

# **CODE OF CONDUCT**

## **DER WIRTSCHAFTSJUNIOREN DEUTSCHLAND**

### **Umgang mit Mitgliederadressen**

Die Adressverzeichnisse der Mitglieder der einzelnen Kreise von WJD stehen den Mitgliedern ausschließlich für verbandsinterne Zwecke zur Verfügung also ausschließlich für Juniorenarbeit und für gezielte, auch geschäftliche, Kontakte individueller Art innerhalb des Verbandes.

Nach dem Grundverständnis von WJD ist jedoch die Nutzung oder Weitergabe der Adressverzeichnisse für akquisitorische Marketing- oder Werbemaßnahmen, solche Rundmails oder Rundschreiben jedweder Art ausdrücklich untersagt.

Die Delegiertenversammlung empfiehlt den Kreisen, neu aufgenommene Mitglieder ausdrücklich auf diesen Grundsatzbeschluss hinzuweisen und Zuwiderhandlungen im Einzelfall konkret zu ahnden und ggf. zuwiderhandelnde Mitglieder aus ihren Kreisen auszuschließen.

### **Umgang mit dem Corporate Design**

Jedes Mitglied ist berechtigt, das offizielle WJD Logo für sich im Rahmen seiner beruflichen Tätigkeit oder für sein inhabergeführtes Unternehmen zu verwenden. Eine Nutzung setzt jedoch voraus, dass in geeigneter Weise kenntlich gemacht wird, dass es sich um eine Mitgliedschaft handelt etwa durch den Zusatz „Mitglied bei WJD/JCI“. Im übrigen darf die Nutzung nur in Übereinstimmung mit den allgemeinen Regeln des Code of Conduct erfolgen. Weitere Einschränkungen bestehen nicht. Die Nutzung erfolgt freiwillig.

Dem Bundesverband bleibt das Recht vorbehalten in Mißbrauchsfällen jederzeit eine Nutzung des Logos zu untersagen oder die Regeln über die Nutzung des Logos generell zu verändern. Hierüber entscheidet der Bundesvorstand.

### **Umgang mit Sponsoren**

Die Wirtschaftsjunioren Deutschland sind ein professioneller Partner ihrer Sponsoren. Die Mitglieder der Wirtschaftsjunioren Deutschland kommunizieren Anregungen und Kritik zu Aktivitäten mit Sponsoren ausschließlich über die zuständigen Kreis-, Landes- oder Bundesvorstände. Auf diesem Wege können vorab die Hintergründe, Details und Motivation einzelner Sachverhalte intern geklärt werden, ohne im Außenverhältnis negative Stimmungen und Reaktionen zu erzeugen. Direkte Reaktionen, insbesondere Kritik, von Mitgliedern an die Sponsoren sind zu unterlassen.

Die Delegiertenversammlung empfiehlt daher den Kreisen, alle Mitglieder ausdrücklich auf diese Grundsätze hinzuweisen und Bewusstsein dafür zu schaffen, dass das öffentliche Ansehen des Verbandes bei anderem Verhalten Schaden nimmt.