



© PantherMedia/stocknet

Datenschutz

Spätestens seit Inkrafttreten der DSGVO ist das Thema Datenschutz in aller Munde. Gerade für die Kommunikationsbranche geht es dabei um viel.

„Klare Regeln sind wichtig“

DMVÖ-Präsident Anton Jenzer über Transparenz und die neue Datenschutz-Zertifizierung.

••• Von Sascha Harold

WIEN. Marketing ist ein datengetriebenes Geschäft. Es braucht Daten, um zielgerichtete Kommunikation zu ermöglichen, die Digitalisierung hat die Situation noch einmal verschärft. Hand in Hand damit geht das Thema Datenschutz, das die Branche schon länger beschäftigt, als man annehmen möchte. So arbeitete der Dialogmarketing Verband Österreich bereits 2004 einen ersten „Code of Conduct“ aus, der damals erheblich zur Transparenz beigetragen hat.

Spätestens im Jahr 2018 geriet der Datenschutz durch das Inkrafttreten der DSGVO endgültig in Zentrum des Interesses. Der DMVÖ hat die Zeichen der Zeit genutzt und gemeinsam mit anderen Verbänden und Organisationen, wie der Wirtschaftskammer, dem Marketingclub Österreich oder dem Fundraising Verband Österreich, einen

neuen, von die Datenschutzbehörde genehmigten, Code of Conduct für Adressverlage und Direktmarketing-Unternehmen erstellt. Die Prinzipien gelten als Grundlage für die Verleihung eines Zertifikats, das durch die Überwachungsstelle Austrian Standards vergeben wird.

Vorbildwirkung

Für DMVÖ-Präsident Anton Jenzer ist das ein großer Schritt: „Gerade in Zeiten, in denen Datenschutz ein sensibles Thema ist, ist es wichtig, klare Regeln und Transparenz zu haben.“ Die Verhaltensregeln sind auf knapp 20 Seiten zusammengefasst und übersetzen die Sprache der DSGVO in praxistaugliche Anleitungen. „Unternehmen sollen die Verhaltensregeln helfen, Kampagnen DSGVO-konform gestalten zu können.“ In einem „Überwachungsverfahren“ durch Austrian Standards ist es jedem Unternehmen möglich, sich

zertifizieren zu lassen. Auch für kleinere Unternehmen ist das empfehlenswert. Dazu Jenzer: „Es erhöht die Reputation, wenn verantwortungsbewusst mit Daten umgegangen wird. Der Verwaltungsaufwand ist auch für kleinere Unternehmen machbar. Letztlich geht es darum, alle Ge-

schäftsprozesse schriftlich zu dokumentieren – das sollte auch ohne Audit passieren.“

Europäisierung geplant

Die Nachfrage ist gut, mit VSG Direkt und W1 sind bereits zwei heimische Unternehmen zertifiziert, einige weitere Verfahren sind bereits am Laufen. Für die Zukunft ist unter anderem die Europäisierung der Verhaltensregeln geplant, um hier Einheitlichkeit zu schaffen. Für Jenzer ist die Zertifizierung auch für das Geschäft wichtig: „Jeder ist daran interessiert, dass die Privatsphäre geschützt wird. Auf der anderen Seite braucht es legale Möglichkeiten für Kommunikation mit interessierten Kunden.“ Diesem Anspruch soll die neue Zertifizierung gerecht werden.



© Katharina Schiffl

Anton Jenzer: „Verwaltungsaufwand auch für kleine Unternehmen machbar.“