



Die treibende Kraft der
Data Driven Economy

DDV-Ehrenkodex



in der Fassung vom 3. Februar 2012

(letzte redaktionelle Änderung aufgrund DDV-Satzungsänderung
durch Mitgliederversammlung vom 10.03.2017)

DDV-Ehrenkodex

Inhalt

I. Vorbemerkung

II. Von allen DDV-Mitgliedern zu beachtende Grundsätze in folgenden Bereichen

1. Wahrheit und Klarheit
2. Beachtung von Verbraucherrechten
3. Grundsätze des Datenschutzes/DDV-Robinsonliste
4. Telefonmarketing
5. Digitale Medien
6. Verlosungen als zulässige Aufmerksamkeitswerbung für Produkt- und Serviceangebote
7. Angebote an Kinder und Jugendliche
8. Nachhaltigkeit

III. Bereichsspezifische Ehrenkodices der Kompetenz-Center

IV. Kontrolle/Ahndung von Verstößen

Die im DDV, Deutscher Dialogmarketing Verband e.V., Frankfurt, zusammengeschlossenen Mitglieder stellen ihre Tätigkeit unter den nachfolgenden Ehrenkodex. Sie erkennen diese Regeln als Maßgabe ihres geschäftlichen Handelns an und verpflichten sich zu deren Einhaltung.

Gleichzeitig erwarten die Mitglieder des DDV, dass auch andere Unternehmen, die im Bereich Dialogmarketing tätig sind, die Regeln dieses Ehrenkodex im Interesse der Wahrung und Förderung des Ansehens der Dialogmarketingbranche anerkennen und beachten.

I. Vorbemerkung

1. Die dem DDV angeschlossenen Mitglieder setzen alle Formen dialogischer Kommunikation ein. Dieser Ehrenkodex gilt, soweit die Bestimmungen auf die konkrete Ausrichtung eines Unternehmens anwendbar sind, für die gesamte Wertschöpfungskette des Dialogmarketing – sowohl für Dienstleister wie Anwender. Er findet für sämtliche Marketingmaßnahmen Anwendung, über die DDV-Mitglieder mit Privatpersonen, Unternehmen und Organisationen zu werblichen Zwecken kommunizieren – unabhängig von den Kommunikationsmitteln oder den Marketingformen.
2. Nur ein faires Dialogmarketing entwickelt oder bestärkt das Vertrauen von Verbrauchern und Unternehmen in dialogische Kommunikation. Ziel

ist es, von der jeweiligen Zielgruppe als Partner wahrgenommen zu werden.

3. Die Mitglieder des DDV beachten die Gesetze, die Rechtsprechung und alle an einen ordentlichen Kaufmann gestellten Anforderungen. Insbesondere sind die Regeln des Verbraucher- und Datenschutzes und des Wettbewerbsrechts Maßstab ihres Handelns.
4. Darüber hinaus orientieren die Mitglieder des DDV ihre Tätigkeit an den nationalen und internationalen Verhaltenskodizes, die im Wege der freiwilligen Selbstkontrolle entstanden sind.
5. DDV-Mitgliedsunternehmen, die Dialogmarketing betreiben oder Dienstleistungen für Dialogmarketing anbieten, setzen für ihre Aufgaben speziell geschulte Mitarbeiter ein. Sie tragen dafür Sorge, dass das Fachwissen ihrer Mitarbeiter stets aktuell bleibt.

II. Von allen DDV-Mitgliedern zu beachtende Grundsätze in folgenden Bereichen

1. Wahrheit und Klarheit

Jede Kontaktaufnahme mittels einer Methode des Dialogmarketings für Marketingzwecke muss von der Zielgruppe als werbliche Ansprache erkennbar sein.

Dialogmarketing-Materialien müssen grundsätzlich die Identität des Anbieters offen legen.

Über Produkte und Dienstleistungen ist der Verbraucher wahrheitsgemäß und vollständig zu informieren.

2. Beachtung von Verbraucherrechten

Die dem DDV angeschlossenen Mitglieder achten mit hoher Sorgfalt auf die Einhaltung der Verbraucherrechte. Sie stellen insbesondere sicher, dass der Verbraucher ordnungsgemäß über die Verwendung seiner Daten informiert und über sein gesetzliches Widerrufsrecht belehrt wird.

3. Grundsätze des Datenschutzes/ DDV-Robinsonliste

3.1 Datenschutz

Die dem DDV angeschlossenen Mitglieder lassen beim Umgang mit personenbezogenen Daten (Name, Anschrift und sonstige Angaben) ihrer Kunden und Interessenten besondere Sorgfalt walten. Sie verpflichten ihre Mitarbeiter und Vertragspartner schriftlich auf die Einhaltung des Datenschutzes.

DDV-Mitgliedern, die als Auftragsdatenverarbeiter personenbezogene Daten verarbeiten, wird empfohlen, die DDV-Verpflichtungserklärung „Auftragsdatenverarbeitung und Datenumgang“ in der jeweils gültigen Fassung zu unterzeichnen.

Wenn die beworbene Person beim werbenden Unternehmen der Nutzung ihrer Daten generell oder bezüglich konkreter Formen des werblichen Kontaktes widersprochen hat, ist dieser Wunsch zu beachten. Widersprüche führen unverzüglich zur Sperrung des Namens für weitere Werbung dieses Unternehmens.

Die Mitglieder des DDV kommen unverzüglich Auskunftswünschen betroffener Verbraucher nach, z.B. nach dem Umfang sowie der Herkunft der zu ihrer Person gespeicherten Daten und dem Wunsch nach Angabe von Empfängern im Falle einer Übermittlung. Falsche Daten werden unverzüglich berichtigt.

3.2 DDV-Robinsonliste für adressierte Briefwerbung

Die dem DDV angeschlossenen Mitglieder beachten die beim Versand von Werbebriefen erforderliche Einwilligung des Adressaten. In den Fällen, in denen gesetzlich zugelassene Ausnahmen vom Einwilligungserfordernis vorliegen, sol-

len bei adressierter Briefwerbung an Neukunden diejenigen Personen nicht angeschrieben werden, die sich in die DDV-Robinsonliste haben eintragen lassen.

Der Eintrag in die DDV-Robinsonliste ist für Verbraucher kostenlos.

4. Telefonmarketing

Für Telefonaktionen aller Art gelten die Wahrheits- und Klarheitsgrundsätze. Bei Beginn ausgehender Telefongespräche ist der Name des Anrufers und des Werbungtreibenden zu nennen. Tätigkeiten im Rahmen der Markt-, Meinungs- oder Sozialforschung für soziale Zwecke werden ausschließlich als solche durchgeführt. Es wird kein Verkauf nachgelagert.

Anrufe bei Privatpersonen zu Werbezwecken werden ohne vorherige ausdrückliche Einwilligung nicht durchgeführt.

Im Übrigen finden Telefonkontakte mit Privatpersonen nur an Werktagen von 8.00 Uhr bis 20.00 Uhr statt, es sei denn, es besteht eine andere Aufforderung des Kunden.

Das Ruhebedürfnis der Kunden an Samstagen ist durch eine zurückhaltende Kontaktaufnahme zu respektieren.

Das Telefonmarketingpersonal darf sich keiner Verkaufstechniken oder Formulierungen bedienen, die aufdringlich wirken. Alle Regeln der Höflichkeit sind beim Telefonieren zu beachten. Alle substantiellen Aussagen werden vor Beginn einer Aktion z.B. in konkreten Telefonleitfäden oder in Rahmenvorgaben definiert. Die Telefonkontakter haben sich an diese Vorgaben zu halten.

5. Digitale Medien

Die Mitglieder erkennen als Hauptprinzip beim werblichen Einsatz digitaler Medien an, dass niemand gegen seinen Willen digitale Werbebotschaften zugesendet bekommt. Sie beachten dazu das vom Deutschen Dialogmarketing Verband empfohlene Opt-In-Verfahren.

Bei der Erhebung von Kontaktdaten achten sie darauf, dass diese nicht mit Hilfe von vorgetäuschten Gewinnversprechen generiert werden.

Jede Werbebotschaft mittels digitaler Medien ist mit einem Hinweis auf die Möglichkeit des Widerrufs zu versehen, sodass sich der Empfänger wirksam abmelden kann. Durch eine leicht erkennbare korrekte Absenderkennzeichnung ist sicherzustellen, dass der Empfänger jederzeit zum Absender Kontakt aufnehmen kann.

6. Verlosungen als Aufmerksamkeitswerbung für Produkt- und Serviceangebote

Im Dialogmarketing können Gratisverlosungen, Gewinnspiele, Preisausschreiben und andere spielerische Anreize als Werbung für ein Angebot verwendet werden. DDV-Mitglieder setzen diese Maßnahmen nicht in unlauterer Weise oder mit unlauterem Inhalt ein.

7. Angebote an Kinder und Jugendliche

DDV-Mitglieder werden in der Werbung, die sie gezielt an Minderjährige richten, sich nicht die natürliche Leichtgläubigkeit oder den Mangel an Erfahrung dieser Adressatengruppe zunutze machen oder deren Abhängigkeit ausnutzen.

Finden Rechtsgeschäfte, die Minderjährige getätigt haben, nicht die Zustimmung der Erziehungsberechtigten, so werden sie rückgängig gemacht.

8. Nachhaltigkeit

DDV-Mitglieder vermeiden unnötige Umweltbelastungen, indem sie:

- gegen die DDV-Robinsonliste abgleichen sowie regelmäßig eigene Werbeverweigerer-Listen aktualisieren,

- bevorzugt umweltfreundliche Papiere und Verpackungsmaterialien einsetzen bzw. dies ihren Kunden empfehlen,
- Produktionsprozesse darauf auslegen, Überschüsse und Abfälle auf ein Minimum zu beschränken,
- Maßnahmen der im eigenen Unternehmen praktizierten Nachhaltigkeit nach Möglichkeit auch im Außenauftritt verständlich, wahrheitsgemäß und vollständig darstellen, um andere Unternehmen zu gleichem Verhalten zu ermuntern.

III. Bereichsspezifische Ehrenkodices der Kompetenz-Center

Für Mitglieder der Kompetenz-Center gilt neben diesem Basisehrenkodex der jeweilige bereichsspezifische Ehrenkodex der Kompetenz-Center.

IV. Ahndung von Verstößen/Kontrolle

Verstöße gegen diesen Ehrenkodex werden nach denjenigen Grundsätzen behandelt, die die DDV-Satzung für verbandsschädigendes Verhalten vorsieht.

Frankfurt am Main, 3. Februar 2012