



Deutscher Rat für Public Relations

# Tätigkeitsbericht

des Deutschen Rates für Public Relations e.V. (DRPR) für die Jahre  
2012, 2013, 2014 und 2015

**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 049  
E-Mail: [info@drpr-online.de](mailto:info@drpr-online.de)  
[www.drpr-online.de](http://www.drpr-online.de)

**Vorsitzender**

Prof. Dr. Günter Bentele

**Stellvertretender Vorsitzender**

Matthias Rosenthal

**Ehrenvorsitzender**

Dr. Horst Avenarius

**Mitglieder**

Florian Amberg  
Markus Beeko  
Carsten J. Diercks  
Prof. Dr. Alexander Güttler  
Prof. Dr. Stefan Hencke  
Dr. Frank Herkenhoff  
Dr. Kurt Hesse  
Dorothee Hutter  
Volker Knauer  
Regine Kreitz  
Veit Mathauer  
Norbert Minwegen  
Tobias Mündemann  
Ulrike Propach  
Monika Prött  
Dr. Jörg Schillinger  
Dr. Hans-Jörg Schmedes  
Sergius Seebohm  
Marco Vollmar  
Axel Wallrabenstein

## INHALT

Inhalt .....	2
1. Vorwort des Ratsvorsitzenden Günter Bentele .....	3
2. Aufgaben und Selbstverständnis des DRPR.....	5
3. Die Ratsarbeit 2012 und 2013 .....	6
3.1 Übersicht über die Sitzungen: Neue Konstruktion, neue Fälle, neuer Vorsitzender und stellvertretender Vorsitzender.....	6
3.2 Der Deutsche Kommunikationskodex: Entstehung, Beschluss und Verbreitung.....	7
3.3 Pressereisen: „Ohne Transparenz geht es nicht“ (Podiumsdiskussion).....	8
3.4 Die wichtigsten Ratsentscheidungen 2012 und 2013 .....	9
3.5 Statistik und Liste der Fälle der Jahre 2012 und 2013.....	12
3.6 Sonstige Aktivitäten.....	13
4. Das „verlorene Jahr“ 2014 und der Neustart.....	14
4.1 Allgemeine Beschreibung und personelle Neuaufstellung.....	14
4.2 Statistik und Liste der Fälle des Jahres 2014 .....	16
5. Das Jahr 2015 .....	18
5.1 Allgemeine Beschreibung.....	18
5.2 Statistik und Liste der Fälle des Jahres 2015 .....	20
6. Anhang.....	21
6.1 Deutscher Kommunikationskodex (verabschiedet am 29.11.2012) .....	21
6.2 DRPR-Richtlinie „PR und Journalismus“ (aktualisiert im Oktober 2013).....	25
6.3 DRPR-Stellungnahme für mehr Transparenz bei der Vertretung von Interessen gegenüber Politik und Öffentlichkeit.....	27
6.4 DRPR-Stellungnahme zum de´ge´pol Vorschlag eines Interessenbeauftragten .....	29
6.5 Beschlüsse .....	30
7. Impressum.....	32

## 1. VORWORT DES RATSVORSITZENDEN GÜNTER BENTELE



Prof. (em.) Dr. Günter Bentele

Dieser Tätigkeitsbericht ist seit längerem wieder der erste Tätigkeitsbericht des Deutschen Rates für Public Relations (DRPR). Er umfasst die Jahre 2012 bis 2015.

Der Deutsche Rat für Public Relations, der am 1. Mai 1987 auf der 28. Mitgliederversammlung der DPRG gegründet wurde und sich als Selbstkontrollorgan der PR-Branche versteht, hat in diesen Jahren, insbesondere von 2012 bis 2014, seine Arbeit organisatorisch und auch inhaltlich

neu ausgerichtet. Diese neue Ausrichtung wurde zunächst durch eine neue, organisatorische Konstruktion angegangen. Nachdem der DRPR seit Anbeginn zwar von den Berufsverbänden, zunächst DPRG und GPRA, später BdP und de'ge'pol, „getragen“ wurde, aber als Organ sozusagen ein wenig „in der Luft“ schwebte, wurde im Jahr 2011 – ähnlich wie beim Deutschen Presserat - ein Trägerverein gegründet, der eine Satzung erhielt, die am 27.12.2012 beschlossen wurde.

Der Trägerverein, aus den vier wichtigsten Berufsverbänden um Berufsfeld Public Relations in Deutschland, der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG e.V.), dem Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP e.V.), der Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA e.V.) und der Deutschen Gesellschaft für Politikberatung (de'ge'pol e.V.) unterstützt und trägt den Deutschen Rat für Public Relations satzungsgemäß. Der DRPR ist also laut Satzung ein Organ des Trägervereins, ist aber inhaltlich in seinen Entscheidungen und in seiner Arbeit unabhängig. Die vier Trägerverbände nominieren nach jeweils eigenen Verfahren Mitglieder für den Rat, der einen Vorsitzenden und einen Stellvertretenden Vorsitzenden wählt, der wiederum vorher vom Trägerverein vorgeschlagen werden muss. Im Jahr 2012 ist Prof. Bentele, der Verantwortliche auch für diesen Bericht, zum DRPR-Vorsitzenden gewählt worden, Mathias Rosenthal wurde zum stellvertretenden Ratsvorsitzenden gewählt. Zum zweiten Mal fand diese Wahl zum Ende 2014 statt.

2014 war das erste Krisenjahr des DRPR-Trägervereins und damit auch ein Krisenjahr des DRPR. Aus diesem Tief konnten sich beide Institutionen aber wieder befreien, die Arbeit ging weiter.

Der DRPR ist in Deutschland für ethische Fragen des Berufsfeldes PR zuständig, er beobachtet die PR-Praxis, entwickelt und aktualisiert ethische Normen für das Berufsfeld, greift ethisches Fehlverhalten auf und rügt ggf. Personen oder Organisationen, die den Normen zuwider handeln. Wichtigste normative Grundlage für den DRPR ist der Deutsche Kommuni-

kationskodex und die von ihm bislang verabschiedeten sieben DRPR-Richtlinien, aber auch internationale Kodizes wie der Code de Lisbonne sind als Arbeitsgrundlage wichtig. Der Rat informiert aber auch die Öffentlichkeit über PR-ethische Angelegenheiten und Probleme, berät oder wird zu Workshops und Seminaren von Verbänden, Unternehmen und Agenturen eingeladen, um so den Gedanken und die Regeln „guter Organisationskommunikation“ zu verbreiten.

## 2. AUFGABEN UND SELBSTVERSTÄNDNIS DES DRPR

Der Kern des Selbstverständnisses des DRPR hat sich in den Jahren seines Bestehens nicht geändert. Der DRPR versteht sich als Organ der freiwilligen Selbstkontrolle für das PR-Berufsfeld und hat sich selbst folgende Hauptaufgaben gestellt,

- a) dieses Berufsfeld im Rahmen seiner Möglichkeiten kritisch zu beobachten,
- b) kommunikative Normen zu formulieren, zu entwickeln und weiterzuentwickeln und
- c) auf Basis dieser Normen - kommunikatives Fehlverhalten gegenüber Öffentlichkeiten zu mahnen oder zu rügen.

Die *Trägervereinsatzung*, die am 27.02.2012 verabschiedet wurde, formuliert wie folgt:

### § 9 - Deutscher Rat für Public Relations (DRPR)

Abs.1: Der „Deutscher Rat für Public Relations (DRPR)“ ist ein Gremium des Trägervereins des Deutschen Rates für Public Relations e.V. [...]

Abs. 2: Die Mitglieder des DRPR sind in Ihrer Ratstätigkeit unabhängig und an Weisungen der sie entsendenden Organisationen nicht gebunden. [...] Ihre Tätigkeit ist ehrenamtlich.

### § 11 - Aufgaben des DRPR

Der DRPR hat die folgenden Aufgaben:

1. Missstände und Fehlverhalten bei der Kommunikation mit Öffentlichkeiten zu benennen und auf deren Beseitigung hinzuwirken,
2. normenkonformes und verantwortungsbewusstes Handeln einzufordern,
3. Beschwerden über einzelne Vorgänge zu prüfen und in begründeten Fällen Ermahnungen und Rügen auszusprechen,
4. auf Fairness in den Beziehungen zwischen den Organisationen und ihren Publika hinzuwirken,
5. den Deutschen Kommunikationskodex zu formulieren und ihn und andere Berufsnormen weiterzuentwickeln.“

Durch seine Aktivitäten greift der DRPR aktiv in das Geschehen des Berufsfeldes ein. Die geschieht sowohl durch *aktive Normierung* (z.B. Entwicklung und Weiterentwicklung des Deutschen Kommunikationskodex sowie der DRPR-Richtlinien), als auch durch die Diskussion kritischer Fälle und dem Treffen von Entscheidungen (Ratsprüche). In den letzten Jahren kam aber auch aktive Vortrags- und Seminartätigkeit zu ethischen Problemen, sowie Beratung hinzu.

Der DRPR sieht seine Funktion und Tätigkeiten analog zu denen des Deutschen Presserats und des Deutschen Werberats, die sich in benachbarten Berufsfeldern der öffentlichen Kommunikation auch als Organe der freiwilligen Selbstkontrolle sehen und dieselben oder ähnliche Aufgaben wahrnehmen.

## 3. DIE RATSARBEIT 2012 UND 2013

### 3.1 Übersicht über die Sitzungen: Neue Konstruktion, neue Fälle, neuer Vorsitzender und stellvertretender Vorsitzender

Am 09. März. 2012 findet in Düsseldorf eine informelle Sitzung mehrerer Ratsmitglieder statt. Dabei wurden einige aktuelle Fälle besprochen, es wird eine Veranstaltung im Juni 2012 zum Thema Kommunikationskodex ins Auge gefasst und Stephan Cremer, der seinerzeitige Vorsitzende des Trägervereins, berichtet über die Gründung dieses Trägervereins am 27.2. 2012, sowie eine neue Satzung dieses Trägervereins. Damit entfällt faktisch die bislang gültige Satzung des DRPR.

Am 25.5. 2012 findet in Berlin eine reguläre Ratssitzung statt, auf der Herr Gaul erklärt, nicht nochmals zum DRPR-Vorsitzenden zu kandidieren. Der Vorsitzende des Trägervereins, Stephan Cremer, erklärt, dass der Trägerverein satzungsgemäß (neue Trägervereinsatzung) Prof. Bentele als neuen Vorsitzenden des DRPR und Matthias Rosenthal als stellvertretenden Vorsitzenden vorgeschlagen hat. Prof. Bentele und Matthias Rosenthal werden jeweils einstimmig (bei Stimmenthaltung der Kandidaten) zum neuen Vorsitzenden und zum neuen Stellvertretenden Vorsitzenden gewählt. Wie auf einer Ratsklausur im April 2011 beschlossen, treten drei *Beschwerdeausschüsse* (abgekürzt: BSA) an Stelle der bisherigen Beschwerdekammern. Für den *Beschwerdeausschuss Wirtschaft und Finanzen* wird Herr Anton Leis als Vorsitzender und Herr Dr. Frank Herkenhoff als Stellvertretender Vorsitzender gewählt. Für den *Beschwerdeausschuss Politik* wird Herr Cornelius Winter als Vorsitzender und Herr Wallrabenstein als stellvertretender Vorsitzender gewählt. Für den *Beschwerdeausschuss Unternehmen und Markt* wird Herr Prof. Dr. Alexander Güttler als Vorsitzender gewählt. Die Position eines Stellvertreters bleibt unbesetzt. Der Rat beschließt einstimmig die Bestellung von Herrn RA Mönikes als DRPR-Vertrauensanwalt, dieser Vorschlag war von Heiko Kretschmer eingebracht worden. Auf Vorschlag von Prof. Bentele wird beschlossen, die DRPR-Website zu neu zu gestalten und damit die Außendarstellung des Rats zu professionalisieren.

Am 23.11. 2012 findet in Berlin eine reguläre Ratssitzung statt. Dort wird Hubert Sanner (Berlin) als neuer Sekretär des DRPR vorgestellt, der Nachfolger von Sven Braune (Berlin), der bisher Geschäftsführungsaufgaben übernommen hatte. Auf dieser Sitzung wird über den Stand einer Reihe von aktuellen Rats-Fällen informiert und diese Fälle werden teilweise intensiver diskutiert. Ganz aktuell ist die kritische Berichterstattung zum Thema „Pressereisen“. Bezüglich dieses Falls hatte der Kommunikationsverantwortliche von ThyssenKrupp, Herr Wilke, Kontakt zum DPRG (Prof. Bentele) aufgenommen. Innerhalb des Telefongesprächs entstand die Idee, eine öffentliche Diskussionsveranstaltung zu diesem Thema - am besten mit den Beteiligten - zu organisieren.

### 3.2 Der Deutsche Kommunikationskodex: Entstehung, Beschluss und Verbreitung

Im letzten Doppeljahresbericht des DRPR für die Jahre 2011 und 2012, verantwortet vom seinerzeitigen Vorsitzenden Richard Gaul, heißt es im letzten Punkt 7: („Der Kommunikationskodex kommt“) dass der DRPR in einem recht aufwendigen Prozess einen Entwurf für einen modernen Kodex erarbeitet habe, der Kommunikationsverantwortlichen zukünftig als Richtschnur dienen solle.

Auf Basis eines Planungspapiers von Günter Bentele und Howard Nothhaft (Universität Leipzig) vom Juni 2009 hatte der DRPR am 22.6. 2009 beschlossen, diesen Kommunikationskodex zu erarbeiten, der aus Sicht der meisten Ratsmitglieder aktuell, zeitgemäß sachgerecht sein sollte. Nach einer umfangreichen Analyse bestehender internationaler und nationaler Kodizes durch eine Arbeitsgruppe der Universität Leipzig waren im Jahr 2010 drei Entwürfe von einer „Steering Group“ (Mitglieder: Prof. Dr. Günter Bentele, Richard Gaul, Prof. Dr. Alexander Güttler, Heiko Kretschmer, Dr. Michael Reuter) unter Vorsitz von Günter Bentele entwickelt und intensiv diskutiert worden. Ziel war es, einen dann „vorläufigen“ Kodex einer breiten, öffentlichen Diskussion zu unterziehen. Der letzte Entwurf vom November 2010 wurde 2011 weiter verbessert und dann als *Entwurf* des Deutschen Kommunikationskodex auf der Ratssitzung am 1.12. 2011 einstimmig als „vorläufige Endfassung“ beschlossen. Am 20.2. 2012 wurde der Entwurf der Öffentlichkeit per Pressemitteilung vorgestellt und zu einer öffentlichen Diskussion eingeladen. Dies geschah zunächst mehrere Monate auf einer eigens dafür eingerichteten Diskursplattform [www.kommunikationskodex.de](http://www.kommunikationskodex.de).

Insgesamt gab es auf dieser Diskussionsplattform acht Initiativartikel (G. Bentele, H. Kretschmer, A. Güttler, R. Gaul, u.a.) und 92 Kommentare, dazu einige Spam-Einträge. Die meisten Diskussionsteilnehmer lobten die Initiative der öffentlichen Online-Diskussion, konstruktive Anregungen betrafen die Präzisierung von Begriffen, angebliche inhaltliche Lücken (z.B. Ethik der Social-Media-Kommunikation), das angebliche Fehlen von Ausführungsbestimmungen (Rügen, andere Sanktionen), etc. Einige der Ergänzungen wurden in der nachfolgenden internen Diskussionsphase übernommen, die meisten Kritikpunkte beruhten allerdings entweder auf Missverständnissen oder auf fehlendem Wissen (z.B. wurde häufig nicht berücksichtigt, dass der Rat zu angeblich im Kodex fehlenden Themen (z.B. Verhältnis Journalismus und PR oder Online-PR) schon konkrete DRPR- Richtlinien entwickelt hatte.

Nach der öffentlichen Online-Diskussion und der Beschlüsse der vier Trägerverbände veranstaltete der DRPR am 19.Juni 2012 in Berlin eine *öffentliche Podiumsdiskussion*, die eingegangenen Kritik- und Anregungspunkte wurden dort nochmals zur Diskussion gestellt. Auch diese Veranstaltung hatte einige Resonanz und bot nochmals einige konkrete Anregungen zur Umformulierung des Kommunikationskodex.

Etwa gleichzeitig lief auch die Diskussion zum Kommunikationskodex in den vier Trägerverbänden. Die DPRG-Mitgliederversammlung stimmte am 12. Mai, das BdP-Präsidium am 22. Mai, am 6. Juni der Vorstand der de'ge'pol und ebenfalls im Juni der GPRA-Vorstand zu.

Am 13. Dezember 2012 fand eine Pressekonferenz in Berlin mit den Präsidenten der Trägerverbände statt, auf der der Kommunikationskodex der Fachöffentlichkeit und der größeren Öffentlichkeit vorgestellt wurde. Nach dieser Pressekonferenz, die einige Resonanz gerade in Fachmedien, aber auch darüber hinaus, produzierte, begann eine Reihe von öffentlichen Veranstaltungen, von den Verbänden organisiert, die den Kommunikationskodex und eine Diskussion ethischer Probleme in den Mittelpunkt stellten.

Innerhalb dieser *Öffentlichkeitsarbeit des DRPR*, die die kommunikative Verbreitung, die Steigerung der Bekanntheit und auch eine Diskussion den Kommunikationskodex zum Ziel hatte, diskutierte Prof. Bentele am 21.3. 2013 in Leipzig (Pressesprechertreffen der deutschen Nahverkehrsunternehmen), am 24. April in Leipzig (DPRG-Landesgruppe), am 6. Mai 2013 in Hannover (Einladung BdP und FH Hannover. Auf dieser Veranstaltung war auch Heiko Kretschmer aktiver Mitdiskutant. Am 8. Mai hielt Prof. Bentele in Dresden (Landesgruppe Sachsen der DPRG) einen Vortrag, am 30. September in München (DPRG, Landesgruppe Bayern) und auf Einladung auch am 14. Oktober in Bonn bei der Deutschen Post/DHL für alle Mitarbeiter der Unternehmenskommunikation. Sowohl bei den Verbandsveranstaltungen, als auch bei den Veranstaltungen der Unternehmen waren jeweils zwischen 50 und 100 Zuhörer anwesend. Sowohl die Thematisierung ethischer Problem in Branchenmedien, als auch die Öffentlichkeitsarbeit zum Kommunikationskodex mag dazu beigetragen haben, dass sich die Kenntnis über dessen Existenz langsam erhöht. Ein zeitlicher Vorgriff zeigt, dass im Jahr 2015 von 2368 befragten Pressesprechern und Kommunikationsmanagern 43 Prozent angeben, den Kommunikationskodex (gut (13 Prozent) oder zumindest flüchtig (30 Prozent) zu kennen. 24 Prozent haben zumindest schon einmal vom Kommunikationskodex gehört und 33 Prozent geben an, ihn überhaupt nicht zu kennen.

Während der Jahre 2012 und 2013 wurden regelmäßig Anfragen von Studierenden und interessierten Journalisten beantwortet.

Der bestehende Geschäftsbesorgungsvertrag des DRPR mit der de'ge'pol wurde 2013 gekündigt, eine neue Lösung für eine Geschäftsstelle in Leipzig wurde gefunden: Anna Maria Thein, eine Master-Studentin des Studiengangs Communication Management wurde per Werkvertrag ab 15. Januar 2013 vom Trägerverein eingestellt und in Leipzig mit eigenem Arbeitsplatz direkt am Lehrstuhl bei Prof. Bentele angebunden.

### **3.3 Pressereisen: „Ohne Transparenz geht es nicht“ (Podiumsdiskussion)**

Am 03.12. 2013 fand eine vom DRPR gemeinsam mit dem Deutschen Presserat (RA Lutz Tillmanns) organisierte *Podiumsdiskussion* zu einem Thema statt, das beide Räte, Presserat und Deutscher Rat für Public Relations, gemeinsam interessierte: das Thema *Pressereisen* und ihre Praxis bzw. Ausgestaltung. Die Diskussion fand an der Humboldt-Universität zu Berlin statt.

Anlass für die gemeinsam organisierte Veranstaltung, die erste gemeinsame Veranstaltung dieser Art, war die Kritik der WELT im Hinblick auf die Ausgestaltung einiger Pressereisen von ThyssenKrupp im Jahr 2012.

Vorwürfe des käuflichen Journalismus durch „Luxusreisen“ und der Manipulation standen im Raum. Kritik an der Einhaltung der berufsethischen Gebote und Verbote sowohl im Bereich der Public Relations als auch des Journalismus war die Folge. Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) und der Deutsche Presserat als die Einrichtungen der freiwilligen Selbstkontrolle griffen gemeinsam mit Experten aus Praxis und Wissenschaft die Forderung nach klareren und schärferen ethischen Verhaltensregeln auf und diskutierten über Für und Wider von Pressereisen sowie Formen und die Gestaltung von Journalistenreisen.

Günter Bentele, Inhaber des Lehrstuhls Öffentlichkeitsarbeit/PR der Universität Leipzig und Vorsitzender des DRPR, gab eine kurze Einführung, in der er auch auf historische Aspekte der Pressearbeit, das aktuelle Verhältnis von PR-Experten und Journalisten sowie ethische Aspekte von Pressereisen einging. An der anschließenden Diskussion nahmen teil: Matthias Rosenthal, Geschäftsführender Gesellschafter Koob, Mülheim a. d. Ruhr und Stellvertr. Vorsitzender DRPR, Katrin Saft, Leitende Redakteur in der Sächsischen Zeitung, Vorsitzende des Beschwerdeausschusses Redaktionsdatenschutz des Deutschen Presserats, Alexander Wilke, Leiter Kommunikation der ThyssenKrupp AG, Essen, Jörg Eigendorf, Chefreporter und Mitglied der Chefredaktion Die Welt sowie Professor Dr. Jürgen Marten, (Stellvertreter Vorsitzender Transparency International Deutschland). Die Moderation hatte Steffen Grimberg, Redakteur bei ZAPP/NDR Fernsehen übernommen. Die Diskussion befasste sich nicht nur mit den Fehlern, die ThyssenKrupp in der Vergangenheit mit der Organisation von Pressereisen gemacht hatte, sondern auch mit Fehlern auf journalistischer Seite. „Bestechlichkeit“ von Journalisten war diesbezüglich der häufigste Vorwurf. ThyssenKrupp hatte nach der öffentlichen Kritik und nach dem Wechsel im Amt des Vorstandsvorsitzenden und des Kommunikationsverantwortlichen selbstständig mit der Compliance-Abteilung des Unternehmens abgestimmte Regeln zur Organisation von Pressereisen entwickelt, die nicht nur von journalistischer Seite, sondern auch von Seiten des DRPR Anerkennung fanden und teilweise sogar Eingang in der aktualisierten DRPR-Richtlinie zum Verhältnis von Journalismus und Public Relations fanden.

### **3.4 Die wichtigsten Ratsentscheidungen 2012 und 2013**

In den Jahren 2012 und 2013 gingen insgesamt 21 Beschwerden ein, von denen alle behandelt wurden. Sechs Beschwerdefälle wurden nicht dem Zuständigkeitsbereich des DRPR zugeordnet und ein Verfahren wurde abgelehnt. In 16 Fällen stellte der Rat das Verfahren ein, da keine Verstöße gegen den Kommunikationskodex, DRPR-Richtlinien und andere Codizes festgestellt werden konnten. Von diesen Fällen wurden 10 Beschwerden bereits im Jahr 2011 eingereicht und ihr Verfahren im Jahr 2012 eingestellt. In fünf Fällen wurde vom Rat eine *öffentliche Rüge* ausgesprochen. In einem Fall sprach der Rat eine Mahnung aus.

Weiter unten werden die einzelnen Ratsbeschlüsse kurz angeführt und betitelt.

## **Transparenz - Online-PR**

Eine öffentliche Rüge sprach der Rat im Beschwerdefall „Peerblog“ aus. Die Agentur „steinkühler-com“ startete im Februar 2014 den „Peerblog“. Die Botschaften des Blogs lassen 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).

## **Transparenz - Schleichwerbung**

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. Ein solches Vorgehen verstößt gegen die Artikel 4 und 15 des Code de Lisbonne sowie gegen die DRPR-Richtlinie zur Schleichwerbung.

## **Wahrhaftigkeit - 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 Kommunikationskodex Artikel 10 festgestellt und deshalb eine Rüge gegen die Deutsche Börse ausgesprochen.

## **Loyalität**

Die zweifelhaften Methoden der Eigenwerbung einer Werbeagentur im Fall „Keksklau Bahlsen-Keks“ des Unternehmens Bahlsen wurden vom DRPR gerügt. Die Ratsmitglieder werfen der Agentur vor, das Medieninteresse einer im Grunde kriminellen Handlung genützt zu haben. Weiteres wurde das Anwerben des „Diebes“, der eindeutig in die Straftat verwickelt war, als neue PR-Fachkraft stark kritisiert. Dies schade dem Ruf der Public Relations-Branche, selbst wenn es sich um eine vermeintlich ironische PR-Aktion handelt. Vorhaben und Aktionen dieser Art verstoßen gegen Art. 12 des Deutschen Kommunikationskodex und Art. 18 und 19 des Code de Lisbonne.

## **Transparenz – Schleichwerbung**

Weiter wurde die PR-Agentur Platoon gerügt, die 2013 über einen freien Mitarbeiter mindestens einen bloggenden TV Kritiker mit der Anfrage anscrieb, für die neue Serie „Real Humans“ des TV Senders Arte einen Beitrag zu veröffentlichen. PR-Arbeit und Werbung müssen klar voneinander getrennt sein. Unternehmen und Agenturen dürfen keine Zahlungen für redaktionelle Veröffentlichungen anbieten. Dies gilt im laufenden Geschäft genauso wie im Akquiseprozess. Auch wenn das Angebot hier von einem freien Mitarbeiter überbracht wurde, muss die Agentur doch als zuständiger Arbeitgeber gerügt werden, da sie leitend die Verantwortung für ihre Mitarbeiter übernimmt. Es wurde eine öffentliche Rüge ausgesprochen.

## **Eventuelle Vergünstigungen bei Pressereisen: eine Mahnung**

Der Konzern ThyssenKrupp hatte Reporter der „Süddeutschen Zeitung“, des „Tagesspiegel“, der „NRZ“ und der „Rheinischen Post“ in den Jahren 2010 und 2012 zu „Luxusreisen“ eingeladen, so der Begriff in der kritischen Presseberichterstattung der „Welt“. Pressereisen sollen bzw. dürfen aber 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.“ Aufgrund der transparenten Aufarbeitung durch Alexander Wilke, Leiter Unternehmenskommunikation der ThyssenKrupp AG und aufgrund der Tatsache, dass nicht er, sondern sein Vorgänger für die Organisation dieser Pressereisen zuständig war, sieht der DRPR von einer Rüge ab und spricht eine *Mahnung* aus. ThyssenKrupp hat sich in Bezug auf diesen Fall nicht nur der öffentlichen Fachdiskussion gestellt, sie auch aktiv befördert, sondern auch eine unternehmensinterne, modernen ethischen Kriterien entsprechende Richtlinie für Pressereisen entwickelt, die der DRPR für vorbildlich hält. Da sie mit der ThyssenKrupp-Compliance-Abteilung abgestimmt ist, hat sie unternehmensintern auch einen offiziellen, rechtlichen Status: jeder Mitarbeiter der Unternehmenskommunikation, der dieser Richtlinie zuwider handelt, kann vom Unternehmen sanktioniert werden.

### 3.5 Statistik und Liste der Fälle der Jahre 2012 und 2013

- ✓ Eingegangene Beschwerden: **21**
- ✓ Abgelehnte Beschwerden: **6**
- ✓ Eingestellte Fälle: **16** (davon 10 Beschwerden aus dem Jahr 2011)
- ✓ Öffentliche Rügen **5**

#### 2012

01/2012	Akte Kunduz	Verfahren eingestellt
02/2012	Blog Wir in NRW	Verfahren eingestellt
03/2012	Gen Lobby	Im Jahr 2015 eingestellt
04/2012	25000 ZPS	Im Jahr 2015 eingestellt
05/2012	Wallraf/ FAZ	Übermittlung Presserat
06/2012	Rheingewinn Populeaks	Im Jahr 2015 eingestellt
07/2012	Allianz SE	Verfahren eingestellt
08/2012	Daimler	Verfahren eingestellt
09/2012	ThyssenKrupp: Pressereisen	Mahnung

Im gesamten Jahr 2012 wurden neun Fälle bearbeitet. In einem Fall (ThyssenKrupp: Presse-reisen) wurde dann im Jahr 2014 eine Mahnung beschlossen. In sechs Fällen wurde das Verfahren eingestellt. Ein Fall wurde an den Presserat übermittelt.

#### 2013

01/2013	Peerblog	Entscheidung: öffentl. Rüge
02/2013	Schleichwerbung/"Wetten, dass...!"	Entscheidung: öffentl. Rüge
03/2013	Jobangebot Bahlsen	Entscheidung: öffentl. Rüge
04/2013	Deutsche Börse	Entscheidung: öffentl. Rüge
05/2013	Facebook	Entscheidung: Beschwerde abgelehnt
06/2013	ICW Datenbanksystem	Entscheidung: Beschwerde abgelehnt
07/2013	Platoon/ Arte	Entscheidung: öffentl. Rüge
08/2013	Ebay/Video	Entscheidung: Beschwerde abgelehnt
09/2013	Forum Politik/ Deutsche Bank	Entscheidung: Verfahren eingestellt
10/2013	Boyalarm	Entscheidung: Beschwerde abgelehnt
11/2013	Schleichwerbung/Dr.Oetker	Entscheidung: Beschwerde abgelehnt
12/2013	TZ/ München	Entscheidung: Beschwerde abgelehnt

Im Jahr 2013 wurden insgesamt zwölf Fälle bearbeitet. In fünf Fällen wurde jeweils eine *öffentliche Rüge* ausgesprochen. In sechs Fällen wurde die Beschwerde abgelehnt. In einem Fall wurde das Verfahren eingestellt, da kein Grund zum Einschreiten gefunden wurde.

In der ersten Ratssitzung des neuen Jahres, am 22. Februar 2013, wurden mit der Intention, bei den teilweise noch laufenden Fällen aus der Amtszeit des ehemaligen Vorsitzenden wieder Ordnung und Struktur hineinzubringen, folgende Fälle nochmals diskutiert und anschließend eingestellt:

## Eingestellte Verfahren

2011	Pädagogische Einrichtung	Verfahren eingestellt
2011	SZ/ Trigami	Verfahren eingestellt
2011	Zott	Verfahren eingestellt
2011	Andres paris	Verfahren eingestellt
2011	HSH Prevent	Verfahren eingestellt
2011	Van Beveren/ Airbus	Verfahren eingestellt
2011	Achelis	Verfahren eingestellt
2011	Dako/ PR	Verfahren eingestellt
2011	Hochrhein	Verfahren eingestellt
2011	Merten	Verfahren eingestellt

## 3.6 Sonstige Aktivitäten

Im Jahr 2013 wurde auch die DRPR-Website aktualisiert und „runderneuert“, d.h. eine neue Website aufgesetzt und entwickelt, die auch grafisch höheren Ansprüchen genügt und dialogischer strukturiert ist. Die Website, die auch mit einem elektronischen Beschwerdeformular ausgestattet ist, wird bislang gut angenommen. Sie ist mit Twitter verbunden. Eine Verbindung mit Facebook wurde aus Gründen mangelnder Ressourcen zunächst zurückgestellt.

Weiter wurde die seit 1997 bestehende DRPR-Richtlinie zum „Umgang mit Journalisten“ mit Oktober 2013 *aktualisiert und erweitert*. Die Richtlinie wurde nicht nur umbenannt (neuer Name: „DRPR-Richtlinie PR und Journalismus“) und teilweise aktualisiert, sondern inhaltlich auch um den Punkt „Pressereisen“ erweitert.

Auf der zweiten Ratssitzung am 11. Oktober 2013 in Düsseldorf wurden die beiden neugewählten Ratsmitglieder Dr. Jörg Schillinger (Präsident BdP, vom BdP benannt) und Tobias Mündemann (von der GPRA benannt) begrüßt.

Im Jahr 2013 beschließt der Rat auch, zwischen den Ratssitzungen jeweils möglichst eine zusätzliche Telefonkonferenz mit den Vorsitzenden der Beschwerdeausschüsse zu organisieren, damit die Fälle teilweise schneller abgearbeitet werden können und die Ratsmitglieder regelmäßiger Kontakt haben.

Der Kommunikationskodex wird in diesem Jahr 2013 durch die Öffentlichkeitsarbeit des DRPR und durch das Aufgreifen des Themas Ethik in Fachmedien bekannter und entwickelt mehr Verbindlichkeit. Dr. Schillinger informiert darüber, dass der BdP beschlossen habe, dass BdP-Mitglieder bei Verstößen gegen den Kommunikationskodex aus dem Verband

ausgeschlossen werden können. Die DPRG hat beschlossen, dass jedes Mitglied beim Eintritt in den Verband sich auf den Kommunikationskodex verpflichten muss und der neugewählte GPRA-Vorsitzende Uwe Kohrs berichtet, dass die Agenturverband beschlossen habe, den Kodex künftig an alle Arbeitsverträge von Agenturmitarbeitern "anzuhängen".

Eine Aktualisierung der Beschwerdeordnung wird im Jahr 2013 in Angriff genommen. U.a. sollte teilweise der Sprachduktus geändert werden, eine Verjährungsregelung sollte u.a. neu aufgenommen werden.

## **4. DAS „VERLORENE JAHR“ 2014 UND DER NEUSTART**

### **4.1 Allgemeine Beschreibung und personelle Neuaufstellung**

Das Jahr 2014 war ein Jahr, das durch Satzungsfragen und Wahlen geprägt war. Anfang des Jahres 2014 ergaben sich zur satzungsmäßigen Lage unterschiedliche Auffassungen im Trägerverein. Dieser Vorgang, über den auch die Branchenmedien berichten, führte zu einer Konfliktlinie im Trägerverein zwischen der de'ge'pol auf der einen Seite und dem Vorsitzenden mit den anderen drei Verbänden (DPRG, BdP, GPRA) auf der anderen Seite. Im Mittelpunkt des Konflikts standen vor allem Satzungsfragen bezüglich der Dauer der Amtszeiten und den sich daraus ergebenden Konsequenzen nach deren erfolgten Auslaufen.

Zwei Rechtsgutachten (eines von RA Mönikes für den DRPR, eines von RA Carsten J. Diercks für die de'ge'pol) kamen - bis auf einen abweichenden Punkt zu einer Formalie von Einladungen - übereinstimmend zu dem Ergebnis, dass die formellen Fehler tatsächlich bestanden und zur Arbeitsunfähigkeit von Trägerverein und Rat geführt haben. Dies führte letztlich zum Rücktritt des Trägervereinsvorsitzenden und der Einsetzung eines Notvorstandes. Es konnte dann erst am 12.09.14 durch Neuwahl des Trägervereinsvorsitzenden (Dr. Jörg Schillinger, BdP) und seines Stellvertreters (Prof. Dr. Alexander Güttler, GPRA) die Arbeit wieder ordnungsgemäß aufgenommen werden. Im Anschluss konnte eine satzungsgerechte Wahl des Ratsvorsitzenden, seines Stellvertreters und der Ratsmitglieder erfolgen, nachdem der DRPR zum ersten Mal in seiner Geschichte für eine Zeit von fast 11 Monaten in seiner Arbeit gehindert war.

Die DRPR-Sitzung in Düsseldorf am 28.02. 2014 musste so rückwirkend als „informell“ angesehen werden, da keine satzungsmäßige Grundlage bestand. Die Beschlüsse dieser informellen Sitzung waren somit Vorratsbeschlüsse und die anwesenden (ehemaligen und teilweise zukünftigen) Mitglieder haben 16 aktuelle Fälle inhaltlich diskutiert. Anschließend fand in Anwesenheit der Vertreter aus dem Trägerverein eine inhaltliche Selbstverständnisdiskussion statt. Prof. Bentele hatte dazu ein Papier vorgelegt, in dem auch auf eher grundsätzliche Kritik am Rat eingegangen wurde.

Da dies die letzte Sitzung war, auf der das langjährige Ratsmitglied Josef Leis (Ratsmitglied seit 2005), der gleichzeitig als langjähriger Vorsitzender des Beschwerdeausschusses Wirt-

schaft und Finanzen agiert, anwesend war, wurde ihm für sein Engagement und sein Wirken insgesamt herzlich vom Vorsitzenden gedankt und ihm Anerkennung ausgesprochen. Insbesondere die aktive Rolle bei der Erstellung der „DPRP-Richtlinie zur ordnungsgemäßen Ad-hoc-Publizität“ (2005), aber auch der Analyse und der Vorbereitung der Beschlussfassung einiger konkreter Fälle aus der Finanzkommunikation wurde vom Vorsitzenden hervorgehoben. Prof. Bentele: „Herr Leis hat sich um den DRPR und insbesondere den Bereich der Finanzkommunikation verdient gemacht.“

Am 14. November 2014 findet so die erste Sitzung des Jahres statt, zu der der kommissarische Vorsitzende Prof. Bentele eingeladen hatte. Prof. Dr. Günter Bentele wurde ebenso wie sein Stellvertreter Matthias Rosenthal in dieser Ratssitzung einstimmig für drei Jahre wiedergewählt. Damit konnte der DRPR seine inhaltliche Arbeit wieder aufnehmen.

Weiter wird die personelle Besetzung in den Beschwerdeausschüssen abgestimmt. Axel Wallrabenstein wird zum neuen Vorsitzenden des Beschwerdeausschusses Politik berufen.

- Vorsitz Beschwerdeausschuss Unternehmen und Markt: Prof. Dr. Alexander Güttler
- Vorsitz Beschwerdeausschuss Politik: Axel Wallrabenstein
- Vorsitz Beschwerdeausschuss Wirtschaft und Finanzen: Dr. Frank Herkenhoff

Die von den Mitgliederverbänden DPRG, BdP, GPRA und de'ge'pol in der Zwischenzeit vorgeschlagenen Ratsmitglieder wurden einstimmig in den Rat berufen. Der Rat weist deshalb mit Beginn des Jahres 2015 folgende Zusammensetzung in alphabetischer Reihenfolge) auf:

- Avenarius, Dr. Horst (Ehrenvorsitzender)
- Beeko, Markus (BdP)
- Bentele, Prof. Dr. Günter, (DPRG) (zum Vors. gewählt)
- RA Diercks, Carsten J., (de'ge'pol)
- Güttler, Prof. Dr. Alexander (GPRA)
- Hencke, Prof. Dr. Stefan (DPRG)
- Herkenhoff, Dr. Frank (GPRA)
- Hutter, Dorothee (DPRG)
- Knauer, Volker (BdP)
- Kohrs, Uwe, Präsident (GPRA)
- Köttker, Verena (BdP)
- Kreitz, Regine (BdP)
- Mathauer, Veit (GPRA)
- Minwegen, Norbert, Präsident (DPRG)
- Mündemann, Tobias (GPRA)
- Propach, Ulrike (DPRG)
- Prött, Monika (DPRG)
- Rosenthal, Matthias (GPRA) (zum stellv. Vors. gewählt)
- Schillinger, Dr. Jörg, Präsident (BdP)

- Schmedes, Dr. Hans-Jörg (de'ge'pol)
- Seebohm, Sergius (de'ge'pol)
- Wallrabenstein, Axel (GPRA)

Der entsendende Verband wird nach dem Namen in Klammern genannt.

Zum 01.12.2014 übernimmt Frau Manisha Alexandra Joshi (Master-Studentin Universität Leipzig), die direkt am Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft angesiedelte Geschäftsstelle. Sie folgt in dieser Funktion Frau Anna Maria Thein (ehem. Master-Studentin Universität Leipzig) nach, an die mit 08.01.2012 die Geschäfte zwischen Herrn Sanner und Herrn Bentele übergeben worden waren.

Mit diesem Wechsel in der Geschäftsstelle übernimmt Frau Joshi sowohl das Beschwerde-Management, Teile des Kommunikationsmanagements sowie die organisatorische Unterstützung des DRPR und des Vorsitzenden Herrn Prof. Bentele.

## **4.2 Statistik und Liste der Fälle des Jahres 2014**

Trotz der Tatsache, dass der DRPR im Jahr 2014 nur kurze Zeit arbeiten konnte, ist die Arbeit nicht vollständig eingestellt worden. Auf der Ratssitzung am 14.11. 2014 findet nicht nur – satzungsgemäß – die Wahl des Vorsitzenden (Prof. Dr. Bentele) und des Stellvertretenden Vorsitzenden (Matthias Rosenthal) statt. Beide werden einstimmig (bei Enthaltung der Betroffenen) gewählt. Die schon auf der informellen Sitzung im Februar stattgefundene Wahl der Vorsitzenden der drei Beschwerdeausschüsse (BSA Politik: Axel Wallrabenstein; BSA Unternehmen und Markt: Prof. Dr. A. Güttler, BSA Wirtschaft und Finanzen: Dr. Frank Herkenhoff), die aber nicht satzungsgemäß war, wird nun satzungsgemäß wiederholt und kommt zum selben Ergebnis.

Im BSA Politik arbeiten Herr Dr. Schmedes, Frau Propach, Herr Seebohm und Herr Beekomit, im BSA Unternehmen und Markt Mathias Rosenthal, Dr. Jörg Schillinger, Frau Prött und Dr. Kurt Hesse. Der BSA Wirtschaft und Finanzen bleibt in seiner bisherigen Zusammensetzung bestehen: Dr. Herkenhoff (Vorsitz), Herr Knauer und Herr Mündemann.

Vom Vorsitzenden wird in der Ratssitzung am 14.11. 2014 u.a. über die Berichterstattung der Interimszeit in der Fachpresse und über eine Telefon-Befragungsstudie informiert, die er im Auftrag der „Akademischen Gesellschaft für Unternehmensführung und Kommunikation“ bei den Kommunikationsverantwortlichen der 100 größten deutschen Unternehmen durchgeführt hat. Eine Frage dieser Studie an die Kommunikationsverantwortlichen bezog sich auf den Deutschen Kommunikationskodex. Die Frage war, ob die Kommunikationsmanager eventuell a) eine Unterstützungserklärung ihres Unternehmens für den Deutschen Kommunikationsabgeben würden, b) ob sie eine Verknüpfung bzw. Integration mit den Arbeitsverträgen der Kommunikationsmitarbeiter in den Unternehmen für sinnvoll halten würden oder auch c) eine Integration in den Verhaltenskodex (Compliance-Richtlinien) des Unternehmens. 84 Prozent

der Befragten erklärten, dass sie sich vorstellen könnten, eine Unterstützungserklärung für den Deutschen Kommunikationskodex abzugeben. Auf Basis dieses Ergebnisses wird ins Auge gefasst, zunächst die Kommunikationsverantwortlichen der DAX-30-Unternehmen anzuschreiben und sie um eine solche Erklärung zu bitten. Ziel der Maßnahme soll es sein, den Kodex bekannter und vor allem auch etwas verbindlicher zu machen.

In dieser Sitzung werden alle Vorratsbeschlüsse, die in der Februarsitzung getroffen wurden, nochmals – satzungsrechtlich ordnungsgemäß abgestimmt, d.h. eine Mahnung zum Fall Pressereisen (ThyssenKrupp), eine Rüge zum Fall ADAC, bei dem ja Angaben manipuliert worden waren, eine Rüge gegen „Peerblog“ und eine Rüge gegen die Deutsche Börse.

- ✓ Neu eingegangene Beschwerden: **4**
- ✓ Abgelehnte Beschwerden: **1**
- ✓ Öffentliche Rügen: **1**
- ✓ Beschwerde in Bearbeitung: **2**

01/2014	ADAC – Manipulation	Öffentliche Rüge
02/2014	PR Agentur Aufgesang	Im Jahr 2015 eingestellt
03/2014	Schleichwerbung/ WDR	Beschwerde abgelehnt
04/2014	Schleichwerbung Handelsblatt	Im Jahr 2015 eingestellt

## Wahrhaftigkeit

Die einzige öffentliche Rüge des Jahres 2014 wurde im Fall ADAC ausgesprochen. Es ging um manipulative Veränderungen (Manipulationen) beim Publikumspreis „Gelber Engel“, die von Seiten des ADAC vorgenommen worden waren. Die externe Prüfungsgesellschaft Deloitte konnte zeigen, dass sowohl die Gesamtzahl der abgegebenen Stimmen als auch die Rangfolge der Platzierungen des ADAC-Publikumspreis „Gelber Engel“ mutwillig verändert wurde. Eine Publikumswahl zu manipulieren verstößt nicht nur gegen einige rechtliche Regeln, sondern auch gegen wichtige ethische Grundsätze. 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. Dadurch wurde in der Öffentlichkeit auch ein massiver Vertrauensverlust verursacht und über den Mechanismus der „Verallgemeinerung“ hat dieser Vorfall über den Einzelfall hinaus ein schlechtes Licht auf die gesamte Kommunikationsbranche geworfen.

Der DRPR rügt deshalb sowohl aufgrund eigener Recherchen, wie auch des ausführlichen Berichts der Prüfungsgesellschaft Deloitte den Allgemeinen 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“.

## 5. DAS JAHR 2015

### 5.1 Allgemeine Beschreibung

Im Jahr 2015 finden zwei Ratssitzungen statt: die erste am 27. Februar in Düsseldorf und die zweite am 30. Oktober in Berlin.

Vor der Februarsitzung waren noch zwei Telefonkonferenzen verabredet worden: Eine Telefonkonferenz der BSA-Leiter und eine Telefonkonferenz zum Thema „Lobbyregister“. Dazu hatten Herr Dr. Schmedes und Herr Seebohm ein Diskussionspapier vorgelegt. Der Vorsitzende berichtet über allgemeine Presseresonanz zum DRPR und ein Fernsehinterview mit dem Vorsitzenden zum Thema „Corporate Books“ (Monitor). Zwei Fälle des BSA Unternehmen und Markt (Fall Aufgesang, 02/2014 und der Fall Schleichwerbung / Handelsblatt, 04/2014) werden eingestellt. Ebenso eingestellt werden die vom BSA Politik bearbeiteten Fälle 25000 ZPS (04/2012), der Fall Allendorf / C4/CDU-Fraktion Rheinland-Pfalz, der Fall Gen Lobby (03/2012) und der Fall Rheingewinn / Populeaks (06/2012).

Dr. Herkenhoff berichtet während der Düsseldorfer Sitzung über eine inhaltsanalytische Untersuchung „Transparenzranking“, das eine nachvollziehbare Untersuchung zur Transparenz der Finanzberichterstattung liefern soll. Außerdem wird über das Selbstverständnis des BSA Finanzen diskutiert.

Ausführlich wird der Entwurf einer neuen Beschwerdeordnung von (neuer Entwurf: Carsten Diercks) diskutiert, der schon vorher mit dem DRPR-Vorsitzenden und dem Stellvertretenden Vorsitzenden besprochen worden war. Dieser Entwurf wird grundsätzlich begrüßt, es werden aber einige Punkte benannt, die noch angepasst/verändert werden sollen.

Auf Basis einer längeren Diskussion, die vom BSA-Vorsitzenden Wallrabenstein geleitet und moderiert wird, wird eine aktuelle *DRPR-Stellungnahme* zum Thema „Mehr Transparenz bei der Vertretung von Interessen gegenüber Politik und Öffentlichkeit“ verabschiedet, in der u.a. zur Notwendigkeit eines verpflichtenden Lobbyregisters Stellung genommen wird.

([http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2015/03/DRPR\\_Lobbyregister\\_PM\\_04032015.pdf](http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2015/03/DRPR_Lobbyregister_PM_04032015.pdf))

Der DRPR vertritt hier die Auffassung, dass ein „gesetzlich verpflichtendes und sanktionsbewehrtes Lobbyregister“ beim Deutschen Bundestag sinnvoll sei. Eine Diskussion über die Einrichtung eines Lobbyregisters in Deutschland, das seinen Namen verdient, hatte in den Monaten zuvor in der Öffentlichkeit stattgefunden. Dominik Meier, de'ge'pol- Vorsitzender, Axel Wallrabenstein und Günter Bentele hatten im Berliner Tagesspiegel dazu öffentlich Stellung genommen (<https://causa.tagesspiegel.de/politik/lobbywaechter/lobbying-braucht-klare-regeln-und-formen.html>) und <http://www.tagesspiegel.de/themen/agenda/rezension-die-lobby-republik-ein-wichtiges-aber-zu-einseitiges-buch-ueber-die-strippenzieher-in-deutschland/11600172.html>).

Anfang Juli 2015 wird eine neu designte *Broschüre des DRPR* mit dem Deutschen Kommunikationskodex und allen DRPR-Richtlinien auf die Website gestellt und durch eine Pressemitteilung der Öffentlichkeit bekannt gemacht.

Am 26. August 2015 gibt der DRPR bekannt, dass der langjährige Vorsitzende und heutige Ehrenvorsitzende Dr. Horst Avenarius sein 85. Lebensjahr beendet hat. Der Rat gratuliert durch seinen Vorsitzenden ganz herzlich.

In der Oktobersitzung des DRPR am 30. 10. 2015 wird u.a. über erste Gespräch zur Bildung eines European Public Relations Ethics Network informiert und diskutiert. Außerdem wird die vom BdP in Auftrag gegebenen Berufsfeldstudie aus dem Sommer 2015 (Bentele/Seidenglanz/Fechner (2015): Profession Pressesprecher. Vermessung eines Berufsstandes. Berlin) vorgestellt. In die Berufsfeldstudie wurden auch einige Fragen zum Problemkomplex Berufs-Ethik aufgenommen, u.a. zur Bekanntheit von Standesregeln bzw. Berufskodizes (Kommunikationskodex, Sieben Selbstverpflichtungen, Code d'Athènes, Code de Lisbonne), Haltungen zur Wahrhaftigkeit und Lüge bei Pressesprechern, Haltungen zu Kopielgeschäften.

Außerdem werden die von Prof. Bentele vorgelegten „Leitlinien“ zur Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des DRPR“ diskutiert und verabschiedet. Neue Fälle werden in die Diskussion eingebracht und diverse Einzelfälle nach Diskussion schon im Vorfeld der Sitzung entschieden (vgl. Übersicht in Punkt 5.2).

Im Jahr 2015 wurden insgesamt 13 Beschwerden eingereicht bzw. neue Fälle aufgenommen. Von diesen Fällen wurden insgesamt neun Fälle vom Rat eingestellt. Der Fall Tap Airlines musste eingestellt werden, da die benötigten Informationen nicht vom Beschwerdeführer zugesandt wurden. Im Fall Uniklinik München (02/2015) wurde der Fall wegen Unbegründetheit eingestellt, ebenso wie die Fälle Welthungerhilfe (03/2015), Gregor Gysi (08/2015), liliesdiaries (09/2015), Gorny (10/2015) und der Fall „lügende Politiker“ (11/2015). Alle diese Fälle wurden entweder wegen Unbegründetheit oder Nicht-Zuständigkeit des DRPR eingestellt.

Eine öffentliche Rüge wurde gegen den ehemaligen Finanzminister des Landes Sachsen-Anhalt, Herrn Jens Bullerjahn und das seinerzeit zuständige Ministerium für Finanzen des Landes Sachsen-Anhalt ausgesprochen. Das Ministerium und der verantwortliche Minister hatten Sendungen des Privatsenders SAW finanziell unterstützt bzw. diese Sendungen bezahlt, ohne ausreichende Transparenz darüber herzustellen. In der Medienberichterstattung war von einer Unterstützungssumme von ca. 10.000 Euro die Rede. Auch die Medienanstalt Sachsen-Anhalt (MSA) hatte bereits die unzulässige Themenplatzierung, sowie den Verstoß gegen die Transparenzvorgaben beim Sponsoring verurteilt und ein entsprechendes Bußgeld festgesetzt.

## 5.2 Statistik und Liste der Fälle des Jahres 2015

- ✓ Eingegangene Beschwerden: **13**
- davon
- ✓ Eingestellte Fälle: **9**
- ✓ Öffentliche Rüge: **1**

01/2015	Tap Airlines (BSA Unternehmen und Markt)	Verfahren eingestellt (Mangel an Beweisen)
02/2015	Uniklinik München (BSA Unternehmen und Markt)	Verfahren eingestellt (Unbegründetheit)
03/2015	Welthungerhilfe (BSA Politik)	Verfahren eingestellt (Unbegründetheit) <sup>1</sup>
04/2015	Serviceplan (BSA Unternehmen und Markt)	Verfahren ist in Bearbeitung
05/2015	Focus (BSA Unternehmen und Markt)	Verfahren ist in Bearbeitung
06/2015	Start-ups (BSA Unternehmen und Markt)	Verfahren ist in Bearbeitung
07/2015	Bullerjahn (BSA Politik)	Öffentliche Rüge an ehemaligen Minister Jens Bullerjahn und das Ministerium (2016)
08/2015	Gregor Gysi (BSA Politik)	Verfahren eingestellt (Nicht-Zuständigkeit)
09/2015	lilies-diary (BSA Unternehmen und Markt)	Verfahren eingestellt (Unbegründetheit) <sup>1</sup>
10/2015	Gorny (BSA Politik)	Verfahren eingestellt (Unbegründetheit) <sup>1</sup>
11/2015	Lügende Politiker (BSA Politik)	Verfahren eingestellt (Unbegründetheit)
12/2015	Offener Brief (BSA Politik)	Verfahren eingestellt (Nicht-Zuständigkeit)
13/2015	Microsoft (BSA Unternehmen und Markt)	Verfahren eingestellt (Unbegründetheit)

<sup>1</sup> Die Einstellung des Falles wurde in der Ratssitzung vom 30.10.2015 beschlossen, die Veröffentlichung des Beschlusses erfolgte im Jahr 2016.

## 6. ANHANG

### 6.1 Deutscher Kommunikationskodex (verabschiedet am 29.11.2012)

#### *Allgemeiner Teil*

Meinungsbildung und demokratische Entscheidungsfindung in den hochmediatisierten Gesellschaften des 21. Jahrhunderts basieren auf dem öffentlichen Diskurs und der Abwägung zwischen unterschiedlichen Interessen, Deutungen und Konzepten. An der Artikulation dieser häufig kontroversen Positionen haben Public Relations (PR) erheblichen Anteil.

PR- und Kommunikationsfachleute handeln als Interessenvertreter ihrer Arbeit- oder Auftraggeber. Wie andere Berufsgruppen üben sie ihr Mandat jedoch nicht im rechtsfreien Raum aus, sondern unterliegen spezifischen Vorgaben. Zum Teil sind diese rechtlicher Natur, die mit entsprechenden Sanktionsmechanismen bewehrt sind. Über diese juristischen Vorgaben hinaus sind weitere ethische Normen erforderlich und sinnvoll, zu denen sich das Berufsfeld Public Relations im Rahmen einer freiwilligen Selbstverpflichtung bekennt.

Um erfolgreich zu sein, sind Public Relations bei ihrer Arbeit auf das Vertrauen verschiedener Öffentlichkeiten angewiesen. Sie dürfen dabei konsequent die Partei ihrer Arbeit- oder Auftraggeber ergreifen. Wenn sie deren Glaubwürdigkeit und Reputation sowie die Glaubwürdigkeit des gesamten Berufsfelds nicht untergraben wollen, müssen sie ihre Arbeit dabei transparent gestalten und auf unredliche Praktiken verzichten.

Die Angehörigen des Berufsfelds Public Relations erfüllen eine wichtige gesellschaftliche Aufgabe, da sie der Gesellschaft (und den Medien) kontinuierlich Informationen der von ihnen vertretenen Organisationen übermitteln und mit den gesellschaftlichen Gruppen im kommunikativen Austausch stehen. Um der Verantwortung dieser Aufgabe gerecht zu werden, liegt es im Interesse aller PR- und Kommunikationsfachleute, die Grenzen einer verantwortungsvollen Interessenvertretung zu definieren, die Einhaltung der vereinbarten Normen zu überwachen und Verstöße öffentlich zu machen.

Mit dem vorliegenden Kodex setzt der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) als von den wichtigsten Branchenverbänden getragenes Organ der freiwilligen Selbstkontrolle einen verbindlichen Verhaltensrahmen für die tägliche Arbeit.

Der Kodex thematisiert und reflektiert die Arbeit von PR- und Kommunikationsfachleuten. Mit seinen aus dieser Reflexion entwickelten Normen sorgt er für Orientierung und für eine Legitimation des beruflichen Handelns innerhalb des Berufsfelds sowie gegenüber der Gesellschaft. Er wurde entwickelt unter Berücksichtigung bestehender europäischer und globaler Kodizes wie dem Code d'Athènes, dem Code de Lisbonne und dem Ethical Protocol der Global Alliance. Darüber hinaus schreibt der Kodex die ‚Sieben Selbstverpflichtungen‘ der DPRG fort. Die vom DRPR bislang entwickelten und fortzuschreibenden DRPR- *Richtlinien* konkretisieren Einzelaspekte des Kommunikationskodex. Der *Kommunikationskodex* bildet

zusammen mit den DRPR-*Richtlinien* die wichtigste Grundlage für die Spruchpraxis des DRPR.

## *Spezieller Teil*

Zentrale Normen und Zielwerte, zu denen sich PR- und Kommunikationsfachleute verpflichten, sind Transparenz, Integrität, Fairness, Wahrhaftigkeit, Loyalität und Professionalität.

### **Transparenz**

Public Relations-Professionals vertreten Organisationen und Personen und sind insofern Partei. Sie legitimieren sich dabei nicht nur durch Berufung auf die durch Artikel 5 GG garantierte Meinungsfreiheit, sondern kommunikativ auch durch eine explizite Absendertransparenz, die es den angesprochenen Öffentlichkeiten ermöglicht, Informationen einzuordnen und abzuwägen. Das Vorgehen in speziellen Bereichen ist in detaillierteren DRPR-*Richtlinien* (DRPR-*Richtlinie* zur Online-PR; DRPR-*Richtlinie* zur Kontaktpflege im politischen Raum) beschrieben.

(1) PR- und Kommunikationsfachleute sorgen dafür, dass der Absender ihrer Botschaften klar erkennbar ist. Sie machen ihre Arbeit offen und transparent, soweit dies die rechtlichen Bestimmungen und die Verschwiegenheitsverpflichtungen gegenüber den jeweiligen Arbeits- oder Auftraggebern zulassen.

(2) PR- und Kommunikationsfachleute respektieren die Trennung redaktioneller und werblicher Inhalte und betreiben keine Schleichwerbung. Näheres regelt die DRPR- *Richtlinie* zur Schleichwerbung.

### **Integrität**

Public Relations-Professionals agieren in komplexen und häufig auch kontroversen Interessengeflechten. Bei ihrer Arbeit oder der Übernahme von Mandaten kann es daher zu Interessenkonflikten kommen, beispielsweise wenn einander widersprechende Positionen oder im Wettbewerb stehende Arbeit- oder Auftraggeber vertreten werden sollen. Die Übernahme solcher Mandate ist nur zulässig, wenn das Vorgehen mit den Arbeit- oder Auftraggebern abgestimmt ist. Die Verhaltensregeln in den Bereichen Journalismus und Lobbying sind in detaillierteren DRPR-*Richtlinien* (DRPR-*Richtlinie* für den Umgang mit Journalisten, DRPR-*Richtlinie* zur Kontaktpflege im politischen Raum) festgehalten.

(3) Zuverlässigkeit, Konsistenz und Berechenbarkeit sind Bestandteil integren PR- Handelns.

(4) PR- und Kommunikationsfachleute übernehmen konkurrierende oder einander widersprechende Mandate nur nach Absprache mit den jeweiligen Arbeit- oder Auftraggebern.

(5) PR- und Kommunikationsfachleute trennen Amt und Mandat. Einzelpersonen dürfen in derselben Angelegenheit nicht gleichzeitig im Arbeitsfeld Public Relations und als Journalist oder politischer Mandatsträger tätig werden. PR-Aufträge und journalistische Aufträge sind strikt getrennt zu halten.

## **Fairness**

PR- und Kommunikationsfachleute überzeugen durch Argumente sowie faires und respektvolles Kommunikationsverhalten. Sie verzichten auf unredliche und strafwürdige Praktiken wie Bestechung oder Nötigung. Der Umgang mit politischen Repräsentanten und Journalisten sowie die Gestaltung von Medienkooperationen und die Möglichkeit zur Abgabe von Garantien werden durch DPRG-Richtlinien (*DRPR-Richtlinie* zu Medienkooperationen, *DRPR-Richtlinie* zur Kontaktpflege im politischen Raum) geregelt.

(6) PR- und Kommunikationsfachleute respektieren die von der Verfassung garantierten Grundrechte sowie insbesondere die Freiheit und Unabhängigkeit der Medien und beeinträchtigen diese nicht durch unlautere Mittel.

(7) PR- und Kommunikationsfachleute setzen ihre Kommunikationspartner nicht durch die Androhung von Nachteilen unter Druck und beeinflussen sie nicht durch die Gewährung von Vorteilen.

(8) PR- und Kommunikationsfachleute schließen in ihrer Arbeit rassistische, sexistische, religiöse Diskriminierung oder andere menschenverachtende Praktiken aus.

## **Wahrhaftigkeit**

PR- und Kommunikationsfachleute verbreiten keine falschen und irreführenden Informationen. Sie missbrauchen das Vertrauen angesprochener Öffentlichkeiten nicht. Üble Nachrede oder das ungeprüfte Weiterverbreiten von Gerüchten sind nicht tolerierbar. PR- und Kommunikationsfachleute täuschen keine Relevanz durch Missbrauch etablierter und klar definierter Kommunikationsinstrumente vor. Für die besonders hohen Informationsanforderungen im Bereich Ad-hoc-Publizität gilt die *DRPR-Richtlinie* zur ordnungsmäßigen Ad-hoc-Publizität.

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

(10) PR- und Kommunikationsfachleute konzentrieren im Bereich der Kapitalmarktcommunication Ad hoc-Mitteilungen auf erheblich kursrelevante, nicht öffentlich bekannte Umstände, beachten deren Neuigkeitswert und führen nicht durch unwahre oder verschleierte Angaben in die Irre.

## **Loyalität**

PR- und Kommunikationsfachleute übernehmen Mandate von Arbeit- oder Auftraggebern und erhalten dabei Einblick in vertrauliche Informationen und Strategien. Dies begründet ein besonderes Vertrauensverhältnis, das auch hohem äußeren Druck standhalten muss, sofern dies rechtlich zulässig ist. Innerhalb von Arbeitsverhältnissen oder der Annahme von Mandaten muss die Frage gestellt werden, ob die geforderten Leistungen mit den ethischen Standards des Berufsfelds vereinbar sind.

(11) PR- und Kommunikationsfachleute verhalten sich loyal gegenüber ihren Arbeit- oder Auftraggebern, soweit dies keine rechtlichen Bestimmungen und keine ethischen Normen verletzt. Sie vertreten die Interessen ihrer Auftraggeber, bewahren sie vor Schaden und wehren illegitime Ansprüche ab.

(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.

(13) PR- und Kommunikationsfachleute respektieren die notwendige Vertraulichkeit von Informationen in Arbeits- oder Kundenbeziehungen, die Voraussetzung für die Bildung von Vertrauen in diesen Beziehungen ist.

## **Professionalität**

Public Relations bzw. Kommunikationsmanagement sind ein im Kern klar konturiertes Arbeits-, Tätigkeits- und Berufsfeld, dessen Grenzen zu anderen Berufen und Tätigkeitsfeldern (z. B. Werbung, Journalismus, Unternehmensberatung) aber fließend sind und für das staatlicherseits keine verbindlichen Zugangsqualifikationen festgelegt sind („freier Berufszugang“). Dennoch existiert ein Bereich professionellen Wissens, professioneller Fähigkeiten und Fertigkeiten, der sich kontinuierlich erweitert und erneuert sowie an einschlägigen Aus- und Fortbildungseinrichtungen gelehrt wird.

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

(15) Die Kenntnis und Beachtung der Kodizes und Richtlinien sind Bestandteil beruflicher Qualifikation und professionellen beruflichen Verhaltens. Sie sind in der Aus- und Fortbildung zu vermitteln.

## 6.2 DRPR-Richtlinie „PR und Journalismus“ (aktualisiert im Oktober 2013)

### Grundsätzliches

Journalismus und PR verfolgen unterschiedliche Zielsetzungen und stehen dabei in vielfältigen Wechselwirkungen.

PR vertritt Interessen von Organisationen. Zu ihren originären Aufgaben gehört es, die Öffentlichkeit zu informieren und den Medien redaktionelle Inhalte und Themen anzubieten. Journalisten haben einen Informationsauftrag gegenüber der Öffentlichkeit bzw. ihren Teilöffentlichkeiten. Sie wählen Themen und Inhalte aus, überprüfen und recherchieren diese und entscheiden über Art und Umfang ihrer Veröffentlichung.

Die Unabhängigkeit des Journalismus darf nicht durch Druck, finanzielle oder sonstige Incentives unterlaufen werden.

Aufgrund wirtschaftlicher Entwicklungen und eines daraus resultierenden ökonomischen Drucks übernehmen zudem immer mehr Journalisten, insbesondere freie Journalisten, neben journalistischen Aufträgen gleichzeitig PR-Aufträge. Hier sind Transparenz und eine sichtbare Rollentrennung zwingend – gegenüber den Redaktionen bzw. Auftraggebern, genauso wie gegenüber der Öffentlichkeit bzw. den relevanten Teilöffentlichkeiten.

### I. PR-Aufträge

1. Wenn festangestellte oder freie Journalisten zu bestimmten Themen PR-Aufträge übernehmen, können sie nicht dasselbe Thema gleichzeitig in ihrer Journalistenrolle bearbeiten. Von Auftraggebern, also PR-Agenturen, Unternehmen etc., darf dies weder initiiert noch honoriert oder auch nur geduldet werden.
2. Es darf keine Zahlung für redaktionelle Veröffentlichungen in journalistischen Medien angeboten oder geleistet werden.
3. Journalistisch tätige Verlage, Sender oder Webblattformen jedweder Art müssen ihre Leser respektive Zuschauer/Hörer über ganz oder teilweise von Dritten bezahlte redaktionelle Sonderleistungen in geeigneter und transparenter Weise informieren: Es muss für den Nutzer jeweils unmissverständlich und unmittelbar erkennbar sein, wenn es sich um einen gesponserten Beitrag handelt.

### II. Pressegeschenke

1. In der PR-Arbeit sind keine Geschenke oder Vorteile irgendwelcher Art zu gewähren, die geeignet sind oder darauf abzielen, die Entscheidungsfreiheit in der Berichterstattung von Redaktionen oder dem jeweiligen Journalisten zu beeinträchtigen.
2. Dort, wo Einladungen erfolgen oder Geschenke gegeben werden, darf deren Wert den im gesellschaftlichen Verkehr üblichen Rahmen nicht übersteigen.

3. Das Angebot und die Annahme von Werbeartikeln und sonstigen geringwertigen Gegenständen, etwa Schreibblocks, angemessenes Schreibmaterial oder USB-Sticks u. ä. ist unbedenklich.
4. Produkte und Dienstleistungen, die zum Testen angeboten werden, müssen maßvoll eingesetzt werden und dürfen nicht selbst als Incentivierung zu verstehen sein oder mit Incentivierungen ergänzt werden. Mit Testprodukten dürfen keine begleitenden Zahlungen oder Sponsorings verbunden werden.

### **III. Einladungen, Presseworkshops, Pressereisen**

1. Einladung zu Veranstaltungen, insbesondere Pressereisen, müssen in einem nachvollziehbaren Verhältnis zum Informationsanlass stehen. Sie dürfen nicht an eine ausdrückliche Erwartung eines positiven Berichts geknüpft sein und erst recht nicht mit Zuwendungen irgendeiner Art verbunden sein.
2. Journalisten und anderen Redaktionsvertretern darf für die Teilnahme an Presseveranstaltungen kein Honorar gezahlt werden.
3. Bei Unterbringung, Transport, Verpflegung und der Ausgestaltung der Reise ist immer der im gesellschaftlichen Verkehr übliche Rahmen zu berücksichtigen, so dass hier keine unbotmäßige Incentivierung entsteht.
4. Die kostenlose Mitnahme von Freunden oder Familienangehörigen, sowie die Einladung von Journalisten zu First-Class Flügen sind grundsätzlich unzulässig.
5. Das Programm der Reise ist im Vorfeld festzulegen und muss im Bezug zum Reiseanlass stehen. Die Redaktionen sind im Vorfeld über das Programm zu informieren.
6. Eine Reisekostenerstattung ist nur dann zulässig, wenn sie von den jeweiligen Redaktionen arbeitgeberseitig nicht übernommen werden können und nur dadurch eine angemessen breite Berichterstattung ermöglicht werden kann.
7. Persönliche Kosten, die der Journalist während der Reise hat, dürfen nicht übernommen werden.

Berlin, Oktober 2013

für die Richtigkeit: Prof. Dr. G. Bentele

### **6.3 DRPR-Stellungnahme für mehr Transparenz bei der Vertretung von Interessen gegenüber Politik und Öffentlichkeit**

PR-Rat für mehr Transparenz bei der Vertretung von Interessen gegenüber Politik und Öffentlichkeit.

Leipzig, 4. März 2015 – Maßnahmen für mehr Transparenz bei der Vertretung von Interessen gegenüber Politik und Öffentlichkeit. Erarbeitet im Beschwerdeausschuss Politik des Deutschen Rates für Public Relations unter Vorsitz von Axel Wallrabenstein und einstimmig auf der DRPR Ratssitzung am 27.02.2015 in Düsseldorf beschlossen.

Der Deutsche Rat für Public Relations begrüßt, dass die öffentliche Debatte um mehr Transparenz bei der Vertretung von Interessen in den zurückliegenden Monaten wieder Fahrt aufgenommen hat. Die repräsentative Demokratie lebt vom Prozess der Interessenvertretung und Interessenabwägung. Interessenvertretung ist legitim und innerhalb unseres demokratischen Systems unverzichtbar für die Willensbildung sowie ein Wesensmerkmal pluralistischer Demokratien. Gleichwohl existiert in Teilen der Öffentlichkeit ein weit verbreitetes Unbehagen, denn mit dem Lobbyismusbegriff assoziieren viele Menschen intransparente Aushandlungsprozesse mit dem Ziel einer vermeintlich illegitimen Einflussnahme auf politische Entscheidungen zugunsten partikularer Interessen. Dieser Eindruck ist nicht nur dazu geeignet, an der Glaubwürdigkeit von Politik zu nagen, sondern kann auch die Legitimation parlamentarischer Willensbildungs- und Entscheidungsprozesse nachhaltig schädigen. Das Vertrauen in die Legitimität staatlicher Entscheidungen setzt Transparenz voraus, doch vollzieht sich das Miteinander von Staat, Zivilgesellschaft und privatem Sektor bislang vornehmlich im Dunkeln. Es gilt darum, die öffentliche Transparenz dieses Miteinanders wirksam zu steigern, denn die demokratische Öffentlichkeit hat ein Anrecht darauf.

Zugleich betont der Rat, dass politische Prozesse zuweilen legitimerweise geschützte Räume beanspruchen können in denen Transparenz verweigert werden kann und muss. Datenschutz, geheime Wahlen, Zeugnisverweigerungsrecht, Schweigepflicht oder Sicherheitsgebote sind nur einige Beispiele. Auch das Aushandeln eines sachlich tragfähigen Lösungsvorschlags kann erfordern, zunächst nur einen kleinen Kreis von Personen einzubinden, bevor ein Konzept der Öffentlichkeit zur weiteren Diskussion präsentiert wird. Im wirtschaftlichen Wettbewerb ist Geheimhaltung in einem gewissen Rahmen ebenfalls als notwendig anerkannt.

Das Spannungsverhältnis zwischen legitimer Interessenartikulation und illegitimer Einflussnahme erstreckt sich auf alle Aspekte des Miteinanders von Staat, Wirtschaft und Gesellschaft – und kann in einer freiheitlichen Gesellschaft gesetzlich nicht in allen Details normiert werden. Gleichwohl kann ein Regelungsrahmen aus gesetzlichen Regelungen sowie untergesetzlichen Maßnahmen und Anreizen zur Selbstregulierung dazu beitragen, die Transparenz dieses Miteinanders effektiv zu erhöhen. Diese Maßnahmen werden den kontinuierlichen Strom von Informationsaustausch und legitimer, grundgesetzlich geschützter

Kommunikation im politischen Raum nicht regulieren können. Bewusste Versuche, diese Regeln in unlauterer Absicht zu unterlaufen, werden ebenfalls nicht unterbunden werden können. Aber eine grundlegend verbesserte Transparenz der Strukturen, die hinter der Vertretung unterschiedlicher Interessen stehen, kann nicht nur mögliche Interessenkonflikte im Miteinander staatlicher, privater und zivilgesellschaftlicher Akteure aufzeigen und ihnen entgegenwirken, sondern auch dazu beitragen, das Vertrauen der Menschen in das Zustandekommen von demokratisch legitimer Politik zu stärken.

Ziel und zentraler Gegenstand einer verbesserten Transparenz ist die Offenlegung der finanziellen wie organisatorischen Rahmenbedingungen der Interessenvertretung durch ein gesetzlich verpflichtendes und sanktionsbewehrtes Lobbyregister. Dieses sollte die Definition von Interessenvertretung gegenüber Parlament und Regierung mit zeitlichen oder finanziellen Schwellenwerten verknüpfen und Vorgaben zur Offenlegung klar definieren. Bei Eintragung in das Register muss offengelegt werden, welche Interessen hinter den jeweiligen Organisationen stehen und sie finanzieren.

Zur detaillierten Ausgestaltung eines Lobbyregisters verweist der Deutsche Rat für Public Relations auf bereits ausgearbeitete Vorschläge und Stellungnahmen unserer Trägerverbände de'ge'pol (2009) und DPRG (2008). Entscheidende Merkmale, um das Register zu einem effektiven Instrument zu machen, sind aus Sicht des Rates:

- Verpflichtung, nicht Freiwilligkeit
- keine Ausnahmen, außer bei Geringfügigkeit
- klare Vorgaben zum Umfang der Offenlegungsverpflichtungen
- Anerkennung einschlägiger Verhaltenskodizes.

Im Einzelnen:

Die Erfahrung zeigt, dass freiwillige Register ihren Zweck nicht erfüllen. Eine klare gesetzliche Verpflichtung ohne ungerechtfertigte Ausnahmetatbestände, aber dafür klaren Vorgaben hinsichtlich der Offenlegungsverpflichtung ist daher wichtig, um die Umgehung einer Registrierung zu vermeiden und einheitliche Bedingungen für alle zu schaffen.

So sollte etwa die anwaltliche Verschwiegenheitsverpflichtung nicht zur Umgehung einer Offenlegungsverpflichtung genutzt werden können. Die Verschwiegenheit von Rechtsanwälten dient als zentrales rechtsstaatliches Schutzgut einer auf rechtsstaatlichen Prinzipien begründeten Rechtspflege und kann nicht dafür missbraucht werden, eine Transparenzverpflichtung auszuhebeln, die ihre gemeinwohlorientierte Begründung in dem Interesse an der Transparenz demokratischer Willensbildungs- und Entscheidungsprozesse findet. Anwälte können sich selbstverständlich bei der Vertretung von Interessen engagieren, sollten sich dann aber ebenfalls registrieren müssen. Auch das Handlungsfeld einer Organisation kann unter pluralistischen Erwägungen nicht als Differenzierungsmerkmal gelten, das einen Ausnahmetatbestand rechtfertigt: So sind Organisationen, deren wesentliches Ziel der Kontakt

und der Informationsaustausch mit politischen Entscheidern und Anspruchsgruppen ist, auch dann als Interessenvertretung im Sinne eines Lobbyregisters anzusehen, wenn sie sich z.B. weltanschaulichen, religiösen, sozialpartnerschaftlichen, oder umweltschutzbezogenen Zwecken verpflichtet fühlen.

Eine anreizgestützte, aber grundsätzlich freiwillige Verhaltensrichtlinie, wie er von Trägerverbänden des DRPR in unterschiedlicher Form bereits heute bereitgehalten wird, kann Interessenvertretern Regeln für die Wahrnehmung ihrer Tätigkeit in Übereinstimmung mit den Grundsätzen der Offenheit, Transparenz, Ehrlichkeit und Integrität vorgeben. Im verpflichtenden Lobbyregister ist die freiwillige Annahme oder Nicht-Aannahme einer solchen Verhaltensrichtlinie öffentlich einsehbar zu vermerken, so dass ein starker Anreiz zur Annahme dieser Verhaltensrichtlinie besteht. Zugleich unterwirft man sich bei Annahme der Verhaltensrichtlinie der Kontrolle und Sanktionierung durch berufsständische Organe der Selbstverwaltung.

#### **6.4 DRPR-Stellungnahme zum de'ge'pol Vorschlag eines Interessenbeauftragten**

Leipzig, 02.12.2015

Der Deutsche Rat für Public Relations hat sich immer schon für die Stärkung der Integrität und Transparenz bei der Interessenvertretung eingesetzt. Daher begrüßt der DRPR den Vorschlag der de'ge'pol zur Einrichtung eines Interessenbeauftragten beim Deutschen Bundestag als Teil der öffentlichen Debatte. Mit dem Ziel, das Vertrauen in die demokratische Willensbildung und ihre Entscheidungsträger zu stärken, ist der Vorschlag diskussionswürdig. Dies gilt insbesondere für den Ansatz, neben dem Absender auch Methodik und Entscheidungsträger als Adressaten in den Fokus zu nehmen. Der Vorschlag steht dabei neben anderen Maßnahmen, wie etwa dem vom DRPR ebenso geforderten verpflichtenden Lobbyregister. Der DRPR wird sich an der weiteren Debatte zum Interessenbeauftragten beteiligen und seine langjährigen Erfahrungen einbringen.

Der DRPR ist insgesamt an der Stärkung der demokratischen Kultur interessiert und setzt sich in diesem Sinne für Neuerungen ein

## 6.5 Beschlüsse

### 01/2012 Fall Kunduz

*Einstellung des Falles.*

Verfügbar unter: [http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2013/08/DRPR\\_Raabe\\_BMVg\\_Ratsbeschluss\\_120217.pdf](http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2013/08/DRPR_Raabe_BMVg_Ratsbeschluss_120217.pdf)

### 07/2012 und 08/2012 Fall Ad-hoc-Publizität/Allianz SE und Daimler AG

*Einstellung des Falles.*

Verfügbar unter: <http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2013/11/Ratsbeschluss-07082012-Ad-hoc-Publizit%C3%A4t.pdf>

### 09/2012 Fall ThyssenKrupp AG

*Mahnung gegen ThyssenKrupp AG.*

Verfügbar unter: [http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2015/03/Ratsbeschluss\\_Fall09201\\_TK-Pressereisen\\_be.pdf](http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2015/03/Ratsbeschluss_Fall09201_TK-Pressereisen_be.pdf)

### 01/2013 Fall Peerblog

*Rüge gegen Herrn Steinkühler.*

Verfügbar unter: [http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2015/03/Ratsbeschluss\\_01-2013\\_Peerblog\\_aktuell\\_be.pdf](http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2015/03/Ratsbeschluss_01-2013_Peerblog_aktuell_be.pdf)

### 02/2013 Fall Schleichwerbung/Wetten, dass...?

*Rüge gegen die Agentur Dolce Media sowie die Unternehmen Fleurop und Fressnapf, Mahnung gegen die Unternehmen Daimler, Audi und Solarworld.*

Verfügbar unter: [http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2013/11/Ratsbeschluss\\_Schleichwerbung\\_2013\\_08\\_01.pdf](http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2013/11/Ratsbeschluss_Schleichwerbung_2013_08_01.pdf)

### 03/2013 Fall Keksklau/Flächenbrand

*Rüge gegen die Agentur Flächenbrand.*

Verfügbar unter: [http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2013/11/R%C3%BCge\\_03-2013\\_Flaechenbrand.pdf](http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2013/11/R%C3%BCge_03-2013_Flaechenbrand.pdf)

### 04/2013 Fall Deutsche Börse

*Rüge gegen die Deutsche Börse AG*

Verfügbar unter: [http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2015/03/Ratsbeschluss\\_Fall042013\\_adho-c\\_DeutscheB%C3%B6rse\\_aktuel\\_be.pdf](http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2015/03/Ratsbeschluss_Fall042013_adho-c_DeutscheB%C3%B6rse_aktuel_be.pdf)

## **07/2013 Fall Platoon/arte**

*Rüge gegen die Agentur Platoon.*

Verfügbar unter: [http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2013/11/R%C3%BCge\\_07-2013\\_Platoon.pdf](http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2013/11/R%C3%BCge_07-2013_Platoon.pdf)

## **01/2014 Fall ADAC/Gelber Engel**

*Rüge gegen ADAC.*

Verfügbar unter: [http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2015/03/Beschlussentwurf\\_01\\_2014\\_R%C3%BCge\\_AD-AC\\_be.pdf](http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2015/03/Beschlussentwurf_01_2014_R%C3%BCge_AD-AC_be.pdf)

## **02/2015 Fall Uniklinik München**

*Einstellung des Falles auf Grund von Unbegründetheit.*

Verfügbar unter: [http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2015/12/drpr\\_Fall-03\\_15\\_Beschlussentwurf\\_FINAL.pdf](http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2015/12/drpr_Fall-03_15_Beschlussentwurf_FINAL.pdf)

## **03/2015 Fall Welthungerhilfe**

*Einstellung des Falles auf Grund von Unbegründetheit.*

Verfügbar unter: [http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2016/05/drpr\\_Fall-03\\_15\\_Beschluss\\_Welthungerhilfe.pdf](http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2016/05/drpr_Fall-03_15_Beschluss_Welthungerhilfe.pdf)

## **09/2015 Fall lilies-diary**

*Einstellung des Falles auf Grund von Unbegründetheit.*

Verfügbar unter: [http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2016/05/drpr\\_Fall-09\\_15\\_Beschluss\\_lilies\\_diarys.pdf](http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2016/05/drpr_Fall-09_15_Beschluss_lilies_diarys.pdf)

## **10/2015 Fall Gorny**

*Einstellung des Falles auf Grund von Unbegründetheit.*

Verfügbar unter: [http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2016/05/drpr\\_Fall-10\\_15\\_Beschluss\\_Gorny.pdf](http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2016/05/drpr_Fall-10_15_Beschluss_Gorny.pdf)

## 7. IMPRESSUM

### Deutscher Rat für Public Relations

Geschäftsstelle des Deutschen Rates für Public Relations

Institut für KMW, Universität Leipzig

Postfach 100920

04009 Leipzig

Tel.: +49 (0) 341 9735 751

Fax: +49 (0) 341 9735 049

E-Mail: [info@drpr-online.de](mailto:info@drpr-online.de)

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

Trägerverein des Deutschen Rates für Public Relations e.V.

c/o Bundesverband deutscher Pressesprecher e.V. (BdP)

Oberwallstraße 24

10117 Berlin

Registriert beim Amtsgericht Charlottenburg unter VR 31817 B

Umsatzsteuer-Identifikations-Nr. DE 812425987