



Uta Rußmann

Andrea Heigl

Österreichischer PR-Ethik-Rat





Status, Erfolge und Projekte 2022

PRVA Generalversammlung, 22.03.2023

PR ETHIK RAT

Neuer Vorstand seit 1. Februar 2023
Uta Rußmann, Universität Innsbruck
Andrea Heigl, ÖBB

Ratsmitglieder:

Livia Dandrea-Böhm, A1/Telekom Austria
Sabine Einwiller, Universität Wien
Gabriele Faber-Wiener, Center for Responsible Management
Pamina Hofstädter, A1/Telekom Austria
Peter Kleemann, Flughafen Wien AG
Christian Kollmann, Communication Matters
Sabine Längle, Landesgericht Wien
Christoph Riedl, Caritas St. Pölten
Peter Steinberger, Domsich & Steinberger
Michaela Wein, MOKS



Schwerpunkte in 2022

- Eigenvermarktung und Ergebnisverwertung
 - Für Praxis, Lehre & Weiterbildung – **Vermarktung und Verbreitung von Info-Flyern und Plakaten: Influencer-Check sowie Regeln für faires Content Marketing**
- Vorträge & Vernetzung – u.a. **Mitwirkung bei K-Tag und PRVA Onboarding-Breakfast**
- Laufende **Beschwerdebearbeitung**
- Laufende **Medienarbeit** und **Social-Media-Aktivitäten** des Rates
- Laufender **Austausch mit Werberat und Presserat**



Vermarktung in Praxis sowie in der Lehre von Ratsmitgliedern von Influencer-Check sowie Regeln für faires Content Marketing

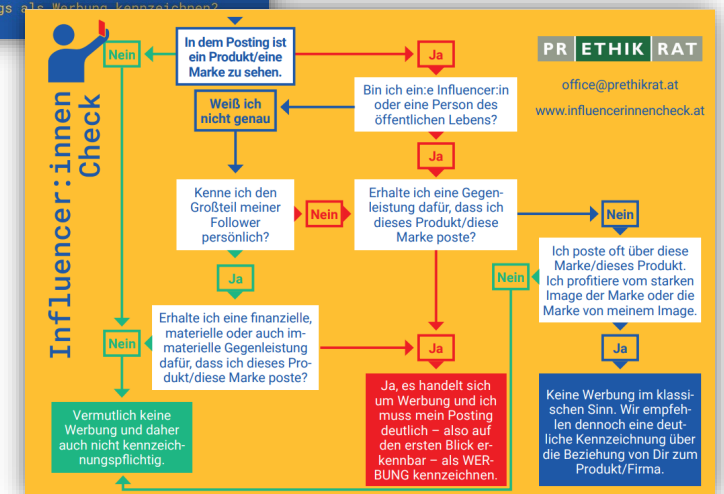
10 REGELN FÜR FAIRES CONTENT MARKETING

- 1 Verpflichte dich deinem Publikum**
Kommunikationsaktende im Content Marketing sind nicht nur dein Auftrag. Sie sind Teil eines öffentlichen Lebens, dessen Qualität du mit deiner Arbeit beeinflussen kannst. Sei immer im Auge zu behalten.
- 2 Sei eine faire Partnerin, ein fairer Partner**
Der Umgang zwischen einem Produktions- und Kommunikationsprozess beeinflusst die Qualität der Inhalte. Sei fair und verantwortungsbewusst. Beachte insbesondere die Zusammenarbeit mit minderjährigen Kommunikationsakteuren.
- 3 Kennzeichne kommerzielle Inhalte klar als Werbung**
Content-Marketing-Inhalte sind klar gekennzeichnet, sodass die kommerzielle Motivation für die Produktion auf dem ersten Blick erkennbar ist. Dies gilt auch für alle nicht-monetären Gegenleistungen. Zu blasse Kennzeichnungen sind „Werbung“, „übernehme Infrage“ und „Spendenkonto“ innerhalb ein und desselben Mediums sollte nur ein einziger Begriff verwendet werden.
- 4 Zeige die Absenderin, den Absender**
Die Absenderin des Content Marketing sollte werden transparent gemacht und auch deutlich erkennbar. Die journalistische Meinung an Stellen, die von Absender:innen üblicherweise nicht besetzt werden (z.B. Impressum, etc.) nicht besetzen.
- 5 Corporate Publishing: Zeige Logo oder Namen**
Corporate-Publishing-Produkte sind auf der Titel- oder Startseite mit dem Namen und/oder Logo der Absender:innen bzw. Inhabenden Auftraggeber:innen zu versehen, sodass dieser klar ersichtbar ist.
- 6 Nimm deine Verantwortung wahr**
Alle am Produktions- und Kommunikationsprozess beteiligten Akteure (Auftraggeber:innen, Medien, Agenturen, Blogger:innen/Influencer:innen etc.) tragen Verantwortung für die Content-Marketing-Inhalte. Die Verantwortung kann nicht abgeschrieben werden.
- 7 Sprich die Wahrheit**
Content Marketing ist wahrhaftigste Kommunikation. Die Verbreitung von Falschmeldungen und Desinformationen ist unzulässig.
- 8 Trenne Journalismus und Content-Redaktion**
In beiden Bereichen kommt eine persönliche und organisierte Tätigkeit zwischen der Content-Marketing-Redaktion und der journalistischen Redaktion.
- 9 Zeige Respekt und Toleranz**
Content Marketing enthält keinerlei Verhöhnung, Diffamierung, Diskriminierung, Herabwürdigung, Missbrauchsrichtung und/oder Verungeltung von Personen, Gruppen oder Organisationen/Unternehmen.
- 10 Achte auf die Werke anderer**
Inhalte (Bild-/Ton-/Textwerke) Dritter müssen diesen korrekt genannt werden. Das Urheberrecht ist stets zu wahren.

PR ETHIK RAT
Österreichischer Ethik-Rat für Public Relations | 1011 Wien | Tel. 01 90 14 30 10 00 | www.ethikrat.at

Der große Influencer:innen-Check

Bin ich Influencer:in und wann muss ich Postings als Werbung kennzeichnen?



Vorträge & Workshops

K-Tag 2022



Influencer:innen: Werbung oder Redaktion?

Peter Steinberger
PR-Ethik-Rat

ÖSTERREICHISCHER KOMMUNIKATIONSTAG 05/05 2022

#ktag kommunikationstag-austria.com @TSH

- PR-Ethik-Rat beim PRVA Onboarding-Breakfast für Neumitglieder am 10.11.2022

Beschwerdebearbeitung

- 2022: 21 Beschwerdefälle, zum überwiegenden Teil von außen an den Rat herangetragen



Kleinere Projekte in 2022

- PR-Ethik-Rat: Fehler bei der Werbekennzeichnung auf Social Media
- Kinderfotos im Netz: Professionelle Kommunikator:innen achten Kinderrechte zu wenig
- PRVA: Fakten und Transparenz als Eckpfeiler der Meinungsbildung stärken

PR-Ethik-Rat: Fehler bei der Werbekennzeichnung auf Social Media

Wien, 4. August 2022 – Absichtliche Schleichwerbung, fehlendes Bewusstsein oder ungeschickte Formulierungen: Die Gründe für die Vermischung von privaten, redaktionellen und werblichen Inhalten auf Social Media sind vielseitig. Um für mehr Transparenz auf den Plattformen zu sorgen, klärt der PR-Ethik-Rat über uneindeutige Praktiken auf und leistet mit dem Influencer:innen-Check eine praktische Hilfestellung.

Social-Media-Kanäle werden von Influencer:innen immer stärker dazu genutzt, um Werbekooperationen zu präsentieren. Die Bandbreite reicht von Produkten über Dienstleistungen bis hin zu Reisen. Dafür bieten die unterschiedlichen Formate und Funktionen auf Social Media viele Möglichkeiten, Werbeinhalte zu platzieren. Sowohl Follower:innen als auch Influencer:innen ist dabei häufig nicht klar, ob und welche Form der gesetzlich vorgeschriebenen Kennzeichnung zum Einsatz kommen muss. Die Folge: Postings, denen ein Gegengeschäft zugrunde liegt, sind unzureichend oder gar nicht gekennzeichnet.

Markenwerbung durch Prominente

Personen des öffentlichen Lebens treten oft als Testimonials für Marken auf und präsentieren ihre Sponsor:innen auch auf Social Media. Auffallend ist, dass sich die Fotos aus dem privaten Alltag und professionelle Bilder mit Produktplatzierungen besonders auf Accounts von Profi-Sportler:innen stark vermischen – auf offiziellen Accounts der Sportvereine, Organisationen oder Verbände sowie auf den vermeintlich privaten Accounts. Auf den ersten Blick ist oft nicht zu erkennen, hinter welchen Beiträgen ein Sponsoring-Vertrag steckt. Besonders für Personen des öffentlichen Lebens gilt: Aus großer Reichweite erfolgt auch große Verantwortung.

Häufige Fehler bei der Werbekennzeichnung

Auch wenn das Bewusstsein und die Bereitschaft bei Influencer:innen vorhanden sind, Werbekooperationen zu kennzeichnen, passieren häufig Fehler, die es den User:innen erschweren, Werbung als solche zu erkennen. So kommt es oft zu Praktiken, die nicht zulässig sind, aber dennoch weite Verbreitung finden. Dazu gehören:

- **Fehlende Kennzeichnung:** Komplette fehlende Kennzeichnung von Werbepostings bei Produkten, die besonders stimmig mit dem redaktionellen Content wirken. Das Gegengeschäft wird verschleiern.

PRVA: Fakten und Transparenz als Eckpfeiler der Meinungsbildung stärken

Drei Initiativen fördern Qualitäts-Standards in der Kommunikationsbranche

Wien, 22. November 2022 (OTS) – Fake-News, bezahlte Berichterstattung oder Desinformation: Diese und ähnliche Fehlentwicklungen am Medien- und Meinungsmarkt machen es für Bürger:innen und Konsument:innen immer schwerer, sich eine objektive Meinung zu bilden. Besonders die zunehmende Vermischung von Fakten und Meinung ist zu einer der größten gesellschaftlichen Herausforderungen und demokratiegefährdenden Entwicklungen geworden.

Mit drei Initiativen setzt die heimische Public-Relations-Branche ein deutliches Zeichen im Kampf gegen diese Fehlentwicklungen. Die Sensibilisierung und Weiterbildung von PR-Treibenden in Unternehmen, Agenturen und Institutionen sowie die Förderung von Qualitätsstandards stehen im Zentrum des PRVA-Fahrplanes für 2023. Dies ist auch das Ergebnis eines 2021 gestarteten Transformationsprozesses des Public Relations Verbandes Austria (PRVA), der Antwort der österreichische PR-Branche auf die Digitalisierung und der damit einhergehenden Risiken und Chancen für die Kommunikation.

Kinderfotos im Netz: Professionelle Kommunikator:innen achten Kinderrechte zu wenig

Wien, 18. November 2022 – PR-Ethik-Rat und Netzwerk Kinderrechte machen anlässlich des „Tages der Kinderrechte“ am 20. November auf das Recht auf Schutz des Privatlebens von Kindern im digitalen Raum aufmerksam – insbesondere im kommerziellen Kontext.

Ein süßes Lächeln mit Zahnlücke, ein Strand-Schnappschuss aus dem Familienurlaub, das begeisterte Kind mit dem neuen Spielzeug: Kinderfotos auf Social Media dienen nicht nur dem Informationsaustausch unter Freund:innen, sie sind – wenn sie von Influencer:innen verwendet werden – auch ein Geschäftsmodell. Der österreichische PR-Ethik-Rat und das Netzwerk Kinderrechte nehmen daher den diesjährigen „Tag der Kinderrechte“ am 20. November zum Anlass, um Sensibilität für den Umgang mit Kinderfotos im Netz insbesondere in einem kommerziellen Kontext zu schaffen. Die rechtliche Grundlage dafür bildet Art. 16 der UN-Kinderrechtskonvention, in dem unter dem Titel „Schutz der Privatsphäre und Ehre“ festgehalten ist: „Kein Kind darf willkürlichen oder rechtswidrigen Eingriffen in sein Privatleben (...) ausgesetzt werden.“

Wo verläuft überhaupt die Grenze zwischen kommerzieller und nicht-

Schwerpunktthemen / aktuelle Projekte 2023/2024

**PR-Ethik-Rat Klausur am
10. Februar 2023**

- **Selbstbild / Vermarktung** (Arbeitsgruppe 1)
 - Überarbeitung des existierenden Selbstbilds, Zielgruppendefinition neu, Ziele neu
- **Politische Kommunikation** (Arbeitsgruppe 2)
 - EU-Wahl 2024, NRW 2024
 - Aufstellung von Kriterien für die Bearbeitung von Fällen und Festlegung von Rahmenbedingung für die Fallbearbeitung
 - Erstellung von Leitlinien