



Zusammenarbeit des Werbungtreibenden mit der Mediaagentur

Die Zusammenarbeit von Werbungtreibenden und Mediaagentur baut auf Vertrauen und Partnerschaft!

Dazu zählt auch:

- dass für die Arbeit der Agentur ein umfangreiches und klares Briefing erstellt wird,
- dass der Kunde alle für die Arbeit der Agentur relevanten Informationen an diese auf Anfrage liefert,
- dass für beide Seiten absolute Vertraulichkeit über die Details der Geschäftsbeziehung gilt,
- dass die Einschaltung von Mediaaudits oder sonstigen Beratern zwischen beiden Seiten offengelegt und ihre Rolle gemeinsam definiert wird. Die Bewertung der Agentur wird nach Abschluss offengelegt und erläutert.

Weitere Verhaltensregeln:

- die Teilnahme der Agentur an einem Mediapitch (Wettbewerbspräsentation) wird vergütet.
- bei der Durchführung eines Mediapitches setzt die seriöse und ernstgemeinte Absicht des Werbungtreibenden voraus, die Leistung seiner Mediaagentur im fairen Wettbewerb zu überprüfen.
- Mediaagenturen sind gleichberechtigte Partner im Kommunikationsprozess (analog Werbeagenturen, Kreativagenturen, PR-Agenturen, Dialogmarketing-agenturen etc.). Sie erfahren eine gleichberechtigte Behandlung.

22.10.2004