

NEOS, Die Grünen, Der Wandel und KPÖ nehmen Selbstverpflichtung des PR-Ethik-Rats an – keine Reaktion von FPÖ, ÖVP, SPÖ und JETZT

(Wien, 24. September 2019) – Desinformation, Dirty Campaigning und intransparente Kommunikation entsprechen nicht den Grundsätzen professioneller Kommunikationsarbeit und sind eine Gefahr für die Demokratie. Dazu hat der Österreichische Ethik-Rat für Public Relations eine freiwillige Selbstverpflichtung an die aktuell für den Nationalrat wahlwerbenden Parteien übermittelt. Angenommen wurde die Selbstverpflichtung bis dato von den NEOS, den Grünen, der KPÖ und der Partei „Der Wandel“. Eine Reaktion von FPÖ, ÖVP, SPÖ und JETZT blieb bis dato aus.

In fünf Punkten hat der PR-Ethik-Rat festgehalten, welche Kriterien von politischen Parteien im Rahmen einer Selbstverpflichtung zur Vermeidung von Desinformation in Wahlkampagnen jedenfalls einzuhalten sind.

Bewusstsein für Verantwortung: Das Ringen um den Zuspruch der Öffentlichkeit im Zuge einer Wahlkampagne hat große Auswirkungen auf den allgemeinen gesellschaftlichen Diskurs. Aufgrund der Kommunikationsmacht der wahlwerbenden Parteien müssen diese besonders hohe ethische Standards im Diskurs einhalten. Der erste Schritt dabei ist die explizite Anerkennung dieser Verantwortung und die Selbstverpflichtung, die erwähnte Kommunikationsmacht nicht zu missbrauchen.

Respektvoller Umgang mit politischen Kontrahenten: Die Auseinandersetzungen mit politischen MitbewerberInnen bilden einen wesentlichen Bestandteil jedes Wahlkampfes, gegenseitiger Respekt darf dabei dennoch nicht verloren gehen. Daher ist von persönlichen Diskreditierungen, der bewussten Verbreitung von Unwahrheiten und der Verwendung von Falschinformationen in der inhaltlichen Auseinandersetzung Abstand zu nehmen. Um das Vertrauen der Wahlberechtigten in demokratische Institutionen und den politischen Diskurs zu wahren, muss die Kommunikation zwischen und über KandidatInnen respektvoll, ehrlich und fair erfolgen und auch als solche bei den RezipientInnen erkennbar sein.

Orientierung an Fakten: Falsche Behauptungen, die dazu dienen, die eigene Position zu stärken, verzerren den Wettbewerb und widersprechen somit den Grundsätzen unserer Demokratie. Die Argumente der wahlwerbenden Parteien und Personen müssen auf Fakten basieren, Veröffentlichungen müssen aus ausschließlich korrekten und jederzeit nachvollziehbaren Informationen bestehen. Veröffentlichungen Dritter, die auf Desinformation aufbauen, dürfen nicht genutzt werden.

Transparenz: Politische Kommunikationsarbeit muss transparent gestaltet sein. Quellen und Besitzverhältnisse von Kommunikationskanälen jeglicher Art müssen stets korrekt angeführt werden. Argumente, Informationen und Behauptungen müssen durch Quellenangaben nachvollziehbar und überprüfbar sein. So muss für die RezipientInnen auch klar erkennbar sein, ob es sich bei einer Veröffentlichung um einen (Tatsachen-)Bericht oder um die Wiedergabe der eigenen politischen Meinung handelt. Dieser Transparenz-Grundsatz hat auch in sozialen Netzwerken zu gelten. Es ist jedenfalls abzulehnen, gefälschte Seiten oder Profile („Fake Profiles“) als Teil der eigenen Community auszugeben oder gefälschte Reaktionen („Fake Likes“, „Fake Kommentare“) als tatsächliches Community-Engagement auszuweisen.

Solidarität im Kampf gegen Dirty Campaigning und die Verbreitung von Desinformation: Gegen Dirty Campaigning und die Verbreitung von Desinformation muss gemeinsam vorgegangen werden, indem diese Praktiken weder toleriert noch selbst betrieben oder als Dienstleistung angeboten werden. Von Kooperationen mit Personen bzw. Organisationen, die von derartigen Methoden Gebrauch machen, ist Abstand zu nehmen. Ziel ist die Förderung einer politischen Kultur, die auf Fakten und politischen Konzepten anstelle von Unwahrheiten, Gerüchten, Verschwörungstheorien, falschen kausalen Zusammenhängen, Übertreibungen, Untergriffen und Angriffen auf persönliche oder private Bereiche von PolitikerInnen basiert.

Die Grundlagen für die in dieser freiwilligen Selbstverpflichtung genannten Kriterien sind im Ehrenkodex des Public Relations Verbandes Austria und im Online-Kodex des PR-Ethik-Rats festgehalten und öffentlich frei verfügbar. Abrufbar sind diese Richtlinien und die Selbstverpflichtung zur Vermeidung von Desinformation bei Wahlkampagnen auf der Website <http://www.prethikrat.at/selbstverpflichtung/>:

Über den PR-Ethik-Rat

Der Österreichische PR-Ethik-Rat ist ein vom Public Relations-Verband Austria (PRVA) und dem Verein Österreichisches PR-Gütezeichen eingerichtetes Organ zur freiwilligen Selbstkontrolle der österreichischen PR-Branche auf Einhaltung ethischer Grundsätze in der Öffentlichkeitsarbeit. 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 zwölf Mitglieder aus allen Bereichen der Gesellschaft an.

Rückfragen:

Dr. Sabine Einwiller, Vorsitzende des PR-Ethik-Rats
Tel Büro PR-Ethik-Rat: +43 677 61299010
Mail: office@prethikrat.at
Website: www.prethikrat.at

Bildtext:

Nikola Donig, Generalsekretär NEOS, und Sabine Einwiller, Vorsitzende des PR-Ethik-Rats
Thimo Fiesel, Wahlkampfleiter Die Grünen, und Sabine Einwiller, Vorsitzende des PR-Ethik-Rats