

Österreichischer Werberat neu gewählt

Das größte Entscheidungsgremium Europas wurde erneuert. Michael Straberger als Präsident bestätigt.



© ÖWR/Katharina Schiffl

ÖWR-Vorstand Markus Deutsch, Roswitha Hasslinger, Werner Müller und ÖWR-Präsident Michael Straberger.

WIEN. Am 2. Oktober fand die 10. Mitgliederversammlung des österr. Werberats in der Wirtschaftskammer Österreich statt.

Thema Selbstregulierung

Präsident Michael Straberger in seiner Begrüßung: „Selbstregulierung ist immer nur so gut, wie ihr Entscheidungsgremium“ – von Beginn an standen die Werberäte und Werberätinnen im Mittelpunkt des Österreichischen Werberats. So auch bei der aktuellen Wahl des neuen Entscheidungsgremiums für die Funktionsperiode 2017 bis 2020: Das „größte Gremium Europas“ wurde Ende September im Rahmen der Generalversammlung des ÖWR-Trägervereins gewählt und traf erstmals bei der 10. Mitgliederversamm-

lung Anfang Oktober in der Wirtschaftskammer Österreich zusammen. „Insgesamt umfasst unser Gremium künftig 241 Personen, die alle eines gemeinsam haben: Das Interesse an und die Freude für kreative Werbung, die eine Überschreitung ethischer Grenzen nicht notwendig hat“, erklärt ÖWR-Präsident Michael Straberger im Rahmen der Mitgliederversammlung. Besonders erfreulich sei auch, so Straberger weiter, die breite berufliche Vielfalt des Gremiums sowie die nahezu Gleichverteilung von Männern und Frauen und die zahlreichen Vertreter aus den Bundesländern.

241 Werberäte

Gewählt wurden 241 erfahrene und repräsentative Persönlich-

keiten aus den drei Kernbereichen der Werbewirtschaft – Medien, Agenturen, Auftraggeber – als auch Persönlichkeiten aus anderen Disziplinen und Spezialgebieten – wie Anwälte, Mediziner und Psychologen, die gemeinsam in den kommenden drei Jahren die Selbstregulierung in Österreich prägen werden.

Vielfalt im Gremium

Die neu zusammengesetzte Jury zeichnet sich einmal mehr durch Meinungsvielfalt und Unabhängigkeit aus. Die Unabhängigkeit wurde durch einen zweiteiligen Wahlmodus garantiert. Die Meinungsvielfalt kommt aufgrund der Persönlichkeit, beruflichen Erfahrung als auch Reputation jedes einzelnen Mit-

glieds des Werberat-Gremiums zustande.

Darüber hinaus haben sich die Mitglieder des Österreichischen Werberats durch Unterzeichnung eines Ehrenkodex zu Neutralität und Unabhängigkeit in ihrer Entscheidungsfindung verpflichtet. Bei eigener Betroffenheit oder Konkurrenzsituationen willigten die Mitglieder des Österreichischen Werberats auf Stimmenthaltung ein.

Facts

Österreichischer Werberat

Der ÖWR sieht sich u.a. als Sprachrohr der werbetreibenden Wirtschaft und auch der Konsumenten. Der Trägerverein „Gesellschaft zur Selbstkontrolle der Werbewirtschaft“ steht in seiner Struktur für gleichberechtigte Partner, die in ihrer Funktion als Branchenvertreter agentur- und auftraggeberseitig und als Vertreter einzelner Mediengattungen die Werbewirtschaft zur Selbstregulierung anregen und in ihren Funktionen wesentliche Hilfestellungen für die Branchen leisten sowie kompetente und sichere Stimmen der Branchen sind.

Stichwort Selbstregulierung

In Österreich existiert – genauso wie in fast allen europäischen Ländern – ein duales System zur Beschränkung der Werbung, das sich einerseits aus gesetzlichen Regelungen und andererseits aus Selbstbeschränkungsrichtlinien zusammensetzt. Der Ethik-Kodex stellt einen Kernbereich zum Schutz der Verbraucher vor Missbrauch der Werbung dar und dient der Überwachung und Korrektur von Fehlerscheinungen und Fehlentwicklungen im Vorfeld und am Rande der gesetzlichen Bestimmungen.