

MANUAL

Erläuterungen zum VENRO-Kodex Entwicklungsbezogene Öffentlichkeitsarbeit

(Stand 1.12.2005)

In der vom VENRO-Vorstand eingesetzten Arbeitsgruppe zur Überprüfung des VENRO-Kodex „Entwicklungsbezogene Öffentlichkeitsarbeit“ hat sich bei der Sichtung eingereicherter Materialien gezeigt, dass es in den Marketing-Maßnahmen von VENRO-Mitgliedern zahlreiche Beispiele gibt, die im Sinne des Kodex Anlass zu Diskussionen geben bzw. als „grenzwertig“ betrachtet werden können. Die Arbeitsgruppe empfiehlt nach ausführlicher Diskussion keine Veränderung oder Neufassung des Kodex. Sie hat sich jedoch gemeinsam auf die im Folgenden in einem MANUAL festgehaltenen **Erläuterungen zum Kodex** verständigt, die den VENRO-Mitgliedern bei der zeitnahen Umsetzung bzw. Interpretation der dort festgelegten Standards helfen sollen. Dieses MANUAL ist von Zeit zu Zeit zu aktualisieren. Stattfinden soll dies im Rahmen der VENRO-AG Medien/Öffentlichkeitsarbeit, die zukünftig mindestens ein mal im Jahr einberufen werden soll. Zur Vorbereitung dieses Treffens soll jeweils ein Gespräch mit dem DZI zu aktuellen kritischen Punkten in der ÖA der NRO stattfinden.

Aktuelle Erläuterungen des VENRO-Kodex Entwicklungsbezogene Öffentlichkeitsarbeit

Erläuterung zu Kodex II, 2 **Verpflichtung gegenüber der Menschenwürde**

Bildliche Darstellung in der Werbung

Bei der werblichen Darstellung von Menschen, insbesondere von Kindern, ist darauf zu achten, dass deren Würde nicht verletzt wird und dass sie nicht in Situationen abgebildet werden, die für sie herabsetzend sind (etwa schwer von Hunger und Krankheit gezeichnet oder kaum bekleidet).

Die Würde minderjähriger Einzelpersonen ist auch verletzt, wenn durch Nennung ihres vollen Namens und/oder Wohnorts ihre Identität offengelegt wird.

Werblich gestaltete Darstellungen von Menschen und Situationen müssen der Realität entsprechen; sie dürfen keine Fehlinformationen bezüglich der Identität der abgebildeten Personen transportieren.

Erläuterung zu Kodex II, 3 **Verpflichtung auf Offenheit und Wahrheit**

Wahrhaftigkeit

Die Werbung in Bild und Schrift muss den satzungsmäßigen Zielen der werbenden Organisation entsprechen.

Erläuterung zu Kodex II, 7 **Verpflichtung auf angemessene Kommunikationsmittel:**

Keine „Nötigung“ in der Werbung

Öffentliche Aufrufe, insbesondere Spendenappelle, dürfen nicht in nötiger Weise formuliert sein („Wenn Sie jetzt nicht helfen, stirbt ein Kind...“).

Kooperationen mit Medien und Institutionen

Wenn VENRO-Mitglieder bei Aktionen zur Spendengewinnung mit anderen Institutionen zusammenarbeiten – insbesondere bei Kooperationen mit Medien oder Firmen -, wird auf die Einhaltung des Kodex geachtet. In Gesprächen mit den Kooperationspartnern und allen vertraglichen Abmachungen muss ausdrücklich auf den Kodex Bezug genommen werden. Bei Fortbildungsmaßnahmen bzw. „workshops“ zu Themen des Kodex werden Kooperationspartner von VENRO-Mitgliedern im Sinne gemeinsamer Sensibilisierung regelmäßig eingeladen.

Kein Katalog ähnliches Anbieten von Kindern

VENRO-Mitglieder verzichten in ihrer Öffentlichkeitsarbeit auf Maßnahmen, die ein Katalog ähnliches Anbieten von zu unterstützenden Einzelpersonen, z.B. Patenkindern, suggerieren. Katalog ähnlich ist ein Anbieten dann, wenn es Einzelpersonen mit Bild und näherer Kennzeichnung in einer Form auflistet, die es dem Betrachter nahelegt, eine Auswahl zu treffen. Katalog ähnliches Anbieten umfasst auch den Versand von Patenschaftunterlagen an Interessierte, wenn die Unterlagen umgetauscht werden können.

Erläuterung zu II,8 Verpflichtung auf frauengerechte Darstellung

Wichtige Gesichtspunkte sind der vom Bundesministerium für Familie, Senioren, Frauen und Jugend herausgegebenen „Checkliste Gender Mainstreaming bei Maßnahmen der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit“ zu entnehmen.

Erläuterung zu Kodex II, 9 Verpflichtung gegenüber Mitbewerbern

Auskünfte über Mitbewerber

VENRO-Mitglieder verzichten auf diffamierende, unwahre oder irreführende Auskünfte und Informationen über Mitbewerber, sei es schriftlich oder mündlich, direkt oder indirekt.

Wollen sich VENRO-Mitglieder in öffentlich zugänglichen Publikationen mit der Tätigkeit anderer Mitgliedsorganisationen befassen oder solche Publikationen unterstützen, so werden die Organisationen vorab von dieser Absicht unterrichtet.

Erläuterung zu Kodex II,11 Verpflichtung auf Effizienz und Redlichkeit bei der Mittelbeschaffung

Verzicht auf „unlautere Alleinstellungen“

VENRO-Mitglieder verzichten in Selbstdarstellungen und werblichen Aussagen auf vergleichende „Alleinstellungen“, die indirekt andere Mitbewerber herabsetzen könnten. Plakative Aussagen über die Effizienz der eigenen Hilfeleistung sollten immer durch eine entsprechende wahrheitsgemäße Information der jeweiligen Arbeitsweise ergänzt sein.

Nicht konform mit dieser Verpflichtung wären andere Organisationen exkludierende Aussagen wie „Nur bei uns kommt Ihre Hilfe an“ oder unbelegte Aussagen über geringere oder „nicht entstehende“ Verwaltungskosten. Auch eine Werbung mit Kindern ist

beispielsweise dann problematisch, wenn suggeriert wird, es würden ausschließlich Kinder individuell gefördert, wo es tatsächlich auch um Projekte und Gemeinwesen-Aktivitäten geht.

Erläuterung zu Kodex II,12 **Verpflichtung auf Einhaltung des Datenschutzes**

VENRO-Mitglieder verpflichten sich, Adressen von Spender/inne/n und Mitgliedern nicht zu kommerziellen Zwecken auszutauschen.

Bonn, 1.12.2005