

Medien/Werbung/Presse

PR-Ethik-Rat zog erste Bilanz - Grauzonen "Advertorials" und Co.

Utl.: Langenbacher: Einschlägige Gesetzesbestimmung ist totes Recht -
Zufrieden mit Richtlinien zu Regierungsinseraten =

Wien (APA) - Der Österreichische Ethik-Rat für Public Relations hat am Freitag eine erste öffentliche Bilanz seines Wirkens gezogen. Fazit: Die Anzahl der Beschwerden hielt sich deutlich in Grenzen, das Gros betraf die nicht ausreichende Kennzeichnung von bezahlten Veröffentlichungen. Hier orte der PR-Ethik-Rat eine neue Grauzone, denn die einschlägige Bestimmung im Medienrecht finde in der Praxis kaum mehr Anwendung und sei somit "totes Recht".

Laut Paragraph 26 des Mediengesetzes müssen "Ankündigungen, Empfehlungen sowie sonstige Beiträge und Berichte, für deren Veröffentlichung ein Entgelt geleistet wird", in periodischen Medien als "Anzeige", "entgeltliche Einschaltung" oder "Werbung" gekennzeichnet sein. Allerdings treffe dies immer seltener zu, sagte der Vorsitzende des PR-Ethik-Rates, Wolfgang Langenbacher bei einer Pressekonferenz in Wien. Anstelle der gesetzlich vorgeschriebenen Termini träten stattdessen "Ausweichbegriffe", wie "Advertorial" oder "Promotion", kritisierte er.

Der Grund dafür sei, dass die Einhaltung der Bestimmungen einerseits nicht flächendeckend überwacht werden könnten, andererseits Verstöße mit einer für die Verlage verkräftbaren Verwaltungsstrafe in Höhe von etwa 2.000 Euro geahndet würden. "Das ist leistbar", bekräftigte die Vizevorsitzende des Gremiums, Renate Skoff. Nachdem die vorgelegten Fälle nur ein Bruchteil des Problems darstellten, beschränkte sich der PR-Ethik-Rat darauf, eine Empfehlung für die Branche herauszugeben.

Ausdrücklich begrüßt wurde vom PR-Ethik-Rat, dass sich die Regierung Anfang Februar neue Richtlinien zur Schaltung von Inseraten gegeben habe. "Damit ist uns die Politik zuvorgekommen", lobte Langenbacher, der allerdings darauf verwies, dass der Rechnungshof bereits vor sieben Jahren eine solche Regelung eingemahnt habe, was bis heuer folgenlos geblieben sei.

Seit seiner Gründung im Dezember 2008 hat der Österreichische Ethik-Rat für Public Relations acht Beschwerden mit insgesamt 15 Fällen behandelt. In elf davon ging es um die erwähnten Verstöße gegen die Kennzeichnungspflicht bezahlter Inhalte. Eine Beschwerde befasste sich mit der Angemessenheit aktionistischer Instrumente im Rahmen der PR-Arbeit einer ärztlichen Standesvertretung, drei Beschwerden fielen nicht in die Zuständigkeit des PR-Ethik-Rats. Aufgrund der Erfahrungen des deutschen PR-Ethik-Rates, der schon seit über 20 Jahren bestehe, erwartet man sich jedoch in den kommenden Jahren eine deutliche Erhöhung der angezeigten Fälle, so Langenbacher.

Für 2010 bleibe die Kennzeichnungspflicht weiter auf der Agenda, wobei Gespräche mit Interessenvertretungen und eine umfassende Dokumentation geplant sind. Darüber hinaus will sich der Rat mit allgemein gültigen Richtlinien für Abläufe in der PR-Beratung befassen. Man müsse sich immer bewusst sein, dass man mit PR auch eine Verantwortung trage, "weil man die Qualität der öffentlichen Information bestimmt".

(Schluss) pwi/bru/pwi/pm