

- Programmpunkte
- Klassik-CD
- Hörbuch
- Museumsstücke
- Museen
- Kulturquiz
- Kritik
- Fernsehen
- Radio
- Printmedien
- Weitere

[Kultur](#) > [Medien](#)

Aktuelle Berichte

PRESSESTIMMEN
[zum Artikel](#)

"PRESSE": SAMSTAG GEHT STARK ZURÜCK, SONNTAG ERFOLGREICH
[zum Artikel](#)

COMPUTERSPIEL-SUCHT: AUF RAUSCH FOLGT KATER
[zum Artikel](#)

BEZAHLTE ARTIKEL ALS REDAKTIONELLE GETARNT
Unzureichend gekennzeichnete Texte häufen sich dramatisch
[zum Artikel](#)

FRAGE DER EHRE UND DES STOLZES
Gehört
[zum Artikel](#)

PRESSESTIMMEN
[zum Artikel](#)

USA STELLEN AUF DIGITALE TV UM
[zum Artikel](#)

ORF MIT NEUEN DETAILS ZUM SPAREN
[zum Artikel](#)

DER ORF UND DAS DÉJÀ-VU-ERLEBNIS
Gesehen
[zum Artikel](#)

DIE MEISTEN BLOGS SIND ONLINE-LEICHEN
Dem viel gelobten Bürger-Journalismus geht nun die Luft aus
[zum Artikel](#)

DIE KRISE TRIFFT AUCH "Fix & Foxi"
Tigerpress-Verlag meldete Insolvenz an
[zum Artikel](#)

ZEITUNGSKRISE: "JEDER FISCHT JETZT IM TEICH DES ANDEREN"
[zum Artikel](#)

1 2 3 4 5

Unzureichend gekennzeichnete Texte häufen sich dramatisch

Bezahlte Artikel als redaktionelle getarnt

- Der PR-Ethik-Rat will klare Erkennbarkeit.
- Appell an Medien und Werbung gerichtet.



Bezahlt oder nicht? Foto: bilderbox

Wien. Bezahlte Artikel, die als redaktionelle Beiträge getarnt sind, werden immer häufiger. Dieses Phänomen "greift wie eine Seuche in der gesamten Printbranche um sich, auch Qualitätsmedien sind davon längst nicht mehr ausgenommen", kritisierte Wolfgang Langenbacher, Vorsitzender des Ethik-Rates für Public Relations (PR) – deshalb appellierte er nun an Zeitungen, Werbung und die PR-Branche, sich gemeinsam für mehr Transparenz bei der Kennzeichnung entgeltlicher Beiträge in Medien einzusetzen.

"Freilich gab es auch schon in der Vergangenheit Fälle, in denen bezahlte Artikel erst auf den zweiten Blick von redaktionellen unterscheidbar sind", meinte die stellvertretende Ratsvorsitzende Renate Skoff dazu. Allerdings häuften sich diese Fälle in letzter Zeit dramatisch. Dabei gehe es sowohl um die Kennzeichnung entgeltlicher Veröffentlichungen, die laut Paragraph 26 Mediengesetz und laut Paragraphen 9 und 10 des Ehrenkodex der PR-Branche verpflichtend ist, als auch um Gefälligkeitsberichterstattung als Gegenleistung für die Schaltung von Inseraten.

"Früher wurden diese Fälle häufiger juristisch geahndet", so Skoff. Heute werde die fehlende oder unzureichende Kennzeichnung von Artikeln innerhalb der Branche – nicht nur in Österreich – weitgehend geduldet und weitreichend praktiziert. Leidtragende seien die Leser, die durch diese Art von Berichterstattung häufig manipuliert werden. Auch auf das Ansehen der PR-Branche und der Zeitungen wirkt sich diese Vorgangsweise laut Langenbacher negativ aus, indem dadurch Glaubwürdigkeit eingebüßt wird.

Mit insgesamt neun konkreten Fällen über die Erkennbarkeit bezahlter Einschaltungen war der PR-Ethik-Rat seit seiner Gründung im Dezember konfrontiert, betroffen waren Tageszeitungen. Die Ratsmitglieder haben sich daher entschlossen, diesmal nicht nur die Vorfälle zu ahnden, sondern sich außerdem mit einem Positionspapier an die gesamte Branche zu wenden.

"Meinung ist nicht käuflich"

Ziel dabei ist, das Thema breit zu diskutieren und bei den Akteuren Unrechtsbewusstsein zu schaffen. "Die Konsumenten haben ein Recht darauf, mit solchen Darstellungen nicht getäuscht zu werden und schon vor dem Lesen zu erkennen, ob sie einen redaktionellen oder einen bezahlten Artikel vor sich haben", sagte Skoff. Der Absender müsse klar erkennbar sein. Außerdem geht es

Google-Anzeigen

Strategisches CSR Mgmt

Stabiles Umfeld, hohe Reputation
Wir schaffen win-win Situationen!
[www.dibelkaundpartner.c](#)

Bauer PR

Spitzen PR für Industrie, Finanz, Branchen, Institutionen; Krisen PR
[www.viktorbauer.com](#)

PR und IR Software

Die bundesweit führende Software für Public und Investor Relations
[www.convento.de](#)

Taconic Contract Breeding

Solutions for Mouse & Rat Husbandry; Breeding & Research
[www.taconic.com/cbs](#)

laut Langenbucher "in einer Zeit, in der ethische Grundlagen im Wirtschaftsleben wieder einen größeren Stellenwert haben" darum, klarzustellen, "dass man Meinung nicht kaufen kann". Während der PR-Ethik-Rat also die Branchen PR, Werbung und Medien in die Pflicht nimmt, will Langenbucher die Fälle bei Zuwiderhandeln künftig öffentlich machen.

Printausgabe vom Mittwoch, 17. Juni 2009

Kommentar senden:

Name:

Mail:

Überschrift:

Text (max.
1500
Zeichen):

Postadresse:*

* Kommentare werden nicht automatisch veröffentlicht. Die Redaktion behält sich vor Kommentare abzulehnen. Wenn Sie eine Veröffentlichung Ihrer Stellungnahme als Leserbrief in der Druckausgabe wünschen, dann bitten wir Sie auch um die Angabe einer nachprüfbaren Postanschrift im Feld Postadresse. Diese Adresse wird online nicht veröffentlicht.

Medien in der Austria LinkMap



RTL:

Radiotélévision de Luxembourg ist ein deutschsprachiger Privatsender mit Sitz in Köln.

[▶ Web-Site](#)

Kategorie:

■ [Medien: Fernsehen](#)

Linkmap

Medien und Kommunikation

- [@ Amateurfunk](#)
- [@ Ausbildung](#)
- [@ Fernsehen](#)
- [@ Medienbehörde](#)
- [@ Mediengeschichte](#)
- [@ Medieninstitution](#)
- [@ Meinungsforschung](#)
- [@ Nachrichtenagentur](#)
- [@ Pressevertrieb](#)
- [@ Radio](#)
- [@ Zeitschrift](#)
- [@ Zeitung](#)