

## Kommunique zur PR-Ratssitzung am 14. Mai 2007:

**Berlin, 18. Juni 2007:** Auf seiner letzten Ratssitzung am 14. Mai 2007 behandelte der Deutsche Rat für Public Relations etliche Fälle und Vorkommnisse, zu denen ihm Beschwerden vorgetragen wurden. In 2 Fällen ergingen Ratssprüche, zu denen die Urteilstexte jetzt von den Ratsmitgliedern verabschiedet und ausgefertigt wurden.

Im ersten Fall beschwerte sich der Kommunikationswissenschaftler Prof. Dr. Klaus Merten, Münster, über die GPRA und mithin über eine der vier Trägerorganisationen des Rates. Erstmals waren sowohl der Beschwerdeführer wie die Vertreter der beschuldigten Gesellschaft und etliche Zeugen bei der Verhandlung anwesend. Auch wurde erstmals im PR-Rat der Vorwurf einer Täuschung von Öffentlichkeiten durch manipulierte wissenschaftliche Erhebungen behandelt. Der PR-Rat konnte dafür bei der GPRA kein Fehlverhalten erkennen (s. DRPR-Spruch 2007 /9)

Im zweiten Fall ging es um die Frage, ob eine PR-Aktion gegen die Gesundheitsreform mit angeheuertem Garderobieren als politische Demonstration mit falschen Demonstranten beurteilt werden muss. BILD hatte dem Veranstalter eine bewusste Täuschung der Öffentlichkeit vorgeworfen. Bundestagsabgeordnete kritisierten die Aktion und Studenten wandten sich mit der Bitte um eine Stellungnahme zur Zulässigkeit von „Mietdemonstranten“ an den PR-Rat. Der PR-Rat bekräftigte entschieden eine frühere Verurteilung des Einsatzes von Mietdemonstranten, sprach im vorliegenden Fall nach mündlicher Anhörung und Prüfung der Presseresonanzen die Veranstalter jedoch frei (s. DRPR-Spruch 2007 /10).

Ein drittes Thema, das dem PR-Rat angetragen wurde, betrifft den Einsatz von Arbeitskräften in diversen Bundes- und Landesministerien, die ihr Gehalt nicht von diesen Ministerien, sondern von privaten Organisationen beziehen. Die MONITOR-Redaktion, die darüber im Monat März 2007 in drei aufeinander folgenden Beiträgen berichtete, prägte für diesen Personenkreis den Begriff „Leihbeamte“. Sie erhob in den Sendungen den Vorwurf der verdeckten Einflussnahme auf politische oder administrative Entscheidungen zugunsten der entsendenden Firmen oder Verbände.

Der PR-Rat erachtete mehrheitlich das vorliegende Material als nicht ausreichend, um beurteilen zu können, ob es sich bei den dargestellten Einsätzen um einen Austausch von Personal zum besseren wechselseitigen Verständnis von Arbeitsabläufen handelt, was durchaus begrüßenswert erscheint, oder ob das entsandte Personal an politischen oder administrativen Entscheidungen beteiligt wird. Der PR-Rat hat daher eine „Beschwerdekammer IV für Public Affairs und Lobbying“ eingerichtet und beauftragt, einzelne Fälle aufzugreifen und gesondert zu untersuchen. Wird ein konkretes Fehlverhalten erkennbar und liegen nachvollziehbare Belege dafür vor, dass der Ratsrichtlinie zur Kontaktpflege im politischen Raum zuwidergehandelt wurde, so wird der Rat tätig werden.

Die Beschwerdekammer I zur Ad hoc-Publizität berichtete, dass die Ad-hoc-Mitteilungen der 30 DAX-Unternehmen deutlich besser geworden sind. Allerdings gebe es immer wieder Ausrutscher und Fehlverhalten, vor allem bei kleineren Werten (z.B. Überlängen, irreführende Überschriften, fehlende Hinweise auf bereits veröffentlichte Prognosen, Unterlassen von Ad-hoc-Mitteilungen trotz kursrelevanter Information). Eine ständige systematische Beobachtung und Analyse aller Ad-hoc-Mitteilungen wird als notwendig erachtet, auch wenn sie sehr zeitaufwendig ist.

Schleichwerbungsfälle lagen vor allem im Printbereich der Medien vor. Eine von der Kaufmännischen Krankenkasse (KKH) bezahlte, aber nicht als Anzeige ausgewiesene Informationsseite in der März-Ausgabe des VORWÄRTS war laut Aussage des Verlags ein Versehen auf Verlagsseite. Krankenkasse und Verlag sicherten die künftige Beachtung des Trennungsgrundsatzes zwischen Werbung und redaktioneller Berichterstattung zu. Gemäß Beschwerdeordnung 5.2 wurde das Verfahren damit beendet.

Die Beschwerdekammer II zur Schleichwerbung im Printsektor legte die Rechercheergebnisse aufgrund von 8 Schleichwerbrügen des Deutschen Presserates vor, da es bei Schleichwerbung in der Regel zwei Geschäftspartner gibt: den heimlichen Inserenten und das Medium. Der Presserat hatte dem PR-Rat sein Beweismaterial zur Verfügung gestellt. Er hatte in seinem Begleitschreiben betont, dass der Presserat nicht prüft, ob für ein auffälliges Placement Geld gezahlt oder andere Vorteile gewährt wurden. So rügte der Presserat bei BILD die Schlagzeile: „Aldi-Urlaub“ und genauere Informationen darüber (BILD hat gegen diese Rüge protestiert; es handele sich um eine legitime Leser-Information). Bei der NORDWEST ZEITUNG wurde bei der Meldung über einen neuen Ver-

triebsweg für Autos in einer Marktkette die Nennung der Firmen, die Preise der Fahrzeuge und der Link zu deren Internetseite gerügt. Die Zeitschrift GO LONGLIFE hatte eine Anzeige des Sultanats Oman neben einen Reisebericht über dieses Land gestellt. Aber in der nächsten Ausgabe dieser Zeitschrift war die gleiche Anzeige ohne einen redaktionellen Hinweis auf dieses Land, sodass es sich beim ersten Mal nicht um ein einmaliges Koppelungsgeschäft gehandelt haben konnte. Der PR-Rat bekräftigte, dass PR-Ratsrügen nur dann gegen den Veranlasser bzw. Auslöser von Firmen- oder Produktnachrichten ausgesprochen werden können, wenn es sich um eine tatsächlich erschlichene bezahlte Werbung handelt.

Der Beschwerdekammer III zur Schleichwerbung in TV-Medien liegen drei Beschwerden vor, denen sie zur Zeit nachgeht.

## **DRPR-Spruch 2007 / 9: Täuschung von Öffentlichkeiten durch manipulierte wissenschaftliche Erhebungen**

### **Der Vorfall:**

Prof. Dr. Klaus Merten führt Beschwerde gegen die Gesellschaft Public-Relations Agenturen (GPRA) wegen Täuschung von Öffentlichkeiten durch eine zugunsten von GPRA-Mitgliedsagenturen manipulierte Untersuchung über das Ranking der in Deutschland tätigen PR-Agenturen, veröffentlicht im PR MAGAZIN 5 / 2006. Er begründet seine Beschwerde im Einzelnen (wörtliche Anführungen aus dem von ihm vorgelegten Schriftsatz):

1. Das Ranking wurde von der GPRA „unterstützt“. Offenbar habe sie damit „auch entschieden, wer das Ranking durchführen soll“. Sie nahm „massiven und offenbar auch manipulativen Einfluss auf die Auswahl des verantwortlichen Wissenschaftlers und die Bewertungsgrundlagen der Studie“.
2. In diesem „GPRA-Ranking konnten die zu beforschenden Agenturen auf das Forschungsergebnis selbst Einfluss nehmen, weil sie die Adressen ihrer Kunden für die Befragung zur Verfügung stellen sollten. Sie konnten also selektiv nur die >guten< Kunden nennen“. Prof. Merten leitet daraus den Vorwurf einer strukturellen Manipulation ab.
3. Vorausgegangen war ein Treffen beim Verlag Rommerskirchen, An den Beschwerdeführer „wurde dabei das Ansinnen gestellt, bei den künftigen Rankings (deren Sieger vom PR MAGAZIN dann ausgelobt werden sollten) doch zu versuchen dass unter den Siegern jeweils eine GPRA-Agentur vertreten sei.“ Da er „darauf nicht ansprang, wurde seitens der GPRA offenbar ein anderer, möglichst renommierter Hochschullehrer gesucht.“
4. Die GPRA beantwortete „wissenschaftliche Kritik an der GPRA-Untersuchung mit einer Klage, betreibt also massive Einschüchterung“.

### **Die Ratsverhandlung:**

Prof. Dr. Dr. Josef Hackforth sagt aus, dass er den Auftrag zur Durchführung des Rankings vom Verlag Rommerskirchen erhalten habe. Die GPRA habe darauf keinen Einfluss gehabt. Auch die Wahl der geeignetsten Untersuchungsmethode sei von ihm getroffen worden; weder die GPRA noch das PR MAGAZIN hätten darauf Einfluss genommen. Das Ranking sei sach- und fachgerecht sowie repräsentativ durchgeführt worden. Das Ergebnis wurde von der TU München sowie durch den Auftraggeber überprüft. Es lasse auch keine Bevorzugung von GPRA-Agenturen erkennen. Unter den ersten 10 Siegern seien nur der vierte und der siebente ein GPRA-Mitglied.

Der für die Untersuchung verantwortliche PR-MAGAZIN-Redakteur Wolf-Dieter Rühl bestätigt die Aussage von Prof. Hackforth, dass keinerlei Beeinflussung seitens der GPRA stattgefunden habe. Die Ergebnisse der TU München seien direkt an die Redaktion und nicht an die GPRA-Verantwortlichen übermittelt worden. Weder er selbst noch der Verlag haben über die kompletten Untersuchungsdaten verfügt. Und ausschließlich die Mitarbeiter der Projektgruppe haben von der TU München ein Honorar erhalten.

Von Thomas Rommerskirchen, dem Chefredakteur des Magazins wird ein Schreiben vom 9. November 2006 vorgelegt und zitiert, „dass entgegen der Aussage von Prof. Klaus Merten das von uns an Prof. Dr. Hackforth in Auftrag gegebene Agenturbarometer 2006 weder von der GPRA noch von GPRA-Agenturen finanziert oder mitfinanziert worden ist“.

Zu seinem dritten Vorwurf sagt der Beschwerdeführer aus, dass der Wunsch, unter den Siegern des Rankings solle eine GPRA-Agentur vertreten sein, vom Verleger des PR-MAGAZINs vorgetragen wurde. Die Zeugin Elke Neujahr, die als einziges GPRA-Mitglied an dem Treffen teilgenommen hatte, bestätigt diese Aussage. Sie gibt aber zu bedenken, dass man diesen Wunsch nicht als konkreten Un-

tersuchungsauftrag auffassen musste, sondern auch als Ausdruck dafür verstehen konnte, dass es erfreulich wäre, wenn sich unter den Siegern eine GPRA-Agentur befände.

Prof. Merten beschreibt ergänzend den damaligen Kontext: Dem Verleger sei es nach Kenntnis des Beschwerdeführers darum gegangen, neben dem „PR-Manager des Jahres“ auch eine „PR-Agentur des Jahres“ auszuloben und vom Sieger (mit)-finanzieren zu lassen. Der Verleger selbst habe daher offensichtlich Interesse daran gehabt, dass der Gewinner eine der großen GPRA-Agenturen ist. Prof. Merten lässt sich nicht auf die Anschlussfrage ein, ob er seine Beschwerde dann wirklich gegen die GPRA richten könne. Der Hinweis des Rates, dass Prof. Merten möglicherweise den falschen Adressaten beschuldige, bleibt von ihm unwidersprochen.

Für die GPRA selbst wies deren Präsident Dieter Schulze van Loon alle Vorwürfe zurück. Zu einer Klage habe sie sich gezwungen gesehen, da sie sich „wiederholt ungerechtfertigten Angriffen und Vorwürfen von Herrn Prof. Dr. Merten ausgesetzt sah“ (GPRA-Statement vom März 2007).

Vor der Urteilsberatung verlassen die Prozessbeteiligten, darunter alle GPRA-Verteter des PR-Rates, sowie Beteiligte an weiteren Verfahren und Gäste den Sitzungsraum.

### **Das Urteil:**

Der PR-Rat weist die Beschwerde von Prof. Dr. Klaus Merten gegen die Verantwortlichen der GPRA einstimmig zurück. Der PR-Rat kann keinen Täuschungsversuch seitens der GPRA bei den vom PR-MAGAZIN als Ranking vorgestellten Untersuchungsergebnissen erkennen. Nach seiner Auffassung beschuldigte Prof. Merten den falschen Adressaten einer unzulässigen Einflussnahme auf die Ergebnisse der Untersuchung.

Nach den Aussagen der beteiligten Akteure und aufgrund des umfangreichen schriftlichen Materials kommt der PR-Rat auch zu der Überzeugung, dass das Ranking weder von der GPRA beauftragt noch finanziert wurde.

### **Die Urteilsbegründung:**

Der PR.-Rat sieht es nicht als seine Aufgabe an, in einem wissenschaftlichen Methodenstreit über eine eventuelle strukturelle Manipulation bei einer der alternativen Untersuchungsdesigns zu entscheiden. Auch hat er keine Handhabe, die angewandte Methodik wissenschaftlich zu überprüfen. Er hatte nur über den Vorwurf der öffentlichen Täuschung zu entscheiden und demzufolge auf valide Indizien für ein eventuelles Fehlverhalten zu achten.

Prof. Merten habe, so wird angemerkt, nach der Beschwerdeordnung des Rates die Möglichkeit, dem Ratsspruch mit schriftlicher Begründung und unter Vorlage neuer Dokumente zu widersprechen. Der Rat werde dann erneut beraten und abschließend entscheiden.

Berlin, 15. Juni 2007.

## **DRPR-Spruch 2007 / 10: Mietdemonstranten**

### **Der Vorfall:**

Die Kassenärztliche Bundesvereinigung (KBV) organisierte, von ihrer PR-Agentur comm:up beraten und unterstützt, am Donnerstag, den 14.12.2006 vor dem Berliner Reichstagsgebäude eine Protestaktion, bei der „170 junge Menschen“, wie es in der Presseinformation der KBV vom 14.12.06. hieß, tausende von Arztkitteln hochhielten. „Den allerletzten Kittel hängte KBV-Chef Köhler an den Nagel.“ Damit sollte auf die Tatsache aufmerksam gemacht werden, dass bislang rund 12.000 Ärzte Deutschland wegen schlechter Arbeitsbedingungen verlassen haben.

Die gedruckten Presseinformationen der KBV enthielten keinen Hinweis darauf, dass es sich bei den Kittelhaltern nicht um Ärzte, sondern um Studenten handelte, die dafür mit je 30 E bezahlt wurden. BILD warf der KBV deshalb am Tag danach eine bewusste Täuschung der Öffentlichkeit vor. Bundestagsabgeordnete kritisierten die Aktion und Studenten wandten sich mit der Bitte um eine Stellungnahme zur Zulässigkeit von „Mietdemonstranten“ an den PR-Rat.

### **Das Urteil:**

Die für die Protestaktion Verantwortlichen konnten in der Ratssitzung am 14.5.07. glaubhaft machen, dass bei ihren Pressegesprächen während des Events auf den Status der Kittelhalter hingewiesen wurde und man den Journalisten sogar nahe gelegt hatte, mit den bei einem Hostessen-Service angeheuerten Garderobieren zu sprechen. Mit Ausnahme des genannten Mediums enthielten die dem Rat vorgelegten Presseberichte folglich weitgehend korrekte Darstellungen des Sachverhalts.

Der Deutsche Rat für Public Relations sprach daher die KBV und comm:up vom Vorwurf der bewussten Täuschung von Öffentlichkeiten frei. Er erachtete die Berliner Protestaktion als eine nachvollziehbare PR-Aktion im Rahmen einer PR-Kampagne und nicht als eine „politische Kundgebung“ mit gemieteten Demonstranten.

Allerdings muss auch für PR-Aktionen gelten, dass ihre Abläufe transparent sind. Wegen ihrer zweideutigen gedruckten Presse-Einladungen und -informationen ermahnte der PR-Rat die Kassenärztliche Bundesvereinigung (KBV) und ihre PR-Agentur comm:up eindringlich, künftig auf unmissverständlichere Wahrnehmungsmöglichkeiten für ihre Botschaften und Aktionen zu achten. Das Anmieten von Statisten zu Demonstrationszwecken verurteilt der PR-Rat entschieden und verweist dazu auf seinen Spruch 1999 / 2.

Berlin, 15. Juni 2007.