

*Ihre Public Relations Agentur
weiss, worauf es ankommt*



Engagement – Professionalität – Vertraulichkeit – Qualität

Ihre BPPRA-Agentur

Der Bund der Public Relations Agenturen der Schweiz (BPPRA) vereinigt die qualitativ ausgewiesenen mittleren und grossen PR-Agenturen unseres Landes.

Im BPPRA findet ein reger Gedanken- und Erfahrungsaustausch unter den Führungskräften, Leiterinnen und Leitern der führenden Public Relations Agenturen statt.

Der BPPRA ...

- vertritt die unternehmenspolitischen Interessen der Mitgliedagenturen gegenüber den wichtigsten Anspruchsgruppen,
- sorgt für Markttransparenz,
- setzt hohe fachliche, wirtschaftliche und ethische Standards,
- trägt zur professionellen Weiterentwicklung der Agenturleiterinnen und Agenturleiter bei,
- pflegt den Kontakt zur internationalen PR-Agenturszene (als Verbandsmitglied der ICCO),
- dient bei Meinungsdivergenzen zwischen Auftraggebern und Mitgliedagenturen als Schlichtungsstelle,
- fördert das Ansehen der Mitglieder sowie der PR-Branche in der Öffentlichkeit.

Workshops zu zentralen Themen des Agenturmanagements sowie jährliche Erhebungen von Trends und Kennzahlen tragen dazu bei, dass sich die Mitgliedagenturen erfolgreich dem Wettbewerb stellen.

Die Geschäftsstelle des BPPRA dient den Mitgliedagenturen als Auskunftsstelle in Honorar- und Vertragsfragen. Auftraggebern ist sie Anlaufstelle bei der Evaluation einer Agenturpartnerschaft.

Die Geschäftsstelle BPPRA als Servicezentrum

Getreu seinen Zielsetzungen bietet der BPPRA seinen Mitgliedagenturen zahlreiche Dienstleistungen, namentlich

- kostenlose Teilnahme an Workshops zur Agenturführung,
- Unterstützung bei der Zertifizierung der Qualitätssicherung entsprechend dem international anerkannten Consultancy Management Standard CMS II,
- Ombudsmann (Schlichtungsstelle) bei Meinungsdivergenzen zwischen Auftraggebern und Mitgliedagenturen,
- mindestens zweimal jährlich Gelegenheit zum wertvollen Gedankenaustausch unter den Mitgliedagenturen,

- Publikation der jährlich ermittelten Marktstatistik,
- Publikation des Fach- und Kundenbranchen-Know-hows jeder PR-Agentur in Form des Skills Index,
- summarische Publikation der Honoraransätze (Mitgliedagenturen erhalten volle Transparenz über die Honoraransätze ihrer Mitbewerber),
- jährliche Trenderhebung zur Auftragsentwicklung und ausgewählter Kennzahlen,

- BPPRA Honorarordnung,
- Muster Kunden-Agenturvertrag,
- Muster Anstellungsvertrag für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Mitgliedagenturen,
- Checkliste für Veranstalter von Konkurrenzpräsentationen,
- Plattform mit Link auf die Website der Mitgliedagentur auf dem BPPRA-Portal.

Hohe Qualität in Führung und Beratung

Mit dem international anerkannten Consultancy Management Standard CMS II bescheinigt eine Public Relations Agentur, dass sie höchste fachliche, wirtschaftliche und ethische Standards einhält. Public Relations Agenturen erhalten das wertvolle Zertifikat nach Bestehen eines alle zwei Jahre wiederholten, neutralen Assessments durch den internationalen DNV-Auditor. Da dieser in Deutschland, Österreich und der Schweiz Public Relations Agenturen auditiert, profitiert die zu zertifizierende Agentur von einem Know-how-Transfer erster Güte. Das Assessment umfasst die Prüfung von acht Themenkreisen:

1. Die Agentur weist nach, dass sie gut organisiert ist und die Verantwortlichkeiten und Kompetenzen auf allen Ebenen festgelegt und bekannt sind.
2. Die Agentur zeigt auf, dass ihr Businessplan realistisch und langfristig angelegt ist, erreichbare Ziele enthält, systematisch genutzt wird und der Agenturbelegschaft bekannt ist.
3. Die Agentur hat eine klare Vision und grundlegende Werte sowie ein Programm zur strategischen Unternehmensentwicklung.
4. Die Agentur verfügt über ein solides Finanzmanagement.
5. Das Projektmanagement der Agentur gewährleistet eine verlässliche Planung, Durchführung und Bewertung der PR-Projekte.
6. Die Agentur misst die Zufriedenheit ihrer Kunden kontinuierlich und nutzt die Ergebnisse zur laufenden Verbesserung ihrer PR-Dienstleistungen.
7. Die Agentur hat eine zuverlässige Systematik zur Akquisition neuer Auftraggeber.
8. Die Agentur investiert in die Weiterentwicklung ihrer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

Der BPRÄ bietet seinen Mitgliedagenturen die Möglichkeit, in einem Vor-Audit eine Standortbestimmung vorzunehmen, um allfällige Lücken bereits vor dem CMS II-Assessment schliessen zu können.



Die ICCO Stockholm Charta

Die ICCO Stockholm Charta ist verbindlich für alle im BPRÄ zusammengeschlossenen Agenturen.

Public Relations Agenturen sind professionelle Dienstleistungsunternehmen, die ihre Kunden dabei unterstützen, Meinungen, Einstellungen und Verhaltensweisen zu beeinflussen. Damit verbindet sich Verantwortung gegenüber ihren Kunden, ihren Mitarbeitenden, ihrem Berufsstand und der gesamten Gesellschaft:

Sachbezogene Beratung und Unterstützung

Public Relations Agenturen dürfen keine Interessen wahrnehmen, die ihre Rolle als unabhängige Berater gefährden könnten. Sie haben gegenüber ihren Kunden objektiv zu sein, um für diese eine optimale Kommunikationsstrategie mit entsprechenden Verhaltensweisen zu entwickeln.

Gesellschaft

Eine offene Gesellschaft, freie Meinungsäußerung und freie Medien bilden das Umfeld professioneller Public Relations. PR-Beraterinnen und -Berater bewegen sich im Rahmen dieser offenen Gesellschaft, respektieren ihre Regeln und arbeiten mit Kunden, die sich dem gleichen Ansatz verpflichtet fühlen.

Diskretion

Vertrauen ist das Fundament der Beziehung zwischen Kunde und Public Relations Agenturen. Informationen, die ein Kunde vertraulich zur Verfügung stellt und die nicht öffentlich zugänglich sind, werden Dritten nicht ohne Zustimmung des Kunden mitgeteilt.

Wahrhaftigkeit der Information

Public Relations Agenturen dürfen Zielgruppen nicht wissentlich über Tatsachen und Kundeninteressen irreführen. Sie streben stets nach höchster Aufrichtigkeit.

Versprechen erfüllen

Public Relations Agenturen vereinbaren mit ihren Kunden im Voraus klare Erwartungen über das Ergebnis ihrer Tätigkeit. Sie definieren spezifische Kommunikationsziele und arbeiten so, dass diese Versprechen erfüllt werden. Public Relations Agenturen dürfen jedoch keine Garantien abgeben, die unhaltbar sind oder welche die Integrität der Kommunikationswege gefährden.

Konflikte

Es ist möglich, dass Public Relations Agenturen Kunden mit sich widersprechenden Interessen vertreten. Ein Auftrag für neue und sich widersprechende Interessen darf nicht angenommen werden, ohne zuvor dem bestehenden Kunden die Gelegenheit zu geben, seine Rechte gemäss den Vertragsvereinbarungen zwischen ihm und seiner Public Relations Agentur wahrzunehmen.

Mandatsannahme

Public Relations Agenturen sind frei, aufgrund persönlicher Ansichten ihrer Geschäftsleitung oder ihrer Organisationsgrundsätze einen Auftrag abzulehnen oder anzunehmen.

Governance und Geschäftspraktiken

Public Relations Agenturen verpflichten sich im Umgang mit allen Zielgruppen zu ethischem Verhalten und zur Anwendung höchster professioneller Geschäftsstandards.

Anforderungen an Ihre PR-Agentur

Eine rechtlich selbstständige Public Relations Agentur in der Schweiz kann dem BPRA beitreten, wenn sie folgende Voraussetzungen erfüllt:

- sich mit den Zielsetzungen des BPRA identifiziert,
- zur ganzheitlichen systemischen Analyse fähig ist,
- Kompetenz zur Unternehmensberatung hat,
- PR-Massnahmen in einzelnen oder allen Bereichen, mindestens aber im Bereich der dialogischen Medienarbeit fachkompetent umsetzen kann,
- seit mindestens fünf Jahren unter der aktuellen Rechtsform im PR-Agenturmarkt tätig ist,
- mindestens fünf vollamtliche Mitarbeiterinnen und/oder Mitarbeiter beschäftigt.

Public Relations Agenturen, die diese Voraussetzungen erfüllen, können ihre Aufnahme dem BPRA-Vorstand beantragen.

Der Vorstand prüft das Gesuch anlässlich eines Agenturbesuchs und stellt bei positiver Beurteilung der Mitgliederversammlung Antrag auf Aufnahme.

Verpflichtungen Ihrer PR-Agentur

Der BPRA verpflichtet seine Mitgliedagenturen zur

- ausdrücklichen Anerkennung der ICCO Stockholm Charta als verbindliche geschäftsethische Grundlage,
- Führung des BPRA-Kürzels auf allen Geschäftsdrucksachen und Visitenkarten,
- Zertifizierung entsprechend dem Consultancy Management CMS II innert 24 Monaten nach Beitritt zum BPRA,
- jährlichen Bereitstellung der treuhänderisch testierten Kennzahlen für die Erstellung der Marktstatistik und
- zum Nachweis der Fach- und Branchenerfahrung für die Bereitstellung des Skills Index.

Das Verzeichnis der BPRA-Mitgliedagenturen, die Marktstatistik, der Skills Index und die Honoraransätze können auf www.bpra.ch eingesehen werden.



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