

## **PR-Ethik-Rat präsentiert Ethik-Kodex für richtiges Verhalten in der digitalen Kommunikation**

### **Mit ExpertInnen entwickelter Normenkatalog soll praxisorientierter Leitfaden für Kommunikationsbranche sein**

(Wien, 20. September 2016) – Anonyme Postings in Internet-Foren, als redaktionelle Beiträge getarnte Werbetexte in Online-Medien und Blogs sowie unklare Verantwortungen – Kommunikation im Internet ist vielschichtig und schwer zu regulieren. Leidtragende sind vor allem die KonsumentInnen, denn Objektivität und Wahrheitsgehalt hinter den im Internet veröffentlichten Informationen sind oftmals nur schwer zu verifizieren. Der Österreichische Ethik-Rat für Public Relations hat nun Pionierarbeit geleistet und bringt mit dem Online-Kodex den ersten Leitfaden für die österreichische Kommunikationsbranche heraus, der sich diesem Bereich widmet.

### **Transparenz von kommerziellen Inhalten**

Der Online-Kodex soll KommunikatorInnen Handlungsempfehlungen geben, um im Digital-Bereich ethisch korrekt sowie transparent und objektiv zu agieren. Der Schwerpunkt liegt dabei auf Inhalten, die einem kommerziellen Interesse zugrunde liegen. Der Online-Kodex berücksichtigt dabei auch die steigende Nachfrage nach der Zusammenarbeit mit Bloggern und Online-Influencern. Ziel ist es, bezahlte Inhalte in Online-Medien, Social Media-Kanälen und Blogs transparent darzustellen. Damit sollen KonsumentInnen die Objektivität und mögliche dahinterliegende Interessen einordnen können.

„Es hat sich gezeigt, dass im angloamerikanischen Raum bereits wesentliche Schritte zur klaren Differenzierung zwischen werblichen und redaktionellem Content gesetzt werden. In Österreich aber gibt es gerade im Online-Bereich noch Entwicklungspotenzial, und der Kodex soll dazu einen Beitrag leisten,“ so Brigitte Mühlbauer, stellvertretende Vorsitzende des PR-Ethik-Rats und Managing Partner von asoluto.

### **Social Media-Prinzipien des PR-Ethik-Rats als Basis für den Online-Kodex**

Der Erstellung des Online-Kodex ging die Erarbeitung von grundlegenden Social Media-Prinzipien voraus. In einem mehrstufigen Prozess von April 2012 bis April 2014 entwickelte und veröffentlichte der PR-Ethik-Rat unter Einbeziehung namhafter Branchenexperten aus dem Online-Bereich ein Positionspapier zu „Kommunikationsethik in Social Media“ mit acht Grundprinzipien, die den Anspruch an Online-Kommunikationsaktivitäten definieren.

### **Mehrstufiger Prozess mit externen Experten und Vertretern aus der Praxis**

Ab April 2015 analysierte eine eigene Arbeitsgruppe des PR-Ethik-Rats rechtliche, wissenschaftliche und branchenspezifische Grundlagen zu bereits vorhandenen Regularien im Bereich der Online-Kommunikation. Mit den Ergebnissen dieser Analyse und auf der Basis der vom PR-Ethik-Rat erstellten Social Media-Prinzipien wurde gemeinsam mit juristischen Experten sowie Vertretern der Agenturszene, Corporate Communications-Abteilungen, CSR- und NGO-Experten ein Normenkatalog erarbeitet. In Feedback-Gesprächen mit VertreterInnen aus der Online- und Social Media-Szene wurden praxisrelevante Inputs eingearbeitet.

„Das Ergebnis ist ein Leitfaden, der Kommunikations- und Social Media-Verantwortlichen in Unternehmen, Agenturen und Institutionen wie auch content-produzierenden Branchenpartnern, wie BloggerInnen und Medienhäusern helfen kann, ihre Aktivitäten im Online- und Social Media-Bereich umzusetzen“, ist Doris Christina Steiner, Sprecherin der PR-Ethik-Rat-Arbeitsgruppe, Digitalexpertin und Senior Consultant bei Ketchum Publico, überzeugt. Konkret geregelt wird etwa wie bezahlte Inhalte gekennzeichnet werden sollten. Aber auch die Absendertransparenz oder die Verantwortung von Unternehmen für deren Social Media-Auftritte wird ausführlich und mit Beispielen versehen erläutert.

Abrufbar ist der Online-Kodex über die Website des PR-Ethik-Rats ([www.prethikrat.at](http://www.prethikrat.at)).

### 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

Gabriele Faber-Wiener, Vorsitzende des PR-Ethik-Rats

[vorsitz@prethikrat.at](mailto:vorsitz@prethikrat.at)

+ 43 664 100 79 41

Brigitte Mühlbauer, stv. Vorsitzende des PR-Ethik-Rats

[office@prethikrat.at](mailto:office@prethikrat.at)

+43 676 619 95 94

Doris Christina Steiner, Sprecherin der Arbeitsgruppe

[doris.steiner@ketchum-publico.at](mailto:doris.steiner@ketchum-publico.at)

+43 664 808 69 132