

PR-Ethik-Rat: Mustervertragsklauseln gegen Schleichwerbung

Die falsche oder fehlende Kennzeichnung bezahlter Einschaltungen und sogenannte Koppelungsgeschäfte sorgen nach wie vor für heftige Diskussionen in der Kommunikationsbranche. Obwohl die Thematik im § 26 Mediengesetz klar geregelt ist, haben die Verstöße überhandgenommen. Schleichwerbung findet sich täglich in allen Arten von Printmedien. Der Österreichische Ethik-Rat für Public Relations (www.prethikrat.at) hat jetzt Mustervertragsklauseln herausgegeben, mit denen PR- und Kommunikationsverantwortliche die ordnungsgemäße Kennzeichnung von Medienkooperationen und anderen Sonderwerbformen vereinbaren können.

(Wien, 29. Oktober 2012) – Neben der Ahndung von Verstößen gegen die Kennzeichnungspflicht von bezahlten Einschaltungen setzt der PR-Ethik-Rat nun auch auf Aufklärung in der Branche: Der Rat hat soeben ein Argumentarium sowie Mustervertragsklauseln veröffentlicht, die es Auftraggebern in der Praxis erleichtern sollen, die korrekte Kennzeichnung von Sonderwerbformen zu vereinbaren.

Renate Skoff, stv. Vorsitzende des PR-Ethik-Rats, verspricht sich einiges von dem neuen Angebot: „Aus einer im Frühjahr durchgeführten Studie von meinungsraum.at wissen wir, dass im Zusammenhang mit unzureichender Kennzeichnung von bezahlten Einschaltungen sehr oft auch Unwissenheit im Spiel ist“, so Skoff. „Das Argumentarium und die Vertragsbausteine zur Kennzeichnung bieten PR-Verantwortlichen in Agenturen und Unternehmen nun eine klare Orientierungshilfe, wie mit Medienkooperationen und anderen Sonderwerbformen richtig umzugehen ist.“

Sich bei der Kennzeichnung nicht korrekt zu verhalten und zur Irreführung der Leserinnen und Leser beizutragen, widerspricht nach Auffassung des Rates nicht nur den PR-Ethik-Kodizes. Dieses Verhalten hat auch negative Auswirkungen auf den Ruf der gesamten PR-Branche und stellt die Glaubwürdigkeit – nicht zuletzt auch der Medien – in Frage.

Der PR-Ethik-Rat empfiehlt deshalb verantwortungsbewussten PR- und Kommunikationsbeauftragten, das Thema „Kennzeichnung bezahlter Beiträge“ gegenüber Kunden, Mitgliedern der Geschäftsleitung, Compliance-Beauftragten sowie Medien aktiv anzusprechen. Darüber hinaus sollte in Konzepten, Vertragswerken und Aufträgen, die sich mit bezahlten Einschaltungen befassen, klar Stellung für eine korrekte Kennzeichnung bezogen werden – auch zur eigenen Absicherung. Die Mustervertragsklauseln stehen unter www.prethikrat.at zum Download zur Verfügung.

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>