

Freitag, 26. November 2010

PR-Ethik-Rat rügt „Krone bunt“ Ungekennzeichnete 32-Seiten-Beilage vor der Wien-Wahl

Der Sachverhalt

Am 19. September 2010 erschien in der „Krone bunt“ die Beilage „Eine Stadt zum Verlieben“. Es handelt sich bei diesen in die Ausgabe integrierten 32 Seiten mit der Pagina „Wirtschaftsstandort Wien“, die auf der Titelseite angekündigt wurde, um eine bezahlte Kooperation. Folgende Unternehmen beteiligten sich daran: Erste Bank Group, Austrian Airlines, A1 Telekom, Siemens, Vienna Insurance Group, PORR, Flughafen Wien, Signa Holding, REWE Österreich, Austria Trend Hotels (Ruefa, Verkehrsbüro), Wiener Städtische und Donau Versicherung. Für die Umsetzung/ Koordination des Projekts zeichnet Chefredakteur Dr. Christoph Dichand, unterstützt von Wolfgang Rosam Change Communications, verantwortlich.

Laut dem PR-Ethik-Rat vorliegenden Unterlagen betrug der Druckkostenbeitrag EUR 30.000 netto je Doppelseite und Unternehmen. In der Beilage präsentieren die zwölf Unternehmen mit Standort Wien ihre Pläne für die Zukunft – und damit die Bedeutung des Wirtschaftsstandorts Wien. Den Schluss der Beilage bildet ein vierseitiges Interview mit Bürgermeister Dr. Michael Häupl unter dem Titel „Der Wähler soll auf Nummer sicher gehen“, in dem der Bürgermeister sein Konzept für die Stadt darlegt. Bei der Beilage „Wirtschaftsstandort Wien“ fehlt jede Kennzeichnung nach § 26 Mediengesetz, was umso auffälliger ist, als andere – ähnlich gelagerte – Seiten in derselben Ausgabe klar als „entgeltliche Einschaltung“ gekennzeichnet sind. Die Beilage erschien am 19. September 2010 – also drei Wochen vor der Gemeinderatswahl in Wien am 10. Oktober 2010.

Das Verfahren

Der Österreichische Ethik-Rat für Public Relations hat diesen Fall gemäß Geschäftsordnung aufgegriffen und die Chefredaktion der „Krone bunt“ mehrfach um Stellungnahme im Hinblick auf die fehlende Kennzeichnung gemäß § 26 ersucht. Der Ordnung halber wurden auch alle beteiligten Unternehmen und der Koordinator zu ihrer Sicht der Dinge befragt. Von Dr. Christoph Dichand liegt – trotz wiederholten Ersuchens – bis heute keine Stellungnahme vor. Ebenso haben es acht der zwölf Unternehmen vorgezogen, sich zu dem Projekt nicht zu äußern.

Ratsspruch und Begründung

Der PR-Ethik-Rat hält fest, dass sich seine Ratssprüche nicht nur auf Mitglieder der drei Berufsverbände der PR-Branche beschränken, sondern das gesamte Feld der Kommunikation von Unternehmen, Institutionen oder anderen Organisationen wie z. B. Medien einbeziehen. Bewertungsgrundlage für die Beurteilung des Falls waren die oben geschilderten Fakten sowie schriftliche und mündliche Stellungnahmen von am Projekt beteiligten Personen. Der Rat bedauert, dass sich die beteiligten Unternehmen nicht stärker eingebracht haben.

In seiner Sitzung am 16. November 2010 ist der PR-Ethik-Rat zu folgendem Schluss gekommen: Es ist gängige Praxis und legitim, dass Medien so genannte Sonderwerbformen anbieten und Unternehmen von diesen Gebrauch machen. Gesetzwidrig ist es jedoch, bezahlte Kooperationen

nicht ordnungsgemäß zu kennzeichnen. Die ungekennzeichnete Beilage „Wirtschaftsstandort Wien“ ist geeignet, die Leser zu täuschen – insbesondere angesichts der Tatsache, dass die Beilage kurz vor der Gemeinderatswahl erschienen ist. Der Österreichische Ethik-Rat für Public Relations stellt fest, dass die Medieninhaberin der „Krone bunt“ und Dr. Christoph Dichand als für die Umsetzung Verantwortlicher die Bestimmungen des Mediengesetzes über die Kennzeichnungspflicht entgeltlicher Veröffentlichungen missachtet haben. Der Österreichische Ethik-Rat für Public Relations spricht deshalb gegen die Medieninhaberin der „Krone bunt“ und Dr. Christoph Dichand eine öffentliche Rüge aus.

Darüber hinaus wurden mit der Beilage auch folgende Kodizes der Kommunikationsbranche verletzt:

Code de Lisbonne, Artikel 3: In der Ausübung ihres Berufes beweisen die Public Relations-Fachleute Aufrichtigkeit, moralische Integrität und Loyalität. Insbesondere dürfen sie keine Äußerungen und Informationen verwenden, die nach ihrem Wissen oder Erachten falsch oder irreführend sind. Im gleichen Sinn müssen sie vermeiden, dass sie – wenn auch unbeabsichtigt – Praktiken oder Mittel gebrauchen, die mit diesem Kodex unvereinbar sind.

Code de Lisbonne, Artikel 4: Public Relations-Aktivitäten müssen offen durchgeführt werden. Sie müssen leicht als solche erkennbar sein, eine klare Quellenbezeichnung tragen und dürfen Dritte nicht irreführen.

Code de Lisbonne, Artikel 15: Jeder Versuch, die Öffentlichkeit oder ihre Repräsentanten zu täuschen, ist nicht zulässig.

Ehrenkodex des Public Relations Verbandes Austria, Artikel 9:
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.

Den Branchenusancen entsprechend geht der PR-Ethik-Rat davon aus, dass bezahlte Produkte wie die gegenständliche Beilage allen Beteiligten vor Drucklegung zur Freigabe vorgelegt werden. Der Rat ermahnt alle an dieser Beilage beteiligten Unternehmen und PR-Verantwortlichen, ihre Verantwortung wahrzunehmen und appelliert darüber hinaus an die gesamte Branche auch selbst aktiv dazu beizutragen, dass Medienkooperationen ordnungsgemäß gekennzeichnet und die Branchenkodizes eingehalten werden. Die Glaubwürdigkeit der gesamten Kommunikationsbranche steht auf dem Spiel.

Zum Österreichischen Ethik-Rat für Public Relations

Der im Herbst 2008 von den Branchenverbänden Public Relations Verband Austria (PRVA), der Agenturengruppe PR Quality Austria (PRQA) und dem Verband für integrierte Kommunikation (VIKOM) gegründete Österreichische Ethik-Rat für Public Relations ist ein freiwilliges Selbstkontrollorgan der österreichischen PR-Branche. Aufgabe des PR-Ethik-Rats ist es, sich mit Fehlentwicklungen und Missständen in der Kommunikation von Unternehmen, Institutionen oder anderer Organisationen – u. a. in den Medien – zu befassen und diese aufzuzeigen. Der Rat agiert weisungsfrei. Unter dem Vorsitz von emer. Univ.-Prof. Dr. Wolfgang R. Langenbacher gehören dem Rat insgesamt 11 Persönlichkeiten aus allen Bereichen der Gesellschaft an.

Weitere Informationen unter <http://www.prethikrat.at>.

Rückfragen:

Wolfgang R. Langenbacher, office@prethikrat.at oder telefonisch unter +43 664 58 96 091

Renate Skoff, office@prethikrat.at oder +43 664 337 02 84

<http://www.prethikrat.at>