

ICO Kodex

1.
Eine Mitgliedsfirma soll:

1.1
Sich dafür einsetzen, dass in der Ausübung ihrer Aufgaben nur nach den höchsten berufsethischen Normen auf dem Gebiet der Public Relations gearbeitet wird. Des Weiteren ist eine Mitgliedsfirma zu jeder Zeit verpflichtet, aktuelle wie auch ehemalige Kunden, andere Mitgliedsfirmen und Berufsangehörige, den Berufsstand der Public Relations, andere Berufe, Zulieferer, Vermittler, die Kommunikationsmedien, Angestellte und vor allem die Öffentlichkeit fair und ehrlich zu behandeln;

1.2
diese Charta anerkennen, verstehen und befolgen sowie allfällige Anhänge wie auch mögliche andere Richtlinien, die in diese Charta integriert werden. Auch hat sie ständig auf dem neuesten Stand zu sein bezüglich des Inhalts und der Empfehlungen allfälliger Richtlinien oder Anweisungen, die von der ICO oder den nationalen Verbänden von PR-Beratungsgesellschaften herausgegeben werden. Sie ist verpflichtet, den Empfehlungen für eine professionelle Berufsausübung zu entsprechen, wie sie in diesen Richtlinien zum Ausdruck gebracht werden;

1.3
diese Charta einhalten und die Zusammenarbeit mit anderen Mitgliedern zur Entscheidungsfindung bei allen Angelegenheiten, die aus der Anwendung der Charta hervorgehen können, suchen. Eine Mitgliedsfirma, die wissentlich ihre Angestellten dazu bringt oder ihnen erlaubt, sich in irgendwelcher Weise entgegen dieser Charta zu verhalten, ist involviert in eine solche Übertretung und wird direkt als Verursacherin angesehen. Alle Angestellten einer Mitgliedsfirma, die diese Charta nicht einhalten, sind vom Arbeitgeber zu disziplinieren.

Eine Mitgliedsfirma soll sich nicht:

1.4
In irgend einer Weise betätigen oder verhalten, die dem Ruf der ICO oder der nationalen Verbände von PR-Beratungsgesellschaften oder dem Ruf und den Interessen des gesamten Berufsstandes schaden könnte.

**2.
Verhalten gegenüber der Öffentlichkeit, den Medien und anderen Berufsständen**

Eine Mitgliedsfirma soll:

2.1
Ihre beruflichen Aktivitäten unter gebührender

Berücksichtigung der öffentlichen Interessen ausüben;

2.2
sich jederzeit dafür einsetzen, dass die Wahrheit respektiert wird, keine falschen oder irreführenden Informationen wissentlich oder rücksichtslos verbreiten und sich gebührend dafür einsetzen, dass dies auch nicht unwissentlich geschieht;

2.3
verpflichtet sein sicherzugehen, dass die tatsächlichen Interessen jeder Organisation, mit der sie in beruflichen Kontakt tritt, klar definiert sind;

2.4
in Zusammenarbeit mit anderen Berufsständen deren Berufskodex anerkennen und respektieren und nicht wissentlich an einer Verletzung dieser Regeln beteiligt sein;

2.5
vertrauliche Informationen, die sie durch die Erledigung eines Auftrages erhält, als solche wahren;

2.6
keine Aktivitäten vorschlagen oder unternehmen, die eine unangemessene Beeinflussung einer Regierungsstelle, der Gesetzgebung oder der Kommunikationsmedien bedeuten würden;

2.7
Personen in öffentlichen Ämtern oder Mitglieder von statutarischen Verbänden oder Organisationen, die nicht Direktoren, Geschäftsführer oder beauftragte Berater sind, weder irgendwelche Anreize anbieten oder präsentieren noch einen Kunden dazu veranlassen, mit dem Ziel, die Interessen des Kunden zu fördern, wenn solch eine Handlung dem öffentlichen Interesse widerspricht.

**3.
Geschäftsgebahren gegenüber Kunden**

Eine Mitgliedsfirma soll:

3.1
Das Vertrauensverhältnis zu aktuellen wie auch zu ehemaligen Kunden bewahren und dadurch erhaltene Informationen weder weitergeben noch sie zum Nachteil oder Schaden des Kunden oder zum eigenen finanziellen Vorteil verwenden. Eine Ausnahme gilt, wenn der Kunde diese Informationen selbst der Öffentlichkeit zugänglich gemacht hat oder eine explizite Erlaubnis zur Bekanntmachung der Informationen gegeben hat;

3.2

einen Kunden über eventuelle Aktienanteile oder finanzielle Interessen der Mitgliedsfirma oder ihrer Angestellten an Unternehmen, Firmen oder Personen, deren Dienstleistungen empfohlen werden, informieren;

3.3

frei sein, mit einem Kunden Bestimmungen zu vereinbaren, die zusätzlich zu den tatsächlichen Arbeitsstunden und den Rangstufen der betroffenen Mitarbeiter weitere Faktoren berücksichtigen. Diese zusätzlichen Faktoren, die auch von anderen spezialisierten Beratungsfirmen in Rechnung gestellt werden, sollen die umfassenden Einzelheiten eines spezifischen Auftrages berücksichtigen. Dazu gehören vor allem:

- a) Komplexität des Themas, Falles, Problems oder Auftrages und die Schwierigkeiten, die mit der Erledigung des Auftrages in Verbindung gebracht werden.
- b) Berufsspezifische Fähigkeiten oder spezialisierte Fachkenntnisse und die Rangstufen der involvierten Personen, den Zeitaufwand wie auch das Mass an Verantwortlichkeit.
- c) Umfang der Dokumentationen, die durchgesehen oder vorbereitet werden müssen, und deren Wichtigkeit.
- d) Örtlichkeit und Umstände, unter denen ein Auftrag im Ganzen oder zum Teil zu erfüllen ist.
- e) Umfang, Geltungsbereich und Bewertung des Auftrages und dessen Wichtigkeit als Thema oder Projekt des Kunden.

Eine Mitgliedsfirma soll nicht:

3.4

Informationen in bezug auf die Geschäftstätigkeit des Kunden zum finanziellen oder anderen Gewinn missbrauchen;

3.5

Insider-Informationen zu eigenem Vorteil einsetzen. Auch sollen Inhaber oder Mitarbeiter einer Beratungsfirma ohne vorhergehende schriftliche Ermächtigung des Kunden und derjenigen des Geschäftsführers, Finanzchefs oder . Controllers der Mitgliedsfirma nicht direkt in Wertpapiere eines Kunden investieren;

3.6

einen Kunden bedienen, wenn die Auftragsbedingungen die Unabhängigkeit, Objektivität oder Integrität der Mitgliedsfirma gefährden;

3.7

ohne die explizite Ermächtigung der betroffenen Kunden gegensätzliche oder im Wettbewerb stehende Interessen vertreten;

3.8

die Erzielung von Resultaten garantieren, deren Erreichung oder Verhinderung nicht im direkten Einflussbereich der Mitgliedsfirma liegen;

3.9

Angestellte eines Kunden dazu einladen, eine neue berufliche Position anzunehmen (ein Stelleninserat in der Presse wird nicht als persönliche Einladung an eine bestimmte Person angesehen);

4.

Verhalten gegenüber anderen Mitgliedsfirmen

Eine Mitgliedsfirma soll:

4.1

Ein Höchstmass an Genauigkeit und Wahrheit einhalten, durch die Vermeidung von unangemessenen Forderungen oder unfairen Vergleichen und durch die Anerkennung von Ideen oder Ausdrücken, die von anderen übernommen wurden;

4.2

frei sein, ihre Fähigkeiten und Kapazitäten allen potentiellen Kunden anzubieten, sei es aus eigener Initiative oder auf Anfrage eines Kunden, unter der Bedingung, dass dadurch nicht versucht wird, irgendwelche bestehenden Verträge zu brechen oder den Ruf oder die Fähigkeiten anderer Mitgliedsfirmen, die diesen Kunden schon bedienen, zu schmälern.

Eine Mitgliedsfirma soll nicht:

4.3

Dem professionellen Ruf oder der Geschäftstätigkeit anderer Mitglieder schaden.

Die ICO besteht aus Landesverbänden. Alle Mitglieder der ICO Landesverbände haben sich an diese Charta von Rom zu halten. Die ICO setzt Normen, führt Studien über PR-Aktivitäten durch und erhöht das Bewusstsein für den Wert dieses Sektors.

Rom, 25. Oktober 1991