

Werbung und PR

Ethische Grundregeln und Selbstverpflichtungen

Der 1972 vom Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft (ZAW) gegründete Deutsche Werberat versteht sich als Organ der freiwilligen Selbstkontrolle. Die Wahrnehmung ihrer sozialen Verantwortung durch die in der Werbewirtschaft tätigen Unternehmen und deren Dokumentation gegenüber Politik und Gesellschaft erfolgt gegenwärtig nach den „Grundregeln zur kommerziellen Kommunikation“ in der Fassung von 2007 (<https://www.werberat.de/grundregeln>). Hierin wird festgestellt, dass kommerzielle Kommunikation die allgemein anerkannten Grundwerte der Gesellschaft und die dort vorherrschenden Vorstellungen von Anstand und Moral zu beachten hat und stets von Fairness im Wettbewerb und Verantwortung gegenüber der Gesellschaft getragen sein muss. Insbesondere darf Werbung:

- das Vertrauen der Verbraucher nicht missbrauchen und mangelnde Erfahrung oder fehlendes Wissen nicht ausnutzen,
- Kindern und Jugendlichen weder körperlichen noch seelischen Schaden zufügen,
- keine Form der Diskriminierung anregen oder stillschweigend dulden, die auf Rasse, Abstammung, Religion, Geschlecht, Alter, Behinderung oder sexuelle Orientierung bzw. die Reduzierung auf ein sexuelles Objekt abzielt,
- keine Form gewalttätigen, aggressiven oder unsozialen Verhaltens anregen oder stillschweigend dulden,
- keine Angst erzeugen oder Unglück und Leid instrumentalisieren sowie
- keine die Sicherheit der Verbraucher gefährdenden Verhaltensweisen anregen oder stillschweigend dulden.

Der 1987 gegründete Deutsche Rat für Public Relations (DRPR) versteht sich als Organ der freiwilligen Selbstkontrolle der in Deutschland tätigen PR-Fachleute und wird getragen von der Deutschen Public Relations Gesellschaft (DPRG), der Gesellschaft Public Relations Agenturen, dem Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP) und der Deutschen Gesellschaft für Politikberatung (de'ge'pol).

Die DPRG-Ethikkommission verabschiedete am 16. Januar 1991 sieben Selbstverpflichtungen und übernahm sie 1995 als eine der ethischen Maßstäbe des Berufsstands in die DPRG-Leitlinien. Download unter: <http://drpr-online.de/wp-content/uploads/2013/09/Selbstverpflichtungen.pdf>

Quelle

Deutscher Werberat: <https://www.werberat.de/werbekodex/grundregeln>