

Gedragcode voor Fieldmarketing (GFM)

In deze Gedragcode voor Fieldmarketing (GFM) zijn de gedragsregels opgenomen die van toepassing zijn op de Fieldmarketingdiensten Directe Verkoop en Promotie (via de kanalen streetmarketing, door-to-door en evenementenwerving) door of namens leden van de branchevereniging DDMA. De GFM heeft tot doel dat deze marketing door de leden wordt ingezet op een verantwoorde manier zodat het vertrouwen van de consument in Fieldmarketing – en marketing in het algemeen - niet wordt geschaad.

Gedragsregels

I.

In deze Code wordt verstaan onder:

Wet- en regelgeving

II.

Fieldmarketing marketing dient in overeenstemming te zijn met de GFM waaronder de Code Fieldmarketing en wet- en regelgeving, in het bijzonder maar niet beperkt tot de Wet Consumentenrechten, de Wet Oneerlijke Handelspraktijken en de Wet bescherming persoonsgegevens voor zover deze Fieldmarketing betreffen.

(Contractuele) Aansprakelijkheid

III.

Fieldmarketing bureaus en Adverteerders zijn beiden verantwoordelijk voor het uitvoeren van Straatwerving en colportage conform alle toepasselijke wetgeving waaronder de Wet Consumentenrechten en de Gedrags- en Code Fieldmarketing.

IV.

Bij een klacht kan het bepaalde in de contractuele relatie tussen adverteerder en/of Fieldmarketing bureau met betrekking tot de uitvoering van Fieldmarketing – indien strijdig met of afwijkend van deze Code - een consument niet worden tegengeworpen.

Training en opleiding Fieldmarketeers

V.

- Adverteerder en Fieldmarketing bureau dienen er zorg voor te dragen dat Fieldmarketeers een aantoonbare instructie krijgen conform de regels van deze Gedragscode, toepasselijke wet- en regelgeving en beroepsethische aspecten van een behoorlijke benadering van consumenten. Tevens dienen zij ervoor zorg te dragen dat Fieldmarketeers de essentie van deze Gedragscode en de toepasselijke wetgeving kennen, door deze onderdeel te maken van de training van de Fieldmarketeer en deze kennis vervolgens op regelmatige basis te testen.
- Adverteerder en Fieldmarketing bureau dienen de Fieldmarketeer te instrueren dat deze geen aanbiedingen doet aan consumenten waarvan hij weet, zou kunnen weten of behoort te weten dat deze handelingsonbekwaam zijn, of over onvoldoende draagkracht beschikken om de verplichtingen die voortvloeien uit de overeenkomst na te komen.

Beloning

VI.

Eventuele prestatiebeloning van een Fieldmarketeer in loondienst kan niet meer zijn dan een aanvulling op primaire arbeidsvoorwaarden. Uitsluitend stukloon aan de Fieldmarketeer is niet toegestaan. Tenminste het minimumuurloon wordt aan de Fieldmarketeer betaald.

Overtreding van de Gedragsregels

- Iedere overtreding van de gedragsregels door leden van de brancheverenigingen die deze GFM onderschrijven, zal ter beoordeling worden voorgelegd aan het bestuur van de betreffende branchevereniging en of een ander daartoe door de vereniging bevoegd orgaan.
- De brancheverenigingen zullen conform de statuten en/of eigen procedurele regels overtredingen sanctioneren.
- De brancheverenigingen kunnen overwegen tegen een lid of niet-lid een actie te starten teneinde de beroepsethiek te waarborgen.

De GFM treedt in werking op 1 januari 2015 en zal een jaar na de inwerkingtreding worden geëvalueerd en waar nodig periodiek worden bijgesteld.