

Einsichten

Nachrichten für traditionelle Augenoptiker · Sonderausgabe August 2011

IBU

*Beratung, Seminare, Marketing
für Augenoptiker und Hörakustiker*



§?

*Sonderausgabe
Das neue Datenschutzgesetz*

Das neue Datenschutzgesetz

Was Sie bei Ihrer Werbung zukünftig beachten sollten

Zum 01.09.2009 ist die Bundesdatenschutzgesetz (BDSG)-Novelle II in Kraft getreten. Vielen Unternehmern stockte kurzzeitig der Atem, als es hieß, dass Kunden von nun an nur noch nach vorangegangener Einwilligung beworben werden dürfen. Sollte das etwa bedeuten, dass alle Kunden um Erlaubnis gefragt werden müssen, wenn man sie bewerben wollte? Doch als dann von einer Übergangsregelung bis 31.08.2012 die Rede war, trat, zumindest zeitweise, Entspannung ein.

Jetzt, wo die Übergangsregelung langsam auslaufen droht, wird die Sorge wieder größer. Viele Unternehmer wollen nichts falsch machen, was angesichts drohender **Geldbußen** bei Verstoß gegen die Regelung absolut verständlich ist.

Aber was genau verbirgt sich hinter dem neuen BDSG? Neu ist vor allem ein „**Einwilligungsvorbehalt**“ statt „**Widerspruch**“ des Kunden. Adressaten müssen nun der Nutzung ihrer personenbezogenen Daten zu Werbezwecken zustimmen. Also doch alle

Ausnahmen des Datenschutzgesetzes

Wann benötigen Sie kein „Opt-in“ für Briefwerbung?

Nach Rücksprache mit unseren Partner bei der Deutschen Post und den Direktmarketing-Zentren benötigen Sie keine Einwilligung zur Brief-Werbung bei:

- eigenen Angeboten an Kunden und Interessenten, deren Daten Sie selbst erhoben haben
- Adressen aus frei zugänglichen Verzeichnissen (ohne ©)
- B-to-B Werbung
- Non-Profit Organisationen (Spendengenerierung)
- Empfehlungswerbung (mit Ihren Bestandskunden)
- Werbung nach dem Lettershop-Prinzip (wenn die datenspeichernde Stelle genannt wird)

Kunden um Erlaubnis fragen? Nicht in jedem Fall, denn es gibt **wesentliche Ausnahmen!**

Zunächst einmal können alle Kunden, deren Daten sich bereits vor dem 01.09.2009 in Ihrer Datei befanden (**Bestandskunden**) wie gehabt für Briefwerbung, auch ohne Einwilligung beworben werden. Weitere Ausnahmen gelten für B-to-B Werbung und Spendenwerbung.

Kunden, die erst nach dem 01.09.2009 erfasst wurden, fallen bereits jetzt unter die neue Regelung. Was das bedeutet, ergibt sich aus dem wesentlichen Grundsatz des Gesetzes: das so genannte **Verbotsprinzip mit Erlaubnisvorbehalt**. Dieses besagt, dass die Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten im Prinzip verboten ist. Sie ist nur dann zulässig, wenn es das Gesetz erlaubt oder wenn die betrof-

fene Person ausdrücklich (meist schriftlich) ihre Zustimmung zur Erhebung, Verarbeitung und Nutzung gegeben hat.

Kunden haben nach dem neuen Gesetz ein Recht darauf zu erfahren, ob und welche personenbezogenen Daten über sie gespeichert sind, aus welchen Quellen diese Daten stammen und zu welchem Verwendungszweck sie gespeichert werden. Dies alles **zum Schutz vor unlauterer, unzumutbarer und unerwünschter Werbung**.

Damit Sie die Erlaubnis für eine Kontaktaufnahme des Kunden nachweisen können, benötigen Sie vom Kunden eine **Einverständniserklärung - ein sogenanntes „Opt-in“!** Für eMail – Werbung, Telefonwerbung und SMS-Werbung benötigen Sie ab dem 01.09.2009 (Adresserfassung) bei Endverbrauchern **immer** ein Opt-in!





Achtung
Bei Werbebriefen
immer auf das
Widerspruchsrecht
hinweisen!

Für **Briefwerbung** können Sie es einholen, müssen es aber nicht, wenn Sie Angebote **an eigene Kunden** versenden, deren Daten Sie selbst erhoben haben, oder wenn Sie sich Adressen aus

oder Werbung nach dem Letter-shop-Prinzip (wenn die datenspeichernde Stelle genannt wird) erfordern **keine** Opt-in-Klausel. Bei gemieteten Adressen muss in der Werbung die verantwortliche Stelle eindeutig hervorgehen und ein Widerspruchsrecht aufgeführt werden (z.B. Verantwortliche Stelle i.S.d. BDSG: Deutsche Post GmbH, Postfach 220159, 42371 Wuppertal).

Sie können Ihre Adressen weiter verwenden, wenn die Daten von Ihnen erhoben wurden und der Kunde in jedem Werbemittel auf sein Widerspruchsrecht hingewiesen wird!

Das neue BDSG klingt ganz schön kompliziert, mögen Sie denken. Aber wenn Sie die Novelle einmal aus positivem Blickwinkel betrachten, so birgt Sie auch die Chance, durch das Opt-in-Verfahren **Vertrauen bei Ihren Kunden aufzubauen**. Schließlich dient es zum Schutz des Kunden. Zudem lässt die Regelung doch wesentliche Ausnahmen in Ihrer Werbung zu, so dass Sie in vielen Fällen gar kein Einverständnis Ihrer Kunden einholen müssen. Also: Kopf hoch – das neue

BDSG ist gar nicht so fürchterlich wie vielleicht gedacht! Rechtsverbindliche Auskünfte erhalten Sie bei ihrem Rechtsanwalt. Es empfiehlt sich Werbebriefe im Vorfeld prüfen zu lassen.


Info

Für welche Werbeform können Sie eine Einverständniserklärung (Opt-in) einholen?

1. eMail – Werbung
2. Telefonwerbung
3. SMS-Werbung
4. Briefwerbung

Für die Werbeformen **1-3** benötigen Sie ab dem 01.09.2009 (Adresserfassung) bei Endverbrauchern **immer** eine Einverständniserklärung.

Für **Briefwerbung** können Sie eine Einverständniserklärung einholen, müssen es aber nicht!



frei zugänglichen Verzeichnissen (ohne ©), bzw. B-to-B Adressen bedienen. Auch Briefe an Non-Profit Organisationen (Spendengenerierung), Empfehlungswerbung (mit Ihren Bestandskunden)

Firma _____

Ansprechpartner _____

Adresse _____

Ort _____

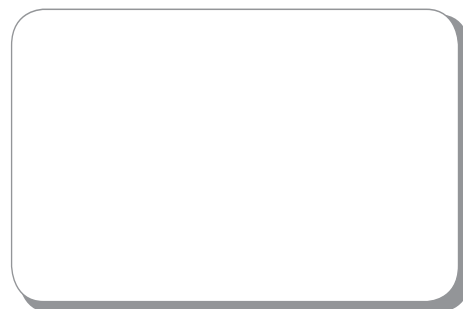
Telefon _____

Fax _____

eMail _____

Datum, Unterschrift _____

per Fax an:
(0228) 323017-30



Firmenstempel

Falls Sie noch Fragen oder Interesse an unseren Dienstleistungen haben, rufen wir Sie gerne zurück und erörtern mit Ihnen, in welchen Bereichen das Team der IBU Sie noch unterstützen kann.

Bitte kreuzen sie hier Themen an, die Sie interessieren!

Gerne hätte ich weitere Informationen/Rückruf zu folgenden Themen:

Marketing

- | | | |
|--|---|--|
| <input type="radio"/> IBU Werbeplanung | <input type="radio"/> Stammkundenwerbung | <input type="radio"/> Neukundenwerbung |
| <input type="radio"/> Kundenkarten | <input type="radio"/> IBU Produktkatalog (CD) | <input type="radio"/> _____ |

Beratung

- | | |
|---|--|
| <input type="radio"/> Werbejahresplanung | <input type="radio"/> Beratung Marketing/ Marktpositionierung |
| <input type="radio"/> Konzept Sehberatung (inkl. Werbemittel) | <input type="radio"/> Konzept Hörberatung (inkl. Werbemittel) |
| <input type="radio"/> Konzept Glaspreisberatung | <input type="radio"/> IBU Contactlinsen-Center Konzept (inkl. Werbemittel) |
| <input type="radio"/> Unternehmenskauf/ -verkauf | <input type="radio"/> Unternehmensplanung (Finanz- und Liquiditätsplanung) |
| <input type="radio"/> Unternehmenscheck (BWL/Marketing) | <input type="radio"/> Turn Around Beratung*/ Sanierungsberatung* |
| <input type="radio"/> Nachfolgeplanung* | <input type="radio"/> Gründercoaching Deutschland (bis 5 Jahre nach Gründung)* |

* diese Beratungsprojekte erfordern einen weiteren Antrag bei den Regionalpartnern der KfW bzw. Landesbanken, die wir ihnen gerne zur Verfügung stellen.

Akademie

- ☐ Mitarbeiterschulung vor Ort ☐ ERFA-Gruppen
- ☐ Ich wünsche mir ein Seminar zu folgendem Thema: _____

Weitere Fragen/Anregungen: _____



*Beratung, Seminare, Marketing
für Augenoptiker und Hörakustiker*

IBU Consulting GmbH · Geschäftsführer: Wolfgang Krista
Königswinterer Str. 833 · 53227 Bonn · Tel.: (0228) 323017-0 · Fax: (0228) 323017-30
Internet: www.ibu-optik.de · eMail: info@ibu-optik.de