

ICCO Stockholm Charta

vom 3. November 2003

Sachbezogene Beratung und Unterstützung

Public Relations Agenturen dürfen keine Interessen wahrnehmen, die ihre Rolle als unabhängige Berater gefährden könnten. Sie haben gegenüber ihren Kunden objektiv zu sein, um für diese eine optimale Kommunikationsstrategie mit entsprechenden Verhaltensweisen zu entwickeln.

Gesellschaft

Eine offene Gesellschaft, freie Meinungsäußerung und freie Medien bilden das Umfeld professioneller Public Relations. PR-Beraterinnen und -Berater bewegen sich im Rahmen dieser offenen Gesellschaft, respektieren ihre Regeln und arbeiten mit Kunden, die sich dem gleichen Ansatz verpflichtet fühlen.

Diskretion

Vertrauen ist das Fundament der Beziehung zwischen Kunde und Public Relations Agenturen. Informationen, die ein Kunde vertraulich zur Verfügung stellt und die nicht öffentlich zugänglich sind, werden Dritten nicht ohne Zustimmung des Kunden mitgeteilt.

Wahrhaftigkeit der Information

Public Relations Agenturen dürfen Zielgruppen nicht wissentlich über Tatsachen und Kundeninteressen irreführen. Sie streben stets nach höchster Aufrichtigkeit.

Versprechen erfüllen

Public Relations Agenturen vereinbaren mit ihren Kunden im Voraus klare Erwartungen über das Ergebnis ihrer Tätigkeit. Sie definieren spezifische Kommunikationsziele und arbeiten so, dass diese Versprechen erfüllt werden. Public Relations Agenturen dürfen jedoch keine Garantien abgeben, die unhaltbar sind oder welche die Integrität der Kommunikationswege gefährden.

Konflikte

Es ist möglich, dass Public Relations Agenturen Kunden mit sich widersprechenden Interessen vertreten. Ein Auftrag für neue und sich widersprechende Interessen darf nicht angenommen werden, ohne zuvor dem bestehenden Kunden die Gelegenheit zu geben, seine Rechte gemäss den Vertragsvereinbarungen zwischen ihm und seiner Public Relations Agentur wahrzunehmen.

Mandatsannahme

Public Relations Agenturen sind frei, aufgrund persönlicher Ansichten ihrer Geschäftsleitung oder ihrer Organisationsgrundsätze einen Auftrag abzulehnen oder anzunehmen.

Governance und Geschäftspraktiken

Public Relations Agenturen verpflichten sich im Umgang mit allen Zielgruppen zu ethischem Verhalten und zur Anwendung höchster professioneller Geschäftsstandards.