

PR-Ethik-Rat: Grundprinzipien der Kommunikationsethik sind einzuhalten – Keine redaktionelle Berichterstattung für Inseratenschaltung – keine Irreführung der Öffentlichkeit durch bezahlte bzw. manipulierte Berichterstattung

Wien, 8. Oktober 2021 – Zur aktuellen innenpolitischen Diskussion rund um den Verdacht auf bezahlte redaktionelle Inhalte im Rahmen von Anzeigengeschäften und Manipulation von Meinungsumfragen hält der PR-Ethik-Rat fest: Auftraggeber dürfen für die Schaltung von Inseraten von Medien keine redaktionelle Berichterstattung als Gegenleistung erwarten und auch die Koppelung von Berichterstattung an Inseratenschaltungen ist nicht zulässig. Weiters haben gemäß dem Ehrenkodex des PRVA Kommunikationstreibende alles zu unterlassen, was die Öffentlichkeit zu irrigen Schlüssen veranlassen könnte.

„Wahrheitsgemäße Information, Absendertransparenz und die klare Trennung von werblichen und redaktionellen Anliegen sind unverrückbare Grundprinzipien der Kommunikationsethik. Die Öffentlichkeit muss auf die Richtigkeit von medial veröffentlichten Informationen vertrauen können, besonders wenn es sich bei den Absendern dieser Informationen um öffentlich finanzierte Stellen handelt. Diese Grundsätze dürfen nicht aufgeweicht werden, weder von den Absendern noch von Medienanstalten. Denn das öffnet die Schleusen zur Desinformation und allen daraus entstehenden Gefahren für demokratische Gesellschaftssysteme. Nur durch kommunikationsethisch sauber agierende Auftraggeber und unabhängigen, kritischen und objektiven Journalismus ist die Glaubwürdigkeit der Kommunikations- und Medienbranche, aber auch demokratischer Institutionen wie politischer Parteien gewährleistet.“, hält Prof. Dr. Sabine Einwiller, Vorsitzende des PR-Ethik-Rats, fest.

Der Ehrenkodex des Public Relations Verbandes (PRVA) regelt klar: *„Bezahlte Informationsflächen müssen als solche erkennbar gemacht sein. Unzulässige Schleichwerbung liegt dann vor, wenn für die Darstellung eines Unternehmens, eines Produktes oder einer Dienstleistung in den redaktionellen Teilen der Medien ein Platzierungsentgelt bezahlt wird, ohne dass dies für Leser, Hörer oder Zuschauer erkennbar ist.“* Und weiter: *„Koppelungsgeschäfte sind nicht zulässig. Sie liegen dann vor, wenn finanzielle Zuwendungen an ein Medium von redaktioneller Berichterstattung bzw. wenn Berichterstattung von finanziellen Zuwendungen abhängig gemacht wird.“* Zudem besagt der Kodex: *„PR-Fachleute handeln auf Basis ihrer ethischen Grundsätze. Sie sind sich bewusst, dass sie nichts unternehmen dürfen, was die Öffentlichkeit zu irrigen Schlüssen und falschem Verhalten veranlasst oder veranlassen könnte.“*

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. Nähere Informationen zum PR-Ethik-Rat: www.prethikrat.at

Rückfragen

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

Tel.: +43 1 4277 49319

E-Mail: office@prethikrat.at

Web: www.prethikrat.at