

Codex „Arbeitskreis Social Media Relations in der Unternehmenskommunikation“

Ethische Richtlinien für die Öffentlichkeitsarbeit

Angesichts der Tatsache, dass die auf dem Gebiet der Öffentlichkeitsarbeit tätigen Personen weitgehend dazu beitragen können, die geistigen, moralischen und sozialen Grundbedürfnisse des Menschen zu befriedigen;

und eingedenk des Umstandes, dass die Benutzung der Kommunikationsmittel, die den gleichzeitigen Kontakt mit Millionen Einzelmenschen möglich machen, den Social Media/PR-Fachleuten ein Machtmittel in die Hand gibt, dessen Anwendung aus ethischen Gründen einer wirksamen Regelung unterliegen muss;

erklären die Mitglieder des Arbeitskreises „Social Media Relations in der Unternehmenskommunikation“ (Arbeitstitel), dass sie sich an nachstehendem SM-Codex sowie den für PR-Experten gültigen „Code of Venice“ orientieren.

Deshalb sollte jedes Mitglied dieses Arbeitskreises

- die Schaffung von Kommunikationsformen und -mitteln fördern, die es durch Ermöglichung des freien Informationsflusses dem einzelnen erlauben, sich unterrichtet, angesprochen und mitverantwortlich zu fühlen
- sich bei den jeweils gegebenen Umständen so verhalten, dass es das Vertrauen all derer erwirbt, mit denen es in Kontakt kommt
- sich der Tatsache bewusst sein, dass die enge Verbindung zur Öffentlichkeit in diesem Beruf es mit sich bringt, dass nach seinem Verhalten auf den ganzen Berufsstand geschlossen wird;
- in der Ausübung seines Berufes die allgemeine „Erklärung der Menschenrechte“ respektieren
- die individuelle Würde der Person und das Recht der eigenständigen Meinungsbildung achten;
- die Voraussetzungen für einen echten Meinungs Austausch schaffen und den Partnern die Möglichkeit geben, ihren Standpunkt zu vertreten;
- in jedem Fall so handeln, dass den Interessen beider Seiten, des Auftraggebers und der angesprochenen Öffentlichkeit, Rechnung getragen wird;

Codex

„Arbeitskreis Social Media Relations in der Unternehmenskommunikation“

- seinen Versprechungen und Verpflichtungen nachkommen, die unzweideutig festgelegt werden müssen, und bei jeder Gelegenheit loyal und ehrenhaft zu handeln, um das Vertrauen der Auftraggeber, aber auch des jeweiligen Publikums zu bewahren.

Dagegen unterlässt es jedes Mitglied,

- Informationen aus unkontrollierten oder unkontrollierbaren Quellen zu verbreiten;
- sich für Aktionen oder Vorhaben herzugeben, die gegen die Moral verstoßen, die Menschenwürde verletzen oder in den Bereich der Persönlichkeit eingreifen;
- Methoden oder Mittel anzuwenden, mit deren Hilfe unbewusste Antriebe manipuliert oder hervorgerufen werden können, wodurch der einzelne seiner Urteilsfähigkeit und der Verantwortlichkeit für sein Handeln beraubt werden könnte.

Codex

„Arbeitskreis Social Media Relations in der Unternehmenskommunikation“

Code of Venice

A. Personal and Professional Integrity

It is understood that by personal integrity is meant the maintenance of both high moral standards and a sound reputation. By professional integrity is meant observance of the Constitution rules and, particularly, the Code as adopted by IPRA.

B. Conduct towards Clients and Employers

- A member has a general duty of fair dealing towards his/her clients or employers, past and present.
- A member shall not represent conflicting or competing interests without the express consent of those concerned.
- A member shall safeguard the confidences of both present and former clients or employers.
- A member shall not employ methods tending to be derogatory of another member 痴 client or employer.
- In performing services for a client or employer a member shall not accept fees, commission or any other valuable consideration in connection with those services from anyone other than his/her client or employer without the express consent of his/her client or employer, given after a full disclosure of the facts.
- A member shall not propose to a prospective client that his/her fees or other compensation be contingent on the achievement of certain results; nor shall he/she enter into any fee agreement to the same effect

Codex

„Arbeitskreis Social Media Relations in der Unternehmenskommunikation“

C. Conduct towards the Public and the Media

- A member shall conduct his/her professional activities with respect to the public interest and for the dignity of the individual.
- A member shall not engage in practice which tends to corrupt the integrity of channels of public communication.
- A member shall not intentionally disseminate false or misleading information.
- A member shall at all times seek to give a faithful representation of the organisation which he/she serves.
- A member shall not create any organisation to serve some announced cause but actually to serve an undisclosed special or private interest of a member or his/her client or employer, nor shall he/she make use of it or any such existing organisation.

D. Conduct towards Colleagues

- A member shall not intentionally injure the professional reputation or practice of another member. However.
- A member shall not seek to supplant another member with his employer or client.
- A member shall co-operate with fellow members in upholding and enforcing this Code.