

Werbung und Marktkommunikation - Steiermark

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 (Stand: Mai 2019)
 - [Code of Conduct \(DMVÖ\)](#) – Ethische Grundsätze im Direktmarketing
- [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
- [Werberatskodex inkl. des Kommunikationskodex der österreichischen Brauwirtschaft und Kommunikationskodex der österreichische Spirituosenindustrie](#):
 - [Kommunikationskodex der österreichischen Brauwirtschaft](#)
 - [Kommunikationskodex der österreichische Spirituosenindustrie](#)
- [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: 04.02.2022