

handwerk. magazin

www.handwerk-magazin.de

Anleitung:

DATENSCHUTZ vs. WERBEMÖGLICHKEITEN Was ist erlaubt?

Autor: **Kivanç Semen und Dr. jur. Markus Fisseler**, Co-Founder von DataGuard

IMMER AUF DER SICHEREN SEITE



Von unserer Fachredaktion geprüft. Die Inhalte dieses Downloads sind nach bestem Wissen und gründlicher Recherche entstanden. Für eventuell enthaltene Fehler übernehmen jedoch Autor/in, Chefredakteur sowie die Holzmann Medien GmbH & Co. KG keine rechtliche Verantwortung.

DATENSCHUTZ vs. WERBEMÖGLICHKEITEN

Trotz verstärktem Datenschutz durch die DSGVO bleiben Print-Prospekte sowie E-Mail Newsletter beliebte Werbemittel für die Neukundengewinnung sowie für die Kommunikation mit Bestandskunden. Der wichtigste Unterschied beim Kontakt zu Neu- und Bestandskunden liegt darin, dass Neukunden Werbung zumindest einmalig erhalten dürfen, sofern eine Widerrufsmöglichkeit gegeben ist. Bei Bestandskunden muss die Frage der Einverständniserklärung im Zuge der DSGVO neu geklärt werden.

PROSPEKTE, FLYER & CO.

Auch unter der DSGVO dürfen natürlich weiterhin Prospekte versendet werden, allerdings gibt es einige Punkte zu beachten.

BEI NEUKUNDEN HANDELT ES SICH DABEI UM FOLGENDE REGELUNGEN:

Erlaubt ist:

- bei Privatpersonen ausschließlich eine Übernahme postalischer Adressen in größeren Mengen bzw. „Listenform“, also zum Beispiel aus dem Adresshandel oder dem Telefonbuch, jedoch ohne Übernahme der E-Mail-Adresse
- der Versand an Einzeladressen bei Kontakten im Business-to-Business-Bereich, wenn sich das Werbemittel auf die berufliche Tätigkeit des Adressaten bezieht und an die Geschäftsadresse verschickt wird

Ein Muss ist:

- die Angabe der Datenquelle im Kleingedruckten des Werbemittels
- ein deutlicher Hinweis auf das Widerspruchsrecht sowie die mögliche Datenlöschung

Empfehlungen sind:

- die ausschließliche Übernahme personenbezogener Daten von Kontakten, an die Werbemittel versendet werden
- die Löschung von personenbezogenen Interessenten-Daten, die für den Versand irrelevant sind, z.B. das Geburtsdatum
- die sofortige Löschung von Interessenten-Daten, die Widerspruch eingelegt haben
- die Löschung von Interessenten-Daten nach zwei Jahren, wenn sich aus diesen keine aktive Kundenbeziehung entwickelt hat

Ausgeschlossen ist:

- die Adressen von zahlungskräftigen Personen aus dem Firmenimpressum im Internet zu recherchieren und ihnen unaufgefordert Werbung zu schicken

FÜR BESTANDSKUNDEN GELTEN DARÜBER HINAUS FOLGENDE REGELUNGEN:

Erlaubt ist:

- Kunden, die einer aktiven Geschäftsbeziehung unterliegen und ihre Einwilligung gegeben haben, mit Werbung zu beliefern, solange kein Widerspruch vorliegt
- über die ursprünglichen Produkte hinaus verwandte Dienstleistungen zu bewerben

DATENSCHUTZ vs. WERBEMÖGLICHKEITEN

Ein Muss ist:

- den Kunden im Fall eines früheren Vertragsabschlusses bereits zum damaligen Zeitpunkt darüber informiert zu haben, dass seine Daten für Werbezwecke verarbeitet oder an Dritte wie z.B. Druckereien weitergegeben werden können. Auf sein Widerspruchsrecht muss er ebenfalls hingewiesen worden sein.
- den Kunden beim Fehlen dieser Information vor dem Versand um schriftliche Einwilligung zu bitten und über das Widerspruchsrecht zu informieren.

ONLINE-WERBEMITTEL - E-MAIL-GEBUNDENER NEWSLETTERVERSAND

SOLLEN POTENZIELLE NEUKUNDEN ODER INTERESSENTEN NACH INKRAFTTRETEN DER DSGVO FIRMENNEWSLETTER ERHALTEN, GILT FOLGENDES ZU BEACHTEN:

Erlaubt ist:

- der mehrmalige Versand an Einzeladressen von Interessenten im Business-to-Business-Bereich, wenn sich der E-Mail-Newsletter auf die berufliche Tätigkeit des Adressaten bezieht
- Interessenten im Bereich Business-to-Business auch ohne Zustimmung einen einmaligen Newsletter zu senden, wenn ein geschäftlicher Anlass besteht

Ein Muss ist:

- die Angabe der Datenquelle im Kleingedruckten
- ein deutlicher Hinweis auf das Widerspruchsrecht und die damit verbundene Datenlöschung (sogenanntes Opt-out)
- dass Interessenten im Bereich Business-to-Business vorab ihr Einverständnis aus Nachweiszwecken schriftlich erklären müssen. Dies ist zumeist automatisch bei Registrierungswunsch notwendig.
- den Datensatz eines Business-to-Business-Interessenten zu löschen, sollte dieser nicht reagieren

Empfehlungen sind:

- Kunden, deren Geschäftsbeziehung ruht, die aber über einen längeren Zeitraum hinweg weiter mit Newslettern versorgt werden sollen, sollten um eine neue Einverständniserklärung gebeten werden. Diese darf auch zusammen mit dem Newsletter versendet werden.

Ausgeschlossen ist:

- der Kauf von Daten von Privatpersonen in größeren Mengen inklusive der E-Mail-Adresse
- privaten Personen ohne weiteres einen Newsletter zu schicken. Es ist zunächst das Einverständnis und die E-Mail-Adresse des Adressaten einzuholen.
- die Adressen von zahlungskräftigen Personen aus dem Firmenimpresum im Internet zu recherchieren und ihnen unaufgefordert Werbung zu schicken

Sollen Bestandskunden Online-Newsletter erhalten, gelten ähnliche Regelungen wie auch bei den Print-Werbemitteln. Erlaubt ist es darüber hinaus, Bestandskunden im privaten sowie im Business-to-Business-Sektor in einer aktiven Geschäftsbeziehung mit einem Newsletter zu versorgen. Befindet sich der Bestandskunde nicht in einer aktiven Geschäftsbeziehung, muss eine vorherige Einverständniserklärung eingeholt, oder aber ein geschäftlicher Anlass gegeben sein.

DATENSCHUTZ vs. WERBEMÖGLICHKEITEN

Im Gegensatz zu Printmitteln besteht bei Newslettern im Onlinebereich die Möglichkeit der „Überwachung“. Dies bedeutet, dass der Absender Informationen darüber erhält, wer den Newsletter geöffnet hat, welche Passagen den Leser besonders interessiert haben und welche der Angebote vom Leser oder der Leserin geklickt und weiterverfolgt wurden. Für dieses sogenannte Tracking sind gesonderte Datenschutzbestimmungen zu beachten.

Die dargestellten Regelungen zeigen: Die DSGVO macht es zwar schwieriger, Interessenten und Kunden mit Unternehmensinformationen zu versorgen – kennt man aber die wichtigsten neuen Bestimmungen, können Kontakte auch weiterhin gepflegt werden!

Über DataGuard

DataGuard betreut als externer Datenschutzbeauftragter mittelständische Unternehmen bei der Umsetzung der seit Mai 2018 gültigen Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO). Bundesweit begleitet das Unternehmen eine vierstellige KMU-Kundenzahl mit einem ganzheitlichen und technologiegestützten Betreuungsansatz auf dem Weg zur DSGVO-Konformität: von Arztpraxen, Kanzleien und Startups über Handwerksbetriebe bis hin zu mittelgroßen Industrie-, Finanz- und Handelsunternehmen.

DATENSCHUTZ vs. WERBEMÖGLICHKEITEN
