

EU-Datenschutz-Grundverordnung

GÜLTIG AB MAI 2018

Mit der EU-Datenschutz-Grundverordnung will der Gesetzgeber unter anderem die Privatsphäre der Menschen schützen und setzt hohe Hürden für eine digitale Ansprache der Zielgruppen.

NICHT BETROFFEN VON DEN REGELUNGEN DER VERORDNUNG SIND PRINT-MAILINGS

Hier gilt auch in Zukunft die OPT-OUT-Regelung: Nur Kunden, die ausdrücklich erklärt haben, dass sie keine Sendungen erhalten wollen, dürfen nicht angeschrieben werden.

Damit bleibt Printwerbung auch in Zukunft ein wichtiges Instrument im Marketingmix.

EU DATENSCHUTZ – GRUNDVERORDNUNG

	ohne Zustimmung (Opt-out)	mit Zustimmung (Opt-in)
Print-Mailings an Kunden und Interessenten	●	
Print-Mailings an Nichtkunden (vorher Abgleich mit der Robinson-Liste)	●	
Transaktionsdaten von Kunden für Marketing: <ul style="list-style-type: none">• Soweit es für einen ›kompatiblen Zweck‹ ist• In anderen Fällen	● ●	●
Sammeln von Daten aus öffentlich zugänglichen Quellen, durch Konsumenten-Befragungen oder durch Zukäufe: <ul style="list-style-type: none">• Adresse, Name, Geschlecht, Alter, Interessen• Tiefer gehende Daten	● ●	●
Ver- und Anmietung, Abgleich verschiedener Listen	●	
Profiling von Kundendaten für Eigen-Marketing	●	
Weitergabe an Dritte	●	●
E-Mail-Marketing an bestehende Kunden E-Mail-Marketing an Nicht-Kunden	● ●	● ●
Telefon-, SMS-, MMS-Marketing	●	●
Targeting (Cookies und Ähnliches)	●	●

Quelle: Graphische Revue, 02.2017.

OPT-IN/OPT-OUT

Der Begriff OPT-IN kommt aus dem Englischen und leitet sich von ›to opt‹ ab – **sich für etwas entscheiden**. Es ist die ausdrückliche Zustimmung, bei dem die Kontaktaufnahme durch E-Mail, Telefon oder SMS explizit bestätigt werden muss.

Im Gegensatz dazu steht das OPT-OUT. Personalisierte Werbung (Mailings, Kataloge, Magazine etc.) darf wie bisher an Kunden, Interessenten und im Rahmen der Neukunden-Gewinnung auch an Nicht-Kunden ohne deren vorherige Einwilligung geschickt werden (OPT-OUT-Regelung).

Die werbliche Ansprache über andere Medien wie E-Mail, Telefon, SMS etc. bedarf der vorherigen Zustimmung des Empfängers (OPT-IN-Regelung).