

## DRPR-Verfahren 06/2019

### Beschwerdeausschuss II

#### Fall „HeiScreen“

Der Rat hat in seiner Sitzung am 06.05.2019 einstimmig beschlossen, sich mit dem Fall der HeiScreen GmbH in Heidelberg zu befassen. Im Rahmen der Vorstellung eines vermeintlich neuen Verfahrens zur Diagnose von Brustkrebs, bestand einerseits der Verdacht der bewussten Falschbehauptung und Täuschung der Öffentlichkeit und andererseits der Kursmanipulation durch Absender-Intransparenz.

Im Einzelnen wurden folgende Vorwürfe überprüft:

1. Im Rahmen einer Pressekonferenz wurde ein „neues“ Diagnoseverfahren vorgestellt und die Marktreife zum Ende des Jahres angekündigt.
2. Im Rahmen eines „BILD-Interviews“ mit dem Forschungsteam wurde das Verfahren als Weltsensation dargestellt. Der übliche Weg über wissenschaftliche Erstveröffentlichungen ist unterblieben.
3. Die Investoren/Beteiligungsverhältnisse und die Veröffentlichung des Tests haben Aktien-Kursschwankungen bei potenziellen chinesischen Investoren zur Folge gehabt.

Fakt ist, dass weder die notwendigen klinischen Studien für eine Zulassung des Verfahrens abgeschlossen sind, noch eine Marktreife des Diagnoseverfahrens in diesem Jahr zu erwarten ist. Alle beteiligten Parteien (HeiScreen, UKHD und die beauftragte Agentur

Geschäftsstelle des Deutschen Rates  
für Public Relations e.V.  
c/o Prof. Dr. Lars Rademacher  
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  
www.drpr-online.de  
getragen von  
DPRG GPRA BDP

**Vorsitzender**  
Prof. Dr. Lars Rademacher

**Stellvertretender Vorsitzender**  
Matthias Rosenthal

**Ehrevorsitzender**  
Dr. Horst Avenarius

**Mitglieder**  
Sebastian Ackermann  
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

Deekeling/Arndt Advisors) üben sich in gegenseitigen Schuldzuweisungen. Einzig das UKHD hat in seiner Stellungnahme Versäumnisse und Fehler eingeräumt und Verantwortung übernommen.

Der Rat hat im Rahmen der Prüfung allen Beteiligten Möglichkeit zur Stellungnahme gegeben und darüber hinaus den Sachverhalt in mehreren Einzelgesprächen kritisch hinterfragt.

## **Beschluss:**

Der DRPR beschließt die Erteilung einer Rüge an die HeiScreen GmbH und den Vorstand des Universitätsklinikums Heidelberg wegen bewusster Falschbehauptung und Täuschung der Öffentlichkeit im Zuge der Vorstellung eines Diagnoseverfahrens zur Früherkennung von Brustkrebs. Der Vorwurf der möglichen Kursmanipulation durch Intransparenz konnte nicht bestätigt werden.

## **Begründung:**

Eine Analyse der verfügbaren Quellen, vorliegende Stellungnahmen und Erklärungen aller beteiligten Parteien hat folgendes ergeben:

Das vorgestellte Diagnoseverfahren zur Früherkennung von Brustkrebs verfügte zum Zeitpunkt der Medienvorstellung, und auch heute noch nicht, über die erforderliche klinische Erprobung, die zur Zulassung notwendig ist und wird diese auch nicht in einem Zeitraum erhalten, der eine Markteinführung in diesem Jahr realistisch erscheinen lässt.

Es gibt keinen Zweifel, dass die beteiligten Fachleute (Prof. Sohn / HeiScreen / UKHD) dies zum Zeitpunkt der Pressekonferenz wissen mussten. Es ging bei der Präsentation primär darum den Markt zu

besetzen und mögliche Wettbewerber auf Distanz zu halten. Treibende Kraft hinter der Veröffentlichung war die HeiScreen GmbH und ihre Gesellschafter. Neben einem privaten branchenfremden Investor ist das Universitätsklinikum über ihre Beteiligungsgesellschaft Technologie Transfer Heidelberg GmbH maßgebliche Anteilseignerin der HeiScreen GmbH. Auch der Leiter der Universitäts-Frauenklinik und Verantwortlicher für die Entwicklung, des vorgestellten diagnostischen Verfahrens, Prof. Sohn, war Gesellschafter. Zur Vorstellung des neuen Verfahrens, am Rande eines Gynäkologen-Kongresses, wurde eine Agentur mit der Vorbereitung und Durchführung der Pressekonferenz und der Betreuung der Medien durch die HeiScreen GmbH beauftragt. Der Vorstand des UKHD übernahm die Begleitung der Presseaktivitäten und war verantwortlich für die sachlich/fachliche Freigabe aller verfassten Presstexte und des mit Herrn Prof. Dr. Sohn geführten BILD-Interviews. Alle Aktivitäten wurden in enger Abstimmung zwischen den Beteiligten vorbereitet und umgesetzt. Laut HeiScreen GmbH wurde keinerlei Kommunikation ohne Abstimmung mit dem UKHD betrieben. Somit kommt dem Klinikvorstand eine Schlüsselrolle zu.

Die Platzierung des Interviews in der BILD hatte die HeiScreen GmbH allerdings selbst initiiert. Unterstützt wurde sie vom Berater des Privatinvestors, dem ehemaligen BILD-Chefredakteur Kai Diekmann, der im Rahmen von täglichen Telkos in die Vorbereitungen „eingebunden“ war. Die genaue Rolle von Diekmann in dem Verfahren konnte allerdings nicht geklärt werden. Die beauftragte Agentur war in die Bild-Veröffentlichung nicht eingebunden und wurde auch nicht hierfür vergütet. Im Rahmen des Freigabeprozesses des BILD-Interviews hat schließlich die Kommunikationsverantwortliche des

UKHD beim Vorstand per mail interveniert und vor möglichen negativen Folgen einer derartigen „Laienkommunikation“ gewarnt. Die Bedenken wurden aus dem Vorstand des UKHD allerdings verworfen und die geplante Vorgehensweise beibehalten. In seiner Stellungnahme räumt das Klinikum bei der Risikobewertung und Kontrolle entsprechende Fehler ein. Dennoch lässt der vorliegende Sachverhalt nur den Schluss zu, dass der Vorstand des UKHD auf Initiative und unter aktiver Beteiligung der HeiScreen GmbH eine öffentliche Produktvorstellung zugelassen und begleitet hat, die weder in Wortwahl, Zeitpunkt und Format angemessen, noch im Hinblick auf abgeschlossene Studien und angekündigte Marktreife der Wahrheit entsprochen hat.

Normative Grundlagen:

### ***Wahrhaftigkeit***

(9) PR und Kommunikationsfachleute verbreiten keine falschen und irreführenden Informationen. Sie missbrauchen das Vertrauen angesprochener Öffentlichkeiten nicht. Üble Nachrede oder das ungeprüfte Weiterverarbeiten von Gerüchten sind nicht tolerierbar. PR- und Kommunikationsfachleute täuschen keine Relevanz durch Missbrauch etablierter und klar definierter Kommunikationsinstrumente vor.