



Deutscher
Dialogmarketing
Verband e.V.



Aufnahme- Antrag

in das Kompetenz-Center
„Dialogmarketing-Agenturen“

in der Fassung vom 5. Mai 2015

Zugangskriterien zum Kompetenz-Center „Dialogmarketing-Agenturen“

1. Voraussetzung

Mitglied im Kompetenz-Center Dialogmarketing-Agenturen kann jede Agentur werden, die Mitglied im DDV ist und die folgenden Anforderungen erfüllt.

2. Leistungspotenzial

Jede DDV-Dialogmarketing-Agentur kann zielgruppenorientiert den Erfolg von Produkten, Dienstleistungen und Unternehmen kommunikativ unterstützen und bietet im Einzelnen folgende Leistungen als Eigenleistung:

- Strategische und konzeptionelle Beratung mit fundiertem Know-how im Bereich Dialogkommunikation;
- Kreative Entwicklung von Kampagnen und Werbemitteln;
- Planung, Steuerung und Überwachung der Durchführung.

3. Informationspflicht

Jede DDV-Dialogmarketing-Agentur verpflichtet sich, auf Anfrage eine rechtsverbindliche Auskunft zu Eigentumsverhältnissen, Kundenstruktur und zur personellen Besetzung ihrer Kernfunktionen an das DDV-Präsidium abzugeben.

4. Verhalten gegenüber Kunden und Wettbewerbern

Keine DDV-Dialogmarketing-Agentur erbringt Wettbewerbspräsentationen unentgeltlich; **näheres siehe Punkt 6.2 des Ehrenkodex.**

Die Mitglieder des Kompetenz-Centers verpflichten sich, den Best Practice Guide „Auswahl einer Dialogmarketing-Agentur“ zu beachten.

Die Eigenverantwortung der Agentur für ihr Handeln bleibt unberührt.

Die DDV-Dialogmarketing-Agentur ist jedem Kunden zur Auskunft über dessen Rabatte und Boni (bei Mediaschaltung) verpflichtet.

Jede DDV-Dialogmarketing-Agentur ist fair im Wettbewerbsverhalten und enthält sich herabsetzender Vergleiche.

Verpflichtung

Die Mitglieder des Kompetenz-Centers erkennen den Ehrenkodex des Kompetenz-Centers „Dialogmarketing-Agenturen“ als verbindlich an. Streitfragen können dem Kontrollorgan des Kompetenz-Centers vorgelegt werden.

Ehrenkodex des Kompetenz-Centers „Dialogmarketing-Agenturen“

(überarbeitete Fassung)

Die im DDV, Deutscher Dialogmarketing Verband e.V., Frankfurt, zusammengeschlossenen Mitglieder des Kompetenz-Centers „Dialogmarketing-Agenturen“ stellen ihre Tätigkeit unter den nachfolgenden Ehrenkodex:

Prolog

Die Gemeinschaft der DDV-Dialogmarketing-Agenturen versteht sich als eine verantwortliche, konstruktive und treibende Kraft in der Informationsgesellschaft. Werbung ist ein unverzichtbarer Bestandteil der freien Marktwirtschaft.

Die Mitglieder stellen sich einem engagierten Wettbewerb. Nur so werden wirtschaftliche Dynamik und Wachstum in der Kommunikationsbranche gefördert. Dynamik braucht Regeln und Grenzen, wie sie im fairen kaufmännischen Miteinander erforderlich sind.

Der Verbraucher wird als mündig und aufgeklärt respektiert und als solcher angesprochen. Die Agenturen orientieren sich an den Wertvorstellungen der Gesellschaft.

1. Generalklausel

- 1.1. Die Werbung eines Mitglieds des Kompetenz-Centers „Dialogmarketing-Agenturen“ befindet sich im Einklang mit der gültigen Rechtsprechung. Sie respektiert soziale, moralische, ethische und religiöse Normen und berücksichtigt die allgemeinen Grundlagen, die einen freien und fairen Wettbewerb gewährleisten.
- 1.2. Eine wesentliche Prämisse der Agenturen ist es, das öffentliche Vertrauen in die Marketing-Kommunikation im Allgemeinen und das Dialogmarketing im Besonderen zu mehren und darüber hinaus um Verständnis und Wohlwollen für deren Aussagen und Inhalte zu werben.

2. Kundenorientierung

- 2.1. Ein Mitglied des Kompetenz-Centers „Dialogmarketing-Agenturen“ bietet das bestmögliche Preis-Leistungs-Verhältnis für die eigene Arbeit wie für die von ihm einzukaufenden oder zu vermittelnden Leistungen an.

3. Fachliche Kompetenz

- 3.1. Ein Mitglied des Kompetenz-Centers „Dialogmarketing-Agenturen“ übernimmt nur Aufträge, für die es über die erforderlichen Fähigkeiten und Mitarbeiter verfügt.
- 3.2. Ein Mitglied des Kompetenz-Centers „Dialogmarketing-Agenturen“ übernimmt alle Anstrengungen, seine Kenntnisse, Fähigkeiten und Arbeitstechniken ständig zu verbessern.
- 3.3. Zur Erhaltung und Verbesserung des Leistungsstandards werden Mitarbeiter und Nachwuchs geschult und auf dem aktuellen Stand des direkten Kommunikations-Know-hows gehalten.

4. Effektivität

- 4.1. Die Arbeit des Mitglieds des Kompetenz-Centers „Dialogmarketing-Agenturen“ steht unter dem Ziel, die Effektivität der Kommunikationsmaßnahmen für seine Kunden zu steigern und kritisch zu überprüfen.
- 4.2. Ein Mitglied des Kompetenz-Centers „Dialogmarketing-Agenturen“ empfiehlt seinen Kunden nur solche Maßnahmen, die nach der fachlichen Beurteilung eine realistische Chance haben, ihr Ziel zu erreichen.
- 4.3. Ein Mitglied des Kompetenz-Centers „Dialogmarketing-Agenturen“ gibt realistische Leistungs-, Termin- und Kostenplanungen ab.

5. Objektivität und Angebotsklarheit

- 5.1. Ein Mitglied des Kompetenz-Centers „Dialogmarketing-Agenturen“ bemüht sich um objektive Beratung und spricht auch Schwachstellen einer Aufgabe offen an.
- 5.2. Ein Mitglied des Kompetenz-Centers „Dialogmarketing-Agenturen“ verpflichtet sich, klare Angebote für alle Leistungen zu erstellen. Im Angebot nicht enthaltene, aber zum Aufgabenumfang gehörende Leistungen sind eindeutig zu deklarieren.

6. Wettbewerb

6.1. Generell

Die Mitglieder des Kompetenz-Centers Dialogmarketing-Agenturen im DDV stimmen darin überein, Präsentationen zum Zwecke der Neukundengewinnung nach für alle Mitglieder des Kompetenz-Centers Dialogmarketing-Agenturen übereinstimmend geltenden wirtschaftlichen Grundbedingungen durchzuführen. Dadurch wird Wettbewerbsgleichheit gewährleistet, die Agenturen unterliegen einem fairen Akquisitionsmodus und potenzielle Neukunden haben eine vergleichbare Angebots-Grundlage.

6.2. Unentgeltliche Präsentation (Definition)

Als unentgeltlich gelten Agenturleistungen/-vorleistungen immer dann, wenn gegenüber potenziellen Neukunden eine an sich für die wirtschaftliche Existenz einer Agentur notwendige Leistung (s.a. Leistungsspektrum im Jahrbuch Dialogmarketing) ohne Berechnung erbracht oder angeboten wird. Insbesondere:

- Strategische und konzeptionelle Beratung mit fundiertem Know-how im Bereich Dialogkommunikation
- Kreative Entwicklung (Ausarbeitung) von Kampagnen und Werbemitteln
- Planung, Durchführung, Steuerung und Überwachung solcher Maßnahmen dürfen nicht Bestandteil eines unentgeltlichen Angebots sein.

Als unentgeltlich werden diese Maßnahmen auch dann angesehen, wenn dem formulierten Angebot ein symbolischer bzw. Fantasie-Preis zugrunde gelegt wird, der unter wirtschaftlicher Betrachtungsweise als kostenlos anzusehen ist.

Um eine relevante Zielgröße zu haben, sollen nicht weniger als 20% der tatsächlichen Kosten (regulär abgerechnete Agenturleistungen für die jeweilige Werbemaßnahme) bzw. des tatsächlich erbrachten Aufwands (regulär abgerechneter Stundenaufwand) für eine solche Präsentation in Rechnung gestellt werden.

Eine eventuelle Erstattung/Verrechnung bei Auftragserteilung bleibt hiervon unberührt.

6.3. Verhaltensweisen im Einzelnen

6.3.1 Aktive Akquisition

Jede aktive Akquisition zieht im Falle einer Präsentationsaufforderung abzurechnende Leistungen in wirtschaftlich relevanter Größenordnung nach sich.

Screening, Selbstdarstellung, Angebotserstellung und Erfahrungsaustausch, den der Kunde nicht unmittelbar in die Optimierung seiner Werbemaßnahmen umsetzen kann, sind von dieser Regelung ausgenommen und können unentgeltlich angeboten werden.

Akquisitionsmaßnahmen, die mit unentgeltlichen Leistungen werben oder mit Leistungen die unter wirtschaftlichen Gesichtspunkten als unentgeltlich angesehen werden können, werden vom Kontrollorgan untersucht und geahndet (siehe Ziff. 10).

Potenzielle Neukunden, zu denen früher einmal eine Kunde-/Agenturbeziehung bestand, aktuell jedoch nicht, sind wie Neukunden zu behandeln.

6.3.2 Präsentations-Aufforderung

Fordert ein Kunde eine Agentur zur unentgeltlichen Wettbewerbspräsentation auf, so hat die Agentur dies abzulehnen und sollte dies dem DDV mitteilen. Eine Teilnahme an dieser Präsentation ist Mitgliedern des Kompetenz-Centers nicht gestattet.

Werden Agenturen von bestehenden Kunden zur Pitch-Präsentation aufgefordert, so liegt es in ihrem Ermessen, diese Präsentation im Rahmen der vertraglichen Vereinbarungen mit dem Kunden zu berechnen.

Gleiches gilt für Aufforderungen, die durch Mittler bzw. sog. Pitchverwalter an Agenturen herangetragen werden.

6.3.3 Network-Agenturen

Kunden von Network-Agenturen, für die bereits eine Kunden-/Agenturbeziehung ausserhalb Deutschlands besteht und die in Deutschland zu einer Präsentation auffordern, können diese Leistungen im Rahmen des generell zwischen Kunde und Agentur bzw. innerhalb des Networks vereinbarten Modus erwarten.

Für potenzielle Neukunden, zu denen im Rahmen des Networks noch keine internationale oder nur eine nationale Beziehung innerhalb eines Drittlandes besteht, ist die Präsentation nicht unentgeltlich durchzuführen. Dies bezieht sich auch auf paneuropäische Kampagnen.

6.4 Kontrollorgan

Verstöße gegen die vorstehenden Bestimmungen, wie auch den Ehrenkodex insgesamt werden durch das Kontrollorgan gemäß Ziff. 10 geahndet.

7. Vertraulichkeit

- 7.1. Ein Mitglied des Kompetenz-Centers „Dialogmarketing-Agenturen“ behandelt alle Vorgänge und Informationen des Kunden mit strengster Vertraulichkeit. Auftragsbezogene Unterlagen werden nicht an Dritte weitergegeben, sofern das nicht ausdrücklich mit dem Kunden vereinbart ist.
- 7.2. Alle Mitarbeiter eines Mitglieds des Kompetenz-Centers „Dialogmarketing-Agenturen“ werden schriftlich zur Einhaltung der Vertraulichkeit verpflichtet.
- 7.3. Im Falle eines vereinbarten Konkurrenzausschlusses bezieht sich dieser nur auf die Produkte und Dienstleistungen, die das Mitglied des Kompetenz-Centers „Dialogmarketing-Agenturen“ für seinen Kunden betreut, und nicht auf den gesamten Tätigkeitsbereich des Kunden.

8. Ziel und Sinn der DDV-Mitgliedschaft

- 8.1. Es ist das Ziel der Mitglieder des Kompetenz-Centers „Dialogmarketing-Agenturen“ das Image der Dialogmarketing-Branche und die Voraussetzung für eine effektive, wirtschaftliche Kundenbetreuung zu pflegen und zu verbessern.
- 8.2. Es ist deshalb erforderlich, in der täglichen Geschäftspraxis das Gemeinwohl der Dialogmarketing-Branche zu beachten und danach zu handeln.
- 8.3. Jedes einzelne Mitglied des Kompetenz-Centers „Dialogmarketing-Agenturen“ verpflichtet sich, diese Grundsätze zu beachten und zu verwirklichen.
- 8.4. Jedes Mitglied des Kompetenz-Centers „Dialogmarketing-Agenturen“ hinterlegt den unterschriebenen Ehrenkodex bei der DDV-Geschäftsstelle.

9. Verpflichtungen der Mitglieder des Kompetenz-Centers „Dialogmarketing-Agenturen“

- 9.1. Ein Mitglied des Kompetenz-Centers „Dialogmarketing-Agenturen“ verpflichtet sich zur Teilnahme an vom Verbund initiierten Befragungen und Erhebungen, die zur Unterstützung der Ziele des Verbands bzw. des Kompetenz-Centers dienen und deren Ergebnisse uneingeschränkt den Mitgliedern des Kompetenz-Centers zur Verfügung gestellt werden.
- 9.2. Ein Mitglied des Kompetenz-Centers „Dialogmarketing-Agenturen“ verpflichtet sich insbesondere zur Einhaltung der in Punkt 6.2. festgehaltenen Grundsätze über die Erbringung unentgeltlicher Vorleistung.
- 9.3. Die DDV-Geschäftsstelle und die Vorsitzenden des Kompetenz-Centers „Dialogmarketing-Agenturen“ garantieren absolut vertrauliche Behandlung der ihnen überlassenen Daten und verfahren im Übrigen allein nach Beschlussfassung des Kompetenz-Centers „Dialogmarketing-Agenturen“.
- 9.4. Ein Mitglied des Kompetenz-Centers „Dialogmarketing-Agenturen“ verpflichtet sich, die vom Verband initiierten und durch das Kompetenz-Center geförderten Aktionen, wie den Deutschen Dialogmarketing Preis, den EDDI und die DIMA zu unterstützen.

10. Ahndung von Verstößen

- 10.1. Bekannt gewordene Verstöße gegen die Grundsätze dieses Ehrenkodex werden von dem Kontrollorgan des Kompetenz-Centers „Dialogmarketing-Agenturen“ des DDV untersucht und geahndet.
- 10.2. Das Kontrollorgan kann den Ausschluss aus dem Kompetenz-Center vorschlagen sowie beim Präsidium des DDV den Ausschluss eines Mitglieds aus dem Verband schriftlich beantragen.
- 10.3. Nähere Einzelheiten regelt die Geschäftsordnung des Kontrollorgans des Kompetenz-Centers „Dialogmarketing-Agenturen“.



Deutscher
Dialogmarketing
Verband e.V.

Aufnahmeantrag

in das Kompetenz-Center „Dialogmarketing-Agenturen“

Name des Unternehmens (lt. Handelsregister oder beim Gewerbeamt)

Straße / Hausnummer / Postfach

PLZ / Ort

Bundesland

Telefon

Fax

Branche

Gründungsjahr

Vorname / Name des Bevollmächtigten,
der die Firma im DDV vertritt

Position

Hiermit beantragen wir die Aufnahme in das Kompetenz-Center „Dialogmarketing-Agenturen“.
Wir haben die Aufnahmekriterien zur Kenntnis genommen und die erforderlichen Unterlagen diesem Antrag beigelegt.
Wir haben den Ehrenkodex des Kompetenz-Centers gelesen und erkennen diesen durch nachfolgende Unterschrift an.

**Bitte fügen Sie dem Aufnahmeantrag unbedingt eine Kopie des Handelsregister-Auszuges bei.
Ohne diesen Auszug kann der Antrag nicht bearbeitet werden.**

Datum

Stempel und rechtsverbindliche Unterschrift

Über die Neu-Aufnahme gemäß den Zugangskriterien entscheidet das vom Kompetenz-Center gewählte Kontrollorgan.

Deutscher Dialogmarketing Verband e.V. · Hahnstraße 70 · 60528 Frankfurt
Telefon +49 69 401 276-500 · Telefax +49 69 401 276-599