



PRVA-Verhaltenskodex

Beschluss der Generalversammlung des PRVA vom 26.03.2026

1. GRUNDVERSTÄNDNIS

- Der PRVA-Verhaltenskodex stellt für alle Personen, die im Kommunikationsbereich aktiv sind, eine verbindliche Leitlinie für verantwortungsbewusstes und ethisch korrektes Handeln dar.
- Public Relations (PR) bedeuten: Personen/Unternehmen/Organisationen kommunizieren mit speziellen Dialoggruppen oder der Öffentlichkeit, um Vertrauen aufzubauen, Beziehungen zu pflegen und Verantwortung zu übernehmen. Das umfasst Kommunikationsmaßnahmen jeglicher Art sowie den verantwortungsvollen Umgang mit Rechten und Pflichten gegenüber der Gesellschaft.
- Der PRVA-Verhaltenskodex ist für alle PRVA-Mitglieder verbindlich. Alle aktuell geltenden Richtlinien und Kodizes sind hier zu finden: prva.at/Richtlinien
- Zudem verpflichten sie sich zu den ethischen Grundsätzen internationaler PR Kodizes, insbesondere:
 - [Athener Kodex](#)
 - [Lissabonner Kodex](#) (mit Ausnahme der Artikel 10, 11 und 12)
 - [Stockholm Charta](#)
 - [Online-Kodex](#) des österreichischen PR-Ethik-Rats
- Diese Regelwerke sind Teil des PRVA-Verhaltenskodex und ergänzen ihn. Die Einhaltung wird vom PRVA-Schiedsgericht (§15 Statuten) überprüft; bei Verstößen kann der PRVA geeignete und verhältnismäßige Maßnahmen setzen.

2. GRUNDPRINZIPIEN DER PR-ARBEIT

2.1 Vorbildfunktion

- PR-Fachleute vertreten ihren Berufsstand – nach außen und innen.
- Das persönliche Verhalten beeinflusst das Ansehen der gesamten Branche.
- PRVA-Mitglieder sind sich ihrer Vorbildfunktion bewusst und handeln daher stets im Einklang mit den Richtlinien des PRVA-Verhaltenskodex. Sie halten ihr Wissen aktuell und bilden sich weiter, um ihre Arbeit kompetent und verantwortungsvoll auszuüben.

2.2 Partnerschaft

- PR basiert auf professioneller Zusammenarbeit. Das gilt sowohl innerhalb von Agenturen, Unternehmen und Organisationen und der Kommunikationsbranche als auch im Umgang mit Medien, Politik, Wirtschaft und Öffentlichkeit.

2.3 Verantwortung gegenüber der Gesellschaft

- Die strategische Verantwortung liegt bei der Führungsspitze einer Organisation, auch wenn operative Aufgaben delegiert werden können.

- PR-Fachleute handeln gegenüber der Gesellschaft jederzeit verantwortungsvoll, indem sie :
 - Rechte und Pflichten wahrnehmen
 - Auswirkungen ihrer Handlungen auf unterschiedliche Zielgruppen berücksichtigen
 - soziale, ethische und ökologische Standards in ihrer Arbeit anwenden
- PR können nur in einem demokratischen Umfeld verantwortungsvoll funktionieren. Sie setzen den freien Austausch von Informationen und Meinungen voraus.
- Ein zentrales Prinzip dabei ist Inklusion: Fairness, Respekt und Chancengleichheit müssen in allen Prozessen mitgedacht werden.

3. VERHALTEN IN DER OPERATIVEN PR-ARBEIT

3.1 Ehrliche und verantwortungsvolle Kommunikation

- Öffentlichkeitsarbeit soll stets **wahr, nachvollziehbar und verantwortungsvoll** sein. Ziel ist es, langfristiges Vertrauen aufzubauen.
- PR-Fachleute informieren korrekt und sachlich: Sie vermeiden irreführende Formulierungen oder das bewusste Weglassen wichtiger Informationen.
- Sie stehen für Transparenz und einen respektvollen, konstruktiven Dialog. Die bewusste Manipulation von Informationen – etwa durch Falschdarstellungen oder das Vorenthalten wesentlicher Fakten – lehnen sie strikt ab.

3.2 Zusammenarbeit mit Medien und Öffentlichkeit

- PR basieren auf einem fairen und respektvollen Umgang mit Journalist:innen, Blogger:innen, Influencer:innen und anderen Kommunikationspartner:innen.
- Die Veröffentlichung von Inhalten liegt bei diesen unabhängigen Dritten. Daher kann es **keine Erfolgsgarantie** geben, dass Inhalte tatsächlich veröffentlicht werden oder bestimmten Erwartungen entsprechen.

3.3 Kennzeichnung von bezahlten Inhalten

- Bezahlte Beiträge und Werbeflächen müssen klar erkennbar sein:
 - KEINE Schleichwerbung
 - KEINE verdeckten finanziellen Abhängigkeiten
 - KEINE Kopplung von Berichterstattung und Gegenleistung
- Transparenz ist verpflichtend – auf allen Kanälen, in allen Formaten und gegenüber allen Zielgruppen.

3.4 Faire und verantwortungsvolle Kommunikation

- PR-Fachleute sind sich dessen bewusst, dass Kommunikation Wirkung erzeugt – öffentlich und privat.
- Daher nehmen sie Verantwortung dafür wahr, keine Inhalte zu verbreiten, die Menschen täuschen, manipulieren oder einschüchtern..
- Herabsetzungen, persönliche Angriffe oder diffamierende Kampagnen – gegen Personen, Unternehmen, Institutionen oder Mitbewerber – sind unzulässig.
- Auch Absprachen unter PR-Fachleuten, die darauf abzielen, Mitbewerbern bewusst zu schaden, sind verboten.

4. INTEGRITÄT UND INTERESSENSKONFLIKTE

4.1 Prüfung neuer Mandate

- Bevor ein neues Mandat angenommen wird, prüfen PR-Fachleute, ob ein Interessenkonflikt zu bestehenden Kund:innen oder Auftraggeber:innen besteht.
- Bei Unklarheiten werden die betroffenen Auftraggeber (bestehende und potenzielle) informiert und in die Klärung eingebunden.
- Nur bei Einigkeit darf das neue Mandat angenommen werden.

4.2 Loyalität gegenüber Auftraggeber:innen

- PR-Fachleute arbeiten im Interesse ihrer Auftraggeber:innen und handeln dabei stets im Rahmen klarer ethischer Prinzipien.
- Die Loyalität endet dort, wo Menschenwürde, Gesetz, Grundrechte oder Berufsstandards verletzt werden. In derartigen Fällen müssen PR-Fachleute:
 - auf eine Änderung des Verhaltens hinwirken und falls dies keine Wirkung zeigt
 - das Mandat zurücklegen.

4.3 Unabhängigkeit der Gesprächspartner:innen

- PR-Fachleute achten die Meinungsfreiheit und Eigenständigkeit ihrer Gesprächspartner:innen und werden daher ihnen gegenüber keine Druck- und Machtmittel einsetzen.

5. TRANSPARENZ UND MATERIELLE VORTEILE

5.1 Umgang mit Geschenken und Einladungen

- Zuwendungen wie Geschenke, Einladungen oder Gefälligkeiten sind nur in einem **angemessenen Umfang** erlaubt. Sie dürfen niemals eine Person in eine versteckte Abhängigkeit bringen oder zu einer erwarteten Gegenleistung führen.
- Die Annahme eines Geschenks soll jederzeit offen kommunizierbar sein. Zuwendungen, die an ein Stillschweigen geknüpft sind, sind nicht erlaubt – dies betrifft sowohl die Annahme als auch das Überreichen von Geschenken.
- PR-Fachleute dürfen keine Vorteile anbieten, die:
 - Entscheidungen beeinflussen
 - Berichterstattung erkaufen
 - Abhängigkeiten schaffen
 - Medienfreiheit beschneiden

6. VERTRAULICHKEIT UND SCHUTZ VON INFORMATIONEN

6.1 Vertrauliche Behandlung von Unterlagen

- Alle Informationen, Daten und Unterlagen eines Auftraggebers werden von PR-Fachleuten vertraulich behandelt. Sie dürfen nur für die vereinbarten Aufgaben verwendet werden.
- Vertrauliche Inhalte werden nicht für persönliche Zwecke genutzt oder weitergegeben. Dies gilt auch nach Abschluss eines Mandats oder nach Beendigung einer Zusammenarbeit.

- Datenschutzrechtliche Bestimmungen sind sowohl während als auch nach Abschluss eines Mandats einzuhalten. Ein Verstoß gegen datenschutzrechtliche Bestimmungen bewirkt auch einen Verstoß gegen diesen Verhaltenskodex.!

7. UMGANG MIT KÜNSTLICHER INTELLIGENZ (KI)

Menschen tragen die Verantwortung für Entscheidungen, die auf KI-Ergebnissen basieren. Rezipient:innen müssen immer wissen, wenn Inhalte, Texte oder Empfehlungen von einer KI erzeugt wurden. Der Einsatz von KI muss immer transparent kommuniziert werden. Persönliche Daten dürfen nur nach geltenden Datenschutzrichtlinien genutzt werden.

Weitere Infos unter: [Leitfaden für den Umgang mit künstlicher Intelligenz](#)

8. KONSEQUENZEN BEI VERSTÖSSEN

- Die Einhaltung des PRVA-Verhaltenskodex ist für alle Mitglieder des PRVA verbindlich. Der PR-Ethik-Rat hat die Aufgabe, Missstände und Fehlverhalten im Bereich der Öffentlichkeitsarbeit zu benennen, zu mahnen oder zu rügen.
- Wenn der PRVA-Kodex verletzt wird, kann der PRVA folgende Maßnahmen setzen:
 - **Gespräch oder Verwarnung**, um Fehlverhalten klarzustellen
 - **Auflagen oder Empfehlungen**, um das Verhalten zu korrigieren
 - **öffentliche anonyme Sammelmeldung**
 - **Ausschluss** aus dem Verband in besonders schweren Fällen
- Damit wird sichergestellt, dass die Glaubwürdigkeit der PR-Branche geschützt wird und ethische Standards nicht nur formuliert, sondern auch durchgesetzt werden.

Dieser PRVA-Verhaltenskodex wurde in zahlreichen Abstimmungsmeetings und mit Zuhilfenahme von KI erstellt.

Datum: 16.02.2026