



Public Relations  
Verband Austria

# PRVA- Verbandsstatuten

Fassung: Generalversammlung 27. März 2024

## § 1. Name, Sitz und Tätigkeitsbereich

- (1) Der Verein führt den Namen "PUBLIC RELATIONS VERBAND AUSTRIA - Vereinigung österreichischer Kommunikationsfachleute" (PRVA).
- (2) Der Verein hat seinen Sitz in Wien und erstreckt seine Tätigkeit auf ganz Österreich und bedarfsweise auf das europäische Ausland (im Rahmen der gesetzlichen Möglichkeiten), insbesondere durch Zweigvereine und als Verband von Vereinigungen, welche einzelne Bundesländer repräsentieren.

## § 2. Zweck

Der Verein, dessen Tätigkeit nicht auf Gewinn gerichtet ist, bezweckt die Vertiefung des Verständnisses für Public Relations, die Nachwuchsförderung, die Weiterbildung und Vernetzung aller in Österreich mit Public Relations befassten Personen und die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Public Relations. Darüber hinaus fördert der Verein, durch das Schaffen und Steigern von Bewusstsein sowie entsprechenden Weiterbildungsmaßnahmen, die nach höchsten qualitativen und ethischen Ansprüchen ausgerichtete PR-Arbeit.

## § 3. Mittel zur Erreichung des Vereinszweckes

- (1) Der Vereinszweck soll durch die in den Abs. 2 und 3 angeführten ideellen und materiellen Mittel erreicht werden.
- (2) Als ideelle Mittel dienen:
  - a) Mitwirkung am Zustandekommen von Regelungen, Normen, Gesetzen und dergleichen, die Public Relations betreffen
  - b) Aus- und Weiterbildung nach einem an den Anforderungen des Vereins orientierten langfristigen Konzepts
  - c) Veranstaltungen
  - d) Erfahrungsaustausch und Kontaktpflege
  - e) Herausgabe von Publikationen
  - f) Vermittlung von Fachwissen
- (3) Die erforderlichen materiellen Mittel sollen aufgebracht werden durch:
  - a) Beitrittsgebühren und Mitgliedsbeiträge
  - b) Spenden
  - c) sonstige Zuwendungen
  - d) Fachveranstaltungen
  - e) Besitz und Betrieb von Unternehmen
  - f) Organisation von Fachpreisen und Auszeichnungen
  - g) Förderungen und Sponsoring

## § 4. Arten der Mitgliedschaft

- (1) Die Mitglieder des Vereins gliedern sich in
  - 1.1. Personenmitglieder
    - a) Ordentliche Personenmitglieder
    - b) PRVA Newcomer
    - c) Senioren- und Ehrenmitglieder
    - d) Mitarbeiter:innen in Non Profit Organisationen
    - e) je ein/e Vertreter:in eines fördernden Mitglieds

f) je ein/e Vertreter:in einer PRVA-Wirtschaftspartnerin/eines PRVA-Wirtschaftspartners

- 1.2. Gruppenmitglieder (Institutionen, Agenturen und Unternehmen)
- 1.3. Non Profit Organisationen
- 1.4. Fördernde Mitglieder des PRVA

- (2) Ordentliche Mitglieder sind solche, die die erforderliche berufliche Qualifikation und Praxis mitbringen, beruflich im Bereich der Public Relations tätig sind und die sich aktiv an der Vereinsarbeit beteiligen. Diese Mitglieder können auch dann ordentliche Mitglieder bleiben, wenn sie in beruflichen Ruhestand treten, aber weiterhin am Vereinsleben teilhaben wollen.
- (3) Zu den PRVA-Newcomer zählen:
- a) StudentInnen, die ein Hochschulstudium oder eine qualifizierte PR-Ausbildung absolvieren oder absolviert haben, das 30. Lebensjahr noch nicht vollendet haben, eine PR-Tätigkeit anstreben oder betreiben und sich aktiv an der Vereinsarbeit beteiligen.
  - b) Bereits in der PR-Tätige, die jedoch noch nicht über die erforderliche berufliche Qualifikation und/oder Praxis für eine ordentliche Mitgliedschaft verfügen, sowie das 30. Lebensjahr noch nicht vollendet haben

Der Mitgliedsbeitrag für PRVA-Newcomers beträgt max. 20 Prozent des Mitgliedsbeitrages für ordentliche Mitglieder.

Bei Überschreitung der Altersgrenze von 30 Jahren geht eine PRVA Newcomers Mitgliedschaft automatisch in eine reguläre PRVA-Mitgliedschaft über, sofern das Mitglied seinen Austritt nicht drei Monate vor Ende des Kalenderjahres, in dem das Mitglied den 30. Geburtstag hat, bekannt gibt.

- (4) Für PR-Fachleute aus Non-Profit-Organisationen (NPOs), die den Kriterien eines ordentlichen Mitglieds entsprechen und deren Organisation Trägerin des Österreichischen Spendengütesiegels und/oder vom Finanzamt als spendenbegünstigte Einrichtung gelistet ist, beträgt der Mitgliedsbeitrag 50 Prozent des Beitrags für ordentliche Mitglieder.
- (5) Seniorenmitglieder sind solche, die die Kriterien für ordentliche Mitglieder erfüllen, aber bereits im beruflichen Ruhestand sind. Der Mitgliedsbeitrag für Seniorenmitglieder beträgt 50 Prozent des allgemeinen Mitgliedsbeitrages.
- (6) Ehrenmitglieder sind Personen, die hierzu für besondere Verdienste um den Verein ernannt werden.
- (7) Gruppenmitgliedschaft für Institutionen, Agenturen und Unternehmen.
- a) Institutionelle Mitglieder sind Interessenvertretungen und Organisationen, die Interessen auf dem Gebiet der Public Relations wahrnehmen, den Aufnahmekriterien des PRVA entsprechen und bei denen mindestens eine leitende Mitarbeiterin / ein leitender Mitarbeiter oder Organ Personenmitglied des PRVA ist.
  - b) Agenturmitglieder sind PR-Agenturen, die den Aufnahmekriterien des PRVA entsprechen und bei denen mindestens eine leitende Mitarbeiterin/ein leitender Mitarbeiter Personenmitglied des PRVA ist.
  - c) Unternehmensmitglieder sind Unternehmen, die Interessen auf dem Gebiet der Public Relations wahrnehmen, den Aufnahmekriterien des PRVA entsprechen und bei

denen mindestens eine leitende Mitarbeiterin/ein leitender Mitarbeiter oder Organ Personenmitglied des PRVA ist.

- (8) NPO-Mitglieder sind Non Profit Organisationen, die den Aufnahmekriterien des PRVA entsprechen, Träger des Österreichischen Spendengütesiegels und/oder vom Finanzamt als spendenbegünstigte Einrichtung gelistet sind und bei denen mindestens eine leitende Mitarbeiterin / ein leitender Mitarbeiter ordentliches Mitglied des PRVA ist. Der Mitgliedsbeitrag beträgt max. 70 Prozent des Mitgliedsbeitrages für Gruppenmitglieder.
- (9) Fördernde Mitglieder des PRVA sind solche, die die Erfüllung des Vereinszweckes vor allem durch die Zahlung eines erhöhten Mitgliedsbeitrages unterstützen.
- (10) Alle Mitgliedsbeiträge werden zu Beginn eines Kalenderjahres automatisch lt. Verbraucherpreisindex der Statistik Austria erhöht.

## § 5. Erwerb der Mitgliedschaft

- (1) Personenmitglieder können nur natürliche Personen sein. Institutionelle, Agentur und Unternehmensmitglieder sowie Förderer können sowohl natürliche als auch juristische Personen und rechtsfähige Personengesellschaften sein.
- (2) Über die Aufnahme von Mitgliedern entscheidet der Vorstand.
- (3) Grundsätzlich kann Mitglied des PRVA werden, wer
  - a) sein Interesse (schriftlich oder per E-Mail) beim Vorstand deponiert und
  - b) die Beitrittsformulare vollständig und wahrheitsgemäß ausfüllt;
  - c) den Ehrenkodex des PRVA und den Athener Kodex unterschreibt und sich zu deren Einhaltung verpflichtet.
  - d) und bei dem kein offenes Verfahren des österreichischen Ethik-Rates für Public Relations anhängig ist.
- (4) Die Aufnahme von ordentlichen Mitgliedern, PRVA-Newcomer, Senioren- und Ehrenmitgliedern, institutionellen, Agentur- und Unternehmens-Mitgliedern sowie Förderern kann ohne Angabe von Gründen verweigert werden. Sollte die Beitrittserklärung vom Vorstand abgelehnt werden, steht dem Antragsteller eine Berufung an die Generalversammlung zu.
- (5) Die Ernennung zum Ehrenmitglied erfolgt auf Antrag eines Mitgliedes durch Beschluss der Generalversammlung.

## § 6. Beendigung und Umwandlung einer Mitgliedschaft

- (1) Die Mitgliedschaft erlischt durch Tod, bei juristischen Personen und Personengesellschaften durch Verlust der Rechtspersönlichkeit, durch freiwilligen Austritt- oder durch Ausschluss.
- (2) Der Austritt kann jederzeit erfolgen, doch muss der gesamte Mitgliedsbeitrag für das laufende Jahr zuzüglich allfälliger Mahnspesen entrichtet werden.
- (3) Der Vorstand kann ein Mitglied ausschließen, wenn dieses trotz zweimaliger schriftlicher Mahnung unter Setzung einer angemessenen Nachfrist länger als zwei Monate mit der Zahlung der Mitgliedsbeiträge im Rückstand ist. Die Verpflichtung zur Zahlung der fällig gewordenen Mitgliedsbeiträge bleibt hievon unberührt.

- (4) Der Ausschluss eines Mitgliedes aus dem Verein kann vom Vorstand auch aus folgenden Gründen beschlossen werden:
- a) wenn das Mitglied seine Mitgliedspflichten grob verletzt;
  - b) wenn sich das Mitglied unehrenhaft verhält, insbesondere gegen den von der Generalversammlung beschlossenen Ehrenkodex oder den Athener Kodex verstößt;
  - c) wenn das Mitglied die freie Berufsordnung oder die damit verbundene Verpflichtung zur Aus- und Weiterbildung grob verletzt;
  - d) wenn bei institutionellen, Agentur- oder Unternehmens-Mitgliedern keine leitende Mitarbeiterin/kein leitender Mitarbeiter mehr ordentliches Mitglied des PRVA ist.

Gegen den Ausschluss von Personenmitgliedern, institutionellen, Agentur- und Unternehmens-Mitgliedern, sowie Förderern ist die Berufung an die Generalversammlung zulässig, bis zu deren Entscheidung die Mitgliedsrechte ruhen. Der Vorstand kann als Sanktion einen Verweis verfügen.

- (5) Die Aberkennung der Ehrenmitgliedschaft kann aus den im Abs. 4 genannten Gründen von der Generalversammlung über Antrag des Vorstandes beschlossen werden.
- (6) Personenmitglieder können vom Vorstand auf Antrag des Mitglieds für maximal 2 Jahre ruhend gestellt werden, wenn das Mitglied aus Karenzgründen oder wegen eines Auslandsaufenthalts an der aktiven Arbeit des Verbandes vorübergehend nicht teilnehmen kann. Während des Ruhens der Mitgliedschaft ist kein Mitgliedsbeitrag zu entrichten.
- (7) Bei Überschreitung der Altersgrenze von 30 Jahren geht eine PRVA Newcomers Mitgliedschaft automatisch in eine reguläre ordentliche Personenmitgliedschaft über, sofern das Mitglied seinen Austritt nicht drei Monate vor Ende des Kalenderjahres, in dem das Mitglied den 30. Geburtstag hat, bekannt gibt.

## § 7. Rechte und Pflichten der Mitglieder

- (1) Die Mitglieder verpflichten sich, entsprechend dem Grundsatz der Freiheit der Information und Kommunikation im Sinne des Athener Kodex und des PRVA-Ehrenkodex zu handeln.
- (2) Die Mitglieder sind berechtigt, an allen Veranstaltungen des Vereins teilzunehmen und die Leistungen des Vereins zu beanspruchen. Das Stimmrecht in der Generalversammlung sowie das aktive und passive Wahlrecht stehen nur Personenmitgliedern zu.
- (3) Jedes Mitglied ist berechtigt, vom Vorstand die Ausfolgung der Statuten zu verlangen.
- (4) Mindestens ein Zehntel der Mitglieder kann vom Vorstand die Einberufung einer Generalversammlung verlangen.
- (5) Die Mitglieder sind in jeder Generalversammlung vom Vorstand über die Tätigkeit und finanzielle Gebarung des Vereins zu informieren. Wenn mindestens ein Zehntel der Mitglieder dies unter Angabe von Gründen verlangt, hat der Vorstand den betreffenden Mitgliedern eine solche Information auch sonst binnen vier Wochen zu geben.
- (6) Die Mitglieder sind vom Vorstand über den geprüften Rechnungsabschluss (Rechnungslegung) zu informieren. Geschieht dies in der Generalversammlung, sind die Rechnungsprüfer einzubinden.

- (7) Die Mitglieder sind verpflichtet, die Interessen des Vereins nach Kräften zu fördern und alles zu unterlassen, wodurch das Ansehen und der Zweck des Vereins Abbruch erleiden könnte. Sie haben die Vereinsstatuten und die Beschlüsse der Vereinsorgane zu beachten.
- (8) Die wichtigste Berufspflicht der in der PR-Tätigen ist die Treue zu ihren Arbeit-/Auftraggeber/-innen. Bei der Vertretung der Interessen der Arbeit-/Auftraggeber/-innen und der Durchführung ihrer Aufträge sind die Grundsätze des Athener Kodex und des PRVA-Ehrenkodex zu beachten, ohne Rücksicht auf wirtschaftliche Eigeninteressen und Kollegen.
- (9) Verschwiegenheit über die ihnen anvertrauten oder bekannt gewordenen Angelegenheiten der Arbeit-/Auftraggeber:innen ist verpflichtend, insbesondere ist über bekannt gewordene Geschäfts- oder Betriebsgeheimnisse strengstes Stillschweigen zu bewahren.
- (10) Der PRVA kooperiert mit Forschungs- und Bildungseinrichtungen auf nationaler und internationaler Ebene und führt auch selbst Branchenerhebungen und Studien durch. Dies ist dem Vereinszweck entsprechend notwendig, um jene Daten zu erheben, die zur Interessenvertretung und Darstellung der Leistungen und der gesamtwirtschaftlichen Bedeutung der österreichischen PR-Branche notwendig sind.

Die Mitglieder des PRVA sind verpflichtet, an den vom PRVA durchgeführten Studien und Umfragen teilzunehmen und erhalten gleichberechtigt Zugang zu allen diesbezüglichen Veröffentlichungen auf nationaler und internationaler Ebene.

## § 8. Vereinsorgane

Organe des Vereins sind die Generalversammlung (§§ 9 und 10), der Vorstand (§§ 11 bis 13), die Generalsekretärin / der Generalsekretär (§ 13f) die Rechnungsprüfer:innen (§ 14), das Schiedsgericht (§ 15), der Wissenschaftliche Senat (§ 13a bis 13e) und die Mittelverwendungskommission (§ 13d).

## § 9. Die Generalversammlung

- (1) Die Generalversammlung ist die "Mitgliederversammlung" im Sinne des Vereinsgesetzes 2002. Die ordentliche Generalversammlung findet alljährlich innerhalb von drei Monaten nach Beginn des Kalenderjahres statt.
- (2) Eine außerordentliche Generalversammlung findet auf:
  - a) Beschluss des Vorstandes oder der ordentlichen Generalversammlung
  - b) schriftlichen oder per E-Mail begründetem Antrag von mindestens einem Zehntel der Mitglieder,
  - c) Verlangen der Rechnungsprüfer:innen
  - d) Beschluss der Rechnungsprüfer:innen bzw. eines Rechnungsprüfer/einer Rechnungsprüferin,
  - e) Beschluss einer gerichtlich bestellten Kuratorin/eines gerichtlich bestellten Kurators
 innerhalb von sechs Wochen statt.
- (3) Sowohl zu den ordentlichen als auch zu den außerordentlichen Generalversammlungen sind alle Mitglieder mindestens drei Wochen vor dem Termin schriftlich oder per E-Mail (an die vom Mitglied dem Verein bekannt gegebene E-Mail-Adresse) einzuladen. Die Anberaumung der Generalversammlung hat unter Angabe der Tagesordnung zu erfolgen. Die Einberufung

erfolgt durch den Vorstand, durch die/einen Rechnungsprüfer oder durch einen gerichtlich bestellten Kurator.

- (4) Anträge sowie Ergänzungen der Tagesordnung zur Generalversammlung sind mindestens zwei Wochen vor dem Termin der Generalversammlung beim Vorstand des Verbandes per Adresse Vereinssitz schriftlich oder per E-Mail einzureichen. Diese sind den Mitgliedern der Generalversammlung spätestens sieben Tage vor der Generalversammlung anzukündigen. Änderungen oder Ergänzungen rechtzeitig eingereichter Anträge können im Zuge der Generalversammlung eingebracht werden.
- (5) Gültige Beschlüsse – ausgenommen solche über einen Antrag auf Einberufung einer außerordentlichen Generalversammlung – können nur zur Tagesordnung gefasst werden.
- (6) An der Generalversammlung sind alle Mitglieder teilnahmeberechtigt. Stimmberechtigt sind nur Personenmitglieder. Jedes Mitglied hat eine Stimme. Die Übertragung des Stimmrechts auf ein anderes Mitglied im Wege einer schriftlichen Bevollmächtigung ist zulässig.

Die Generalversammlung ist bei Anwesenheit der Hälfte aller stimmberechtigten Mitglieder beschlussfähig. Ist die Generalversammlung zur festgesetzten Stunde nicht beschlussfähig, so findet die Generalversammlung dreißig Minuten später mit derselben Tagesordnung statt und ist ohne Rücksicht auf die Anzahl der Erschienenen beschlussfähig.

- (7) Die Beschlussfassungen in der Generalversammlung erfolgen mit einfacher Stimmenmehrheit auf Basis der abgegebenen gültigen Stimmen. Ergibt sich bei mehr als zwei vorliegenden Anträgen keine einfache Stimmenmehrheit, ist eine Abstimmung zwischen den beiden stimmenstärksten Anträgen durchzuführen. Ein Beschluss, mit dem die Statuten des Vereins geändert oder der Verein aufgelöst werden soll, bedarf einer qualifizierten Mehrheit von zwei Dritteln der abgegebenen gültigen Stimmen.
- (8) Die Wahlen in der Generalversammlung erfolgen mit einfacher Stimmenmehrheit auf Basis der abgegebenen gültigen Stimmen. Die Wahl des Vorstandes erfolgt schriftlich und geheim. Zur Wahl gestellt werden Wahllisten, die jeweils einen kompletten Vorstand mit Funktionszuordnung enthalten.

Zur Abstimmung gelangen alle Listen, die von mindestens zehn Unterstützungserklärungen durch stimmberechtigte Mitglieder getragen werden und mindestens zwei Wochen vor dem Termin der Generalversammlung beim Vorstand des Verbandes per Adresse Vereinssitz schriftlich oder per E-Mail eingereicht wurden. Alle eingereichten Wahllisten können im Vereinssitz eingesehen werden. Wenn eine gewählte Kandidati /ein gewählter Kandidat die Wahl nicht annimmt oder keine entsprechende oder nur eine Wahlliste vorliegt, oder Kandidat:innen aus der Wahlliste nicht gewählt werden, können Kandidat:innen während der Generalversammlung nominiert und gewählt werden. Bei Vorliegen von nur einer Wahlliste ist über Antrag eines Mitglieds, wenn mindestens zehn Mitglieder diesen Antrag unterstützen, eine Einzelabstimmung der Kandidat:innen laut Wahlliste durchzuführen.

- (9) Den Vorsitz der Generalversammlung führt die Präsidentin/der Präsident, in dessen Verhinderung die erste Vizepräsidentin/der erste Vizepräsident, in dessen Verhinderung die zweite Vizepräsidentin/der zweite Vizepräsident.

## § 10. Aufgabenkreis der Generalversammlung

Der Generalversammlung sind folgende Aufgaben vorbehalten:

- a) Entgegennahme und Genehmigung des Rechenschaftsberichtes und des Rechnungsabschlusses unter Einbindung der Rechnungsprüfer:innen;
- b) Beschlussfassung über den Voranschlag;
- c) Wahl und Enthebung der Mitglieder des Vorstandes und der Rechnungsprüfer:innen;
- d) Festsetzung der Höhe der Beitrittsgebühr und der Mitgliedsbeiträge;
- e) Entlastung des Vorstandes;
- f) Genehmigung von Rechtsgeschäften zwischen Rechnungsprüfer:innen und Verein;
- g) Verleihung und Aberkennung der Ehrenmitgliedschaft;
- h) Beschlussfassung über Statutenänderungen und die freiwillige Auflösung des Vereins;
- i) Beschluss des Public Relations-Ehrenkodex für die Mitglieder;
- j) Beratung und Beschlussfassung über sonstige auf der Tagesordnung stehende Anträge und Fragen.

## § 11. Der Vorstand

- (1) Der Vorstand besteht aus höchstens sieben gewählten Mitgliedern und zwar aus dem Präsidenten/der Präsidentin, zwei Vizepräsident:innen, , einer Finanzreferentin/einem Finanzreferent und bis zu drei weiteren Vorstandsmitgliedern. Der Vorstand hat die Möglichkeit, zusätzlich bis zu zwei weitere Mitglieder in den Vorstand zu kooptieren. Kooptierte Mitglieder haben im Vorstand das Stimmrecht. Der Verein „Österreichisches PR-Gütezeichen“ (ÖPR) hat das Recht, dem Vorstand eine Person zur Kooptierung vorzuschlagen.
- (2) In den Vorstand können nur Personenmitglieder gewählt werden.
- (3) Der Vorstand, der von der Generalversammlung gewählt wird, hat bei Ausscheiden eines gewählten Mitglieds das Recht, an seine Stelle ein anderes, wählbares Mitglied zu kooptieren, wozu die nachträgliche Genehmigung in der nächstfolgenden Generalversammlung einzuholen ist. Fällt der Vorstand ohne Selbstergänzung durch Kooptierung überhaupt oder auf unvorhersehbar lange Zeit aus, so ist jede Rechnungsprüferin/jeder Rechnungsprüfer verpflichtet, unverzüglich eine außerordentliche Generalversammlung zum Zweck der Neuwahl eines Vorstandes einzuberufen. Sollten auch die Rechnungsprüfer:innen handlungsunfähig sein, hat jedes ordentliche Mitglied, das die Notsituation erkennt, unverzüglich die Bestellung einer Kuratorin / eines Kurators beim zuständigen Gericht zu beantragen, der umgehend eine außerordentliche Generalversammlung einzuberufen hat.
- (4) Die Funktionsdauer des Vorstandes beträgt zwei Jahre; Wiederwahl ist möglich. Die Funktionsdauer der kooptierten Vorstandsmitglieder endet gleichzeitig mit der des übrigen Vorstandes. Jede Funktion im Vorstand ist persönlich auszuüben.
- (5) Der Vorstand wird von der Präsidentin / vom Präsidenten, in dessen Verhinderung von der ersten Vizepräsidentin /vom ersten Vizepräsidenten, in dessen Verhinderung von der zweiten Vizepräsidentin/vom zweiten Vizepräsidenten schriftlich oder per E-Mail oder mündlich einberufen.
- (6) Der Vorstand ist beschlussfähig, wenn alle seine Mitglieder eingeladen wurden und mindestens die Hälfte von ihnen anwesend ist.

- (7) Der Vorstand fasst seine Beschlüsse mit einfacher Stimmenmehrheit; bei Stimmgleichheit gibt die Stimme der Vorsitzenden / des Vorsitzenden den Ausschlag. Für die Aufnahme und den Ausschluss - von Vereinsmitgliedern ist Zweidrittelmehrheit erforderlich.
- (8) Den Vorsitz im Vorstand und in der Generalversammlung führt die Präsidentin / der Präsident, in dessen Verhinderung die Vizepräsidentin / der Vizepräsident.
- (9) Außer durch Tod oder Ablauf der Funktionsperiode erlischt die Funktion eines Vorstandsmitgliedes durch Enthebung oder Rücktritt.
- (10) Die Generalversammlung kann jederzeit den gesamten Vorstand oder einzelne seiner Mitglieder entheben. Die Enthebung tritt mit Bestellung des neuen Vorstands bzw. Vorstandsmitglieds in Kraft.
- (11) Die Vorstandsmitglieder können jederzeit schriftlich oder per E-Mail ihren Rücktritt erklären. Die Rücktrittserklärung ist an den Vorstand, im Falle des Rücktritts des gesamten Vorstandes an die Generalversammlung zu richten. Der Rücktritt wird erst mit Wahl beziehungsweise Kooptierung eines Nachfolgers wirksam.
- (12) Beschlüsse besonderer Dringlichkeit können auch außerhalb der Vorstandssitzungen im Umlaufverfahren per E-Mail gefasst werden. Der abzustimmende Antrag muss
  - a) klar formuliert sein,
  - b) von mindestens der Hälfte der Vorstandsmitglieder
  - c) und in einem festgelegten Zeitraum (z.B. 24 Stunden) beschlossen werden,
  - d) außerdem eine begründete Dringlichkeit haben. Darunter fällt vor allem die Aufnahme neuer Mitglieder.

## § 12. Aufgabenkreis des Vorstandes

(1) Dem Vorstand als dem "Leitungsorgan" im Sinne des Vereinsgesetzes 2002 obliegt die Leitung des Vereins. Ihm kommen alle Aufgaben zu, die nicht durch die Statuten einem anderen Vereinsorgan zugewiesen sind. In seinen Wirkungsbereich fallen insbesondere folgende Angelegenheiten:

- a) Erstellung des Jahresvoranschlages sowie die Abfassung des Rechenschaftsberichtes und des Rechnungsabschlusses;
- b) Vorbereitung der Generalversammlung;
- c) Einberufung der ordentlichen und außerordentlichen Generalversammlung;
- d) Verwaltung des Vereinsvermögens;
- e) Aufnahme und Ausschluss von Vereinsmitgliedern (ausgenommen Ehrenmitgliedern) sowie Vorschlag an die Generalversammlung bezüglich des Ausschlusses von Ehrenmitgliedern;
- f) Einrichtung eines den Anforderungen des Vereins entsprechenden Rechnungswesens mit laufender Aufzeichnung der Einnahmen/Ausgaben und Führung eines Vermögensverzeichnisses als Mindestanforderung;
- g) Information der Vereinsmitglieder über die Vereinstätigkeit, die Vereinsgebarung und den geprüften Rechnungsabschluss;
- h) Einrichtung und Koordination von Landesgruppen, Arbeitskreisen und Nominierung von Delegierten, sowie Festlegung ihrer Aufgaben;
- i) Aufnahme und Kündigung von Angestellten des Vereins.
- j) Bestellung der Generalsekretär / des Generalsekretärs.

(2) Der Generalsekretär / die Generalsekretärin unterstützt den Vorstand bei der Erfüllung der Aufgaben des Abs. 1. Dabei unterliegt der Generalsekretär / die Generalsekretärin den Weisungen des Vorstands.

### § 13. Besondere Obliegenheiten einzelner Vorstandsmitglieder

- (1) Die Präsidentin/der Präsident führt die laufenden Geschäfte des Vereins. Die Generalsekretärin/der Generalsekretär hat die Präsidentin / den Präsidenten bei der Führung der Vereinsgeschäfte zu unterstützen und unterliegt dabei den Weisungen der Präsidentin / des Präsidenten.
- (2) Die Finanzreferentin/der Finanzreferent ist für die ordnungsgemäße Geldgebarung des Vereins verantwortlich.
- (3) Der Verein wird durch die Präsidentin/den Präsidenten gemeinsam mit einer Vizepräsidentin/einem Vizepräsidenten oder der Generalsekretärin/dem Generalsekretär oder von einer Vizepräsidentin /einem Vizepräsidenten gemeinsam mit der Generalsekretärin/dem Generalsekretär nach außen vertreten. Schriftliche Ausfertigungen und Bekanntmachungen des Vereins, insbesondere den Verein verpflichtende Urkunden, sind von jeweils zwei vertretungsbefugten Mitgliedern des Vorstandes zu unterfertigen.
- (4) Rechtsgeschäftliche Bevollmächtigungen, den Verein nach außen zu vertreten bzw. für ihn zu zeichnen, können ausschließlich von den in Abs 4 genannten Vorstandsmitgliedern erteilt werden.
- (5) Bei Gefahr im Verzug ist die Präsidentin / der Präsident berechtigt, auch in Angelegenheiten, die in den Wirkungsbereich der Generalversammlung oder des Vorstands fallen, unter eigener Verantwortung selbständig Anordnungen zu treffen; im Innenverhältnis bedürfen diese jedoch der nachträglichen Genehmigung durch das zuständige Vereinsorgan.

### § 13a Wissenschaftlicher Senat

- (1) Der Wissenschaftliche Senat ist ein Organ zur Förderung wissenschaftlicher Forschung im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit. Mitglieder des Wissenschaftlichen Senats können Personen aus der Wissenschaft und aus der Wirtschaft sein, die aufgrund ihrer Interessen und Fähigkeiten die wissenschaftliche Forschung im Zusammenhang mit Öffentlichkeitsarbeit unterstützen wollen. Der Wissenschaftliche Senat besteht aus ordentlichen Mitgliedern.
- (2) Die Mitglieder des Wissenschaftlichen Senats führen den Titel "Senatorin / Senator".
- (3) Die ordentlichen Mitglieder des Wissenschaftlichen Senats sind
  - a) Mitglieder, die gemäß § 13a Abs 4 Förderungsbeiträge leisten;
  - b) führende Personen aus dem Bereich der wissenschaftlichen Forschung der Öffentlichkeitsarbeit, die von den unter a) genannten Personen einstimmig als Mitglieder des Wissenschaftlichen Senats bestimmt werden.
- (4) Die ordentlichen Mitglieder des Wissenschaftlichen Senats gem. Abs 3 lit a sind zur Zahlung des Förderungsbeitrages in der Höhe von € 3.700 pro Kalenderjahr spätestens bis zum 31.3. des laufenden Jahres verpflichtet.
- (5) Mitglieder des Wissenschaftlichen Senats sind Mitglieder des PRVA gem. § 4 Abs 9 der Verbandsstatuten.

## § 13b Mitgliedschaft im Wissenschaftlichen Senat

- (1) Ordentliches Mitglied des Wissenschaftlichen Senats kann werden, wer
  - a) sein Interesse beim Vorstand des PRVA und/oder beim Wissenschaftlichen Senat deponiert,
  - b) Fragen der Wissenschaft und der Forschung sowie der Aus- und Weiterbildung im Rahmen der wissenschaftlichen Forschung der Öffentlichkeitsarbeit unterstützt;
  - c) sich zur Leistung des Mitgliedsbeitrages verpflichtet oder gem. § 13a Abs 3 lit b zum Mitglied des Wissenschaftlichen Senats ernannt wird.
- (2) Die Aufnahme von Mitgliedern des Wissenschaftlichen Senats kann vom Vorstand ohne Angabe von Gründen verweigert werden. Sollte der Antrag auf Mitgliedschaft verweigert werden, steht der Antragstellerin/dem Antragsteller die Berufung an die Generalversammlung zu.
- (3) Die Mitgliedschaft erlischt durch Tod, freiwilligen Austritt oder durch Ausschluss.
- (4) Der Austritt kann jederzeit erfolgen, ungeachtet dessen muss der gesamte Mitgliedsbeitrag für das laufende Kalenderjahr bezahlt werden. Den Ausschluss eines Mitglieds kann der Vorstand vornehmen, wenn dieses trotz zweimaliger schriftlicher Mahnung länger als zwei Monate mit der Zahlung des Mitgliedsbeitrages im Rückstand ist; der Ausschluss des Mitglieds entbindet dieses nicht von der Zahlung des offenen Mitgliedsbeitrages.
- (5) Der Ausschluss eines Mitglieds kann weiters vom Vorstand unter Zustimmung der Mittelverwendungskommission aus folgenden Gründen beschlossen werden:
  - a) wenn das Mitglied seine Pflichten verletzt,
  - b) wenn das Mitglied krass widersprüchlich zu den Zielsetzungen des PRVA handelt, insbesondere gegen den von der Generalversammlung beschlossenen Ehrenkodex oder den Athener Kodex verstößt.

Gegen den Ausschluss einer Senatorin / eines Senators ist die Berufung an die Generalversammlung zulässig; bis zu deren Entscheidung ruhen die Rechte als Mitglied des Wissenschaftlichen Senats.

## § 13c Aufgaben und Mittel des Wissenschaftlichen Senats

- (1) Dem Wissenschaftlichen Senat obliegt im Rahmen der Zielsetzungen des PRVA insbesondere
  - a) die Förderung der wissenschaftlichen Forschung im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit,
  - b) die Förderung des Nachwuchses im Bereich Wissenschaft und Forschung betreffend Öffentlichkeitsarbeit,
  - c) die Aus- und Weiterbildung in Bezug auf Wissenschaft und Forschung betreffend Öffentlichkeitsarbeit.
- (2) Der Wissenschaftliche Senat ist bei Anwesenheit der Hälfte aller Senator:innen beschlussfähig. Die Beschlussfassung erfolgt mit einfacher Mehrheit. Ist der Wissenschaftliche Senat zu dem angesetzten Termin nicht beschlussfähig, so wird der Termin nach weiteren 15 Minuten mit derselben Tagesordnung fortgesetzt. Der Wissenschaftliche Senat ist dann ohne Rücksicht auf die Anzahl der erschienenen Senator:innen beschlussfähig.

- (3) Der Wissenschaftliche Senat entsendet den Vorsitzenden / die Vorsitzende und ein weiteres Mitglied in die Mittelverwendungskommission (§ 13d).
- (4) Der Wissenschaftliche Senat bestimmt über die Verwendung der von seinen Mitgliedern eingebrachten Beiträge vorbehaltlich der Zustimmung der Mittelverwendungskommission.
- (5) Der Wissenschaftliche Senat wählt förderungswürdige Projekte und Vorhaben aus, die den Zielsetzungen des Absatzes 1 und des PRVA entsprechen und schlägt diese der Mittelverwendungskommission zur Durchführung vor. Im Falle der Verwendung von mehr als 20 % des zum Stichtag 31.3.2002 von den Mitgliedern des Wissenschaftlichen Senats eingebrachten Kapitals bedarf es zusätzlich der Zustimmung des Vorstandes des PRVA.
- (6) Aufgabe des Wissenschaftlichen Senats ist insbesondere die Betreuung der Abwicklung der genehmigten Projekte und die Kontrolle der widmungsgemäßen Verwendung der zur Verfügung gestellten Mittel.

### § 13d Mittelverwendungskommission

- (1) Die Mittelverwendungskommission besteht aus vier Beiräten, einschließlich ihrer Vorsitzenden / ihres Vorsitzenden und der Präsidentin / des Präsidenten des PRVA. Die Vorsitzende /der Vorsitzende wird vom Wissenschaftlichen Senat ernannt. Je ein Beirat wird vom Vorstand des PRVA und vom Wissenschaftlichen Senat ernannt.
- (2) Der Mittelverwendungskommission obliegt die treuhändische Verwaltung aller von den Mitgliedern des Wissenschaftlichen Beirats des Wissenschaftlichen Senats eingebrachten Beiträge und deren Erträge.
- (3) Grundsätzlich sollen die Mittel des Wissenschaftlichen Senats ähnlich einem Fonds verwaltet werden, wonach das Kapital unangetastet bleiben soll, und im Wege einer optimalen und sicheren Veranlagung der Mittel die Zwecke des Wissenschaftlichen Senats aus der Verwendung der Erträge erreichbar sein sollen.
- (4) Der Mittelverwendungskommission obliegt hierzu die Genehmigung und die Mittelfreigabe betreffend die Projekte und Vorhaben gemäß den Beschlüssen des Wissenschaftlichen Senats (§ 13c Abs 4). Im Falle der Verwendung von mehr als 20 % des zum Stichtag 31.3.2002 von den Mitgliedern des Wissenschaftlichen Senats eingebrachten Kapitals bedarf es zusätzlich der Zustimmung des Vorstandes des PRVA.
- (5) Die Mittelverwendungskommission wird von der / vom Vorsitzenden einberufen und ist bei Vollzähligkeit beschlussfähig. Die Beschlussfassung mittels schriftlichen Umlaufbeschlusses ist zulässig. Bei Stimmengleichheit entscheidet die Stimme der / des Vorsitzenden der Mittelverwendungskommission.

### § 13e Auflösung des Wissenschaftlichen Senats

- (1) Die freiwillige Auflösung des Wissenschaftlichen Senats kann nur in einer zu diesem Zwecke einberufenen außerordentlichen Versammlung der Mitglieder des Wissenschaftlichen Senats und nur mit Zweidrittelmehrheit der abgegebenen Stimmen beschlossen werden.
- (2) Im Falle der Auflösung des Wissenschaftlichen Senats verbleiben seine Mittel beim PRVA, der auch während des Bestehens des Wissenschaftlichen Senats Eigentümer dieser Mittel ist.

- (2) Im Falle der Auflösung des PRVA ist dieser verpflichtet, die Mittel des Wissenschaftlichen Senats einer gleichartigen Institution zur Erreichung der Zwecke des Wissenschaftlichen Senats gem. den Punkten 13 a bis 13 d des Statutes zur Überweisung zu bringen.

### § 13f Die Generalsekretärin / der Generalsekretär

- (1) Die Generalsekretärin / der Generalsekretär wird vom Vorstand mit einfacher Mehrheit bestellt. Die Generalsekretärin / der Generalsekretär ist Angestellter des Vereins. Nach der Bestellung hat der Vorstand mit der Generalsekretärin / dem Generalsekretär einen Dienstvertrag für die Bestelldauer zu schließen.
- (2) Die Generalsekretärin / der Generalsekretär kann vom Vorstand jederzeit ohne Angabe von Gründen abbestellt werden. Im Dienstvertrag ist vorzusehen, dass mit der Abberufung auch der Dienstvertrag der Generalsekretärin / des Generalsekretärs als aufgelöst gilt. Der Vorstand hat der Generalversammlung darüber innerhalb von zwei Wochen nach Abbestellung schriftlich zu berichten.

### § 14. Die Rechnungsprüfer:innen

- (1) Die zwei Rechnungsprüfer:innen werden von der Generalversammlung auf die Dauer von einem Jahr gewählt. Wiederwahl ist möglich. Die Rechnungsprüfer dürfen keinem Organ – mit Ausnahme der Generalversammlung – angehören, dessen Tätigkeit Gegenstand der Prüfung ist.
- (2) Den Rechnungsprüfer:innen obliegen die laufende Geschäftskontrolle und die Prüfung der Finanzgebarung des Vereins im Hinblick auf die Ordnungsmäßigkeit der Rechnungslegung und die statutenmäßige Verwendung der Mittel. Sie haben dem Vorstand über das Ergebnis der Überprüfung zu berichten.
- (3) Rechtsgeschäfte zwischen Rechnungsprüfer:innen und Verein bedürfen der Genehmigung durch die Generalversammlung.
- (4) Im Übrigen gelten für die Rechnungsprüfer:innen die Bestimmungen des § 11, Abs. 8, 9 und 10 sinngemäß.

### § 15. Das Schiedsgericht

- (1) Das Schiedsgericht entscheidet in allen aus dem Vereinsverhältnis entstehenden Streitigkeiten und über sämtliche Verletzungen sowohl der freiwilligen Berufsordnung als auch der Aus- und Weiterbildungsordnung, sofern keine andere Regelung in den Statuten festgelegt ist. Das Schiedsgericht ist eine "Schlichtungseinrichtung" im Sinne des Vereinsgesetzes 2002 und kein Schiedsgericht nach den §§ 577 ff ZPO.
- (2) Das Schiedsgericht setzt sich aus fünf ordentlichen Vereinsmitgliedern zusammen. Es wird derart gebildet, dass jeder Streitteil innerhalb von vier Wochen dem Vorstand zwei Mitglieder als Schiedsrichter schriftlich oder per E-Mail namhaft macht. Diese wählen innerhalb von sieben Tagen nach Verständigung durch den Vorstand mit Stimmenmehrheit eine Vorsitzende / einen Vorsitzenden des Schiedsgerichts. Bei Stimmgleichheit entscheidet unter die Vorgeschlagene / den Vorgeschlagenen das Los. Die Mitglieder des Schiedsgerichts dürfen keinem Organ – mit Ausnahme der Generalversammlung – angehören, dessen Tätigkeit Gegenstand der Streitigkeit ist.

- (3) Das Schiedsgericht fällt seine Entscheidung nach Gewährung beiderseitigen Gehörs binnen zwei Monaten nach vollständiger Bildung des Schiedsgerichts bei Anwesenheit aller seiner Mitglieder mit einfacher Stimmenmehrheit. Es entscheidet nach bestem Wissen und Gewissen. Seine Entscheidungen sind vereinsintern endgültig.

## § 16. Auflösung des Vereins

- (1) Die freiwillige Auflösung des Vereins kann nur in einer außerordentlichen Generalversammlung und nur mit Zweidrittelmehrheit der abgegebenen gültigen Stimmen beschlossen werden.
- (2) Diese Generalversammlung hat auch – sofern Vereinsvermögen vorhanden ist – über die Liquidation zu beschließen. Insbesondere hat sie eine Liquidatorin / einen Liquidator zu berufen und Beschluss darüber zu fassen, wem dieser das nach Abdeckung der Passiva verbleibende Vereinsvermögen zu übertragen hat. Bei Auflösung des Vereins oder bei Wegfall des bisherigen begünstigten Vereinszweckes ist das verbleibende Vereinsvermögen für gemeinnützige, mildtätige oder kirchliche Zwecke im Sinne der §§34 ff. Bundesabgabenordnung zu verwenden.

## GRUNDSÄTZE DER ÖFFENTLICHKEITSARBEIT

Public Relations umfassen alle konzeptiven und langfristigen Maßnahmen einer PR-Trägerin / eines PR-Trägers zur Wahrnehmung seiner Verpflichtungen und Rechte gegenüber der Gesellschaft beziehungsweise Öffentlichkeit mit dem Ziel, gegenseitiges Vertrauen aufzubauen und zu fördern.

Jedes PRVA-Mitglied bekennt sich zu dem in der Folge angeführten PRVA-Ehrenkodex und den Grundsätzen des Code d’Ethique International, angenommen von der Confédération Européenne Relations Publiques anlässlich der Generalversammlung in Athen am 11. Mai 1965 (Athener Kodex).

## PRVA-EHRENKODEX

Der Athener Kodex, der Lissabonner Kodex, die Stockholm Charta sowie der Online-Kodex des österreichischen PR-Ethik-Rats bilden einen integrierenden Bestandteil des PRVA-Ehrenkodex – davon ausgenommen sind die Artikel 10, 11 und 12 des Lissabonner Kodex.

1. Dieser Ehrenkodex ist für alle Mitglieder des PRVA bindend.
2. Die für Public Relations erforderliche Grundhaltung und die entsprechenden Maßnahmen bedingen eine demokratische Gesellschaftsordnung.
3. Public Relations müssen vom Geist der Partnerschaft getragen sein. Dies gilt für Unternehmen, Agenturen, Non-Profitorganisationen, NGOs und Einzelpersonen sowie für alle Disziplinen der Public Relations, wie die interne Kommunikation, Medienarbeit, Public Affairs, Investor Relations und andere.
4. Im unternehmerischen und institutionellen Bereich gehören Public Relations zum Verantwortungs- und Aktionsgebiet der Führungsspitze und sind daher nur in der Ausführung delegierbar.
5. Public Relations bedingen die Integration der PR-Trägerin/des PR-Trägers in die Gesellschaft und somit als Selbstverständnis die Akzeptanz von Rechten und Pflichten gegenüber den verschiedenen Gruppen der Öffentlichkeit. Dies inkludiert die Erfüllung sozialer, ethischer und umweltbezogener Anforderungen.

6. Im Medienbereich sind Public Relations vom Geiste der Kooperation und Eigenverantwortung auf Basis ehrlicher und langfristiger Kommunikation zwischen Redaktionen, Blogger:innen oder Influencer:innen und PR-Träger:innen gekennzeichnet.
7. Public Relations erfordern in ihrer praktischen Umsetzung hohe fachliche Qualifikationen, ein hohes Maß an persönlicher Integrität sowie starkes berufliches Engagement.
8. Public Relations sind eine selbstständige Disziplin und verlangen eigene, spezifische Strategien und Maßnahmen. Strategisch sind sie im Sinne einer integrierten Unternehmenskommunikation mit anderen Bereichen wie etwa Marketing, Verkaufsförderung, Werbung etc. zu koordinieren.
9. Bezahlte Informationsflächen müssen kanalspezifisch 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:innen, Hörer:innen oder Zuschauer:innen erkennbar ist. Dies gilt auch für kommerzielle Vereinbarungen, die sich auf die Kommunikation in digitalen Medien beziehen.
10. Koppelungsgeschäfte sind nicht zulässig. Sie liegen dann vor, wenn finanzielle Zuwendungen an ein Medium von redaktioneller Berichterstattung bzw. wenn Berichterstattung von finanziellen Zuwendungen abhängig gemacht wird.
11. Kommunikation im Online-Bereich muss für die Rezipient:innen transparent und kommunikationsethisch korrekt ablaufen. Dies umschließt insbesondere die Kennzeichnung bezahlter Inhalte, die Absender-Transparenz, die Einhaltung journalistischer Grundprinzipien in redaktioneller Online-Kommunikation, faire und respektvolle Kommunikation, eine klare Unternehmensverantwortung für Social Media-Auftritte sowie die gemeinsame Verantwortung von Auftraggeber:innen und Agentur. Detaillierte Handlungsempfehlungen gibt dazu der Online-Kodex des PR-Ethik-Rats.
12. Es widerspricht seriöser Öffentlichkeitsarbeit, Instrumente der PR dazu einzusetzen, um andere Personen, Unternehmen oder Institutionen herabzuwürdigen, zu diffamieren oder bewusst Falschmeldungen über sie zu verbreiten.
13. Erfolgsgarantien können nicht gegeben werden, wenn die vereinbarte PR-Leistung nur mit Hilfe von nicht in den Vertrag mit der Auftraggeberin/dem Auftraggeber einbezogenen, außenstehenden Dritten (z.B. Redakteur:innen, Blogger:innen oder Influencer:innen) oder aufgrund der freien Entscheidung solcher Dritter zustande kommen kann. Medienresonanz kann nicht garantiert werden.
14. PR-Fachleute verbreiten nur Informationen, die sie im guten Glauben erhalten und nach bestem Wissen und Gewissen geprüft haben. Es ist nicht zulässig, bewusst Falschinformationen in Umlauf zu bringen.
15. Zwischen PR-Fachleuten bzw. zwischen PR-Fachleuten und ihren Auftraggeber:innen dürfen keine Absprachen erfolgen, die dazu angetan sind, Mitbewerber:innen bewusst Schaden zuzufügen.
16. PR-Treibende prüfen vor Übernahme eines Mandats, ob sich daraus ein Interessenskonflikt mit einem bereits bestehenden Mandat ergibt. Im Zweifelsfall erfolgt eine Klärung mit dem bestehenden und der potenziellen Auftraggeberin / dem potenziellen Auftraggeber, ob das Mandat übernommen werden kann.
17. Alle Zuwendungen, Geschenke und Gefälligkeiten von PR-Fachleuten an Journalist:innen, Politiker:innen und andere Personen sollen wertmäßig so gestaltet sein, dass ihre Annahme von der Empfängerin / vom Empfänger nicht verheimlicht werden muss und sie / ihn nicht in eine verpflichtende Abhängigkeit bringt.
18. PR-Fachleute behandeln alle Informationen und Unterlagen ihrer Auftraggeber:innen mit größter Vertraulichkeit, sofern sie nicht im Rahmen der ihnen übertragenen Aufgaben eingesetzt werden.
19. PR-Fachleute handeln auf Basis ihrer ethischen Grundsätze. Sie sind sich bewusst, dass sie nichts unternehmen dürfen, was die Öffentlichkeit zu irrigen Schlüssen und falschem Verhalten veranlasst oder veranlassen könnte.

20. Mit ihrer Arbeit stehen PR-Fachleute in den Diensten ihrer Auftrag- oder Arbeitgeber:innen. Sie verpflichten sich, redliche Anwält:innen deren Interessen zu sein und sie vor Schaden zu bewahren.
21. Mit ihrer Arbeit sind PR-Fachleute in das Wirken einer Organisation eingebunden. Sie stehen loyal zu deren Zielen und deren Politik, solange sich beides mit der Würde des Menschen und seinen Grundrechten, dem darauf gegründeten Recht und den Gesetzen sowie den professionellen und ethischen Standards des Berufsstandes vereinbaren lässt.
22. Eine Organisation, die es durch ihr Kommunikationsverhalten an Achtung für Menschen und an Fairness gegenüber anderen Organisationen fehlen lässt, wird der PR-Treibende – falls sie/er für sie arbeitet – erforderlichenfalls nach Kräften zu einer Verhaltensänderung anhalten. Nötigenfalls wird sie / er den Auftrag zurücklegen.
23. PR-Fachleute achten die Unabhängigkeit und Freiheit ihrer Gesprächspartner:innen und werden daher ihnen gegenüber keine Machtmittel einsetzen.
24. PR-Fachleute sehen Public Relations als eine grundlegende Funktion an, um Vertrauen zu schaffen, Öffentlichkeit herzustellen und gegebenenfalls auch das eigene Verhalten zu überprüfen. Sie werden daher dem Ansehen ihres Berufsstandes wissentlich keinen Schaden zufügen.

### INTERNATIONALE GRUNDSÄTZE FÜR ÖFFENTLICHKEITSARBEIT (Athener Kodex)

Angesichts der Tatsache, dass alle Mitgliedsstaaten der Vereinten Nationen deren Charta respektieren, die den "Glauben an die Menschenrechte und an die Würde und den Wert der menschlichen Person" proklamieren und dass die Public Relations-Fachleute deshalb, wie auch aus den Bedingungen ihres Berufes heraus, diese Charta kennen und ihre Grundsätze beherzigen sollten;

- angesichts der Tatsache, dass der Mensch neben seinen Grundrechten Bedürfnisse nicht nur physischer oder materieller Art, sondern auch geistiger, moralischer oder sozialer Art hat und dass der Mensch seine Rechte nur in dem Ausmaß wirklich ausüben kann, in dem diese Bedürfnisse erfüllt werden;
- angesichts der Tatsache, dass die auf dem Gebiet der Öffentlichkeitsarbeit tätigen Personen dazu beitragen können, die geistigen, moralischen und sozialen Grundbedürfnisse des Menschen zu befriedigen;
- eingedenk schließlich des Umstandes, dass die Benützung der Kommunikationsmittel, die den gleichzeitigen Kontakt mit Millionen ermöglichen, den Public Relations-Fachleuten ein Machtmittel in die Hand gibt, dessen Anwendung strengen ethischen Beschränkungen unterliegen muss;
- aus all diesen Gründen erklären die unterzeichnenden Public Relations-Verbände, dass sie sich den nachstehenden Kodex zur Maxime ihres Handelns machen und dass jede bewiesene Übertretung seitens eines ihrer Mitglieder als Verstoß betrachtet wird, der eine entsprechende Ahndung nach sich zieht.

Deshalb soll jedes Mitglied dieser Verbände im Rahmen seiner Berufsausübung

1. zur Verwirklichung von geistigen und moralischen Grundbedingungen beitragen, die es dem Menschen erlauben, seine unveräußerlichen Rechte auszuüben, die ihm durch die weltweite "Erklärung der Menschenrechte" zugesichert sind;

2. die Schaffung von Kommunikationsformen und -mitteln fördern, die es durch Ermöglichung des freien Informationsflusses dem einzelnen erlauben, sich unterrichtet, angesprochen und mitverantwortlich zu fühlen;
3. sich bei den jeweils gegebenen Umständen so zu verhalten, dass es das Vertrauen all derer erwirbt, mit denen es in Kontakt kommt;
4. die Tatsache berücksichtigen, dass durch die enge Verbindung zur Öffentlichkeit in diesem Beruf vom Verhalten des einzelnen auf den ganzen Berufsstand geschlossen wird;
5. in der Ausübung seines Berufes die allgemeine Erklärung der Menschenrechte akzeptieren;
6. die individuelle Würde der Person und das Recht der eigenen Meinungsbildung achten;
7. die geistigen und psychologischen Voraussetzungen für einen echten Meinungs austausch schaffen und den Partnern die Möglichkeit geben, ihren eigenen Standpunkt zu vertreten;
8. in jedem Fall so zu handeln, dass den Interessen beider Seiten - des Auftraggebers und der angesprochenen Öffentlichkeit - Rechnung getragen wird;
9. seinen Versprechungen und Verpflichtungen nachkommen, die unzweideutig festgelegt werden müssen und bei jeder Gelegenheit loyal handeln, um das Vertrauen der Auftraggeber, aber auch des jeweiligen Publikums zu bewahren.

Dagegen soll jedes Mitglied dieser Verbände unterlassen,

10. die Wahrheit anderen Ansprüchen unterzuordnen;
11. Informationen aus unkontrollierten oder unkontrollierbaren Quellen zu verbreiten;
12. sich für Aktionen oder Vorhaben einzusetzen, die gegen die Moral verstoßen, die Menschenwürde verletzen, oder in den Bereich der Persönlichkeit eingreifen;
13. irgendwelche Methoden oder Mittel anzuwenden, mit deren Hilfe das menschliche Unterbewusstsein manipuliert wird, wodurch der einzelne seiner Urteilsfähigkeit und der Verantwortlichkeit für sein Handeln beraubt werden könnte.

## PRVA-CHARTA FÜR NACHHALTIGKEITS- UND KLIMASCHUTZKOMMUNIKATION

Die notwendige Transformation unserer Gesellschaft und der gesamten Wirtschaft in Richtung Nachhaltigkeit bringen in den kommenden Jahren auch große Herausforderungen und Aufgaben für die Kommunikationswirtschaft mit sich. Die Klimakrise berührt bereits heute alle Bereiche unseres Privatlebens, der Politik, der Wirtschaft – und damit alle Bereiche der privaten, öffentlichen und kommerziellen Kommunikation. Nachhaltigkeit ist dabei zumeist kein singuläres Thema, sondern eine Dimension innerhalb praktisch aller anderen Kommunikationsthemen, die im Bereich der PR bearbeitet werden.

Als Strategieberater:innen und professionelle Kommunikator:innen haben die Mitglieder des PRVA – PR-Agenturen, Unternehmen, Institutionen, Einzelberater:innen – besondere Möglichkeiten und damit auch eine besondere Verantwortung, den Transformationsprozess mitzugestalten und die öffentliche Meinung im positiven Sinn zu beeinflussen. Professionelle Nachhaltigkeits- und Klimakommunikation informiert transparent, zeigt konstruktiv Lösungen auf, ordnet Fakten kritisch ein und befähigt zu einem informierten, demokratischen Diskurs bei und mit allen Stakeholder:innen und Bevölkerungsgruppen.

Nachhaltigkeits- und Klimakommunikation gewinnen im Arbeitsalltag und Aufgabengebiet der Public Relations aktuell auch deswegen kontinuierlich an Bedeutung, da gesetzlich verordnete Berichtspflichten für Unternehmen zu Nachhaltigkeitsthemen ebenso zunehmen wie das diesbezügliche Informationsbedürfnis von Konsument:innen, Geschäftspartner:innen und Zivilgesellschaft.

Der konforme Umgang (Compliance) mit der vielfach neuen Nachhaltigkeitsgesetzgebung, u. a. im Rahmen des European Green Deal, betrifft die PR-Branche und die Unternehmenskommunikation

schon heute umfassend und wird künftig auch entscheidend für deren wirtschaftlichen Erfolg sein. Dafür braucht es unterstützende Strukturen und Maßnahmen und einen brancheninternen Transformationsprozess. Agenturen, Unternehmenskommunikation, die Branchenverbände und andere Institutionen tragen dabei auf unterschiedlichen Ebenen Verantwortung: in der eigenen Unternehmensführung, in der Aus- und Fortbildung von Mitarbeiter:innen, im Umgang mit Kund:innen und Auftraggeber:innen, deren PR- und Beratungsanforderungen und in Medienarbeit, Werbung und Marketing.

Immer mehr Auftraggeber:innen fordern auch von PR-Agenturen und anderen Kommunikationsdienstleister:innen belastbare Belege für deren nachhaltiges Wirtschaften. Vor dem Hintergrund zahlreicher Regulierungen und gesetzlicher Vorgaben muss auch die PR- und Kommunikationswirtschaft ihr Handeln dokumentieren und Teil einer nachhaltigen Wertschöpfungskette werden. Agenturen und Berater:innen haben als Teil der Wertschöpfungskette ihrer Auftraggeber:innen auch direkten Einfluss auf die Nachhaltigkeitsagenda und damit auf die Klimabilanz ihrer Kund:innen.

Auch bestehende und potenzielle Mitarbeiter:innen in der PR- und Kommunikationswirtschaft fordern von ihren Arbeitgeber:innen immer öfter ein aktives Engagement für mehr Nachhaltigkeit ein. PR-Treibende haben damit einen doppelten Hebel, die Transformation unserer Gesellschaft zu mehr Nachhaltigkeit zu unterstützen: über das eigene Tun im Unternehmen und über die Arbeit für Kund:innen und Auftraggeber:innen.

Die gesamte Kommunikationsbranche, Journalismus und Politik sind darüberhinausgehend zu verstärktem Austausch, besserer Kooperation und zur Entwicklung von gemeinsamen Kommunikationsstandards eingeladen, um mit besserer öffentlicher Information und professioneller Klimaschutz- und Nachhaltigkeitskommunikation zum Erhalt der Lebensgrundlagen für alle Lebewesen auf diesem Planeten beizutragen.

Diese Nachhaltigkeits-Charta und der Klima-Kodex des PRVA dienen als verbindliche Richtlinie für alle PRVA-Mitglieder, um eine ethisch korrekte, angemessene, klare, konstruktive und qualitativ hochwertige Kommunikationsarbeit zu Nachhaltigkeitsthemen in der und durch die österreichische Kommunikationswirtschaft sicherzustellen.

### Unser Verständnis von Nachhaltigkeit

Als Kommunikationsexpert:innen haben wir ein holistisches Bild und Verständnis von Nachhaltigkeit, das eng an die Agenda 2030 der Vereinten Nationen und ihre Sustainable Development Goals (SDGs) angelehnt ist. In diesem Sinne gilt:

- Nachhaltig ist nur, was tatsächliche, positive Auswirkungen (Impact) mit sich bringt und eine messbare Veränderung im Sinne der sozialen, ökologischen und ökonomischen Nachhaltigkeit erreicht.
- Nachhaltige Entwicklung kann nur durch das gleichzeitige und gleichberechtigte Berücksichtigen und Umsetzen von umweltbezogenen, gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Zielen erreicht werden.
- Verantwortungsvolle Unternehmensführung und Kommunikation arbeitet in all diesen Dimensionen und hat sowohl die Nachhaltigkeit der eigenen Agentur / des eigenen Unternehmens als auch die der Kund:innen fest im Blick.

Die Mitglieder des PRVA unterstützen mit Annahme dieser Nachhaltigkeits-Charta folgende Sichtweisen und Selbstverpflichtungen für ihren Arbeitsalltag in der Kommunikationswirtschaft:

- Die Klimakrise ist gemeinsam mit dem Artensterben die dringlichste Krise in diesem Jahrhundert. Sie gefährdet unsere Lebensgrundlagen und hat deshalb höchste Priorität. Ein stabiles Klima ist Voraussetzung für ein sicheres und friedliches Zusammenleben und rückt daher immer stärker in den Mittelpunkt professioneller PR-Beratung, Medien-, Informations- und Öffentlichkeitsarbeit.
- Die Mitglieder des PRVA erkennen die wissenschaftlichen Erkenntnisse und Fakten zum Klimawandel ausdrücklich an und beziehen diese Erkenntnisse branchen- und themenübergreifend in ihre Arbeit und Beratungsdienstleistungen ein.
- Die Mitglieder des PRVA stellen sich der Verantwortung und der Herausforderung, die Auswirkungen der Handlungen und Tätigkeiten ihrer eigenen Unternehmen und jener ihrer Kund:innen auf die Klima- und Biodiversitätskrise zu berücksichtigen und keinesfalls zu verschleiern oder zu beschönigen. In Strategie, Wort und Bildsprache achten die Mitglieder des PRVA stets darauf, dass diese dem Ausmaß und den Folgen der Klimakrise gerecht werden und nicht verharmlosen.
- Nachhaltigkeits- und Klimaschutzkommunikation ist professioneller PR-Arbeit und kein politischer Aktivismus. Das Aufzeigen der Folgen des Klimawandels ist – ebenso wie das Aufzeigen unterschiedlicher Herangehensweisen, Lösungen und Handlungsmöglichkeiten von Unternehmen, Institutionen, öffentlichen Einrichtungen und Zivilgesellschaft – Teil relevanter öffentlicher Kommunikation und damit auch Kernkompetenz und Verantwortungsgebiet professioneller PR-Expert:innen und Kommunikator:innen, wobei von diesen sicherzustellen ist, dass sie über die für komplexe Nachhaltigkeitskommunikation notwendige Fachexpertise und Ausbildung verfügen.

### Übergeordnetes Leitprinzip

Ein positiver ökologischer, sozialer und ökonomischer Impact soll im Fokus von kommerziell ausgerichteter bzw. institutioneller Kommunikation stehen. Als PR-Berater:innen und Kommunikationsexpert:innen im PRVA sind wir auf drei Ebenen und mit folgenden übergeordneten, gesamtgesellschaftlichen Zielen tätig:

#### **Footprint – negativen Impact vermeiden und reduzieren.**

Wir folgen dem Leitprinzip „Vermeidung vor Reduktion vor Kompensation“. Wir fangen bei uns selbst an und helfen als Berater:innen ebenso unseren Kund:innen bzw. Auftraggeber:innen, ihre Ziele zu erreichen. So treiben wir den verantwortungsvolleren Umgang mit Ressourcen voran und tragen zur Dekarbonisierung der Gesellschaft bei.

#### **Handprint – positiven Impact fördern und verstärken.**

Wir zeigen Engagement und beschreiten den Weg zu ökologischem und sozialem Fortschritt gemeinsam in der PR-Branche und gemeinsam mit unseren Kund:innen. Wir nehmen eine Vorreiterrolle mit Blick auf Gleichberechtigung, neue Arbeitsweisen und eine zukunftsgerichtete, integrierende Arbeitskultur ein, durch das eigene Tun und ebenso durch die Beratungsleistungen für unsere Kund:innen und Auftraggeber:innen.

#### **Brainprint – relevantes Wissen aufbauen und verbreiten.**

Wissenstransfer und Aufklärung sind Treiber für Transformation. Wir haben ein Selbstverständnis von Agenturen als Challenger, Impulsgeber und Anbieter von Lösungen. Wir vernetzen uns mit Expert:innen anderer Branchen, bauen Wissen zu Nachhaltigkeit im Sinne unserer jeweiligen Marktausrichtungen intern und extern auf und geben dieses Wissen weiter.

## Wir übernehmen Verantwortung

Wir nehmen eine führende und begleitende Rolle zu mehr Nachhaltigkeit in Organisationen und in der Gesamtgesellschaft ein. Nach dem Motto „Walk the Talk“ beginnen wir bei uns selbst: Wir haben als Branche die Verantwortung, Nachhaltigkeit auch agentur- und unternehmensintern voranzutreiben.

### Eigenaktivitäten der Kommunikationswirtschaft

Auch als nichtproduzierendes Gewerbe ist der Fußabdruck der Kommunikationswirtschaft relevant. In der Gesamtbetrachtung des Fußabdrucks aller PRVA-Mitglieder und jenes seiner internationalen Partnerverbände liegt großer Handlungsbedarf und echter Impact. Wir wollen gemeinsam mit unseren internationalen Branchenorganisationen Qualitätsstandards für Nachhaltigkeitskommunikation und zur Erhebung einer Klimabilanz für Kommunikationsagenturen vorantreiben und Daten zur Nachhaltigkeit unserer Branche nachvollziehbar und transparent aufbereiten. Im Rahmen unserer Kund:innenarbeit sowie darüber hinaus streben wir an, einen positiven Effekt auf die Gesellschaft und Umwelt zu erreichen. Wir vermeiden daher vermeidbare Emissionen, reduzieren nichtvermeidbare Emissionen und fördern Gleichberechtigung und Diversität am Arbeitsplatz und in der Gesellschaft.

### Kommunikatives Kerngeschäft und Kundenberatung

Wir arbeiten aktiv an Wissensvermittlung im Bereich Nachhaltigkeit, um die systemische Veränderung unserer Gesellschaft und Wirtschaft langfristig zu unterstützen. Gleichzeitig erwarten wir im Sinne einer langfristigen und zukunftsgerichteten Partnerschaft von unseren aktuellen und potenziellen Kund:innen und Auftraggeber:innen, dass sie den Klimawandel und gesellschaftliche Herausforderungen anerkennen und ihren Teil zur Lösung beitragen. Alle professionellen PR-Dienstleister:innen und speziell alle Mitglieder des PRVA sind aufgefordert, diese Nachhaltigkeits-Charta im Geschäftsalltag zu beachten. Es wird allen Kommunikationsdienstleistern darüberhinausgehend empfohlen, interne Richtlinien zur Nachhaltigkeitskommunikation für ihre Agenturen, Unternehmen und Institutionen zu entwickeln, die notwendige Fachausbildung ihrer Mitarbeiter:innen sicherzustellen und, falls notwendig, Kund:innen und Aufträge oder Projekte abzulehnen, die in klarem Widerspruch zur Erreichung der nationalen und internationalen Klimaziele stehen.

### Professionelle Kommunikation für Nachhaltigkeit und die ökologische Transformation

Zusätzlich zur selbstverständlichen Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen verpflichten wir uns zur Einhaltung dieses Kommunikationskodex und der damit einhergehenden Dokumente und Standards der internationalen PR-Branchenverbände (z. B. ICCO, IPRA) und des Österreichischen PR-Ethik-Rates.

Wir nutzen die jahrzehntelange Erfahrung der PR- und Kommunikationswirtschaft in der Vermittlung von komplexen, gesellschaftlichen Themen und verknüpfen diese mit den Herausforderungen einer qualitativen und sachlichen Nachhaltigkeitskommunikation. Wir wollen einen positiven ökologischen und sozialen Impact schaffen und gleichzeitig das Vertrauen der Öffentlichkeit in die Kommunikationsbranche als Treiber für positive Veränderung ausbauen. Wir wollen mit dem überzeugen, was wir am besten können: Komplexität reduzieren, aufklären, Themen und Prozesse steuern. Verständnis erreichen. Awareness und Akzeptanz schaffen. Aktivieren. Öffentlich kommunizieren, aber auch intern in Unternehmen, Institutionen und öffentlichen Einrichtungen.

### Nachhaltigkeit ist eine Reise: PR-Berater:innen als Wegweiser für ihre Kund:innen

Wir verstehen Nachhaltigkeit als kontinuierliche Reise und sehen uns als Sparringspartner und Impulsgeber. Wir zeigen Möglichkeiten auf und nehmen vielfältige Rollen ein, als Motor, Navigator

oder auch als Leuchttürme. Wir zeigen Wege auf, die unseren Kund:innen sowie anderen Branchenmitgliedern helfen, ihre Reise zu beschleunigen oder neue Wege zu gehen. Wir nehmen unsere Profession als Berater:innen ernst und weisen unsere Kund:innen bzw. Auftraggeber:innen aktiv darauf hin, wenn wir Wege als falsch oder Umwege erachten. Wir sehen es als unsere Pflicht, Kund:innen in ihren Zielen zu unterstützen, aber auch sie und die Gesellschaft vor Risiken zu schützen.

### **Glaubwürdige Quellen: Kommunikationswirtschaft setzt auf Transparenz und Fakten**

Wir kommunizieren glaubwürdig und faktenbasiert, liefern Beweise für unsere Aussagen und verstehen Transparenz als Leitmotiv in der Nachhaltigkeitskommunikation. Greenwashing hat in unserem Selbstverständnis und in unserem Arbeitsalltag keinen Platz.

Voraussetzung für einen positive, sachlichen Diskurs ist eine solide Datenlage. Alle PRVA-Mitglieder verpflichten sich daher, Daten strukturiert zu erheben und in Bezug auf Nachhaltigkeitsaussagen besonders genau zu analysieren. Dies gilt für eigene Daten und auch in der direkten Zusammenarbeit mit Kund:innen und Auftraggeber:innen.

Wir setzen Standards, bilden aus und bieten der Öffentlichkeit Orientierung

Wissen ist der Schlüssel zu Veränderung. Eine aktuelle Herausforderung ist, dass es in der Kommunikationswirtschaft bislang nur wenige verbindliche Definitionen und Standards für „Nachhaltigkeitskommunikation“ gibt.

Nachhaltigkeitsberatung und das damit verbundene Wissen oder Nichtwissen sind weder klar abgegrenzt noch geschützt. Jede:r kann sich heute „PR-Berater:in“ oder auch „Nachhaltigkeitsexpert:in“ nennen. Im PRVA schaffen wir daher in Eigenverantwortung gemeinsame Standards, Ausbildungen dazu und Qualitätszertifizierungen, die Vertrauen schaffen und Kund:innen, Mitarbeiter:innen und Mitgliedern Orientierung bieten.

Wir definieren mit dieser Charta erstmals Leitlinien im Bereich der Nachhaltigkeitskommunikation, zu denen sich die PRVA-Mitglieder verpflichten und an denen sich die gesamte österreichische Kommunikationsbranche sowie deren Partner:innen und Kund:innen orientieren sollen und können.

Parallel schaffen wir Aus- und Fortbildungsangebote wie den international anerkannten Lehrgang „Certified Sustainability Communications Expert“, die wir gemeinsam mit Nachhaltigkeitsexpert:innen entwickelten und in Audits und Qualitätszertifizierungen unserer Mitglieder einfließen lassen.

## **Grundsätze der Nachhaltigkeitskommunikation**

### **Transparent**

Mitglieder des PRVA kommunizieren ehrlich, offen und transparent zu allen Bereichen rund um das Thema Nachhaltigkeit. Sie hinterfragen Informationen, die ihnen von ihren Auftraggeber:innen zur Verfügung gestellt werden kritisch, stellen faktenbasierte und ehrliche Kommunikation sicher und vermitteln wissenschaftliche Erkenntnisse auf für die Öffentlichkeit verständliche Art und Weise.

### **Fundiert**

Mitglieder des PRVA verhindern – auch und speziell im Zusammenhang mit Nachhaltigkeitsthemen – die Verbreitung falscher oder irreführender Informationen, indem sie wissenschaftlich fundierte Daten verwenden, ihre Quellen immer angeben und aktiv an Brancheninitiativen und Projekten mitwirken bzw. solche unterstützen, die die Verbreitung von Falschinformationen verhindern oder darüber aufklären.

**Dialogorientiert**

Mitglieder des PRVA fördern – auch und speziell im Zusammenhang mit Nachhaltigkeitsthemen – den konstruktiven Dialog zwischen unterschiedlichen Gesellschaftsgruppen, Unternehmen, Institutionen, öffentlichen Einrichtungen, Medien und der Zivilgesellschaft

**Verantwortungsbewusst**

Alle Mitglieder des PRVA – unabhängig davon, ob Unternehmen, Institutionen, Agenturen oder Einzelberater:innen – beraten und entscheiden sorgfältig darüber, welche Aussagen zu Nachhaltigkeitsthemen tatsächlich sachlich und wissenschaftlich fundiert sind und damit glaubwürdig öffentlich kommunizierbar sind.

**Missbrauch entgegenwirkend**

Alle PR-Expert:innen und Kommunikationsberater:innen, die zu Nachhaltigkeitsthemen beratend oder aktiv kommunizierend tätig sind, stellen nach bestem Wissen und Gewissen sicher, dass Nachhaltigkeitskommunikation nicht für Green- bzw. Whitewashing missbraucht wird. Mitglieder des PRVA unterlassen weiters jedwede Handlungen, die den falschen Eindruck erwecken könnten, dass die PR- und Kommunikationswirtschaft Greenwashing-Aktivitäten bei ihren Auftraggeber:innen fördert bzw. von diesen profitiert.

**Versiert**

Die Mitglieder des PRVA arbeiten in dem Bewusstsein, dass öffentliches Reporting, Transformations-, Strategie- und Kommunikationsberatung im Zusammenhang mit Klimaschutz und Nachhaltigkeit spezialisiertes Fachwissen erfordert, das über klassische PR- und Kommunikationsberatung deutlich hinausgeht. Mit fachspezifischer Aus- und Fortbildung und Kooperationen tragen sie als Berater:innen Sorge dafür, dass die dafür notwendige Expertise für alle von ihnen angebotenen Beratungs- oder PR-Dienstleistungen stets auf qualitativ hohem Niveau vorhanden ist. Mitgliedsagenturen des PRVA wird in diesem Zusammenhang empfohlen, in ihren Unternehmen auch dedizierte Nachhaltigkeitsexpert:innen zu beschäftigen bzw. auszubilden. Der PRVA fördert mit speziellen Aus-, Fortbildungs- und Zertifizierungsprogrammen die Schaffung dieser Beratungskompetenz und Expertise seiner Mitglieder in den Bereichen Klimaschutz- und Nachhaltigkeit und arbeitet dazu mit etablierten Expert:innen und Organisationen aus dem In- und Ausland zusammen.