

## Genesis Kodex

April 2012	Grundsatzdiskussion im PR-Ethik-Rat zum Umgang mit Fällen im digitalen Bereich und Ausarbeitung einer Strategie
Mai – Oktober 2012	Recherche und Bewertung vorhandener Richtlinien/Kodizes/Guidelines zu Kommunikation in Social Media und auf Online-Plattformen – mangels spezifischer Richtlinien, Entschluss auf diesem Gebiet Grundlagenarbeit zu leisten
Winter 2012/2013	Planung und Vorbereitung eines Stakeholder-Prozesses zur Ausarbeitung von Prinzipien für digitale Kommunikation/Social Media
März 2013	Workshop mit maßgeblichen Stakeholdern und PraktikerInnen der Branche im Social Media-Bereich
April – Dezember 2013	Zusammenfassung der Positionen, Ausarbeitung und Redaktion von Prinzipien, nochmalige Abstimmung des Prinzipien-Entwurfs mit den Stakeholdern
Jänner – März 2014	Endredaktion und Vorbereitung der Veröffentlichung
April 2014	Präsentation der Prinzipien „Kommunikationsethik in Social Media“ - in Journalistengesprächen - in Mailings an die heimischen Kommunikations-/PR-Verantwortlichen - in Mailings an Ausbildungsinstitutionen - in Gesprächen mit anderen Verbänden und (Ethik-)Räten - bei Veranstaltungen wie dem Kommunikationstag - auf der Website, in Social Media
April 2015	Formen einer Arbeitsgruppe Digitale Kommunikation inkl. Berufung neuer RätInnen mit Schwerpunkt Digitale Kommunikation mit dem Ziel, einen Kodex für Kommunikation im Online-Bereich zu entwickeln
Sept 2015 – Aug 2016	Erarbeitung eines Kodex innerhalb der Arbeitsgruppe - Einbezug von juristischen ExpertInnen, VertreterInnen der Agenturszene, Corporate Communications-Abteilungen, CSR- und NGO-ExpertInnen, BloggerInnen und Medienhäusern - Unter Berücksichtigung vorhandener rechtlicher, wissenschaftlicher, branchenspezifischer sowie international bereits eingesetzter Leitlinien
September 2016	Veröffentlichung Online-Kodex