



Bund der Public Relations Agenturen der Schweiz  
Association des agences de relations publiques en Suisse  
Associazione delle agenzie di pubbliche relazioni in Svizzera  
Association of PR Agencies in Switzerland

## Grundsätze des BPR A

Der 1976 gegründete Bund der Public Relations Agenturen der Schweiz BPR A vertritt standespolitische Anliegen mittlerer und grosser PR-Agenturen in der Schweiz.

### Markttransparenz

Die Mitglieder setzen sich für eine verbesserte Markttransparenz ein. Zu diesem Zweck haben sie sich auf gemeinsame Normen und Richtlinien verpflichtet.

### Hochstehende Leistungen

Die Mitglieder haben sich darüber ausgewiesen, dass sie seit mindestens fünf Jahren qualitativ hochstehende Dienstleistungen im Sinne des «full service» (Beratung, Konzeption, Ausführung) erbracht haben.

### Kontinuität

Die Mitglieder weisen einen Personalbestand von mindestens fünf vollamtlichen, festen Mitarbeitern aus und übernehmen die Gewähr, dass die qualifizierte Stellvertretung innerhalb der Agentur auf allen Ebenen jederzeit sichergestellt ist.

### Engagement

Die Mitglieder handeln ausschliesslich im Interesse ihrer Auftraggeber. Sie bemühen sich, dieses nach bestem Wissen und Können zu wahren. Während der Dauer eines Auftragsverhältnisses werden keine Mandate übernommen, die den Interessen des Auftraggebers direkt zuwiderlaufen. Bei einer möglichen Interessenkollision konsultiert die Agentur vorgängig die betroffenen Auftraggeber.

### Voraussetzungen

Die Mitglieder übernehmen einen Auftrag nur dann, wenn die für die seriöse Durchführung erforderlichen Voraussetzungen gegeben sind: Übereinstimmung des Auftrages mit Recht und Gesetz, Verfügbarkeit aller für den erteilten Auftrag notwendigen Informationen und Unterlagen.

### Diskretion

Die Mitglieder garantieren dem Auftraggeber volle Diskretion, insbesondere für ihnen bekanntgewordene Betriebsgeheimnisse und Zahlen. Die Geheimhaltungspflicht gilt auch für die Zeit nach Beendigung des Vertragsverhältnisses.

### Arbeitsweise

Die Mitglieder geben Provisionen oder Kommissionen von Lieferanten dem Auftraggeber weiter. Für ihre Dienstleistungen geben die Agenturen keine Erfolgsgarantie ab, und sie bieten diese auch nicht gegen Erfolgshonorar an.

### Schlichtungsstelle

Die Mitglieder haben eine Schlichtungsstelle errichtet. Sie beurteilt, im Sinne eines Ombudsmanns, allfällige Meinungsdivergenzen zwischen Auftraggebern und Mitgliedern.