

EHRENKODEX EXTERNE KOMMUNIKATION

PRÄAMBEL

1. Der Ehrenkodex für Public Relations und Öffentlichkeitsarbeit (kurz PR Ehrenkodex) der Marktgemeinde Guntramsdorf und ihrer angeschlossenen Unternehmen (kurz MGGG), erstmals eingeführt im Rahmen der Erstzertifizierung durch die Auditororganisation XERO, ist auf jegliches Handeln und Unterlassen von Mitarbeitern der MGGG im Zusammenhang mit einer Berufsausübung im Bereich Public Relations und Öffentlichkeitsarbeit (PR-Mitarbeiter) anzuwenden.
2. Grundsätzlich wird im Moment der externen Kommunikation mit Dritten ein MGGG Mitarbeiter zum PR-Mitarbeiter. Als PR-Mitarbeiter werden daher nachfolgend jene Mitarbeiter und externe Partner bezeichnet, welche Unternehmenskommunikation (=MGGG) gegenüber Dritten betreiben, d.h. Informationen der MGGG an Dritte weitergeben, sei es als Mitarbeiter im Rahmen seiner Tätigkeit in der bzw. für die MGGG im Bürgerservice, im Verfassen von Pressemeldungen aller Art sowie im Besonderen der Herr Bürgermeister und die Amtsleitung im Fall eines öffentlichen Auftritts.
3. Dem PR Ehrenkodex liegen die jeweiligen Bestimmungen des Ehrenkodex der PRVA, dem Athener Kodex (Internationale Grundsätze zur Öffentlichkeitsarbeit) zu Grunde (siehe Anlage). Ebenso die Richtlinien des Österreichischen Presserates zur Finanz- und Wirtschaftsberichterstattung, welche auf die MGGG angepasst wurden (siehe Seite 4).
4. Das Bekenntnis zum PR Ehrenkodex bedeutet besondere BürgerInnen bzw. Kundenorientierung, hohe Kompetenz der Mitarbeiter, höchste Seriosität und Transparenz sowie Bereitschaft zu konstruktiven Kollegenkontakten.

ALLGEMEINE VERPFLICHTUNGEN

1. Der PR-Mitarbeiter bewegt sich im Spannungsfeld zwischen der den internen Vorgängen der MGGG und einer transparenten und objektiven und umfassenden Kommunikation nach außen. Dieser bedient sich dabei verschiedenster und modernster Kommunikationsmedien.
2. Der PR-Mitarbeiter hat seinen Beruf nach bestem Wissen und Gewissen unvoreingenommen und unparteiisch auszuüben.
3. Der PR-Mitarbeiter hat für die Aufrechterhaltung eines einwandfreien sprachlichen und fachlichen Niveaus, das den Anforderungen des Berufsstandes entspricht, Sorge zu tragen, um die ihm übertragenen Aufgaben gewissenhaft und verantwortlich ausführen zu können.
4. Der PR-Mitarbeiter ist zur Verschwiegenheit verpflichtet - diese Verpflichtung besteht auch über die Beendigung des Auftrags- bzw. Arbeitsverhältnisses hinaus.
5. Der PR-Mitarbeiter wird jene Aufträge (=Freigaben von Bürgermeister und Amtsleitung sowie Anfragen von i.A. als Kunden bezeichneten externen Dritten), welche er nicht oder nicht zur Gänze erfüllen kann, an Kollegen weiterleiten bzw. diese namhaft machen oder in Zusammenarbeit mit diesen ausführen.
6. Grundsätzlich ist der PR-Mitarbeiter ein Generalist und kein Spezialist der Fachabteilungen. Er ist auf interne Informationen angewiesen, hat diese aber nach bestem Wissen und Gewissen zu verarbeiten und ggf. zu plausibilisieren.
7. Der PR-Mitarbeiter ist dem Gedanken der Bürgernähe (=Kundenorientierung) in höchstem Maße verbunden und reagiert auf etwaige Anfragen raschestmöglich.
8. Jeder PR-Mitarbeiter verpflichtet sich sein Fachwissen auf aktuellem Stand zu halten.

9. Im Bezug auf die Weitergabe von sensiblen Informationen wird jeder PR Mitarbeiter ausnahmslos nur nach Freigabe der Amtsleitung oder des Bürgermeisters tätig. Sensible Informationen sind Informationen, die dem Ansehen der MGGG bzw. Ihrer Mitarbeiter (hervorzuheben sind hier der Bürgermeister, die Bereichs- sowie die Amtsleitung) Schaden zufügen können bzw. als „vertraulich“ klassifiziert sind. Nicht unter diesem Punkt fallen Sachverhalte, welche im Aufgabengebiet des PR-Mitarbeiters liegen (e.g. der Datenaustausch der Buchhaltung mit der Wirtschaftsprüfung).
10. Kein PR-Mitarbeiter darf einem Kunden/Bürger wegen dessen Religionszugehörigkeit, Geschlecht, Hautfarbe, besonderen Bedürfnissen, Familienstatus oder Herkunft berufliche Dienstleistungen verweigern oder diesen in der Kommunikation benachteiligen.
11. Alle Termine und Fristen sind pünktlich einzuhalten Falls dies in Ausnahmefällen nicht möglich ist, müssen zeitgerecht Entschuldigungen bzw. Ersuchen um Fristerstreckung eingebracht werden.
12. Die Annahme von Aufträgen ist auch nach gesetzlichen Bestimmungen zu beurteilen (z.B. Verstoß gegen das Pornographiegesezt, Wiederbetätigungsgesezt etc.).

VERPFLICHTUNG GEGENÜBER DEM KOMMUNIKATIONSEMPFÄNGER (= BÜRGER, LESER ODER KUNDEN)

1. Der PR-Mitarbeiter trifft eine klare Festlegung über Art, Methode und Empfänger einer Kommunikationsmaßnahme (nach erfolgter Tätigkeit gem. Allg. Verpflichtung Punkt 9).
2. Der PR-Mitarbeiter verwendet gut verständliche sowie aussagekräftige Formulierungen und bietet eine sachkundige Erläuterung.
3. Der PR-Mitarbeiter verpflichtet sich nicht mit Zahlungen jeder Art in Berührung zu kommen, sofern dies nicht Teil seiner definierten Tätigkeit ist.
4. Der PR-Mitarbeiter ist verpflichtet, bestmögliche, wesentliche und objektive Informationen. Er hat Irreführungen und Lenkungseffekte zu vermeiden.
5. Der PR-Mitarbeiter informiert seinen Auftraggeber (=Bürgermeister, Amtsleitung) durch regelmäßigen Bericht über seine Aktivitäten und den Status von Medien- bzw. Kundenkontakten.

UMGANG MIT KOLLEGEN¹ SOWIE VERHALTEN IN DER ÖFFENTLICHKEIT

1. Der PR-Mitarbeiter verpflichtet zu Kollegialität und Solidarität sowie sämtlichen Dienstanweisungen der MGGG.
2. Das Ansehen des Berufsstandes darf durch das persönliche Verhalten nicht beeinträchtigt werden.
3. Der PR-Mitarbeiter hat ein tadelloses Verhalten an den Tag zu legen.
4. Von aufdringlicher, das Ansehen des Berufsstandes schädigender Werbung ist Abstand zu nehmen.
5. Der PR-Mitarbeiter hat in seiner Kleidung und in seinem Auftreten Bedacht auf das Ansehen seines Standes zu wahren.

RELEVANTE BESTIMMUNGEN DES ÖSTERREICHISCHEN PRESSERATES

¹ Details siehe Dienstanweisung interne Kommunikation

1. **Freiheit:** Betonung der Pressefreiheit, deren Einschränkung nur durch freiwillige Selbstbeschränkung durch den Ehrenkodex erfolgt.
2. **Genauigkeit:** Dazu gehören gewissenhafte und korrekte Recherche und Wiedergabe, Kennzeichnen von Zitaten, Gehör für Beschuldigte, umgehende Richtigstellung bei Fehlern, angemessene Berichterstattung über behördliche Entscheidungen zu berichteten Themen.
3. **Unterscheidbarkeit:** Klare Unterscheidbarkeit von Tatsachenberichten und Meinungen (Kommentaren), bei Wiedergabe von Zitaten und Fremdmeinungen Überprüfung von Richtigkeit bzw. Stichhaltigkeit.
4. **Einflussnahmen:** Der Ehrenkodex verwehrt sich gegen jegliche Form von Einflussnahmen, etwa durch Vorteilsnahme, Geschenke, Repressalien. So wäre laut Ehrenkodex etwa der Einlader von Reisen zu nennen – ein Verbot derartiger Einladungen ist interessanterweise nicht vorgesehen.
5. **Persönlichkeitsschutz:** Allgemeine Formulierungen zur Wahrung von Recht und Würde der Person mit Hinweis auf rechtlich ohnehin verbotene Diffamierungen und Verspottungen.
6. **Intimsphäre:** Grundsätzlicher Schutz, besonderer Hinweis zu Berichten über Kinder und Jugendliche. Auch dieser Schutz ist großteils ohnehin bereits in diversen Rechtsvorschriften bindend vorgesehen.
7. **Redaktionelle Spezialbereiche:** Hier wird – verkürzt dargestellt – darauf Bezug genommen, dass Reise-, Verkehr- und Gastronomieberichte keine reinen Werbedarstellungen sein dürfen. Ein Bericht über gravierende Menschenrechtsverletzungen in einem Tourismusziel, über das geschrieben wird, wird wohl kaum den werblichen Erwartungen möglicher Anzeigenkunden gerecht werden.
8. **Öffentliches Interesse:** Hier geht es um eine Güterabwägung, wann öffentliches Interesse überwiegt und wann sonst schutzwürdige Interessen von Einzelpersonen zurückstehen müssen. Die Formulierungen sind sehr allgemein gehalten. Hier werden wohl eher die konkreten Einzelentscheidungen des Presserats oder der zuständigen Gerichte als Richtschnur dienen können.
9. **Interessen von Medienmitarbeitern:** Private und geschäftliche Interessen von PR-Mitarbeitern sollen laut Ehrenkodex keinen Einfluss auf redaktionelle Inhalte haben. (Genauere Bestimmungen auch in „Richtlinien des Österreichischen Presserates zur Finanz- und Wirtschaftsberichterstattung“). Auch Informationen, die Journalisten etwa durch ihre Tätigkeit exklusiv erhalten, sollen für die Berichterstattung – und nicht zum persönlichen Vorteil – verwendet werden. Die genannten Richtlinien etwa verweisen auf das Verbot des Insiderhandels.
10. **Pietätvolle Berichterstattung** (e.g. zu Unfällen) hat das Ziel der Prävention – im Rahmen relevanter Themen (e.g. auch Unfall) sind jedenfalls Hinweise auf unterstützende Stellen mit zu übertragen.

SANKTIONEN

1. Jeder PR-Mitarbeiter leistet einen aktiven Beitrag zur Konfliktlösung, wenn eine Beschwerde von einem Kunden oder Kollegen an den PR-Mitarbeiter selbst oder einen anderen MGGG Mitarbeiter herangetragen wird und unterwirft sich einem geregelten Clearingverfahren:

Der PR-Mitarbeiter ist verpflichtet, binnen angemessener Zeit, längstens jedoch vier Wochen, eine qualifizierte, auf die konkreten Problemstellungen eingehende, schriftliche Stellungnahme abzugeben. Bei Gefahr in Verzug kann auch eine kürzere Frist als angemessen vorgegeben werden. Darüber hinaus erklärt sich der PR-Mitarbeiter bereit, an einem klärenden Gespräch aller Beteiligten, auch unter Beiziehung eines als Mediator namhaft gemachten Dritten, teilzunehmen.

2. Die Amtsleitung hat die Einhaltung des Ehrenkodex durch die PR-Mitarbeiter zu überwachen. Je nach Schweregrad des Verstoßes liegt die Sanktion zwischen einer Abmahnung bis hin zur Entlassung/Schadenersatzforderung.