



## DRPR-Verfahren 09/2015:

### Beschwerdeausschuss Unternehmen und Markt

#### Fall: Lilies-diary

DRPR e/o Lehrstuhl für  
Öffentlichkeitsarbeit/PR  
Postfach 100920  
04109 Leipzig  
Tel. 0341-9735 751  
Fax 0341-9735 748  
E-Mail: info@drpr-online.de  
www.drpr-online.de

getragen von  
DPfG GPfA BfP DEGEPO

Leipzig, den 18. Mai 2016

### Zur Sachlage:

Die Beschwerde vom 01.10.2015 richtet sich gegen die Website <http://www.lilies-diary.com/>, auf der Advertorials zu finden sind, die sich laut Beschwerdeführer nicht von den redaktionellen Beiträgen auf der Website unterscheiden.

Der Beschwerdeführer erhebt den Vorwurf, der Schleichwerbung, gegen Abs. Transparenz des Kommunikationskodexes Artikel 2: PR- und Kommunikationsfachleute respektieren die Trennung redaktioneller und werblicher Inhalte und betreiben keine Schleichwerbung.

### Artikel des Deutschen Kommunikationskodex et. al.:

- nicht erkennbar –

### Verfahren:

Der DRPR stellte zunächst im Umlaufverfahren die Zuständigkeit des Rats für die Beschwerde fest und veranlasste im Anschluss gründliche Recherchen.

### Beschluss im Umlaufverfahren:

*Das Beschwerdeverfahren wird nach Punkt 8.1. der DRPR Beschwerdeordnung wegen festgestellter offensichtlicher Unbegründetheit eingestellt.*

Vorsitzender  
Prof. Dr. Günter Bentele

Stellvertretender Vorsitzender  
Matthias Rosenthal

Ehrenvorsitzender  
Dr. Horst Avenarius

Mitglieder  
Markus Beeko  
Carsten, J. Diercks  
Prof. Dr. Alexander Güttler  
Stefan Hencke  
Dr. Frank Herkenhoff  
Dr. Kurt Hesse  
Dorothee Hutter  
Volker Knauer  
Verena Köttler  
Regine Kreitz  
Veit Mathauer  
Norbert Mimwegen  
Tobias Mündermann  
Ulrike Propach  
Monika Prött  
Dr. Jörg Schillinger  
Hans-Jörg Schmedes  
Sergius Seeböhm  
Axel Wallraabenstein

**Begründung:**

Der DRPR kann unter keinem Aspekt einen Verstoß gegen den Kommunikationskodex oder einen anderen PR-Kodex oder eine der DRPR-Richtlinien feststellen. Irgendwelche Anhaltspunkte ergeben sich weder aus dem Inhalt, noch aus dem Text, dass hier gegen Inhalte eines Kodex bzw. einer DRPR-Richtlinie verstoßen wird. Die Kennzeichnung der bezahlten Werbung ist nach Einschätzung des DRPR in dieser Form nicht zu beanstanden.

Die Anregungen der Beschwerdeführerin können in einem Beschwerdeverfahren nicht erörtert werden, sondern sind gegebenenfalls an anderer Stelle zu kommentieren.