

16. Juni 2009
11:50 MESZ

PR-Ethik-Rat fordert klare Kennzeichnung von Werbung

Gremium veröffentlicht Positionspapier und will ethische Standards in der Branche heben

Link
www.prethikrat.at

Der Österreichische Ethik-Rat für Public Relations hat sich konstituiert. Er will der "oft ungenügende Unterscheidbarkeit von redaktionellen Beiträgen und entgeltlichen Einschaltungen in den Medien" den Kampf ansagen, heißt es in einer Aussendung. Der Rat spricht von einem "weit verbreiteten Problem" und hat ein Positionspapier veröffentlicht. Der Appell, sich für eine klare Kennzeichnung einzusetzen und damit zur Hebung der ethischen Standards in den Berufsgruppen PR, Werbung und Journalismus beizutragen, geht an die gesamte Kommunikationsbranche.

PR-Ethik-Rat seit Ende 2008

Seit der PR-Ethik-Rat Ende 2008 seine Arbeit aufgenommen hat, wurden schon zahlreiche Beschwerden wegen "mangelnder Abgrenzung von Werbung und redaktionellen Inhalten in verschiedenen Medien" an ihn herangetragen. Dabei geht es sowohl um die Kennzeichnung entgeltlicher Veröffentlichungen laut §26 Mediengesetz als auch um (vermutete) Gefälligkeitsberichterstattung als Gegenleistung für die Schaltung von Inseraten.

Keine Einzelfälle veröffentlicht

Die Beschwerden beziehen sich auf neun konkrete Fälle. Der Rat will aber keine Einzelfälle publik machen, da es sich um ein "branchenweites Problem" handle. Ratsvorsitzender Wolfgang Langenbacher, emeritierter Vorstand des Wiener Publizistik-Instituts: "Mit der neuen Vielfalt an Medien hat sich auch eine Vielfalt an neuen Werbeformen herausgebildet, bei denen die klare Unterscheidbarkeit von redaktioneller Berichterstattung und Werbung zunehmend verschwimmt." Ob das mit Absicht geschehe oder nicht, sei unerheblich: "Wenn die Konsumenten getäuscht werden, so untergräbt das auf Dauer die Glaubwürdigkeit der Medien, die dann ihre gesellschaftliche Aufgabe nicht mehr erfüllen können."

Geschaffen wurde der Österreichische Ethik-Rat für Public Relations im Dezember 2008 von den Berufsverbänden der österreichischen PR-Branche dem Public Relations Verband Austria (PRVA), der PR Quality Austria (PRQA) und dem Verband für integrierte Kommunikation (VIKOM). Der Rat ist ein Organ der freiwilligen Selbstkontrolle der in Österreich tätigen PR-Fachleute. Seine Aufgabe ist es, die Einhaltung ethischer Grundsätze in der Öffentlichkeitsarbeit zu überwachen und zu fördern. (red)

[Diesen Artikel auf http://derstandard.at lesen.](http://derstandard.at)

© 2009 derStandard.at - Alle Rechte vorbehalten.

Nutzung ausschließlich für den privaten Eigenbedarf. Eine Weiterverwendung und Reproduktion über den persönlichen Gebrauch hinaus ist nicht gestattet.