

SHORT

15



Martin Bredl, nicht nur Telekom Head of Communications, sondern auch PRVA-Präsident, initiiert mit dem neu gewählten Vorstand einen eigenen Ethikrat. Seite 12

Public Relations Verband Der Verband bereitet seit einigen Monaten die Initiierung eines Ethikrates für PR vor

Ethische Public Relations langfristig verankern

Ethikrat soll ab Herbst aktiv werden, die Sensibilisierung für unethische PR steht im Vordergrund.

ANJA HERBERTH

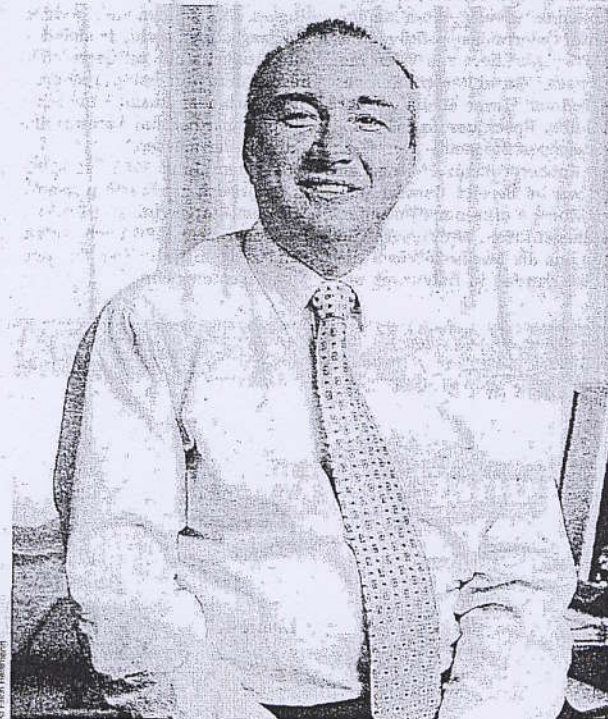
Wien. Die Vorbereitungen für die Bildung eines österreichischen Ethikrates laufen im Public Relations Verband Austria (PRVA) auf Hochtouren. „Der neue Vorstand hat im ersten Jahr des Schaffens seine Ziele mehr als erreicht“, freut sich Martin Bredl, Präsident des PRVA, dass der Plan, einen Ethikrat zu gründen, innerhalb kürzester Zeit spruchreif wurde. „Wir planen eine konstituierende Sitzung noch im April, bei der wir die weitere Vorgehensweise festlegen.“

„Public Relations unter ethischen Grundsätzen schafft einen im Massenmarkt so wichtigen Faktor: Vertrauen.“

MARTIN BREDL

Neben der Festlegung der Vereinsstatuten und der Überlegung, welche Personen eingeladen werden sollen, Teil des Ethikrates zu werden, soll vor allem auch seine Wirkungsweise genau durchdacht werden. „Es ist essenziell, dass dieser Rat selbstständig und unabhängig besteht und agiert“, geht Martin Bredl auf die wichtigsten Eckpunkte ein; der PRVA sei lediglich der Initiator.

Der designierte Vorsitzende ist mit Wolfgang R. Langenbacher der mittlerweile emeritierte Professor



PRVA-Präsident Martin Bredl initiierte mit dem neuen Vorstand den Ethikrat.

für Publizistik an der Universität Wien und langjährige Vorstand des Instituts für Kommunikationswissenschaft in Wien. Bis Herbst will der PRVA die weiteren Mitglieder des Ethikrates nominieren und seine Arbeit aufgenommen haben.

Mit Ethik zum Erfolg

Ziel der Offensive ist Public Relations unter ethischen Grundsätzen – frei etwa von Schleicherwerb und nicht gekennzeichneten Werbearbeitern. „Es gibt keine

seriöse Berichterstattung honorieren würden.“

Der Ethikrat soll an die Vernunft appellieren, da langfristiger unternehmerischer Erfolg nur durch Vertrauen möglich ist. „Vertrauen ist ein wesentlicher Faktor insbesondere im Massenmarkt. Es gibt bereits genügend wissenschaftliche Arbeiten, die belegen, dass Vertrauen ein wichtiger Bestandteil der Brands ist.“ PR leistet damit einen wichtigen wirtschaftlichen Beitrag, den es auch zu kommunizieren gilt. „Wir wollen die Stärke und Wirkungsweise von PR glaubhaft darstellen und Vertrauen schaffen.“

Orientierungshilfen

Bei seiner Arbeit wird der Rat aber nicht nur den moralischen Zeigefinger erheben, sondern auch Positives aufzeigen, um Orientierungshilfe zu geben. Vorbild ist hier das deutsche Modell des PR-Rates, das bereits im erfolgreichen Einsatz ist. „Der Ethik-Rat hat keine Polizei-Funktion, sondern ist eine unabhängige Instanz, die bei Verstößen öffentlich rügt und transparent macht“, so Martin Bredl. Informieren über ethische Verstöße kann den Ethikrat ab Herbst dann jeder, dem ein Vergehen auffällt. Die ehrenamtlichen Mitglieder werden noch gesucht. „Es müssen unabhängige Personen sein mit hoher Kompetenz in den Bereichen Public Relations und Medienrecht. Weiters ist natürlich eine große Berufserfahrung vonnöten“, so Martin Bredl zur personellen Besetzung des Ethikrates. Zur Sicherheit wird für die zukünftigen Gremiumsmitglieder jedenfalls eine Rechtsschutzversicherung abgeschlossen – man weiß ja nie... www.prva.at