

## PRESSEINFORMATION

des Deutschen Rats für Public Relations (DRPR)

### **DRPR rügt Mattel und DOJO wegen „Scrabble“-Fake**

*Darmstadt, 8. Mai 2019 – Der Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) rügt das Unternehmen Mattel GmbH und die sie betreuende Agentur DOJO für die Verbreitung einer bewussten Falschmeldung. Eine Beschwerde gegen das Onlinemagazin aio von AUDI wird hingegen als unbegründet fallengelassen.*

Die Mattel GmbH hatte in einer Pressemitteilung vom 24.09.2018 mitgeteilt: „Scrabble heißt jetzt Buchstaben-Yolo“. Begründet wurde dies damit, dass zum 70-jährigen Jubiläum das beliebte Brettspiel einen zeitgemäßen Namen bekommen solle. Yolo steht dabei für den Jugendlichen-Slang „You only live once“ was im Jahr 2012 zum Jugendwort des Jahres gewählt worden war. Am 27.09. löste Mattel die Falschmeldung dann in einer weiteren Pressemitteilung auf: „Scrabble heißt nicht Buchstaben-Yolo“. Man sei überwältigt von dem Proteststurm der Scrabble-Fans in den sozialen Medien wie auch von der allgemeinen Medienresonanz. Wörtlich heißt es in der Mattel-Pressemitteilung: „Genau mit diesem Gegenwind hatte man bei Mattel insgeheim auch bei der vermeintlichen Namensänderung gerechnet...“. Konzipiert worden war die Kampagne von der Berliner Agentur DOJO. Ziel war es, mit der Aktion Aufmerksamkeit für das Brettspiel Scrabble zu erzeugen.

### **Bewusste Falschaussagen laut Kommunikationskodex nicht statthaft**

Mit diesem Verhalten verstoßen Mattel und DOJO gegen Abschnitt 9 des Deutschen Kommunikationskodex, der Kommunikationsfachleute auf Wahrhaftigkeit verpflichtet. Wissentlich falsche oder irreführende Informationen zu verbreiten ist nicht statthaft. Bei der Kampagne „Scrabble heißt jetzt Buchstaben-Yolo“ handelt es sich um eine zu Werbezwecken aufgesetzte Falschmeldung. Es gibt keinen Zweifel, dass das Vorgehen vorsätzlich war. Zwar bestand das Ziel primär in der Gewinnung von Aufmerksamkeit, nicht in der Irreführung. Aber Fake-News bleiben Fake-News, auch wenn sie humorvoll intendiert sind und kommuniziert werden.

## **DRPR-Onlinerichtlinie: Fake News sind unstatthaft, auch bei späterer Korrektur**

Die mittlerweile auch von den Verbänden GWA, OMG und FME übernommene Online-Richtlinie des DRPR geht noch einen Schritt weiter: Sie erklärt nicht nur das Verbreiten von Fake-News, insbesondere zur Gewinnung von Aufmerksamkeit, für unstatthaft, sondern betont auch deutlich, dass dies unabhängig davon ist, ob und wann diese später korrigiert werden.

## **Keine Beanstandung der Absenderkennung des Onlinemagazins aio der AUDI AG**

Das Beschwerdeverfahren gegen das Onlinemagazin aio (<https://aiomag.de>) und die AUDI AG wird hingegen wegen Unbegründetheit eingestellt. Bei aio handelt es sich um ein digitales Magazin, das sich dem Thema „Mobilität der Zukunft“ widmet. In drei Ressorts „Elektromobilität“, „Technik“ und „Leben“ erscheinen wöchentlich mehrere Artikel, die von neuesten technischen Entwicklungen über praktische Tipps bis hin zu Produktvergleichen berichten und sogar Meinungsbeiträge zu aktuellen politischen Entscheidungen veröffentlichen.

In der Beschwerde war beanstandet worden, aio sei als unabhängiges redaktionelles Angebot positioniert, eine Förderung durch den Initiator/Sponsor Audi werde nicht in ausreichender Form kenntlich gemacht. Es bestand der Verdacht, dass dadurch gegen Punkt 2 des Transparenzgebots im Deutschen Kommunikationskodex verstoßen wird. Die Prüfung des Falles ergab jedoch, dass zahlreiche Hinweise auf die Unterstützung durch Audi gegeben werden. Schon im Footer der Seite wird Audi deutlich benannt. Auch in der Rubrik „About“ wird die Gesamtverantwortung von Audi betont. Somit erweist sich der Vorwurf als unbegründet. Das Beschwerdeverfahren wird eingestellt.

## KONTAKT

Geschäftsstelle des Deutschen Rates  
für Public Relations  
Deutscher Rat für Public Relations (DRPR)  
Prof. Dr. Lars Rademacher, Vorsitzender  
Geschäftsstelle  
Hochschule Darmstadt  
Dekanat FB Media  
Haardtring 100  
64295 Darmstadt  
Tel. +49 6151 16-39442  
Fax+49 6151 16-39445  
E-Mail: [info@drpr-online.de](mailto:info@drpr-online.de)  
[www.drpr-online.de](http://www.drpr-online.de)

getragen von  
DPRG GPRA BDP  
Trägerverein des Deutschen  
Rates für Public Relations e.V.  
c/o GPRA e.V.  
Bertolt-Brecht-Platz 3  
10117 Berlin  
Vorsitzender Uwe Kohrs  
Stellv. Regine Kreitz  
Vereinsregister Berlin VR 31817 B

## ERKLÄRUNG

### ***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 der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG) e.V., dem Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP) e.V. und der Gesellschaft Public Relations Agenturen (GPRA) im Trägerverein des Deutschen Rates für Public Relations e.V. getragen.*

*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.*