

Lektion 10: Linksammlung zu den PR-Grundsätzen

Deutscher Rat für Public Relations (www.drpr-online.de)

Der Deutsche PR-Rat, getragen von mehreren Verbänden, ist ein Organ der freiwilligen Selbstkontrolle, ähnlich dem Deutschen Werberat und dem Deutschen Presserat.

Sein Auftrag ist es, kommunikatives Fehlverhalten gegenüber der Öffentlichkeit zu ahnden. Seit rund zehn Jahren greift er aktiv in das PR-Geschehen ein: Wie der Werbe- und der Presserat auch spricht er öffentliche Rügen und Mahnungen aus, erlässt Verhaltensrichtlinien und äußert sich zu kommunikativen Fehlentwicklungen in der Öffentlichkeit.

Die Urteile des DRPR gründen auf nationalen wie internationalen PR-Kodizes, Verhaltensrichtlinien und den Kodizes der beiden anderen Kommunikations-Verbände. Auf seiner Homepage finden sich zahlreiche Hintergrund-Materialien sowie Links zu den wichtigsten Kodizes für Mitarbeiter aus PR und Presse.

Die wichtigsten PR-Kodizes:

- **Code d'Athènes** (auch: Code d'Ethiques) (1965)

Der Text ist die Grundlage der Moralkodizes aller nationalen und internationalen PR-Verbände mit Einzel- oder Verbandsmitgliedschaft. Er ist ein internationaler Verhaltenskodex, der ethische Richtlinien für die Öffentlichkeitsarbeit umfasst.

Mit diesem Kodex verpflichten sich die Mitglieder nationaler und internationaler PR-Verbände beispielsweise, bei der Berufsausübung die Menschenwürde und die Persönlichkeitsrechte zu achten. Außerdem versichern sie, die Wahrheit allen anderen Ansprüchen unterzuordnen und keine Informationen aus unkontrollierten oder unkontrollierbaren Quellen zu verbreiten.

Link: <http://www.drpr-online.de/statische/itemshowone.php4?id=5>

- **Code de Lisbonne** (1978)

Der Code de Lisbonne ist ein internationaler Moralkodex. Er regelt europaweit das professionelle Verhalten von Public-Relations-Fachleuten: zum einen in der Öffentlichkeitsarbeit, zum anderen gegenüber der öffentlichen Meinung und den Informationsmedien als auch gegenüber dem eigenen Berufsstand.

Mit diesem Kodex verpflichten sich die Mitglieder nationaler und internationaler PR-Verbände zum Beispiel, absolute Diskretion bei der Ausübung ihres Berufes zu bewahren sowie jeden unlauteren Wettbewerb mit Berufskollegen zu unterlassen.

Link: <http://www.drpr-online.de/statische/itemshowone.php4?id=6>

Presse-Kodex:

- **Code de Bordeaux (1954)**

Diese internationale Erklärung ist die Grundvoraussetzung für die Arbeitsweise von Journalisten, deren Aufgabe es ist, Nachrichten und Informationen zu sammeln, zu verbreiten oder zu kommentieren und über Ereignisse zu berichten.

Der erste Punkt des Code de Bordeaux lautet: „Achtung von Wahrheit und der Anspruch der Öffentlichkeit auf Wahrheit ist die erste Pflicht eines Journalisten.“

Link: <http://www.drpr-online.de/statische/itemshowone.php4?id=9>

Gesetze:

Auch über die für PR-Leute und Journalisten wichtigsten Gesetze informiert die Homepage des DRPR. Denn neben den Kodizes, Verhaltensregeln und Rundfunk-Richtlinien sind natürlich auch die geltenden Gesetze Grundlage für die Entscheidungen des PR-Rates.

Zu den Gesetzesregelungen, die für PR und Journalismus am meisten herangezogenen werden, gehören:

- die Landespressegesetze
- das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb und
- das Wertpapierhandelsgesetz

Link: <http://www.drpr-online.de/statische/itemshowone.php4?id=36>