

## **PR-Ethik-Rat bilanziert zahlreiche Verstöße gegen den Online-Kodex im Nationalrats-Wahlkampf**

**Wien, 30. Oktober 2017 – Der österreichische PR-Ethik-Rat hat den Wahlkampf zur österreichischen Nationalratswahl 2017 auf Verstöße gegen den Kodex für digitale Kommunikation analysiert. Das Resümee: mangelnde Absendertransparenz, Vernachlässigung der Verpflichtung zu fairer und respektvoller Kommunikation, mangelnde Einhaltung journalistischer Prinzipien sowie unzureichende Verantwortung bei Social Media-Auftritten, sowohl von Seiten der Arbeitgeber als auch teilweise bei der beteiligten Agentur bzw. den beteiligten Umsetzern.**

Mit dem Kodex „Ethik in der Digitalen Kommunikation“ hat der PR-Ethik-Rat bereits im Herbst 2016 ein federführendes Regelwerk für die Praxis erstellt. Anhand der darin definierten Themenfelder hat das Gremium den kürzlich zu Ende gegangenen Wahlkampf quer durch alle Parteien nach seiner ethischen Kommunikation analysiert.

### **Fehlende Absender-Transparenz im Wahlkampf**

Wesentliche Fehlritte im Wahlkampf ortete der PR-Ethik-Rat in der fehlenden Absender-Transparenz. Etliche Parteien ließen die BürgerInnen im Unklaren, wer hinter bestimmten Social Media-Auftritten steckt. Maßgebliche Verstöße verortete das Gremium vor allem bei bestimmten Facebook-Seiten, deren Ziel die Verunglimpfung des politischen Mitbewerbers war. Nicht nur aufgrund des fehlenden Impressums war der Absender nicht erkennbar. Der Verstoß wiegt vor allem deshalb schwer, da laut Online-Kodex Absender-Transparenz auch für Einträge gilt, die im Auftrag Dritter durchgeführt werden.

Einen weiteren Verstoß sieht der PR-Ethik-Rat im verstärkten Auftauchen von Fake-Accounts auf dem Kurznachrichtendienst Twitter. Diese Accounts sind automatisiert angelegt, um den Anschein der Reichweite bzw. Relevanz auf Twitter für die jeweiligen Partei-Botschaften zu erzielen.

### **Faire und respektvolle Kommunikation**

Ebenso vermisste der PR-Ethik-Rat einen respektvollen Umgang im Online-Wahlkampf. Diffamierungen und Diskriminierungen wurden nicht nur auf den offiziellen Kanälen verübt. Zusätzlich leisteten sich MitarbeiterInnen und FunktionärInnen Entgleisungen auf den persönlichen öffentlichen Kanälen. Eine entscheidende Rolle spielten hier auch Social Media-Kanäle, deren Absender nicht ersichtlich war.

### **Verantwortung für Social Media-Auftritte**

Weiters konstatiert der PR-Ethik-Rat einen relativ sorglosen Umgang mit der Kommunikationsverantwortung der eigenen Social Media-Plattformen. Bei einigen Partei-Auftritten fehlte eine verantwortungsvolle Moderation und Durchsetzung ihrer Kommunikationsleitlinien. Ebenso tragen die Parteien Mitverantwortung für die respektlose Kommunikation auf persönlichen öffentlichen Kanälen von einzelnen Parteiangehörigen.

### **Gemeinsame Verantwortung von Auftraggeber und Agentur**

Laut Online-Kodex tragen Auftraggeber und Agentur gleichermaßen Verantwortung. Der PR-Ethik-Rat sah hier erhebliche Verstöße und rügt vor allem die namentliche Nennung einzelner MitarbeiterInnen. Der PR-Ethik-Rat hält fest, dass es nicht zulässig ist, die Verantwortung für Täuschungsversuche in

der Online-Kommunikation in Richtung der AuftragnehmerInnen zu verschieben.

### **Verstöße bei Einhaltung journalistischer Grundprinzipien**

Auch redaktionell gestaltete Online-Inhalte auf eigenen Kommunikations-Kanälen unterliegen der Einhaltung journalistischer Prinzipien. Vor allem in den magazinartigen Online-Medien der Parteien mangelte es an gewissenhafter Recherche. Ebenso war es für RezipientInnen oft nicht erkennbar, ob die veröffentlichte Information ein Tatsachenbericht oder eine veröffentlichte Meinung widerspiegelt.

### **Der PR-Online-Kodex**

Der Online-Kodex gibt professionellen Kommunikationstreibenden Handlungsempfehlungen, wie im Digital-Bereich ethisch korrekt agiert wird. Er enthält sechs Themenfelder: Kennzeichnung von bezahlten Inhalten, Absendertransparenz, Einhaltung journalistischer Grundprinzipien, faire und respektvolle Kommunikation, Unternehmensverantwortung sowie gemeinsame Verantwortung von Auftraggebern und durchführenden Akteuren.

Entwickelt wurde der Online-Kodex vom PR-Ethik-Rat in Zusammenarbeit mit mehreren Experten aus den Bereichen Digital- und Online-Kommunikation, Corporate Communications, CSR sowie unter Beziehung von NGO- und Rechtsvertretern. Seit der Präsentation im Herbst 2016 wird der Online-Kodex im Rahmen von Veranstaltungen und Expertengesprächen, in Ausbildungsinstitutionen, Netzwerk-Plattformen und Branchenorganisationen diskutiert und zunehmend von Verantwortlichen im PR- und Online-Bereich angewandt. Kürzlich wurde er vom weltweiten Branchenverband ICCO, der mehr als 2.500 PR-Agenturen in 55 Ländern repräsentiert, als Empfehlung für alle Nationen klassifiziert. Auch der österreichische Public Relations Verband Austria (PRVA) hat den Online Kodex als Teil der PRVA-Mitgliederstatuten ratifiziert.

Den PR-Online-Kodex im Detail: <http://www.prethikrat.at/pr-online-kodex-leitfaden/>

### **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