

Die ICCO Stockholm Charta

Von den Mitgliedern im Oktober 2003 verabschiedet

“Public Relations-Unternehmen sind professionelle Dienstleistungsfirmen, die ihre Kunden dabei unterstützen, Meinungen, Einstellungen und Verhaltensweisen zu beeinflussen. Damit verbindet sich Verantwortung gegenüber unseren Kunden, unseren Mitarbeitenden, unserem Berufsstand und der gesamten Gesellschaft”

Die ICCO Stockholm Charta

Sachbezogene Beratung und Unterstützung

Public Relations-Unternehmen dürfen keine Interessen haben, 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. 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-Unternehmen. Informationen, die ein Kunde vertraulich zur Verfügung stellt und die nicht öffentlich zugänglich sind, werden Dritten nicht ohne Zustimmung des Kunden mitgeteilt.



Die ICCO Stockholm Charta

Wahrhaftigkeit der Information

Public Relations-Unternehmen dürfen Zielgruppen nicht wissentlich über Tatsachen und Kundeninteressen irreführen. Beratungsfirmen streben stets nach höchster Genauigkeit.

Versprechen erfüllen

Public Relations-Unternehmen 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-Unternehmen dürfen keine jedoch Garantien abgeben, die unhaltbar sind oder welche die Integrität der Kommunikationswege gefährden.

Konflikte

Es ist möglich, dass Public Relations-Unternehmen 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 dem Public Relations-Unternehmen wahrzunehmen.



Die ICCO Stockholm Charta

Mandatsannahme

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

Governance und Geschäftspraktiken

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

