

DRPR-Verfahren: 02/2018

Beschwerdeausschuss: Unternehmen & Markt i

Fall: Savedroid

Geschäftsstelle des Deutschen Rates
für Public Relations e.V.
c/o Prof. Dr. Lars Rademacher
Hochschule Darmstadt
Fachbereich Media
Haardtring100
64295 Darmstadt
Tel +49 6151 16-39412
Fax +49 6151 16-39445
E-Mail: info@drpr-online.de
www.drpr-online.de

getragen von
DPRG GPRA BDP DEGEPOL

Darmstadt, 22.10.2018

Zur Sachlage:

Am 18. April 2018, hat das deutsche Blockchain Startup Savedroid AG mit Sitz in der Eschersheimer Landstraße 121, 60322 Frankfurt am Main, seine offizielle Website für mehr als 24 Stunden offline geschaltet und nur ein Internet-Meme mit der Aufschrift "...and it's gone" hinterlassen- eine Bezugnahme auf die Gelder, die von Tausenden von Anlegern bei seiner jüngsten Tokensale-Veranstaltung (ICO) gesammelt wurden. So wurde suggeriert, dass das gesamte eingesammelte Vermögen kriminell entwendet wurde.

Am 19. April 2018, wurde vom Gründer von Savedroid, Yassin Hankir, enthüllt, dass der vermeintliche "Exit-Scam" nur ein Werbegag war, um Aufmerksamkeit zu erregen. In einem veröffentlichten Youtube-Video (<https://www.youtube.com/watch?v=wQ3K2dunyl0>) sprach Hankir über die Notwendigkeit einer stärkeren Regulierung von öffentlichen Crowdfunding-Kampagnen mit Crypto Currencies, so genannte ICO's (Initial Coin Offerings). Man habe darauf hinweisen wollen, dass der schlechte Ruf dem Refinanzierungstool ICO schade.

Der Blockchain Bundesverband Bundesblock hält den "PR-Stunt" für unprofessionell und verantwortungslos. Er bedient sich der vorsätzli-

Vorsitzender
Prof. Dr. Lars Rademacher

Stellvertretender Vorsitzender
Matthias Rosenthal

Ehrevorsitzender
Dr. Horst Avenarius

Mitglieder
Sebastian Ackermann
Florian Amberg
Prof. Dr. Günter Bentele
Anja Görzel
Prof. Dr. Alexander Güttler
Andreas Haas
Prof. Dr. Stefan Hencke
Dr. Kurt Hesse
Uwe Kohrs
Regine Kreitz
Veit Mathauer
Norbert Minwegen
Christian H. Schuster
Marco Vollmar
Axel Wallrabenstein
Thomas Zimmerling

chen Täuschung, Die Aktion werfe ein negatives Licht auf das gesamte „Blockchain Ökosystem“. Es habe ein Gefühl der Angst und Besorgnis bei Nutzern und Investoren gleichermaßen geschaffen. Statt mit gutem Beispiel voranzugehen, habe Hankir den Ruf tausender verantwortungsbewusster und fleißiger Unternehmer in Deutschland und Europa für ein paar Minuten zweifelhaften Ruhms – und potenziellem Nutzen für sich selbst – riskiert. Der Verband lehnt Savedroids Verhalten entschieden ab.

Der DRPR-Vorsitzende hat den Vorstandsvorsitzenden von Savedroid, Dr. Yassir Hankir, am 18.7.2018 brieflich aufgefordert, zu den Vorwürfen Stellung zu nehmen. Die Savedroid AG hat auf dieses Schreiben nicht reagiert.

Beschluss:

Der DRPR beschließt die Erteilung einer Rüge an die Savedroid AG.

Begründung:

Der Vorwurf der bewussten Irreführung des Publikums wird durch eigene Aussagen des Unternehmens (Videostatements) zugegeben. Zur Begründung wird darin zwar angegeben, dass man auf Probleme dieser jungen Branche habe hinweisen wollen. Allerdings kann das nicht als Begründung dafür dienen, das Publikum durch Fake-News zu täuschen, wenn auch nur für eine kurze Zeit.

Normative Grundlagen:

Deutscher Kommunikationskodex

Wahrhaftigkeit

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

(10) PR- und Kommunikationsfachleute konzentrieren im Bereich der Kapitalmarktkommunikation 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

(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.

DRPR-Richtlinie zu PR in digitalen Medien und Netzwerken

I. Absendertransparenz in der Online-Medienarbeit

2. Unstatthaft ist das Verbreiten von Fake-News, also das bewusste Kommunizieren von Unwahrheiten, um z.B. über diese Aufmerksamkeit zu generieren, ganz gleich wann und ob diese wieder korrigiert werden oder nicht. Hier tragen diejenigen, die diese Inhalte veröffentlichen die Verantwortung. Plattformen (analog/digital) tragen eine Mitverantwortung für die Nichtverbreitung.