

Werbung und Marktkommunikation - Oberösterreich

Ethik-Codes in der Werbe- und Kommunikationsbranche

Verhaltensregeln zum verantwortungsvollen Handeln

Die Kommunikationsbranche nimmt gesellschaftliche Verantwortung in hohem Maße wahr. Grundlagen dafür sind, je nach Berufsbild und Tätigkeitsfeld, verschiedene nationale und internationale Kodizes:

Ethik-Codes National

- [Athener Code \(PRVA\)](#) - Internationale Grundsätze für Öffentlichkeitsarbeit
- [Code of Conduct \(DMVÖ\)](#) - Ethische Grundsätze im Direktmarketing (Den Code of Conduct finden Sie in den Downloads)
- [Ehrenkodex](#) - Ethische Grundsätze des Public Relations Verband Austria
- [Ethik-Kodex der österreichischen Werbewirtschaft](#) - Selbstbeschränkungsrichtlinien des österreichischen Werberats
- [Kodex zur Lärmreduktion im Musik- und Unterhaltungssektor](#) - Leitfaden zur Verordnung Lärm und Vibrationen
- [Kommunikationskodex](#) - Richtlinien der österreichischen Brauwirtschaft
- [Kommunikationskodex](#) - Österreichische Spirituosenindustrie
- [Selbstverpflichtungserklärung hinsichtlich Unterbrecherwerbung in Kinderprogrammen 2009](#) - VÖP/Fachverband Telekommunikations- und Rundfunkunternehmungen
- [Verhaltenskodex](#) - Verband der Marktforscher Österreichs
- [Verhaltenskodex der österreichischen Rundfunkveranstalter](#) - Bestimmungen in Zusammenhang mit Kindersendungen und Lebensmittel
- [Verhaltenskodex Lobbying & Public Affairs](#) - Bestimmungen für die Mitgliedsunternehmen des Fachverbandes Werbung und Marktkommunikation
- [Verhaltensregeln für Adressverlage und Direktmarketingunternehmen gemäß DSGVO](#)
Konkrete Hilfestellung gibt Rechtssicherheit für die Marketingpraxis

Ethic-Codes International

- [Code of Advertising and Marketing Communication Practice](#) - Konsolidierter Kodex der Internationalen Handelskammer
- [Code of Ethics](#) - EACA Empfehlung für Ethik in Agenturwettbewerben (Englisch)
- [Stockholmer Charta](#) - Kodex ethischer Standards für die PR-Branche

Stand: 19.07.2019