



## **IPRA-Verhaltenskodex**

Dieser 2010 verabschiedete Kodex bekräftigt das professionelle und ethisch einwandfreie Verhalten der Mitglieder/innen der International Public Relations Association (IPRA) und ist eine Empfehlung für PR-Praktiker/innen auf der ganzen Welt.

Der Kodex führt den "Code of Venice" von 1961, den "Code of Athens" von 1965 und den "Code of Brussels" von 2007 zusammen.

*(a) EINGEDENK der Charta der Vereinten Nationen, die den „Glauben an die grundlegenden Menschenrechte, an die Würde und den Wert der menschlichen Person (...) erneut bekräftigt“;*

*(b) EINGEDENK der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte von 1948 und insbesondere des Artikels 19;*

*(c) EINGEDENK der Tatsache, dass Public Relations durch die Förderung des freien Informationsaustauschs den Interessen aller Beteiligten dienen;*

*(d) EINGEDENK der Tatsache, dass die Public Relations- und Public Affairs-Profession eine grundlegende demokratische Repräsentation gegenüber den staatlichen Autoritäten darstellt;*

*(e) EINGEDENK der Tatsache, dass PR-Praktiker/innen aufgrund ihrer weitreichenden Kommunikationskompetenz Einflussmöglichkeiten besitzen, die durch Beachtung eines Kodex' für professionelles und ethisches Verhalten beschränkt werden sollen;*

*(f) EINGEDENK der Tatsache, dass sich auf Kommunikationskanälen wie etwa dem Internet und digitalen Medien unrichtige oder irreführend Informationen weit verbreiten können, ohne einer genaueren Prüfung unterzogen zu werden, und dass diese Kanäle daher besonderer Aufmerksamkeit seitens PR-Praktiker/innen bedürfen, um Vertrauen und Glaubwürdigkeit aufrechtzuerhalten;*

*(g) EINGEDENK der Tatsache, dass das Internet und andere digitale Medien besonderer Aufmerksamkeit hinsichtlich der Privatsphäre von einzelnen Menschen, Kund/innen, Arbeitgeber/innen und Arbeitnehmer/innen bedürfen mögen;*

Sollen PR-Praktiker/innen in der Ausführung ihrer Tätigkeit folgende Grundsätze beachten:

### **1. Beachtung**

Die Prinzipien der UN-Charta und die Allgemeine Erklärung der Menschenrechte beachten;

### **2. Integrität**

Stets ehrlich und integer agieren, um das Vertrauen derjenigen, mit denen sie in Kontakt kommen, zu erlangen und zu erhalten;

### **3. Dialog**

Darauf hinarbeiten, die moralischen, kulturellen und intellektuellen Voraussetzungen für einen Dialog zu schaffen und das Recht aller involvierten Parteien respektieren, ihre Ansichten zu vertreten und ihre Positionen darzulegen;

### **4. Transparenz**

Offen und transparent sein hinsichtlich ihres Namens, ihrer Organisation, und wessen Interessen sie vertreten;

### **5. Konflikt**

Jeglichen professionellen Interessenkonflikt vermeiden und auftretende Konflikte den Beteiligten gegenüber offenlegen.

### **6. Vertraulichkeit**

Vertrauliche Informationen, die ihnen zugänglich gemacht werden, jederzeit vertraulich behandeln;

**7. Richtigkeit**

Alle vertretbaren Schritte unternehmen, um Wahrheit und Richtigkeit aller von ihnen verbreiteten Informationen sicherzustellen;

**8. Unwahrheit**

Alles daransetzen, nicht vorsätzlich falsche oder irreführende Informationen zu verbreiten; angemessene Vorsichtsmaßnahmen ergreifen, um dies nicht aus Versehen zu tun, und jede entsprechende Tat sofort zu korrigieren;

**9. Täuschung**

Keine Informationen auf betrügerische oder unehrliche Art erwerben;

**10. Offenlegung**

Keine Organisationen für einen deklarierten Zweck schaffen oder nutzen, die faktisch einem nicht deklarierten Zweck dienen;

**11. Profit**

Keine von öffentlichen Stellen erhaltenen Dokumente gegen Entgelt an Dritte verkaufen;

**12. Bezahlung**

Keine Bezahlung für professionelle Dienstleistungen außer vom Auftraggeber annehmen;

**13. Anreize**

Vertretern der staatlichen Autoritäten, Medienvertreter/innen oder anderen Beteiligten weder direkte noch indirekte finanzielle oder sonstige Anreize bieten;

**14. Einfluss**

Keine Handlungen vorschlagen oder ausführen, die einen unbilligen Einfluss auf Vertreter/innen der öffentlichen Hand, Medienvertreter/innen oder andere Beteiligte ausüben;

**15. Wettbewerber**

Nicht vorsätzlich die professionelle Reputation von Kolleg/innen beschädigen;

**16. Abwerbung**

Wettbewerbern keine Kund/innen durch betrügerische Mittel abwerben;

**17. Anstellung**

Bei der Anstellung von Personal, das aus öffentlichen Einrichtungen oder von Wettbewerber/innen kommt, die Regeln und Vertraulichkeitsverpflichtungen dieser Organisationen respektieren;

**18. Kollegen**

Diesen Kodex mit Rücksicht auf die übrigen IPRA-Mitglieder/innen und PR-Praktiker/innen auf der ganzen Welt einhalten.

IPRA-Mitglieder/innen sind aufgefordert, zum Aufrechterhalten dieses Kodex' die disziplinarischen Vorgaben der IPRA zu befolgen und dazu beizutragen, sie in Fällen von Zuwiderhandlungen gegen den Kodex zur Anwendung zu bringen.

---

**Verabschiedet vom IPRA-Vorstand am 5. November 2010**