

DDV-Council Zustellung feiert neue Zertifizierung

Signet der TÜV Rheinland Group sorgt für noch mehr Markt-Transparenz und Vertrauen in Dienstleistungsqualität

Wiesbaden, den 28. Juni 2007 – Mit der Überreichung der ersten 13

Zertifikationsurkunden feiert das Council Zustellung im deutschen Direktmarketing Verband DDV heute die Einführung des neuen Siegels der TÜV Rheinland Group. Das TÜV-Zertifikat „TÜV Rheinland geprüfte Direktmarketing-Zustellung“ steht für eine neutral geprüfte Dienstleistungsqualität und damit für eine noch größere Markt-Transparenz.

„Die erfolgreiche Einführung der neutralen Zertifizierung durch die TÜV Rheinland Group ist ein weiterer Meilenstein in der Qualitätspolitik des Verbandes“, betont Patrick Tapp, Vizepräsident Public Affairs und Verbraucherdialoog im DDV auf dem heutigen „Siegel-Event“. „Der DDV forciert bereits seit vielen Jahren die Transparenz der Dienstleistungsgüte seiner Mitglieder. Grundlage dafür sind zum einen die Ehrenkodices der Councils, zum anderen ihre Zertifizierungsverfahren, die entweder auf Selbstregulierung oder auf Überprüfung durch eine neutrale Instanz basieren. Dieses Bekenntnis zu geprüfter Qualität ist die wichtigste Voraussetzung, um langfristig Kundenvertrauen zu schaffen und ein positives Image unserer Branche zu gewährleisten.“

Die Zertifizierung durch den neutralen Partner TÜV löst im Council Zustellung das bisherige, bereits im Jahr 1992 aufgelegte DDV-Prüfsiegel ab. Als Erster am Markt im Bereich Prospektverteilung hatte das Council damals das auf Selbstregulierung basierende Zertifizierungsverfahren eingeführt und damit bereits vor 15 Jahren eine Vorreiterrolle in der Qualitätsdiskussion besetzt. Ziel dieser Initiative war es, Ordnung am Briefkasten zu schaffen und das Image des Mediums Haushaltwerbung gegenüber der Öffentlichkeit zu verbessern. Die Einführung einer geprüften Verteil- und Zustellqualität hat wesentliche Standards für die Branche geschaffen und erheblich zur Steigerung der Akzeptanz der Prospektwerbung beigetragen.

Mit der Einführung des neuen, neutralen und für alle Councilmitglieder verbindlichen Siegels beweist das Council Zustellung erneut seine Vorreiterfunktion. Vor dem Hintergrund der verbandsweiten Qualitätsoffensive des DDV hatte sich das Council im September 2005 entschieden, in Partnerschaft mit der TÜV Rheinland Group mittelfristig zertifizierungsfähige Standards für die Dienstleistungsqualität einzuführen. Elemente des bisherigen Ehrenkodex und des eingeführten Siegels wurden zusammengeführt und deutlich optimiert. Der Einführung war im vergangenen Jahr ein Pilot vorangegangen. Alle vier an diesem Projekt beteiligten Unternehmen haben die Zertifizierung erfolgreich absolviert und erfüllten mindestens das Prädikat „gut“. Künftig können sich die Marktpartner auf der Website www.tuv.com über die Leistungsfähigkeit und -güte der Mitglieder informieren. Diejenigen die den Anforderungen nicht oder nur mangelhaft gerecht werden, müssen nachbessern oder werden aus dem Council ausgeschlossen.

Martin Jacobi, Vorsitzender des Councils Zustellung: „Die Zeiten, in denen sich Verteilunternehmen selber überprüften, beziehungsweise die Statuten der Prüfung selbst festlegten, sind nun vorbei. Mehr Sicherheit bei den Marktpartnern kann nur eine neutrale Prüfinstanz garantieren. Deshalb hat das Council Zustellung sich für den auf diesem Gebiet besonders erfahrenen Partner TÜV Rheinland Group entschieden. Wir haben schon im Vorfeld erkannt, dass das TÜV-Zertifikat anders als ein selbst auferlegtes Gütesiegel bei großen Unternehmen einen echten Nutzen generiert. Die Neutralität und das Ansehen des TÜVs öffnen uns Türen, die bisher mangels Nachweis verschlossen blieben.“

Der Deutsche Direktmarketing Verband ist der größte nationale Zusammenschluss von Direktmarketing-Unternehmen in Europa und einer der Spitzenverbände der Kommunikationswirtschaft in Deutschland. Er vertritt die Interessen von Dienstleistern und werbungstreibenden Unternehmen der gesamten Dialogmarketing-Branche. Dazu zählen u. a. Dialogmarketing-Agenturen, Adress- und Informationsdienstleister, Call Center-Dienstleister, Direct Mail-Unternehmen sowie Direktmarketing-Anwender aus den verschiedensten Wirtschaftszweigen, wie z. B. Verlage, Versicherungen, Automobilhersteller. Schwerpunkt der Verbandsarbeit ist das Lobbying für die Branche. So entwickelt der DDV Konzepte zum Verbraucherschutz und setzt sich für einen sinnvollen Datenschutz ein, der sowohl die Datenschutzinteressen der Verbraucher, als auch die Interessen der Wirtschaft berücksichtigt.

**Pressekontakt: Nanah Schulze, Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit DDV,
Telefon: 06196/7666593, 0172 / 9046008, E-Mail: n.schulze@ddv.de, www.ddv.de**