

DRPR-Richtlinie zur Kontaktpflege im politischen Raum

Präambel

Die DRPR-Richtlinie zur Kontaktpflege im politischen Raum ergänzt den Deutschen Kommunikationskodex um Regelungen für die politische Kommunikation. Die Kontaktpflege zwischen den in der Politik tätigen und verbeamteten Personen, die sich dem Gemeinwohl verpflichtet haben, und der Gesellschaft sowie Organisationen mit partikularen Zielen ist legitim. Sie bezweckt den Austausch von Informationen zwischen den Parteien und den Abgleich unterschiedlicher Auffassungen und Situationsanalysen. Sie ermöglicht nicht nur den Vortrag partikularer Forderungen oder Erwartungen an die Politik, sondern ist durch die öffentliche Auseinandersetzung mit ihr ein Bestandteil des demokratischen Prozesses. Dadurch dient sie dem besseren Verständnis aller und fördert am Gemeinwohl orientierte Sachentscheidungen.

Voraussetzung für ein solches Wirken ist, dass ...

... Public-Affairs-Professionals unbeschadet ihrer beruflichen Verschwiegenheitspflichten eine konsequente Transparenz gegenüber den adressierten Personen und der politisch interessierten Öffentlichkeit wahren.

... die Einflussnahme von Lobbyistinnen und Lobbyisten auf politische Entscheidungen mit redlichen Mitteln erfolgt, die wiederum nachprüfbar sind und transparent offengelegt werden.

... die Achtung der freiheitlichen demokratischen Grundordnung und aller ihr zugrunde liegenden Prinzipien die Grundlage aller politischen Arbeiten bildet.

Die Voraussetzungen gelten sowohl für die intern beratenden wie für die nach außen agierenden Beauftragten des politischen Kontakt- und Kommunikationsmanagements.

Die vorliegende Richtlinie ist für Public-Affairs-Professionals und Lobbyistinnen und Lobbyisten verpflichtend. Sie sind sich bewusst, dass Verstöße gegen die Regeln eine öffentliche Rüge oder Mahnung durch den Deutschen Rat für Public Relations nach sich ziehen können. Nach Ziffer 12 des Deutschen Kommunikationskodex wacht der Deutsche Rat für Public Relations über die Einhaltung der Regeln dieser Richtlinie, um das Ansehen des Berufsstands und seiner praktizierenden Personen zu schützen.

1. Transparenzgebot

- 1.1 Das politische Kontakt- und Kommunikationsmanagement der im politischen Raum tätigen Unternehmen, Verbände, Stiftungen und weiteren Organisationen zielt auf einen Personenkreis von in der

Politik tätigen und verbeamteten Personen ab, der gegenüber der Öffentlichkeit rechenschaftspflichtig ist. Auch Public-Affairs-Professionals und Lobbyistinnen und Lobbyisten tragen daher dafür Sorge, dass ihre Organisation, ihre Interessen und ihre hauptsächliche Arbeitsweise (z.B. Lobbying, Pressearbeit, Veranstaltungen etc.) in geeigneter Weise öffentlich gemacht werden.

- 1.2. Public-Affairs-Professionals und Lobbyistinnen sowie Lobbyisten haben ihren politischen Gesprächsbeteiligten ihre Auftraggebenden sowie ihre und deren Interessen jeweils wahrheitsgemäß und nachprüfbar offenzulegen.
- 1.3. Public-Affairs-Professionals und Lobbyistinnen sowie Lobbyisten dürfen in keinem Fall ihre tatsächliche Funktion sowie ihren Auftraggebenden verschleiern.
- 1.4. Politische Kampagnen müssen offen geführt werden und die Grundsätze professioneller PR-Arbeit beachten. Auftraggebende müssen bei Presse-Anfragen immer genannt werden.
- 1.5. Bestehen Vertragsverhältnisse zwischen in der Politik tätigen oder verbeamteten Personen mit Lobbying betreibenden Organisationen oder Personen, so sind solche Tatbestände vom Begünstigten öffentlich leicht zugänglich zu machen.

2. Professionalität

- 2.1. Public-Affairs-Professionals und Lobbyistinnen sowie Lobbyisten respektieren Kodizes und Selbstverpflichtungen von politischen Entscheidungstragenden als Ausdruck eines integren Verhaltens und zur Wahrung des Rufs ihres Berufsstandes. Sie werden alles unterlassen, was politischen Entscheidungstragenden in einen Konflikt mit ihren öffentlichen oder beruflichen Pflichten bringt.
- 2.2. Public-Affairs-Professionals und Lobbyistinnen sowie Lobbyisten werden den auftraggebenden Personen von illegalen, unseriösen oder unsittlichen Vorhaben abraten. Sie werden entsprechende Aufträge zurückweisen.
- 2.3. Sich widersprechende oder miteinander konkurrierende Interessen dürfen nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung der betroffenen Auftrag- oder Arbeitgebenden wahrgenommen werden.
- 2.4. Public-Affairs-Professionals und Lobbyistinnen sowie Lobbyisten haben die ihnen anvertrauten Kenntnisse gegenüber Dritten

vertraulich zu behandeln, wodurch auch "Insider"-Informationen niemals zum Nachteil oder Schaden anderer oder zum eigenen Vorteil verwendet werden dürfen.

- 2.5 Public-Affairs-Professionals und Lobbyistinnen und Lobbyisten beschaffen sich keine Informationen mit unredlichen Mitteln. Sie werden Falschinformationen nicht wissentlich oder leichtfertig weiterverbreiten, sondern Informationen mit gebotener Sorgfalt auf ihre Zuverlässigkeit, Genauigkeit und Wahrhaftigkeit überprüfen. Sie intrigieren nicht. Hier gilt auch Ziffer 9 des Deutschen Kommunikationskodex.
- 2.6. Finanzielle Zuwendungen an in der Politik tätige und verbeamtete Personen sind unzulässig. Als Zuwendungen gelten alle Formen der finanziellen Vorteilsgewährung, die über die Erstattung nachweisbarer Aufwendungen hinausgehen.

3. Politische Kommunikation in Online Medien

- 3.1. Unabhängig von dem Inhalt und Zweck ihrer beruflichen Handlungen wird verlangt diese in fairer und professioneller Weise über alle Kanäle hinweg, einschließlich sozialer Medien, abzuwickeln, so wie es der Deutsche Kommunikationskodex in den Ziffern 6, 7 und 8 vorsieht.
- 3.2. Grundsätzlich gelten auch für die Politische Kommunikation über Online-Kanäle die Online-Richtlinie des DRPR.

4. Rahmenbestimmungen

- 4.1. Die genannten Regeln sowie der Deutsche Kommunikationskodex gelten als Verlängerung der gesetzlichen Regelungen für alle im politischen Raum tätigen Organisationen und Personen, die im öffentlichen Raum der Bundesrepublik oder im europäischen Raum handeln.

Personen, Agenturen und Kanzleien, die sich der politischen Beratung und dem Lobbyismus widmen, sollten im Register des Deutschen Bundestages eingetragen sein und damit ihre Aktivitäten offenlegen.

Verabschiedet vom Deutschen Rat für Public Relations am 25. März 2021.
Erweitert am 03.09.2026

Berlin, 03.09.2026