

SPAG | SSPA

Schweizerische Public Affairs Gesellschaft
Société Suisse de Public Affairs
Società Svizzera di Public Affairs
Swiss Society of Public Affairs

Standesregeln

(gültig ab 13.3.19)

Interessenvertretung

Art. 1

- 1 Die Interessenvertretung bezweckt die Teilhabe betroffener Kreise aus Wirtschaft und Gesellschaft an staatlichen Vorhaben. Sie ist verfassungsrechtlich verankert (Art. 147 BV) und stellt einen unverzichtbaren Bestandteil demokratischer Meinungsbildung dar.
- 2 Die SPAG sorgt für eine qualitativ hochstehende Interessenvertretung, die sich an ethischen Grundregeln orientiert.
- 3 Zu diesem Zweck sind für die Mitglieder der SPAG verbindlich:
 - a. die Statuten;
 - b. die vorliegenden Standesregeln mit den darin enthaltenen Transparenzvorschriften und beruflichen Sorgfaltspflichten;
 - c. die Bestimmungen des "Kodex von Lissabon" vom 3. November 1989.

Standesregeln

Art. 2

- 1 Durch den Erlass von Standesregeln fördert die SPAG:
 - a. die Integrität und Professionalität ihrer Mitglieder;
 - b. die Akzeptanz und Anerkennung des Berufsstandes in der Öffentlichkeit und gegenüber Politik und Verwaltung;
 - c. die Transparenz für die Lobbyingtätigkeit.
- 2 Die Standesregeln ergänzen den "Kodex von Lissabon" vom 3. November 1989. Der Kodex gilt als integrierter Bestandteil dieser Standesregeln und ist diesen als Anhang beigelegt.
- 3 Die Standesregeln sind auf der Homepage der SPAG öffentlich zugänglich.

Aufgaben der SPAG

Art. 3

- 1 Die SPAG sorgt für die Einhaltung der Standesregeln gegenüber ihren Mitgliedern, indem sie:

- a. geeignete Schulungen anbietet;
 - b. für Neumitglieder eine Grundinformation anbietet;
 - c. die Mitgliedschaft von der Einhaltung der Standesregeln abhängig macht;
 - d. Verstöße gegen die Standesregeln durch eine unabhängige Standeskommission prüfen und sanktionieren lässt.
- 2 Den Standesregeln kommt Vorbildfunktion für die gesamte Branche zu.
 - 3 Die SPAG setzt sich dafür ein, dass ihre Standesregeln von allen Lobbyistinnen und Lobbyisten beachtet werden; dass Unternehmen, die Lobbyistinnen und Lobbyisten beschäftigen, die Standesregeln anerkennen.

Akkreditierung

Art. 4

Die SPAG leistet ihren Beitrag zur nationalen Akkreditierung von Lobbyistinnen und Lobbyisten, indem:

- a. sie den zuständigen Behörden Empfehlungen für die Akkreditierung abgibt;
- b. sie solche Empfehlungen von der Beachtung ihrer Standesregeln abhängig macht;
- c. die Standeskommission der SPAG den zuständigen Behörden bei Verstößen gegen die Standesregeln auch den Entzug der Akkreditierung empfehlen kann.

Register

Art. 5

- 1 Die SPAG führt ein Register ihrer Mitglieder, das auf der Homepage der SPAG öffentlich zugänglich ist und von jedermann eingesehen werden kann.
- 2 Das Register enthält mindestens die folgenden Angaben:
 - für Mitarbeitende von Verbänden, Unternehmen oder öffentlichen Verwaltungen:
 - a. Name, Vorname des SPAG-Mitglieds;
 - b. Name des Arbeitgebers;
 - c. berufliche Funktion.
 - für Mitarbeitende in Agenturen, Anwaltskanzleien oder Selbständigerwerbende:
 - a. Name, Vorname des SPAG-Mitglieds;
 - b. Name des Arbeitgebers;
 - c. Namen aller Auftraggeber, die durch das jeweilige SPAG-Mitglied direkt betreut werden, ohne Angabe der einzelnen Mandate bzw. Projekte.
- 3 Die Angaben sind Voraussetzung einer Mitgliedschaft in der SPAG. Die Mitglieder publizieren Änderungen bis spätestens drei Monate nach Entstehung des Arbeits- oder Auftragsverhältnisses im Profil.
- 4 Die SPAG sorgt für eine jährliche Aktualisierung des Registers.

Sorgfaltspflichten und Offenlegung

Art. 6

- 1 Die Mitglieder des Vereins legen ihre Arbeitgeber offen. Mitarbeitende in Agenturen, Anwaltskanzleien oder selbstständig Erwerbende legen zudem Ihre Auftraggeber offen.
- 2 Die Offenlegung umfasst:
 - a. Informationsvermittlung oder Einflussnahme bei Parlamentsmitgliedern und deren Mitarbeitenden;
 - b. Informationsvermittlung oder Einflussnahme bei Regierungsgliedern, Verwaltung sowie von der Regierung/Verwaltung eingesetzten Gremien;
 - c. Informationsvermittlung oder Einflussnahme bei Gremien und Mitarbeitenden von politischen Parteien;
 - d. Medienarbeit mit dem Ziel der Beeinflussung von Akteuren gemäss lit. 2a-2c;
 - e. Issue-Monitoring, Issue-Management und Stakeholder-Management mit dem Ziel der Beeinflussung der Akteure gemäss lit. 2a-2c.
 - f. Übernahme politischer Ämter sowie Einsitznahme in Gremien, die von der Regierung / Verwaltung eingesetzt sind
 - g. Unterstützung von aktuellen oder zukünftigen Mandatsträgern im Wahlkampf;
 - h. Mitwirkung bei Organisationen/Unternehmen in Wahl-/Abstimmungskämpfen;
 - i. Mandate der politischen Kommunikation und Informationskampagnen im Auftrag von Verwaltung oder Unternehmen in mehrheitlich staatlichem Besitz.

Die Bestimmungen dieses Artikels sind auf Mandate auf Bundes-, Kantons-, Bezirks- und Gemeindeebene anwendbar.

Standeskommission

Art. 7

- 1 Die Standeskommission besteht aus mindestens drei Personen, die nicht der SPAG angehören.
- 2 Wahl und Amtsdauer richten sich nach den geltenden Statuten der SPAG.
- 3 Die Mitglieder der Standeskommission werden unter Angabe von Name, Vorname, Adresse und beruflicher Funktion auf der Homepage der SPAG bekannt gegeben.

Verfahren

Art. 8

- 1 Die Standeskommission ist ab drei Mitgliedern beschlussfähig.
- 2 Sie beurteilt auf Antrag eine angebliche Verletzung der Sorgfaltspflichten. Jedes Mitglied ist antragsberechtigt. Die Stako informiert das betroffene Mitglied und den Vorstand über den Vorgang mit Angabe der/des Antragsstellenden.
- 3 Die Standeskommission hat den Sachverhalt festzustellen.

- 4 Das betroffene Mitglied ist verpflichtet, der Standeskommission die zweckdienlichen Hinweise zu machen und an der Feststellung des Sachverhalts mitzuwirken.
- 5 Die Mitglieder sind zur Verschwiegenheit über berufliche und geschäftliche Geheimnisse verpflichtet, die sie in diesem Zusammenhang erfahren.

Sanktionen

Art. 9

- 1 Die Standeskommission stellt nach Anhörung des betroffenen Mitglieds fest, ob eine Verletzung der Standesregeln vorliegt oder nicht.
- 2 Wird eine Verletzung festgestellt, kann die Standeskommission eine Rüge aussprechen.
- 3 Im Wiederholungsfall sowie bei besonders schwerwiegender Verletzung kann:
 - a. die Einhaltung der Standesregeln und des Kodex zur Bedingung einer weiteren Mitgliedschaft gemacht werden, oder;
 - b. dem Vorstand der Ausschluss des betreffenden Mitglieds beantragt werden und bei den zuständigen Behörden der Entzug einer Akkreditierung empfohlen werden.

Evaluation

Art. 10

- 1 Die Standeskommission evaluiert die Standesregeln jährlich und berichtet der Generalversammlung.
- 2 Sie kann der Generalversammlung Anpassungen beantragen.

Inkrafttreten

Art. 11

Alle bisherigen Standesregeln werden auf den Zeitpunkt des Inkrafttretens aufgehoben. Änderungen verabschiedet von der a.o. Generalversammlung der SPAG am 6. Dezember 2016, mit Inkrafttreten 1.1.2017.

Änderungen verabschiedet von der a.o. Generalversammlung der SPAG am 12. März 2019, mit Inkrafttreten 13.3.2019

Hinweis

Die Wahl, Zusammensetzung und Aufgaben der Standeskommission sind in den Statuten geregelt (Art. 11 und 12). Sie ist für Mitglieder gleichzeitig Rekursinstanz gegen Entscheide des Vorstandes.

Anhang

Code de Lisbonne

Der Europäische Kodex für ein professionelles Verhalten in der Öffentlichkeitsarbeit

Teil 1

Kriterien für Personen, die diesem Kodex unterstehen

Artikel 1

Alle Mitglieder der Schweizerischen Public Affairs Gesellschaft (SPAG), die gemäss den Statuten der Gesellschaft aufgenommen wurden, gelten als Public Relations-Fachleute im Sinne dieses Kodex. Sie haben die im Kodex enthaltenen Verhaltensgrundsätze zu befolgen.

Teil 2

Allgemeine berufliche Verhaltensregeln

Artikel 2

In der Ausübung ihres Berufsstandes respektieren die Public Relations-Fachleute die Grundsätze der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte, insbesondere die Grundsätze Freiheit der Meinungsäusserung und Unabhängigkeit der Medien, welche auch das Recht des Individuums auf Informationen festhalten. Sie handeln in Übereinstimmung mit den Interessen der Allgemeinheit und unternehmen nichts, was die Würde und Integrität des Individuums verletzen würde.

Artikel 3

In der Ausübung ihres Berufes beweisen die Public Relations-Fachleute Aufrichtigkeit, moralische Integrität und Loyalität. Insbesondere dürfen sie keine Äusserungen und Informationen verwenden, die nach ihrem Wissen oder Erachten falsch oder irreführend sind. Im gleichen Sinn müssen sie vermeiden, dass sie – wenn auch unbeabsichtigt – Praktiken oder Mittel gebrauchen, die mit diesem Kodex unvereinbar sind.

Artikel 4

Public Relations-Aktivitäten müssen offen durchgeführt werden. Sie müssen leicht als solche erkennbar sein, eine klare Quellenbezeichnung tragen und dürfen Dritte nicht irreführen.

Artikel 5

In ihren Beziehungen zu anderen Berufsständen und zu anderen Bereichen der sozialen Kommunikation respektieren Public Relations-Fachleute die dort geltenden Regeln und Praktiken, sofern diese mit den ethischen Grundsätzen ihres Berufsstandes vereinbar sind. Public Relations-Fachleute respektieren die nationalen Berufskodizes und die geltenden Gesetze in allen Ländern, in denen sie tätig sind. Public Relations-Fachleute sind zurückhaltend in ihrer Eigenwerbung.

Teil 3

Spezifische Verhaltensnormen

Gegenüber Auftrag- oder Arbeitgebern

Artikel 6

Public Relations-Fachleute dürfen ohne ausdrückliche Zustimmung der betroffenen Auftrag- oder Arbeitgeber keine sich widersprechenden oder miteinander konkurrierenden Interessen vertreten.

Artikel 7

Bei der Ausübung ihres Berufes bewahren Public Relations-Fachleute absolute Diskretion. Sie respektieren gewissenhaft das Berufsgeheimnis und geben insbesondere keine vertraulichen Informationen weiter, die sie von früheren, gegenwärtigen oder potentiellen Auftrag- oder Arbeitgebern erhalten haben. Die Weitergabe solcher Informationen ist nur mit ausdrücklicher Zustimmung der betreffenden Auftrag- oder Arbeitgeber zulässig.

Artikel 8

Vertreten Public Relations-Fachleute Interessen, die denjenigen ihres Auftrag- oder Arbeitgebers zuwiderlaufen könnten, so müssen sie ihn zum frühest möglichen Zeitpunkt darüber unterrichten.

Artikel 9

Public Relations-Fachleute dürfen ihrem Auftrag- oder Arbeitgeber die Dienste einer Gesellschaft oder Organisation, an der sie ein finanzielles, geschäftliches oder anderes Interesse haben, nur dann empfehlen, wenn sie diese Interessen vorher offengelegt haben.

Artikel 10

Public Relations-Fachleute dürfen keine vertragliche Vereinbarungen eingehen, in denen sie ihrem Auftrag- oder Arbeitgeber messbare Erfolgsgarantien abgeben.

Artikel 11

Public Relations-Fachleute dürfen die Vergütung für ihre Dienstleistungen nur in Form eines Honorars oder Gehaltes entgegennehmen.

Sie dürfen auf keinen Fall eine Bezahlung oder eine sonstige Gegenleistung akzeptieren, deren Höhe sich nach dem messbaren Erfolg der erbrachten Dienstleistungen richtet.

Artikel 12

In der Ausführung von Dienstleistungen dürfen Public Relations-Fachleute ohne Zustimmung des jeweiligen Auftrag- oder Arbeitgebers kein Entgelt wie Rabatte, Provisionen oder Sachleistungen von Dritten entgegennehmen.

Artikel 13

Falls die Ausführung eines Public Relations-Mandates nach aller Voraussicht ein gravierendes Fehlverhalten und eine den Grundsätzen dieses Kodex widersprechende Vorgehensweise bedingen würde, müssen Public Relations-Fachleute ihren Auftrag- oder Arbeitgeber

unverzöglich unterrichten und ihm mit allen gebührenden Mitteln zu einer Respektierung der Grundsätze im Kodex veranlassen.

Selbst wenn der Auftrag- oder Arbeitgeber weiter an seinem Vorsatz festhält, sind Public Relations-Fachleute ohne Rücksicht auf persönliche Konsequenzen verpflichtet, gemäss dem Kodex zu handeln.

Gegenüber der öffentlichen Meinung und den Informationsmedien

Artikel 14

Die in diesem Kodex – insbesondere in den Artikeln 2, 3, 4 und 5 – festgehaltene Geisteshaltung beinhaltet die ständige Respektierung des Rechts auf Information durch die Public Relations-Fachleute sowie die Pflicht zur Bereitstellung von Informationen, soweit es die Wahrung des Berufsgeheimnisses zulässt. Sie umfasst ferner die Respektierung der Rechte und der Unabhängigkeit der Informationsmedien.

Artikel 15

Jeder Versuch, die Öffentlichkeit oder ihre Repräsentanten zu täuschen, ist nicht zulässig. Informationen müssen unentgeltlich und ohne irgendeine verdeckte Belohnung zur Verwendung oder Veröffentlichung bereitgestellt werden.

Artikel 16

Falls es unter Beachtung der Grundsätze in diesem Kodex erforderlich sein sollte, zur Wahrung der Initiative oder Kontrolle über die Verbreitung von Informationen Anzeigenraum oder Sendezeit zu kaufen, können dies Public Relations-Fachleute in Übereinstimmung mit den jeweils geltenden Regeln, Praktiken und Gepflogenheiten tun.

Gegenüber Berufskollegen

Artikel 17

Public Relations-Fachleute haben jeden unlauteren Wettbewerb mit Berufskollegen zu unterlassen. Unter Vorbehalt der im Artikel 19b enthaltenen Verpflichtung haben sie sich jeder Handlung oder Äusserung zu enthalten, die dem Ansehen oder der Arbeit eines Berufskollegen schaden könnte.

Gegenüber dem Berufsstand

Artikel 18

Public Relations-Fachleute haben sich jeder Verhaltensweise zu enthalten, die dem Ansehen ihres Berufsstandes schaden könnte. Insbesondere dürfen sie der Schweizerischen Public Relations Gesellschaft, ihrer Arbeit und ihrem Ansehen keinen Schaden zufügen, sei es durch böswillige Angriffe oder durch Verstösse gegen ihre Statuten und Reglemente.

Artikel 19

Die Wahrung des Ansehens des Berufsstandes ist ein Pflichtgebot für alle Public Relations-Fachleute. Sie sind nicht nur verpflichtet, den Kodex selbst einzuhalten, sondern auch:

1. beizutragen, dass der Kodex möglichst weit verbreitet sowie besser bekannt und verstanden wird;
2. alle Verstösse oder mutmassliche Verstösse gegen den Kodex, die ihnen bekannt werden, der
3. zuständigen Disziplinarstelle zu melden und alles in ihrer Macht Stehende zu unternehmen, um sicherzustellen, dass die Entscheidungen dieser Disziplinarstelle über die Anwendung des Kodex befolgt und dass verhängte Sanktionen durchgesetzt werden.

Public Relations-Fachleute, die einen Verstoß gegen den Kodex zulassen, verstossen dadurch selbst gegen den Kodex.