



## **DRPR-Verfahren 01/2014:**

### **Beschwerdeausschuss Unternehmen und Markt**

#### **Fall: „ADAC / Gelber Engel“ - 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 DEGEPO

*Leipzig, im Januar.2015*

### **Zur Sachlage:**

Mitte Januar 2014 berichtete die Süddeutsche Zeitung über mögliche Manipulationen beim ADAC-Publikumspreis „Gelber Engel“. Dabei sind offenbar die absoluten Zahlen der abgegebenen Stimmen nach oben korrigiert worden.

Die Vorwürfe wurden zunächst vom ADAC und insbesondere vom Präsidenten Peter Meyer dementiert. Die Veranstaltung im Rahmen der Preisverleihung zum Gelben Engel fand wie geplant statt. Wenige Tage später wurden die Vorwürfe allerdings vom Geschäftsführer Karl Obermaier in der Presse bestätigt (u.a. im Spiegel Online 22.01.14) woraufhin der verantwortliche Kommunikationschef Michael Ramstetter zurücktrat. Es wurde jedoch zunächst versichert, dass die Rangfolge der Platzierungen zum Lieblingsauto der Deutschen nicht manipuliert worden sei. Der ADAC versprach daraufhin eine großflächige Aufklärung, für die auch externe Wirtschaftsprüfer (Deloitte) engagiert wurden.

Der externe Prüfbericht der Gesellschaft vom 10. Februar 2014 konnte jedoch beweisen, dass sowohl die Gesamtzahl der abgegebenen Stimmen, als auch die Rangfolge der Platzierungen mutwillig verändert wurden. Zudem soll es klare Anhaltspunkte dafür geben, dass Manipulationen bereits in den Vorjahren durchgeführt wurden. Peter

**Vorsitzender**  
Prof. Dr. Günter Bentele

**Stellvertretender Vorsitzender**  
Matthias Rosenthal

**Ehrensprecher**  
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 Minweg  
Tobias Mündemann  
Ulrike Propach  
Monika Prött  
Dr. Jörg Schillinger  
Dr. Hans-Jörg Schmedes  
Sergius Seebohm  
Axel Wallrabenstein

Meyer trat am Tag der Veröffentlichung von seinem Amt als Präsident zurück, zudem wird die Verleihung „Gelber Engel“ eingestellt.

### **Beschluss:**

Der DRPR rügt – aufgrund der eigenen Recherchen und des ausführlichen Berichts der Prüfungsgesellschaft Deloitte – den Allgemeine Deutschen Automobil-Club e. V. (ADAC) und insbesondere dessen damals verantwortlichen Kommunikationschef Michael Ramstetter, für die bewusste Täuschung der Öffentlichkeit durch die Manipulation des Publikumspreises „Gelber Engel“.

### **Begründung:**

Der Rat sieht es als erwiesen an, dass die Öffentlichkeit in besonders schwerem Falle durch den ADAC und insbesondere seinem Führungspersonal getäuscht wurde.

Mit ca. 19 Mio. Mitgliedern und seiner Clubzeitschrift „ADAC Motorwelt“ (18 Mio. Leser) hat der Verein eine enorme Resonanz und Medienaufmerksamkeit. Eine Publikumswahl zu manipulieren, verursacht in der Öffentlichkeit einen massiven Vertrauensverlust und wirft ein schlechtes Licht auf die gesamte Kommunikationsbranche.

Darüber hinaus wurde – vor offiziellen und externen Prüfungen – vom Automobilclub versichert, dass lediglich die Gesamtzahl der abgegebenen Stimmen, nicht aber das Ranking, manipuliert worden sei. Dies konnte jedoch durch den Prüfbericht widerlegt werden. Das Verhalten des ADAC hat somit gegen Grundsätzen professionellen und fairen Kommunikationsverhaltens verstoßen, wie es in mehreren Kommunikations- und PR-Kodizes formuliert wird. Folgende Regeln des Deutschen Kommunikationskodex bzw. des Code de Lisbonne sind in diesem Fall relevant:

## **Deutscher Kommunikationskodex:**

Art. (9): PR- und Kommunikationsfachleute sind der Wahrhaftigkeit verpflichtet, verbreiten wissentlich keine falschen oder irreführenden Informationen oder ungeprüfte Gerüchte.

Art. (12) PR- und Kommunikationsfachleute verhalten sich gleichermaßen loyal gegenüber ihrem Berufsstand. Sie sind sich dessen bewusst, dass Verstöße gegen rechtliche oder ethische Normen die Arbeitsgrundlagen ihres Berufsfelds untergraben und seinem Ansehen schaden

Art. (14) PR- und Kommunikationsfachleute beherrschen die Instrumente und Methoden ihres Berufsfelds, sind bereit zu Selbstreflexion und verhalten sich in ihrem Geschäftsgebaren integer.

## **Code de Lisbonne:**

Artikel 3:

In der Ausübung ihres Berufes beweisen die Public Relations-Fachleute Aufrichtigkeit, moralische Integrität und Loyalität. Insbesondere dürfen sie keine Äußerungen und Informationen verwenden, die nach ihrem Wissen oder Erachten falsch oder irreführend sind. Im gleichen Sinn müssen sie vermeiden, dass sie – wenn auch unbeabsichtigt – Praktiken oder Mittel gebrauchen, die mit diesem Kodex unvereinbar sind.

Artikel 13:

Falls die Ausführung eines Public Relations-Mandates nach aller Voraussicht ein gravierendes Fehlverhalten und eine den Grundsätzen dieses Kodex widersprechende Vorgehensweise bedingen würde, müssen Public Relations-Fachleute ihren Auftrag- oder Arbeitgeber unverzüglich unterrichten und ihn mit allen gebührenden Mitteln zu einer Respektierung der Grundsätze im Kodex veranlassen. Selbst wenn der Auftrag- oder Arbeitgeber weiter an seinem Vorsatz festhält, sind Public Relations-Fachleute ohne Rücksicht auf persönliche Konsequenzen verpflichtet, gemäß dem Kodex zu handeln.

Artikel 15:

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

Artikel 18:

Public Relations-Fachleute haben sich jeder Verhaltensweise zu enthalten, die dem Ansehen ihres Berufsstandes schaden könnte. Insbesondere dürfen sie der Deutschen Public Relations Gesellschaft, ihrer Arbeit und ihrem Ansehen keinen Schaden zufügen, sei es durch böswillige Angriffe oder durch Verstöße gegen ihre Statuten und Reglemente.