

Ein Jahr Ethik-Rat für Public Relations:

## **PR-Ethik-Rat kämpft für Transparenz bei bezahlten Berichten**

Zahl der Beschwerden könnte größer sein

**(Wien, 5. März 2010) – Der Österreichische Ethik-Rat für Public Relations zieht Bilanz: Seit seiner Gründung Ende 2008 sind acht Beschwerden eingegangen. Die Mehrzahl davon betraf Verstöße gegen die Kennzeichnungspflicht bezahlter Veröffentlichungen (§26 Mediengesetz) sowie Gefälligkeitsberichterstattung. Aufgrund der Dimension des Problems verzichtete der Rat auf Einzelsprüche, sondern legte ein Positionspapier mit Empfehlungen für die Kommunikationsbranche vor. Den Fall BUWOG/Peter Hohegger, der die Branche beschäftigt, sieht der Rat als Fall für die Gerichte und nicht für ein Organ der freiwilligen Selbstkontrolle. Allerdings habe sich die Causa auch negativ auf das Image der PR-Branche ausgewirkt, die im überwiegenden Maß professionell und verantwortlich agiere. Für 2010 bleibt das §26-Thema weiter auf der Agenda, intensive Gespräche mit Interessenvertretungen und eine umfassende Dokumentation sind in Vorbereitung. Abseits der Kennzeichnungsfrage wird sich der Rat verstärkt mit allgemein gültigen Richtlinien für Abläufe in der PR-Beratung befassen. ++++**

Seit seiner Gründung im Dezember 2008 hat der Österreichische Ethik-Rat für Public Relations acht Beschwerden mit insgesamt 15 Fällen behandelt. In 11 Fällen ging es um Verstöße gegen § 26 MedG bzw. §§ 9 und 10 des Ehrenkodex des PRVA – also die Kennzeichnung entgeltlicher Veröffentlichungen sowie Koppelungsgeschäfte. Eine Beschwerde befasste sich mit der Angemessenheit aktivistischer Instrumente im Rahmen der PR-Arbeit einer ärztlichen Standesvertretung. Drei Beschwerden fielen nicht in die Zuständigkeit des PR-Ethik-Rats.

„Wir haben über Beschwerden, aber auch über eigene Wahrnehmungen festgestellt, dass es wenig Bewusstsein für eine klare Trennung zwischen redaktionellen Berichten und entgeltlichen Veröffentlichungen und Sonderwerbformen gibt. Der Graubereich ist gängige Praxis und das Problem durchaus auch bei Qualitätszeitungen verbreitet,“ so der Vorsitzende des PR-Ethik-Rats, Wolfgang R. Langenbacher, gegenüber Journalisten. Wenngleich mit allen betroffenen Medien ein Austausch über die Beschwerden erfolgt ist, hat sich der Rat zunächst entschieden, keine Einzelsprüche vorzunehmen, sondern die Angelegenheit mit einem grundsätzlichen Positionspapier zu thematisieren. Langenbacher: „Wir appellieren an Agenturen und Medien, sich für eine klare Kennzeichnung einzusetzen und damit zur Hebung der ethischen Standards in den Berufsgruppen PR, Werbung und Journalismus beizutragen. Es muss klar sein, dass man Meinung nicht kaufen kann und Konsumenten nicht in die Irre geführt werden dürfen.“ Obwohl noch viel zu tun sei, könne man bei einigen Medien bereits ein geändertes Verhalten bei der Kennzeichnung von entgeltlichen Beiträgen feststellen, so Langenbacher.

Entschlossen zeigt sich der Rat, wenn es um die Reputation der Branche geht. Im Vorjahr hat das Thema BUWOG/Peter Hohegger monatelang die Medien gefüllt. „Wenngleich es sich um einen

klaren Fall für die Gerichte und damit nicht für eine Institution der freiwilligen Selbstkontrolle wie den Ethik-Rat handelt, hat die Causa zwangsläufig nachteilige Effekte für die Branche gebracht“, sagt Renate Skoff, stellvertretende Vorsitzende des Rats. „Man muss hier eine klare Grenze ziehen und festhalten, dass die überwiegende Mehrheit der österreichischen PR-Berater professionell und verantwortlich handelt und nicht mit einem Kriminalfall in den gleichen Topf geworfen werden darf,“ bricht Skoff eine Lanze für die Branche.

Noch nicht zufrieden ist der Ethik-Rat mit Anzahl und Inhalt der eingelangten Beschwerden: „Wir wünschen uns, dass mehr Fälle an uns herangetragen werden – und nicht nur Verstöße gegen § 26 Mediengesetz,“ präzisiert Wolfgang Langenbacher die Erwartungen des Rats. „Aus persönlichen Gesprächen wissen wir, dass es im PR-Bereich immer wieder heikle Themen gibt. Die PR-Branche müsste ein Interesse daran haben, bei solchen Dingen Klarheit zu schaffen,“ so Langenbacher. Dies sei umso mehr erforderlich, als auch in der öffentlichen Berichterstattung Branchenthemen immer wieder kritisch aufgegriffen würden. Der Rat verfolge diese öffentliche Debatte aufmerksam, erläutert der Vorsitzende des PR-Ethik-Rats.

Schwerpunkte des Rats im Jahr 2010 sind die Intensivierung des Dialogs zu §26-Fragen mit Interessensvertretungen wie dem Verband Österreichischer Zeitungen VÖZ, dem Verband der Regionalmedien, der Industriellenvereinigung und der Arbeiterkammer. Darüber hinaus soll eine Dokumentation von Verstößen gegen die Kennzeichnungspflicht die verschiedenen Spielarten des Problems aufzeigen und zugleich Hilfestellungen geben, wie richtig zu verfahren ist. Schließlich will sich der Rat verstärkt mit allgemein gültigen Richtlinien für Abläufe in der PR-Beratung befassen. „PR-Ethik ist keine moralische Dimension, sondern eine Frage der Professionalität,“ so Skoff. „PR-Berater haben mächtige Instrumente zur Verfügung und tragen daher Verantwortung, für die sie auch einstehen müssen.“

### **Zum PR-Ethik-Rat**

Mit der Gründung des unabhängigen PR-Ethik-Rats hat die PR-Branche einen weiteren Schritt zur Professionalisierung getan. Der elfköpfige Rat, dem namhafte Kommunikationsfachleute und Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens angehören, untersucht Beschwerden wegen unlauterer PR-Praktiken und spricht – wenn ein Fehlverhalten vorliegt – eine Mahnung oder eine öffentliche Rüge aus. Damit wurden die strengen Verhaltensregeln, die von der Branche in den letzten Jahren geschaffen und weiterentwickelt wurden, mit einem wirksamen Sanktionsmechanismus versehen – in Streitfällen wird es Klarheit geben. Darüber hinaus stärkt der Ethik-Rat die Glaubwürdigkeit der PR-Branche als Partner im Dialog zwischen Wirtschaft, Institutionen und Gesellschaft. In Deutschland, wo eine ähnliche Einrichtung schon seit 20 Jahren besteht, haben sich diese Sanktionen in der auf Reputation bedachten PR-Branche als wirksam und abschreckend erwiesen.

Ins Leben gerufen wurde das Kontrollorgan von den Berufsverbänden der PR-Branche: dem *Public Relations Verband Austria (PRVA)*, der Agenturengruppe *PR Quality Austria (PRQA)* und dem *Verband für integrierte Kommunikation (VIKOM)*. Der Ethik-Rat befasst sich aber nicht nur mit Aktivitäten von Mitgliedern dieser Verbände. Seine Tätigkeit erstreckt sich auf die gesamte Kommunikation von Unternehmen, Institutionen oder anderen Organisationen. Beschwerden können von jedem eingebracht werden, der Missstände in diesem Bereich aufzeigen will. Der Rat kann auch von sich aus tätig werden.

Die Website des Ethik-Rats [www.prethikrat.at](http://www.prethikrat.at) bietet umfassende Informationen. Für Beschwerden, die schriftlich an den Rat zu richten sind, steht ein Online-Formular zur Verfügung.

### **Mitglieder aus vielen Bereichen der Gesellschaft**

Vorsitzender des PR-Ethik-Rats ist der emeritierte Professor und frühere Vorstand des Publizistikinstituts der Universität Wien, Wolfgang R. Langenbacher, seine Stellvertreterin die Gründerin der PR-Agentur Skills, Renate Skoff. Weitere Ratsmitglieder sind die frühere Präsidentin der Richtervereinigung Barbara Helige, der Universitätsprofessor für Wirtschaftspsychologie Erich Kirchler, die Agenturchefs Christian Kollmann (communication matters) und Brigitte Mühlbauer (Menedetter PR), der Geschäftsführer der internationalen Hilfsorganisation „Unsere kleinen Brüder und Schwestern“, Wolfgang Martinek, BAWAG P.S.K.-Vorstandsdirektorin Regina Prehofer, Allianz Kommunikationschefin Marita Roloff, der Seelsorger Helmut Schüller und der frühere Standard-Chefredakteur Gerfried Sperl. Mit der Pluralität seiner Mitglieder will der Ethik-Rat einen Vertretungsanspruch für möglichst viele Bereiche der Gesellschaft sicherstellen.

### **Richtlinien für Ratssprüche**

Alle Ratsmitglieder üben ihre Funktion ehrenamtlich aus, Verfahren sind für alle Beteiligten kostenlos. Der Ethik-Rat agiert weisungsfrei und unabhängig von den Trägerorganisationen. Grundlage für seine Beschlüsse sind neben den einschlägigen gesetzlichen Bestimmungen die Ehrenkodizes der PR-Branche, insbesondere der erweiterte Ehrenkodex des PRVA, der international anerkannte Lissabonner Kodex und – speziell für Agenturen – die Charta von Stockholm.

### **Geschäftsordnung regelt Ablauf der Verfahren**

Der Ablauf der Verfahren wird durch die Geschäftsordnung des Rats geregelt, (<http://www.prethikrat.at/de/pr-ethik-rat/geschaeftsordnung.html>). Rügen des Ethik-Rats werden in der Regel publiziert. Um mit seinen Sprüchen möglichst aktuell zu sein, will der Ethik-Rat Beschwerden möglichst rasch behandeln. Eine wesentliche Aufgabe sieht er in einer breiten, öffentlichen Diskussion seiner Anliegen. Der Rat nimmt daher auch aktuell zu Fehlentwicklungen im Bereich der Kommunikation Stellung und erstattet regelmäßig über seine Tätigkeit Bericht.

Rückfragen:

Wolfgang R. Langenbacher (Vorsitzender): +43 (0)664 58 96 091

Renate Skoff (stv. Vorsitzende): +43(0)664 337 02 84, +43(1)505 26 25-60,

E-Mail: [office@prethikrat.at](mailto:office@prethikrat.at)

Website: [www.prethikrat.at](http://www.prethikrat.at)

5. März 2010