

PR-Ethik-Rat zu Agentur HM Sports: Redaktionelle Berichterstattung kann nicht garantiert werden

(Wien, 7. November 2018) – In einem Beschwerdefall betreffend die PR-Agentur HM Sports spricht der PR-Ethik-Rat eine öffentliche Mahnung aus. In Angeboten an Kunden verspricht die Agentur garantierte redaktionelle Berichterstattung mit Bestimmbarkeit von Text und Bild und ohne werblicher Kennzeichnung in österreichischen Medien. Dieses Vorgehen widerspricht klar dem Ehrenkodex des Public Relations Verbandes Austria (PRVA), in dem festgehalten ist, dass redaktionelle Berichterstattung nicht garantiert werden kann.

In der dem PR-Ethik-Rat vorliegenden Beschwerde geht es um ein Angebot der PR-Agentur HM Sports, in dem Kunden unter dem Titel eines sogenannten „PR-Tools“ mediale Betreuung mit garantierter Platzierung in ausgesuchten Print- und Online-Sportfachmedien vorgestellt wird. Im Angebot wird das Tool ausdrücklich von Advertorials und redaktionellem Text abgegrenzt. Auf Anfrage zu dieser Beschwerde gibt die Agentur in ihrer Stellungnahme an, dass gemeinsam mit den Kunden Themen für Medien vorgeschlagen werden und die Medien selbst und freiwillig entscheiden, ob sie redaktionell darüber berichten werden und wie ein allfälliger Beitrag gestaltet würde. Für die Veröffentlichung derartiger Inhalte wird kein Entgelt an das Medium bezahlt.

Das Gewähren einer Erfolgsgarantie steht klar im Widerspruch zu allen PR-Branchenkodizes, wie dem Ehrenkodex des Public Relations Verbandes Austria (PRVA), der in Absatz 13 festhält:

"Erfolgsgarantien können nicht gegeben werden, wenn die vereinbarte PR-Leistung nur mit Hilfe von nicht in den Vertrag mit dem Auftraggeber einbezogenen, außenstehenden Dritten (z.B. Redakteuren, BloggerInnen oder Influencern) oder aufgrund der freien Entscheidung solcher Dritter zustande kommen kann. Medienresonanz kann nicht garantiert werden."

Möglich wäre die garantierte Veröffentlichung und Bestimmbarkeit von Text und Bild nur bei bezahlten Informationsflächen, die aber gemäß Absatz 9 des Ehrenkodex des PRVA und § 26 Mediengesetz als solche gekennzeichnet werden müssen. Von der Agentur HM Sports wird darauf verwiesen, dass für die Berichterstattung kein Entgelt an die Medien geleistet wird, eine entsprechende Kennzeichnung sei demnach nicht notwendig. Stellt die Veröffentlichung aber keine bezahlte Informationsfläche dar, kann eine Agentur ihren Kunden gegenüber auch keine Garantie einer redaktionellen Berichterstattung und die Bestimmbarkeit von Text und Bild abgeben und dafür Entgelt verlangen.

Das genannte Angebot verstößt damit klar gegen die angeführten Grundsätze des Ehrenkodex des Public Relations Verbandes Austria (PRVA). Aus diesem Grund hat der Österreichische Ethik-Rat für Public Relations beschlossen, zu diesem konkreten Fall eine öffentliche Mahnung gegenüber HM Sports auszusprechen.

Über den PR-Ethik-Rat

Der Österreichische Ethik-Rat für Public Relations steht für die freiwillige Selbstkontrolle der heimischen PR-Fachleute. Er überwacht die Einhaltung ethischer Grundsätze in der Öffentlichkeitsarbeit, untersucht Streitfälle, zeigt Fehlverhalten und Missstände auf. Ein Schwerpunkt seiner Arbeit liegt darin, Positionen, Prinzipien und Definitionen ethisch korrekten Verhaltens in der PR auszuarbeiten und zu publizieren. Besonders gilt dies für jene Bereiche, in denen ethische Standards (noch) fehlen oder unklar definiert sind. Der PR-Ethik-Rat wird aufgrund von Beschwerden tätig und greift auch selbst Fälle auf. Dem Rat gehören 12 Mitglieder aus allen Bereichen der Gesellschaft an.

Rückfragen:

Dr. Sabine Einwiller, Vorsitzende des PR-Ethik-Rats

Peter Kleemann, stv. Vorsitzender des PR-Ethik-Rats

Tel Büro PR-Ethik-Rat: +43 699 19 74 93 71

Mail: office@prethikrat.at

Website: www.prethikrat.at