

Blogger-Relation Manifest zum Umgang mit Einladungen an Medien/Pressekonferenzen oder Events

Dieses Manifest entstand als Folge einer kontroversen Debatte zwischen [@swissky](#) (Blogger) und [@adfichter](#) (Social Media/Digital Redakteurin und auch Bloggerin) zur Session Blogger-Promoevents am [#barcampCH](#) im Karl der Grosse am 23. August 2014.

*Im Sinne einer Annäherung zweier unterschiedlicher Standpunkte versuchen die Diskussionsteilnehmer in diesem Manifest gemeinsame Richtlinien für den **Umgang mit Einladungen an Pressekonferenzen oder Events für die Promotion von Produkten, Dienstleistungen oder anderen Leistungen** zu skizzieren. Denn Blogger sind wichtige Opinion Leaders und tragen dieselbe Verantwortung wie Medienschaffende. Um unnötige künftigen Kontroversen und Unsicherheiten zu dieser Frage aus dem Weg zu räumen, haben sich die Teilnehmer im Nachgang der Diskussion auf Richtlinien bezüglich der Transparenz der Kommunikation und Organisation von Blogger-Events geeinigt.*

Richtlinien für Blogger:

- Wenn Du als Blogger involviert bist in die Organisation eines Blogger-Events im Auftrag einer Firma, Verbands, NGO oder Institution **gegen Entgelt**, deklariere dies in Deinem anstehenden öffentlichen Beitrag (Blog, Tweet etc.). Eine Benennung der Höhe des Honorars ist nicht notwendig.
- Wenn Du als Blogger involviert bist in die Organisation eines Blogger-Events im Auftrag einer Firma, Verbands, NGO oder Institution, kennzeichne den Event (Hashtag) öffentlich klar mit Bezug der einladenden Partei (keine weiteren irreführenden Bezeichnungen).
- Empfehlenswert (no must): Jeder Blogger sollte im Sinne der Transparenz wegen einen kurzen Disclaimer in seiner "About" -Rubrik formulieren, ob er grundsätzlich über Produkte und Dienstleistungen oder andere Leistungen im Auftrag einer Organisation/Institution/NGOs in seinem Blog schreibt (oder Anfragen entgegennimmt).

Richtlinien für Unternehmen/NGOs/ Institutionen:

- Wenn Du Blogger zur Promotion eines Produkts, einer Dienstleistung oder einlädst (kommerzieller Hintergrund), kennzeichne den Event (Hashtag) öffentlich klar mit Bezug zu Deiner/m Unternehmen/Organisation/Institution (keine weiteren irreführenden Bezeichnungen)
- Wenn Du Blogger zur Promotion eines Produkts, einer Dienstleistung oder anderen Leistung einlädst, sollte klar kommuniziert und deklariert werden, in welcher Produktphase sich das präsentierte Angebot befindet und welche Erwartungen an die anwesenden Teilnehmer (Meinungen, Feedback, öffentliches Twittern) gerichtet sind.

- Wenn Du Blogger zur Promotion eines Produkts, einer Dienstleistung oder anderen Leistung einlädst, sollte klar deklariert und kommuniziert werden, welche Folgekommunikation an die anwesenden Blogger gewünscht wird.

Während der Diskussion wurden regelmässig auf die nicht vorhandene Transparenz bei Journalisten hingewiesen, weshalb wir im Sinne der Gleichstellung von Journalisten und Bloggern eine Richtlinie für Medienhäuser und Verläge vorlegen möchten.

Richtlinien für Verlage, Medienhäuser und Journalisten:

- Als Zeichen der Transparenz sollten Journalisten im Artikel jeweils vermerken, wenn dieser durch ein Produktetest oder ein Honorar unterstützt wurde.

Zürich, 23. August 2014

Unterzeichnet von:

Adrienne Fichter @adfichter

Kevin Kyburz @swissky