



DIGITAL | ONLINE

08.02.2017

# DMVÖ zur e-Privacy-Richtlinie: Niemand will Spam.

## **Entgegen mancher Branchenmeinungen äußert sich der DMVÖ positiv zur geplanten e-privacy-Richtlinie.**

Ende Jänner veröffentlichte die EU-Kommission den Entwurf für die geplante e-privacy-Richtlinie, die gemeinsam mit der EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) neue Spielregeln für IT-Konzerne, digitale Medien und digitales Marketing definiert. Auf die Branche kommen somit neue Herausforderungen zu - entgegen mancher Branchenmeinungen sieht der Dialog Marketing Verband Österreich (DMVÖ) die Richtlinie aber als Chance für das Dialog Marketing, da sie klare und zielgruppenrelevante Kommunikationsmaßnahmen fördert.

„Wir sehen die geplante e-privacy-Richtlinie als schon lange notwendige, vertrauensbildende Maßnahme, mit dem Potenzial, wesentlich zur positiven Reputation des Marketings beim Empfänger beizutragen“, sagt Anton Jenzer, DMVÖ Präsident und Geschäftsführer VSG und digiDruck GmbH, über den aktuell vorliegenden Entwurf. Trotz „einiger diskussionswürdiger Knackpunkte“ in puncto Praktikabilität sei die Richtlinie, die eine generelle vorherige Zustimmungspflicht des Empfängers für Profiling als Voraussetzung für datenbasierte Marketing- und Werbemaßnahmen vorsieht, gut und wichtig. „Niemand will Spam. Mit der Zustimmungspflicht ist eine individualisierte Ansprache mit relevanten Inhalten noch besser möglich und wird letztlich zu einer Aufwertung des zielgruppenorientierten digitalen Marketings führen“, so Jenzer.

## **Änderungen bei Cookies und Profiling**

Die geplante e-privacy-Richtlinie stuft alle digitalen Endgeräte im Dialog Marketing-Kontext als personenbezogen ein. Dies bedeutet beispielsweise, dass diese Geräte bei der Auslieferung für das Setzen von Cookies oder ähnliche Techniken zunächst einmal deaktiviert sind. Eine Änderung ist nur mit einem unmissverständlichen Opt-In des Users möglich. Auch dem Profiling von Daten muss zugestimmt werden. „Eine fundamentale Gefährdung der heutigen Informationsgesellschaft, wie von manchen Branchenkollegen befürchtet, können wir anhand der neuen Richtlinie nicht erkennen – im Gegenteil. Die durch die Richtlinie angestrebte Transparenz nutzt beiden – den Unternehmen und den Usern, denn sie führt zu mehr Akzeptanz des Marketings“ führt Jenzer aus.

Um für diesen Meilenstein im Dialog Marketing besser gerüstet zu sein, bietet der DMVÖ im Rahmen einer zeitnah geplanten österreichweiten Roadshow Orientierungs-Hilfe für Unternehmen an. Das für diese Thematik zuständige DMVÖ Team, bestehend aus Anton Jenzer, Jürgen Polterauer (DMVÖ Vizepräsident und GF Dialogschmiede) und Alexandra Vetrovsky-Brychta (DMVÖ Vorstand und GF Purpur