ausgehend von einer umfassenden Medienberichterstattung über mögliche Schleichwerbung in der ZDF-Sendung „Wetten, dass...?“, hat sich auch der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) mit diesen Vorwürfen auseinandergesetzt. Dabei ging es um die Kernfrage, ob in der Sendung mit finanziellen Mitteln direkt oder indirekt Einfluss auf die Inhalte der Sendung genommen wurde, ohne dass dieser Einfluss jedoch für die Zuschauer transparent gewesen wäre. Ein solches Vorgehen verstößt gegen die Artikel 4 und 15 des Code de Lisbonne sowie gegen die DRPR-Richtlinie zur Schleichwerbung.

Der Deutsche Rat für Public Relations rügt aufgrund der Erkenntnisse, die seine Recherchen inklusive einer schriftlichen Befragung der Beteiligten erbracht haben, das Verhalten der Unternehmen Fleurop und Fressnapf sowie das der Agentur Dolce Media als Schleichwerbung bzw. als Versuch der Schleichwerbung in Form von Themenplacements.

Gleichzeitig mahnt der Rat die Agentur Dolce Media und ihre Kunden Daimler, Audi und Solarworld, jede Form bezahlter Medienkooperation über den rechtlich gesicherten Rahmen hinaus künftig kritischer zu hinterfragen.

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

Mailkontakt: [drpr@dprg.de](mailto:drpr@dprg.de)  
[bentele@uni-leipzig.de](mailto:bentele@uni-leipzig.de) (Prof. Dr. G. Bentele, Vorsitzender des DRPR)  
Telefon: 0341 - 9735 751  
Telefax: 0341 - 9735 748

**Anhang:** Ratsbeschluss vom 01. August 2013

## ANSCHRIFT

DRPR c/o Lehrstuhl für Öffentlichkeitsarbeit/ PR  
Postfach 100920  
D-04009 Leipzig

TELEFON  
(0341) 9735 751

TELEFAX  
(0341) 9735 748

E-MAIL  
[drpr@dprg.de](mailto:drpr@dprg.de)

INTERNET  
[www.drpr-online.de](http://www.drpr-online.de)

**Vorsitzender** Prof. Dr. Günter Bentele **Stellvertretender Vorsitzender** Matthias Rosenthal **Ehrevorsitzender** 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 Tobias Mündemann Ulrich Nies Manfred Piwinger Dr. Andreas Prießler  
Monika Prött Katrin Träger Axel Wallrabenstein Cornelius Winter



**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 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 wohlbe-gründete Meinungsäußerung und darf nicht mit dem Urteil eines Gerichtes verwechselt werden.*