



Verhaltensrichtlinien für Triple P-Anbieter

1. Einführung

- 1.1. Die folgenden Richtlinien basieren auf ethischen Richtlinien der Australian Psychological Association, der British Psychological Society, der American Association for Marriage & Family Therapy, der American Psychiatric Association und der American Psychological Association. Sie stehen in Übereinstimmung mit zahlreichen weiteren berufsethischen Richtlinien europäischer Berufsverbände wie z.B. der European Federation of Psychologists Associations, sowie deutscher und schweizerischer Berufsverbände wie z.B. der Deutschen Gesellschaft für Psychologie e.V., des Berufsverbandes Deutscher Psychologinnen und Psychologen e.V., der Psychotherapeutenkammer NRW sowie des Deutschen Berufsverbandes für Soziale Arbeit e.V., der Föderation der Schweizer Psychologinnen und Psychologen oder des Verbandes Professionelle Soziale Arbeit Schweiz „avenir social“.
- 1.2. Der Begriff „Triple P-Anbieter“, der in diesem Dokument verwendet wird, bezieht sich auf alle Personen, die an einer Triple P-Fortbildung teilgenommen und die Teile 1 (Seminar) und 2 (Akkreditierungs-Workshop) der betreffenden Fortbildung erfolgreich absolviert haben.
- 1.3. Die ethischen Standards von Triple P sind repräsentativ für die Berufsfelder, aus denen Triple P-Anbieter in der Regel stammen. Jeder Triple P-Anbieter ist automatisch an die ethischen Standards seines Berufs gebunden. Triple P setzt hier einen minimalen Standard für Anbieter, der sich an helfenden Berufen orientiert.
- 1.4. Ein Triple P-Anbieter befindet sich aufgrund seiner Rolle, in der ihm Expertenwissen zugeschrieben wird und er Beziehungsfertigkeiten vermittelt, in einer besonderen Position. Teilnehmer vertrauen dem Triple P-Anbieter. Aus diesem Grund wird von Triple P-Anbietern erwartet, dass sie sich in der Interaktion mit den Teilnehmern zu jeder Zeit professionell verhalten.
- 1.5. Triple P-Anbieter sind sensibel gegenüber den vorherrschenden gesellschaftlichen Standards und sich der möglichen Auswirkungen ihres Auftretens in der Öffentlichkeit auf das Ansehen dieses Programms bewusst. Alle Fragen zu ethisch angemessenem Verhalten sollten Triple P-Anbieter direkt an die für sie zuständige Berufsorganisation oder, bei Fehlen einer solchen Einrichtung, an den Vorsitz der Ethikkomitees des internationalen Triple P-Ausschusses richten.
- 1.6. Der Begriff „Marke“ bezeichnet die Marke, wie sie im beigefügten Anhang dargestellt ist.
- 1.7. Der Begriff „Logo“ bezeichnet das Logo, welches im beigefügten Anhang abgebildet ist.

2. Verpflichtungen der Triple P-Anbieter

Triple P-Anbieter werden:

- 2.1. Verschiedene Triple P-Angebote für Eltern oder andere Personen, die einen Erziehungsauftrag ausführen, durchführen, um deren Wissen, Fertigkeiten und Selbstvertrauen bezüglich der Prävention von Verhaltensauffälligkeiten und emotionalen Problemen oder Entwicklungsproblemen bei Kindern in ihrer Obhut zu erweitern.
- 2.2. Für eine klare und deutliche Beschreibung dessen sorgen, was ein Teilnehmer während eines Triple P-Angebots (Beratung, Training, Kurs oder Vortrag) erwarten kann – dies betrifft sowohl die Inhalte des



- Angebots als auch die anfallenden Kosten. Triple P-Anbieter werden ihre Angebote und Leistungen sachgemäß und genau darstellen und dabei Sensationsmacherei, Übertreibungen oder Oberflächlichkeit vermeiden.
- 2.3. Alle Informationen von oder über einen Teilnehmer vertraulich behandeln, gleichgültig ob diese Information in einem Einzel- oder Gruppensetting übermittelt wurde. Für ein Gruppensetting bedeutet dies, dass jegliche Information, die in der Gruppe bekannt wird (einschließlich der Namen der Gruppenteilnehmer und ihrer persönlichen Daten) die Grenzen der Gruppe nicht überschreiten darf. Triple P-Anbieter müssen die Informationen, die ein einzelner Teilnehmer ihm außerhalb des Gruppenrahmens mitteilt, vertraulich behandeln. Diese Vertraulichkeit muss auch nach Beendigung des Triple P-Angebotes aufrechterhalten werden außer in solchen Fällen, in denen eine gesetzliche Meldepflicht besteht.
 - 2.4. Alle Aufzeichnungen von Triple P-Aktivitäten, die Angebotsteilnehmer betreffen, verschlossen und sicher aufbewahren.
 - 2.5. Während der Durchführung von Triple P-Angeboten an Inhalt und Bedeutung des Triple P-Materials (Ablauf, Manuale und Teilnehmerunterlagen), welches von Triple P International/Triple P Deutschland herausgegeben und regelmäßig aktualisiert wird, festhalten. Für die Standardisierung, Verbreitung und die Integrität des Programms zur Positiven Erziehung Triple P ist es wesentlich, dass diese Bestimmungen von allen Triple P-Anbietern eingehalten werden. Gleichwohl wird anerkannt, dass besondere Umstände eine gewisse Flexibilität erfordern.
 - 2.6. Die Marke und das Logo verwenden, wenn er/sie das Programm zur Positiven Erziehung Triple P bewirbt.

3. Beschränkungen für Triple P-Anbieter

Triple P-Anbieter werden nicht:

- 3.1. Ihre Qualifikationen, ihre Ausbildung oder ihre Erfahrung falsch oder ungenau darstellen. Ihre fachlichen Qualifikationen müssen jedem Teilnehmer oder jeder Gruppe erläutert werden, so dass stets eine professionelle Atmosphäre gewahrt wird.
- 3.2. Behaupten, dass die Teilnahme eines Elternteils (oder einer Person mit Erziehungsrolle) an einem Triple P-Angebot die Prävention von Verhaltens-, emotionalen und Entwicklungsproblemen bei Kindern in ihrer Obhut und Kontrolle garantiert.
- 3.3. Teile der Angebote vermitteln, während er/sie unter dem Einfluss von Alkohol oder anderen, bewusstseinsverändernden Drogen stehen, welche die Durchführung der Triple P-Inhalte beeinträchtigen.
- 3.4. Ohne die ausdrückliche Erlaubnis der Teilnehmer Adresslisten von Teilnehmern an Triple P-Angeboten herausgeben oder für Zwecke benutzen, die sich nicht ausschließlich auf Triple P beziehen.
- 3.5. Beziehungen zu Teilnehmern für persönliche Vorteile nutzen. Es ist für Triple P-Anbieter unangebracht, ihre persönlichen Wünsche nach Beachtung, Freundschaft oder Verständnis bei den Teilnehmern dieses Programms zu erfüllen.
- 3.6. Ein Triple P-Angebot (Beratung, Training, Kurs oder Vortrag) initiieren oder durchführen, wenn seine/ihre Fähigkeit, die Ziele des Programms aufrechtzuerhalten, bedroht oder das Lernen der Teilnehmer gefährdet ist.
- 3.7. Sich an unethischen Handlungen beteiligen, welche die Professionalität von Triple P in Verruf bringen würden.
- 3.8. Die Marke und das Logo anderweitig verwenden und/oder vervielfältigen als zu Werbezwecken für das Programm zur Positiven Erziehung Triple P oder zum Gebrauch bei Fachkonferenzen, wissenschaftlichen Treffen oder ähnlichen Versammlungen, an denen er/sie beteiligt ist.



- 3.9. Die Marke und das Logo:
- (a) in irgendeiner falschen, irreführenden, trügerischen oder anstößigen Weise verwenden; oder
 - (b) in Verbindung mit dem Verkauf, der Zusendung, der Vermarktung oder der Werbung für ein Produkt oder einen Dienst verwenden, welche nicht Bestandteil des Triple P-Programms zur Positiven Erziehung ist.
- 3.10. Ohne vorherige schriftliche Genehmigung durch die Triple P Deutschland GmbH etwas anderes als die Marke und das Logo in Verbindung mit dem Verkauf, der Zusendung, der Vermarktung und der Werbung für das Triple P-Programm zur Positiven Erziehung verwenden. Es bedarf einer schriftlichen Einverständniserklärung von Triple P Deutschland zur Verwendung anderer Namen, Darstellungen, Marken, Logos oder Bezeichnungen.
- 3.11. Die Materialien, die im Triple P-Programm zur Positiven Erziehung verwendet werden, in irgendeiner Weise verändern oder modifizieren.
- 3.12. Andere Personen, unabhängig davon, ob diese Fachleute sind oder nicht, darin unterrichten, Triple P-Angebote durchzuführen.
- 3.13. Die Triple P-Materialien in Verbindung mit anderen Materialien, die nicht von Triple P stammen, bei der Durchführung von Triple P-Angeboten benutzen.

4. Leitlinien für Triple P-Anbieter

TRIPLE P-ANBIETER SOLLEN BEI ETHISCHEN FRAGEN DEN VORSITZ DES ETHIKKOMITEES ZU RATE ZIEHEN (Email-Adresse: ethicschair@triplep.net). DES WEITEREN SOLLEN SIE IHRE EIGENEN BERUFLICHEN ETHISCHEN RICHTLINIEN BEACHTEN UND SICH SOWOHL DEN HIER ETABLIERTEN RICHTLINIEN ALS AUCH DENEN IHRER PROFESSION VERPFLICHTEN.

Wir hoffen, dass durch die Befolgung dieser ethischen und professionellen Standards die Qualität der Durchführung von Triple P-Angeboten auf einem beispielhaften Niveau gehalten wird und die stetig wachsende Gruppe von Triple P-Anbietern darin unterstützt wird, Eltern und anderen Personen in einer Elternrolle, die am Programm zur Positiven Erziehung Triple P teilnehmen wollen, eine effiziente, ethische und effektive Erfahrung zu bieten.

Die Erneuerung der Akkreditierung, wie sie für die Triple P-Angebote auf den Ebenen 3,4 und 5 des Triple P-Mehrebenenmodells nach Ablauf von jeweils fünf Jahren notwendig wird, soll die Sicherung der Qualität unterstützen.

Mit der Teilnahme an der Akkreditierung akzeptieren Sie die vorstehenden Verhaltensrichtlinien für Triple P-Anbieter als für Sie bindend. Beim Einloggen in das Akkreditierungs-Quiz werden Sie zur Abgabe der entsprechenden Erklärung (siehe unten) aufgefordert werden.

Erklärung

Mit der Teilnahme an der Akkreditierung bestätige ich, dass ich die vorhergehenden Verhaltensrichtlinien für Anbieter vollständig gelesen und überdacht habe. Ich erkläre, dass ich, solange ich Triple P-Anbieter bin und/oder mich in irgendeiner Form zum Triple P-Programm assoziiere, vollständig an die hier enthaltenen Erwartungen, Bedingungen und Anforderungen gebunden bin.



Marke und Logo

(A) Marke

Triple P – Positives Erziehungsprogramm

(B) Logo

