



# Rechtskonformes Direktmarketing

Direktmarketing wird durch das Wettbewerbsrecht sowie durch daten- und verbraucherschützende Normen erheblich eingeschränkt. Um die zulässigen Möglichkeiten zu nutzen und die Risiken zu minimieren, sollten die unterschiedlichen Anforderungen rechtzeitig berücksichtigt werden.

## Das Wichtigste im Überblick



### Marketing-Channels

Direktmarketing kann auf verschiedenen Wegen erfolgen: Telefonanrufe, mobile Push-Nachrichten/Messenger, Social Media-Plattformen, E-Mails sowie klassische Briefpost. Je nach Medium sind unterschiedliche und sich teilweise überschneidende rechtliche Anforderungen zu berücksichtigen. Während die Werbung per Post einfach möglich ist, sind insbesondere bei E-Mail- und Telefonwerbung strengere gesetzliche Anforderungen zu erfüllen!

**TO-DO** Umsetzung auf die gewählten Channels zuschneiden! Ziele: Kein Spam, kein Cold Calling, keine Abmahnung!



### Datenschutz-Grundverordnung

Die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) gilt ab Mai 2018 unmittelbar und erlaubt weiterhin den Einsatz von Direktmarketing. Ihre umfangreichen technischen, organisatorischen und rechtlichen Anforderungen an den Datenschutz sollten vor dem Hintergrund massiv erhöhter Bußgelder erfüllt werden. Noch immer gilt: Empfängerlisten dürfen nicht ohne Weiteres im Unternehmensverbund weitergegeben werden. Neu: Hohe Anforderungen an die IT-Sicherheit.

**TO-DO** Prüfung und Anpassung der datenschutzrelevanten Prozesse!



### Einwilligung

Es bleibt dabei: Auch künftig dürfen personenbezogene Daten zu Werbezwecken in aller Regel nur mit Einwilligung des Betroffenen genutzt werden. Ginge es allein nach dem neuen Datenschutzrecht, wäre Direktmarketing schon bei einem „berechtigten Interesse“ zulässig. Wettbewerbsrechtlich bleibt aber alles beim Alten: Es gilt die Pflicht zur Nutzung des Double-Opt-In-Verfahrens (Spam-Paragraph). Ausnahmen sind mit Vorsicht zu genießen.

**TO-DO** Einwilligungsmanagement und Möglichkeiten zur Erweiterung vorhandener Opt-Ins prüfen!



### Incentives gegen Daten

Achtung: Das Bereitstellen von Inhalten oder die Ermöglichung von Gewinnspielteilnahmen im Austausch gegen Daten ist nur eingeschränkt möglich. Besonders zu beachten ist, dass separate, optisch getrennte Einwilligungen einzuholen sind und eine zwingende Koppelung unter der DSGVO unzulässig sein wird.

**TO-DO** Reichweite des neuen Kopplungsverbot beachten!



### Telemedienrecht

Werden Kundendaten auf digitalem Wege akquiriert, ist in vielen Fällen das Telemediengesetz zu beachten. Dieses enthält auch Vorschriften zum E-Mail-Marketing. Marketing und verkaufsfördernde Angebote wie Gewinnspiele müssen als solche klar erkennbar und der Werbende identifizierbar sein.

**TO-DO** Werbung als solche kennzeichnen! Schleichwerbung vermeiden!



### Datenverarbeitung durch Dritte

Wer für sein Marketing einen Dienstleister beauftragt, muss eine Auftragsverarbeitungs-Vereinbarung (bislang „ADV“) abschließen. Werden Daten im außereuropäischen Ausland verarbeitet, ist zudem darauf hinzuweisen und ein angemessenes Schutzniveau zu gewährleisten.

**TO-DO** AV-Vereinbarungen nach neuem Recht abschließen!



### Rechtskonformer Content

Der Inhalt der Werbung darf weder irreführend sein noch Rechte Dritter verletzen. Es ist insbesondere auf eine urheber- und markenrechtskonforme sowie wettbewerbsrechtlich zulässige Gestaltung zu achten.

**TO-DO** Inhalte im Zweifel juristisch prüfen lassen!

- > Sie haben noch Fragen?
- > Sie können nicht einschätzen, in wie weit Ihre Marketingmaßnahmen rechtskonform sind?
- > Sie brauchen Hilfe bei einer unternehmensspezifischen Analyse und Umsetzung der DSGVO Anforderungen?

Mit unserer langjährigen Erfahrung im Bereich des gewerblichen Rechtsschutzes und Datenschutzrechts wissen wir, worauf es ankommt. Wir suchen gemeinsam mit Ihnen exakte, kreative, schnelle und persönlich zugeschnittene Lösungen.

Wir unterstützen Sie!