

## > Umzugspotenziale: „Hochwertig, frisch und BDSG-konform“

Brandaktuelle Umzugs-, Unzustellbarkeits- und Verstorbeneninformationen für Mailings zu erhalten und zu nutzen, ist trotz einer fragwürdigen, parteipolitisch geprägten Datenschutzhorm nach wie vor möglich und konform mit geltendem Recht.

Am 1. September ist die Novelle des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG II) in Kraft getreten. Diese erschwert es Werbungtreibenden, Marketing-Relevanz per Mailing zu erzeugen. Das bisherige Opt-out fällt zugunsten eines mit Ausnahmeregelungen versehenen Opt-in. Fremdadressen, bei denen keine Werbeeinwilligung der Betroffenen vorliegt, dürfen etwa beim Lettershop-Verfahren nur noch unter Angabe der Datenherkunft (»Ursprungsquelle«) im Mailing genutzt werden. »Leider hat der Gesetzgeber die Vorgehensweise nicht eindeutig definiert. Dies führt dazu, dass die Werbewirtschaft gerichtlich Präzedenzfälle schaffen lassen muss«, kritisiert Frédéric Cavro, Geschäftsleitungsmitglied der Datenbankexpertin SAZ. – Das sei die schlechte Nachricht.

### Partnerschaften für hochwertige Umzugsinformationen

Die gute Nachricht lautet: »Um Kundendatenbestände aktuell zu halten, stellt der Informationsmarkt, unter anderem die SAZ, Unternehmen weiterhin hochwertige, brandaktuelle und legale Adressänderungsinformationen für Mailings zur Verfügung«, erklärt Cavro. Dank der Zusammenarbeit mit namhaften Partnern ist die international aufgestellte SAZ mit ihrer Produktpalette smartADDRESS® in der Lage, hochwertige Anschriftenänderungen zu ermitteln und diese dem Markt gesetzeskonform zur Verfügung zu stellen. Neueste gesetzliche Anforderung: Umzüge unterliegen im Mailing-Bereich – im Gegensatz zu den Sterbe- und Unzustellbarkeitsinformationen von smartADDRESS® – ab sofort dem neuen BDSG.

Dass Adressänderungen darüber hinaus höchsten »Frischeanforderungen« genügen, ist für Cavro eine Selbstverständlichkeit. Dazu arbeitet die SAZ mit einer Vielzahl von Partnern zusammen, u.a. mit einem der größten deutschen TK-Dienstleister. Außerdem betreibt die SAZ gemeinsam mit Burda Direct und dem Autovermiet-Spezialisten CCUniRent die Umzugsplattform Bestformove.com. Dort stehen Social-Media-Gedanke und Mehrwert für Umzieher im Vordergrund; die Adresse bildet ein hochwertiges, mehrfach bestätigtes »Abfallprodukt«.

### Für Marketer essenziell:

#### Hohes Datenschutzniveau und kaskadenartiger Abgleich

Mit der strategischen Ausrichtung auf mehrfach bestätigte Informationen hat sich die SAZ im Umzugsbereich einen Spitzenplatz auf Augenhöhe mit der Deutschen Post Adress am Markt gesichert. Beide Dienstleister arbeiten mit derselben Vision daran, das Datenschutzniveau permanent hochzuhalten und die informationelle Qualität weiter zu heben. »Am kosteneffizientesten schneiden Marketinganwender ab, wenn sie den kaskadenartigen Abgleich mit allen hochwertigen Korrektur- und Bereinigungswerkzeuge am Markt nutzen«, rät

### BDSG II: Komplexes Gesetz

Generell gilt für Mailings jetzt ein Opt-in. Dieses erschwert es Unternehmen, Konsumenten relevante Werbung per Post zu senden. Dennoch bestehen fünf Ausnahmen von der Werbeeinwilligung, nämlich bei:

- Eigenwerbung an Bestandskunden und Interessenten,
- Daten aus Öffentlichen Verzeichnissen (kann mit dem Urheberrecht kollidieren),
- Geschäftswerbung im Hinblick auf die berufliche Tätigkeit und an die Geschäftsadresse,
- Spendenwerbung durch steuerbegünstigte Spendenorganisationen und beim
- Lettershop-Modell (Auftragsdatenverarbeitung von Listendaten) in Kombination mit der dokumentierten Übermittlung mit Ursprungsquelle. Achtung: Telefonnummer und Geburtsdatum sind keine Listendaten.

Unternehmen müssen apropos Übergangsfrist zwischen alten und nach dem 31. August 2009 erhobenen Daten unterscheiden. Es gelten: ein Jahr bei Markt- und Meinungsforschung, drei Jahre bei Werbezwecken, keine Übergangsfrist bei Altbeständen von Adresshändlern (»kalte Enteignung«).

Cavro. Gleichzeitig warnt der SAZ-Manager vor kostengünstigen, aber wenig effektiven Lösungen, die derzeit auf dem Adressmarkt angeboten werden. »Marketinganwender sollten darauf achten, dass sich die eingekauften Bereinigungswerkzeuge am Ende im Hinblick auf die Datenqualität auch rechnen«, warnt er.

Derzeit arbeitet die SAZ daran, dem hiesigen Markt noch in diesem Quartal eine BDSG-konforme Lösung für Listbroking-Potenzial zur Verfügung zu stellen. Details wird sie Interessenten und Marketinganwendern in Kürze vorstellen.

## KURZPROFIL

### > SAZ Marketing GmbH Frankfurt

Franklinstraße 62  
60486 Frankfurt am Main  
Tel.: 0 69/84 84 63-0

Fax: 0 69/84 84 63-69 / 79

Ansprechpartner: Frédéric Cavro  
smartinfo@saz.net

www.saz.com/address-services



> Stand 326a