

Der Österreichische Ethik-Rat für Public Relations nimmt seine Arbeit auf um gegen schwarze Schafe in der PR-Branche vorzugehen.

Selbstkontrolle der heimischen PR-Branche

Der elfköpfige Ethik-Rat, dem Kommunikationsfachleute und Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens angehören, wird Beschwerden wegen unseriöser PR-Praktiken untersuchen und - wenn ein Fehlverhalten vorliegt - eine Mahnung oder eine öffentliche Rüge aussprechen. Ähnlich wie in Deutschland, wo eine vergleichbare Einrichtung seit 20 Jahren besteht, haben sich diese Sanktionen in der auf Reputation bedachten PR-Branche als wirksam und abschreckend erwiesen. Eine „Europäische Task Force für PR-Ethik“ prüft derzeit auch die Möglichkeiten für die Einrichtung eines PR-Ethik-Rats auf europäischer Ebene. Ins Leben gerufen wurde das neue Kontrollorgan von den Berufsverbänden der PR-Branche: dem Public Relations Verband Austria (PRVA), der Agenturengruppe PR Quality Austria (PRQA) und dem Verband für integrierte



Univ.-Prof. Wolfgang R. Langenbacher fungiert als Vorsitzender des Österreichischen Ethik-Rats für Public Relations.

Kommunikation (VIKOM). Der Ethik-Rat wird sich aber nicht nur mit Aktivitäten von Mitgliedern dieser Verbände befassen. Seine Tätigkeit erstreckt sich auf die ge-

samte Kommunikation von Unternehmen, Institutionen oder anderen Organisationen. Beschwerden können von jedem eingebracht werden, der Missstände in diesem Bereich aufzeigen will. Der Rat kann aber auch von sich aus tätig werden. Für Beschwerden, die schriftlich an den Rat gerichtet werden, steht ein Online-Formular zur Verfügung. Der Vorsitzende des Ethik-Rats ist der Universitätsprofessor Wolfgang R. Langenbacher, der ehemalige Vorstand des Instituts für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft an der Uni Wien. Stellvertretende Vorsitzende ist Renate Skoff (The Skills Group). Von ähnlichen Einrichtungen, wie etwa den international seit langem bestehenden Presseräten, unterscheidet sich der österreichische PR-Ethik-Rat durch die Vielfalt seiner Mitglieder, die sich aus verschiedenen Disziplinen zusammensetzen. **so**

BAP für regionale Eigenmarken

Die Vorarlberger Lebensmittelhandelskette Sutterlüty setzt bei der Einführung ihrer neuen Eigenmarke „Sutterlüty's“ auf das Kommunikationskonzept und das Packungsdesign der Agentur Baschnegger Ammann Partner. Die neue Produktrange soll für natürlichen Genuss aus der Region stehen. Der Lebensmittelhändler, der besonders auf ein großes Sortiment an Vorarlberger Produkten Wert legt, will mit der Eigenmarke bäuerliche Strukturen im Ländle fördern. Die Agentur aus Dornbirn entwickelte für Sutterlüty's unter dem Claim „Besonderes seit 1952“ einen neuen Kommunikationsauftritt, eine Imagebroschüre und Produktverpackungen. Auf den Etiketten informieren kleine Geschichten über die jeweiligen Herstellungsmethoden der „b'sundrigen“ Lebensmittel. **meg**



(c)BAP

Nepita heuert bei Kelly an

Der Österreichische Snackerhersteller holt Erich Nepita als Verkaufsdirektor ins Unternehmen. Der 43-Jährige ist seit heute für sämtliche Verkaufsaktivitäten der Marken Kelly's, Soletti, funny-frisch, Pom-Bär, Chio, goldfischli und ültje in Österreich sowie im Ausland zuständig. In dieser Funktion leitet

Nepita ein Team von 55 Mitarbeitern inklusive der Außendienst-Mitarbeiter. Seine ersten Erfahrungen im Bereich Food & Retail sammelte er bei Julius Meinl, danach war er insgesamt 18 Jahre lang bei Bahlsen, die letzten sechs Jahre davon als Geschäftsführer für Bahlsen Österreich. Zuletzt war er bei Coca-Cola HBC Austria als Business Development Director für die Entwicklung neuer Geschäftsfelder verantwortlich. **so**

Service rund ums Wohnen

Die Mietervereinigung Österreich gibt mit *Fair Wohnen* ein neues Kundenmagazin um Fragen rund ums Wohnen heraus. Alle Mitglieder der Mietervereinigung erhalten dieser Tage die erste Ausgabe des Servicetitels. Laut Georg Niedermühlbichler, Präsident der Mietervereinigung Österreich, enthält das

Magazin Informationen und Tipps für Mieter und definiert sich als Nachschlagewerk für alle Fragen rund ums Wohnen. *Fair Wohnen* erscheint vier Mal pro Jahr in einer Auflage von 80.000 Stück. Die erste Ausgabe widmet sich speziell dem Thema „Heiz- und Energiekosten sparen“, informiert über die Erhaltungspflichten des Vermieters und gibt Tipps zum Check der Jahresabrechnung. Gewinnspiele und Gutscheine ergänzen das Angebot. **so**

Alles was Sie wissen müssen ...

... finden Sie im WERBEALMANACH und auf werbealmanach.at!
Die wichtigsten Firmendaten und Tiefeninformationen der Werbe- und Kommunikationsbranche.

JETZT BESTELLEN! Web: www.manstein.at | E-Mail: vertrieb@manstein.at | Tel.: +43-1/866 48-930

