
DRV und VIR schaffen mit dem -Code of Conduct- einen Ehrenkodex

23.08.2010, 11:48 | Tourismus, Auto & Verkehr

Pressemitteilung von: *Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR)*



Code of Conduct

Branchenverbände DRV und VIR schaffen mit dem -Code of Conduct- einen Ehrenkodex für den Bereich Online-Marketing in der Touristik

Verhaltensgrundsätze stärken Kundenfreundlichkeit im Online-Sektor

Die touristischen Branchenverbände DRV und VIR schaffen einen Verhaltenskodex für kundenfreundliches Online-Marketing: Mit dem „Code of Conduct“ haben der Deutsche ReiseVerband e.V. (DRV) und der Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) gemeinsame Vorgaben entwickelt, die den Verbrauchern mehr Sicherheit bei Reisebuchungen im Internet bieten und in der Touristik-Branche neue Standards bei den Marketing-Aktivitäten im Online-Sektor setzen. Die Verbände legen mit der Einführung dieser Regeln grundsätzliche Prinzipien und klare Standards für korrektes Geschäftsgebahren fest, zu denen sich die Unterzeichner verpflichten.

„Unser Ziel ist es, den Code of Conduct als freiwillige Selbstverpflichtung nicht nur bei den Mitgliedern von DRV und VIR und deren verbundenen Unternehmen, sondern auch darüber hinaus zu verankern und damit ein Gütesiegel für die Urlauber zu schaffen“, betont VIR-Vorstand Michael Buller. „Uns liegt an fairen, nachhaltigen, verantwortungsvollen und ethischen Handlungsgrundsätzen, die von allen Beteiligten beim Marketing im Internet zu beachten sind“, ergänzt DRV-Hauptgeschäftsführer Hans-Gustav Koch. „Mit dem neuen Ehrenkodex wollen beide Verbände für ihre Mitglieder dauerhaft ein funktionierendes Online-Geschäft sicherstellen.“

Die in dem Verhaltenskodex zusammen gestellten Verpflichtungen basieren auf rechtlichen Rahmenbedingungen beim Online-Marketing und wurden um Empfehlungen beider Verbände ergänzt. „Ziel ist es, den Kunden bei der Urlaubsbuchung im Internet das Gefühl der Sicherheit und Verlässlichkeit zu geben, und ihn nicht wie bisher durch einen beträchtlichen Aufwand beispielsweise über die Suchmaschinen teilweise in die Irre zu führen“, erläutert Michael Buller. Großen Wert legt der VIR-Vorsitzende auf die Verpflichtung aller Unterzeichner des „Code of Conduct“, die darin vereinbarten Richtlinien auf Eigeninitiative in die Tat umzusetzen. „Wer den Ehrenkodex unterschreibt, muss aktiv danach handeln“, so Buller.

Der drei Schriftseiten umfassende „Code of Conduct“ ist unterteilt in eine erläuternde Einleitung (Präambel), Allgemeine Verpflichtungen, Regelungen in Bezug auf fremde Markenrechte und Unternehmenskennzeichen in der Online-Werbung sowie in Verpflichtungen in Bezug auf den fairen Wettbewerb im Bereich Online-Marketing. Beim Search Engine Marketing verpflichten sich die unterzeichnenden Reiseveranstalter und Reisemittler dazu, keine Marken, Unternehmenskennzeichen oder Firmen eines fremden Unternehmens in täuschender Absicht als Keyword beispielsweise im Rahmen des Google-Werbeangebotes „Adwords“ zu verwenden. „Diese Regelung ist von elementarer Bedeutung für das Online-Marketing und sorgt für klare und faire Wettbewerbsbedingungen“, unterstreicht DRV-Hauptgeschäftsführer Hans-Gustav Koch.

Auch bei der Produktwerbung durch einen Reisevermittler stellen die Verhaltensgrundsätze klare Regeln auf: Die beworbenen Produkte müssen im Sortiment des Mittlers tatsächlich enthalten sein, und bei Aktivierung eines Links darf nicht auf andere Angebote umgeleitet werden. Auch versprochene Preisreduzierungen müssen eingehalten werden: Hier dürfen dem „Code of Conduct“ zufolge nur noch Leistungen zugesagt werden, die der Kunde auch tatsächlich erhält.

Nach Unterzeichnung erhalten die Reiseveranstalter und Reisevermittler ein Logo, das als Gütesiegel dient, und bei sämtlichen Werbeaktivitäten zum Einsatz kommen soll. „Dieses Gütesiegel gilt es, in der Öffentlichkeit bekannt zu machen, damit Urlauber in Zukunft wissen, wer fair und verlässlich wirbt und sichere Rahmenbedingungen bei einer Online-Buchung garantiert“, appelliert Michael Buller vom VIR. „Kunden von Internet-Reisebüros haben damit Gewissheit, dass sie erhalten, wonach sie gesucht haben, und was ihnen vom Anbieter versprochen wurde“, ergänzt Hans-Gustav Koch vom DRV.

Abrufbar ist der „Code of Conduct“ auf den Internet-Seiten beider Verbände unter www.v-i-r.de sowie www.driv.de.

Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR):

Sprachrohr der touristischen Internetwirtschaft

Der Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) ist der Dachverband der deutschen Online-Reiseportale. Zu seinen TÜV-zertifizierten Mitgliedern gehören mit ab-in-den-urlaub.de, ebookers.de, Expedia.de, Holidaycheck, JT Touristik, lastminute.de, opodo.de und weg.de acht der größten Online-Reiseunternehmen in Deutschland, die zusammen rund zwei Milliarden Euro Umsatz erwirtschaften. Die Mitgliedsunternehmen lassen sich und ihre Dienstleistungen TÜV-zertifizieren und nehmen damit eine Vorbildfunktion für die gesamte Reisebranche ein. Fördermitglieder des VIR sind DMC Digital Media Center GmbH, GIATA, HanseMerkur, Mondial Assistance International AG, Sabre Travel Network, Sunny Cars, Traffics, Travelport, TravelTainment, TrustYou und @Leisure BR BV. Nähere Informationen zum Verband finden sich auf www.v-i-r.de.

Deutscher ReiseVerband e.V. (DRV):

Der DRV vertritt die Interessen mittelständischer und großer Unternehmen in der Reisebranche gegenüber den Leistungsträgern im In- und Ausland sowie der deutschen, europäischen und internationalen Politik. Über 80 Prozent des Umsatzes des deutschen Reisebüro- und -veranstaltermarktes werden von den Mitgliedern des Branchenverbandes erwirtschaftet. Mitgliedsunternehmen vom inhabergeführten Einzelunternehmen bis zum börsennotierten internationalen Konzern machen den DRV dabei zu einem der weltweit größten und einflussreichsten Verbände der Reisebranche. Der DRV informiert die Öffentlichkeit über die Vorteile der Veranstalterreise sowie des professionellen Reisevertriebs und stärkt die organisierte Urlaubsreise und die professionell gemanagte Geschäftsreise. Ausführliche Informationen finden sich unter www.driv.de.

Portrait

Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR):

Sprachrohr der touristischen Internetwirtschaft

Der Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) ist der Dachverband der deutschen Online-Reiseportale. Zu seinen TÜV-zertifizierten Mitgliedern gehören mit ab-in-den-urlaub.de, ebookers.de, Expedia.de, Holidaycheck, JT Touristik, lastminute.de, opodo.de und weg.de acht der größten Online-Reiseunternehmen in Deutschland, die zusammen rund zwei Milliarden Euro Umsatz erwirtschaften. Die Mitgliedsunternehmen lassen sich und ihre Dienstleistungen TÜV-zertifizieren und nehmen damit eine Vorbildfunktion für die gesamte Reisebranche ein. Fördermitglieder des VIR sind DMC Digital Media Center GmbH, GIATA, HanseMerkur, Mondial Assistance International AG, Sabre Travel Network, Sunny Cars, Traffics, Travelport, TravelTainment, TrustYou und @Leisure BR BV. Nähere Informationen zum Verband finden sich auf www.v-i-r.de.

News-ID: 459012 • Views: 1372 (Stand: 16.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/459012/DRV-und-VIR-schaffen-mit-dem-Code-of-Conduct-einen-Ehrenkodex.html>