

## Vorteil Nr. 1

### Konsequenter Verbraucherschutz

Der Wunsch des Konsumenten wird respektiert.  
Er erhält keine Werbebriefe aus Angebotsbereichen,  
die ihn nicht interessieren.

## Vorteil Nr. 2

### Weniger Streuverluste, mehr Nachhaltigkeit

Unternehmen, die ihre Adressdateien gezielt gegen  
die entsprechenden Kategorien der Werbeverweigerer  
abgleichen, sparen konsequent: Papier, Porto- und  
Produktionskosten für Aussendungen, die keinen  
Response versprechen. Damit steigern Abonnenten  
der DDV-Robinsonliste effizient ihren Erfolg und setzen  
sich für Nachhaltigkeit ein.

## Vorteil Nr. 3

### Imagegewinn für Dialogmarketing

Wer Konsumenten mit unerwünschten Angeboten  
überhäuft, schürt Ärger und Abwehr. Dies schadet  
dem gesamten Dialogmarketing. Erhält man dagegen  
– erwünscht – Angebote aus den persönlichen  
Interessengebieten, erhöht dies die Akzeptanz von  
Dialogmarketing. Ein Effekt, der sich unmittelbar auf  
die Erfolgsquote auswirkt.

## Ein Verband für die gesamte Branche

Der DDV sorgt für den Interessenausgleich  
zwischen Wirtschaft, Politik und Verbraucher.  
Er steht für den freiheitlichen Dialog zwischen  
Unternehmen und deren Kunden, um Dialog-  
marketing in seiner Vielfalt gestalten und ein-  
setzen zu können.

Der Verband vertritt die Interessen von wer-  
bungtreibenden Unternehmen, die Dialog-  
marketing einsetzen sowie von Dienstleistern,  
die entsprechende Leistungen und Services  
anbieten.

1948 gegründet, ist der Wirtschaftsverband  
heute der größte nationale Zusammenschluss  
von Unternehmen der Dialogmarketingbranche  
in Europa.

[www.ddv.de](http://www.ddv.de)

## DDV-ROBINSONLISTE

**Verbraucher haben  
die Wahl –**

Unternehmen den Vorteil



[www.ddv-rl-abo.de](http://www.ddv-rl-abo.de)



Deutscher  
Dialogmarketing  
Verband e.V.

## Ein Klassiker im Verbraucherschutz

Die DDV-Robinsonliste gilt seit 1971 als zuverlässiges Instrument zum Schutz vor unerwünschter Briefwerbung. Sie war die erste Werbesperrliste am Markt und ist heute ein Klassiker im Verbraucherschutz, auf den Verbraucherverbände und Medien gerne verweisen. Zur Zeit sind rund 867.000 Adressen in der DDV-Robinsonliste eingetragen. Im Quartal kommen etwa 3.000 neue hinzu (Stand April 2015).

Für Unternehmen, die Mailings versenden, ist der Bezug der DDV-Robinsonliste deshalb ein Muss. Indem sie die Entscheidung der Adressaten gegen Briefwerbung respektieren, setzen sie ein deutliches Zeichen im verantwortungsvollen Dialog mit dem Verbraucher.

## Hohe Akzeptanz

Die DDV-Robinsonliste genießt eine hohe Akzeptanz in der Öffentlichkeit und ist ein Indikator für die Seriosität der Unternehmen, die sie beziehen. Vom positiven Image und dem großen Nutzen des bewährten Verbraucherschutzinstruments sollten alle Unternehmen profitieren, die Briefwerbung versenden. Für DDV-Mitglieder ist der Abgleich von Adressbeständen mit der DDV-Robinsonliste eine Selbstverständlichkeit.

## Verbraucherwünsche akzeptieren

**Die Robinsonliste bietet zwei Optionen für den Eintrag:**

- Verbraucher können eine Zusendung von Briefwerbung durch Unternehmen, mit denen sie bisher nicht in Kontakt standen, pauschal ablehnen.
- Sie haben aber auch die Möglichkeit, ihren Eintrag anhand von 13 Kategorien zu spezifizieren und nur bestimmte Produkte- und Themenkreise »sperrern« zu lassen.

Die Wünsche der Konsumenten können somit noch besser berücksichtigt werden. Dieses Ausschlussverfahren hebt die DDV-Robinsonliste aus anderen Angeboten am Markt hervor.

Für Unternehmen bleibt somit wertvolles Kundenpotential erhalten. Zudem verfügen sie über ein qualitativ hochwertiges, noch effizienteres Raster zum Adressabgleich.

## 13 Kategorien für Verbraucherschutz

- Banken, Versicherungen
- Münzen, Briefmarken, sonstige Sammelartikel
- Auto und Zubehör
- Bücher und Musik
- Touristik
- Gesundheit, Nahrungsergänzung, Pflegeprodukte
- Mode und Accessoires
- Haushalt, Küche, Heim und Garten
- Essen und Trinken
- Kommunikation, Telefon, Computer und Internet
- Horoskope, Glückszahlen, Esoterik
- Lotterie, Lotto, Toto usw.
- Zeitungen/Zeitschriften



## Exklusiv – die Kombi-Robinsonliste

Als Exklusivangebot des DDV können Unternehmen auch eine Kombi-Robinsonliste DDV/IDI (Werbeverweigerer Postmailings) wählen. Der Vorteil: Sie müssen nicht mehr aufwändig gegen zwei am Markt vorhandene Listen – die des DDV und die des Interessenverband Deutsches Internet e.V. (IDI) – abgleichen.

## Bezug übers Internet – schnell und sicher

Der Bezug der Robinsonliste für Unternehmen ist ganz einfach: Die aktuelle Datei kann bequem über das Internet geladen werden. Der DDV generiert für jedes Unternehmen ein Passwort, mit dem es sich auf einer speziellen Internetseite einloggen kann und so Zugang zu den aktuellen Daten erhält. Diese werden am 20. eines jeden Monats aktualisiert. Abonnenten werden automatisch per E-Mail durch das System benachrichtigt, sobald die neuen Daten bereit stehen. Mit dem Übermittlungsstandard https (vergleichbar SFTP beim Online-Banking) bietet die DDV-Robinsonliste höchstmögliche Sicherheit im Datenschutz – für Konsumenten und Unternehmen gleichermaßen.

## Anmeldung zum Bezug der DDV-Robinsonliste durch Unternehmen:

**DDV Deutscher Dialogmarketing Verband e.V.**

Martina Klein

Telefon: +49 69 401 276 530

E-Mail: [m.klein@ddv.de](mailto:m.klein@ddv.de)

[www.ddv-rl-abo.de](http://www.ddv-rl-abo.de)

Verbraucherportal: [www.ichhabediewahl.de](http://www.ichhabediewahl.de)