

DRPR-Richtlinie zur Kontaktpflege im politischen Raum

angenommen von der Deutschen Public Relations Gesellschaft e.V. (DPRG) am 13. Oktober 2003 in Frankfurt am Main

Präambel:

Kontaktpflege zwischen dem Gemeinwohl verpflichteten Politikern und Beamten einerseits und Organisationen mit partikularen Zielen andererseits ist legitim. Sie bezweckt den Austausch von Informationen und den Abgleich unterschiedlicher Auffassungen und Situationsanalysen. Sie ermöglicht den Vortrag partikulärer Forderungen oder Erwartungen an die Politik und setzt sie damit dem öffentlichen Disput widersprechender Anliegen aus. Dadurch dient sie dem allseitigen besseren Verständnis und fördert am Gemeinwohl orientierte Sachentscheidungen.

Voraussetzungen für ein solches Wirken ist erstens, dass das Kontakt- und Kommunikationsmanagement der im politischen Raum Tätigen - ihre Public Affairs – unbeschadet ihrer beruflichen Verschwiegenheitspflicht eine konsequente Transparenz gegenüber ihren Adressaten und der politisch interessierten Öffentlichkeit wahrt. Zweitens hat die lobbyistische Einflussnahme auf politische Entscheidungen mit redlichen Mitteln zu erfolgen.

Beide Gebote gelten sowohl für die intern beratenden wie für die nach außen agierenden Vertreter des politischen Kontakt- und Kommunikationsmanagements. Die im beigefügten Verzeichnis eingetragenen Public Affairs-Berater und Lobbyisten erachten / erkennen sie als verpflichtend an (Vorschlag Lüders). Sie sind sich bewusst, dass Verstöße gegen die folgenden Bestimmungen den Ausschluss aus dem Verzeichnis und/ oder eine öffentliche Rüge oder Mahnung durch den Deutschen Rat für Public Relations nach sich ziehen können.

1. Transparenzgebot

1.1 Das politische Kontakt- und Kommunikationsmanagement der im politischen Raum tätigen Unternehmen, Verbände, Stiftungen und sonstigen Organisationen zielt auf einen Personenkreis von Politikern und Beamten ab, der gegenüber Öffentlichkeiten rechenschaftspflichtig ist. Auch Public Affairs-Berater 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-Berater und Lobbyisten haben ihren politischen Gesprächspartnern ihre Auftraggeber, sowie ihre und deren Interessen jeweils offen zu legen.

1.3 Nehmen Public Affairs-Berater und Lobbyisten an öffentlichen Diskussionen teil, die die Ziele der auftraggebenden Organisation berühren, so gilt die Pflicht zur Offenlegung des Auftraggebers und seiner Interessen auch gegenüber dem Diskussionspublikum. Dabei ist es unerheblich, ob Public Affairs-Berater und Lobbyisten unter einer unverfänglichen Bezeichnung auftreten. Sie dürfen nicht durch eine vorgeblich neutrale Position ihre tatsächliche Funktion verschleiern.

1.4 Politische Kampagnen sind ein Instrument der Einflussnahme auf die öffentliche Meinungsbildung. Sie müssen daher offen geführt werden und die Grundsätze redlicher PR-Arbeit beachten. Auftraggeber müssen bei Presse-Anfragen genannt werden.

1.5 Bestehen Vertragsverhältnisse zwischen Politikern oder Beamten einerseits und Lobbying betreibenden Organisationen andererseits, so sind solche Tatbestände vom Begünstigten offen zu legen. Lobbying betreibende Organisationen haben dies ihren Partnern nahe zu legen und gegebenenfalls selbst die Initiative dazu zu ergreifen.

2. Redlichkeit

2.1 Public Affairs-Berater und Lobbyisten respektieren Kodizes und Selbstverpflichtungen politischer Entscheidungsträger als Ausdruck eines moralisch integren Verhaltens. Sie werden nichts unternehmen, was politische Entscheidungsträger in Konflikt mit ihren öffentlichen Pflichten bringt. Sie werden sie insbesondere nicht zu Vorteilsannahmen verleiten und sie werden sich jeder Nötigung enthalten.

2.2 Public Affairs-Berater und Lobbyisten werden ihren Auftraggebern von illegalen, unseriösen oder unsittlichen Vorhaben abraten. Sie werden entsprechende Aufträge zurückweisen.

2.3 Sich widersprechende oder miteinander konkurrierende Interessen dürfen nur mit ausdrücklicher Zustimmung der betroffenen Auftrag- oder Arbeitgeber wahrgenommen werden.

2.4 Public Affairs-Berater und Lobbyisten haben die ihnen anvertrauten Kenntnisse gegenüber Dritten vertraulich zu behandeln. Mitteilungen an die Öffentlichkeit sind mit Auftrag- oder Arbeitgebern abzustimmen. Es wird jedoch erwartet, dass Public Affairs-Berater und Lobbyisten dabei auch die Interessen der politischen Öffentlichkeit beachten. Die arglistige Täuschung von Öffentlichkeiten ist nicht statthaft.

2.5 Public Affairs-Berater und Lobbyisten beschaffen sich keine Informationen mit unredlichen Mitteln. Sie werden Falschinformationen nicht wissentlich weiterverbreiten. Sie intrigieren nicht.

2.6 Public Affairs-Berater und Lobbyisten erwecken nicht fälschlicherweise den Eindruck, legitimierte Repräsentanten für Unternehmen oder andere Organisationen zu sein, wenn dies nicht oder nicht mehr zutrifft.

2.7 Persönliche Zuwendungen an Politiker und Beamte sind unzulässig. Als Zuwendungen gelten alle Formen der finanziellen Vorteilsgewährung, die über die Erstattung einsehbarer Aufwendungen hinausgehen.

2.8 Materielle Vergünstigungen müssen wertmäßig so gestaltet sein, dass ihre Annahme vom Empfänger nicht verheimlicht werden müsste. Als materielle Vergünstigungen gelten Einladungen, Reisen, Fahrzeugausleihen für den persönlichen Bedarf, Rabatte, Dienstleistungen, Unterstützungen etc.

2.9 Honorare und andere vertragliche Vereinbarungen mit Politikern und Beamten müssen ebenfalls wertmäßig so gestaltet sein, dass ihre Annahme vom Empfänger nicht verheimlicht werden muss. Sie dürfen ein angemessenes Entgelt für legitime und tatsächlich erbrachte Leistungen nicht überschreiten.

2.10 Sach- und Geldspenden sind unabhängig von ihrem Umfang vom Spender offen zu legen, wenn sie im direkten Zusammenhang mit seiner Public Affairs-Aktion stehen.

3. Rahmenbestimmungen

3.1 Die genannten Regeln gelten für alle im politischen Raum tätigen Organisationen, die in der Bundesrepublik Deutschland ihren Sitz haben und im öffentlichen Raum der Bundesrepublik oder im europäischen Raum handeln.

3.2 Sie gelten dabei für die folgenden Personengruppen:

* die PR-Fachkräfte dieser Organisationen – die Lobbyisten – * deren Vorgesetzte; * alle Mitarbeiter von Agenturen oder Beratungsbüros, die mit Lobbying beauftragt sind.

3.3 Die genannten Regeln gelten auch für alle an eine Agentur oder an eine sonstige vorpolitische Organisation angeschlossenen Institutionen wie Buch- oder Zeitschriftenverlage, Filmagenturen etc.

4. Übergangsbestimmungen

4.1 Diese Richtlinie wird nach ihrer Paraphierung durch die DPRG-Expertengruppe und den Deutschen Rat für Public Relations mit legitimierten Vertretern der deutschen Parlamente erörtert und gegebenenfalls ergänzt. Wird sie von diesen Institutionen zustimmend zur Kenntnis genommen, so soll ein entsprechender Hinweis als vierter Paragraph in die Präambel aufgenommen werden.

4.2 Es wird den deutschen Parlamenten vorgeschlagen, dass sich die politischen Entscheidungsträger der Bundesrepublik eine eigene Selbstverpflichtung unter anderem hinsichtlich des Umgangs mit Public Affairs-Beratern und Lobbyisten geben. Diese könnte sinngemäß den Seven Principles of Public Life entsprechen, die eine britische Parlamentskommission 1994 vorgeschlagen hat.

4.3 Es ist wünschenswert, dass sich die Berufsgruppen der mit Lobbying beauftragten politischen Berater und Rechtsanwälte wie die im politischen Raum agierenden Verbände der DPRG-Initiative anschließen. Der Geltungsbereich der Richtlinie sollte dann in Artikel 3.2 ergänzt werden durch:

* politische Berater und Rechtsanwälte, soweit diese Berufsgruppen mit Lobbying beauftragt sind

* Wirtschafts- und Sozialverbände, die im politischen Raum tätig sind.