

DATENSCHUTZ-PRAXIS

Fortbildungsveranstaltung gemäß
Art. 38 Abs. 2 DS-GVO, §§ 5, 6, 38 BDSG

Onlinedatenschutz sowie rechts- sichere Internet-, Print-, Telefon- und E-Mail-Werbung

DS-GVO, TTDSG und UWG in der Praxis

TERMINE/ORTE

1. Oktober 2024 online**27. Mai 2025 online**

10:00–17:00 Uhr

REFERENTEN

**Yvette Reif, LL.M.**Rechtsanwältin, stellv. Geschäftsführerin,
Gesellschaft für Datenschutz und
Datensicherheit (GDD) e.V., Bonn**Sebastian Schulz**Rechtsanwalt,
HÄRTING Rechtsanwälte, Berlin

ZIELGRUPPE

Geschäftsführer/innen, interne/externe Datenschutzbeauftragte,
Verantwortliche aus den Bereichen Marketing und Werbung

IHR NUTZEN

Das Seminar gibt Ihnen einen praxisorientierten Überblick über die wesentlichen Anforderungen an einen datenschutzkonformen Webauftritt sowie an datenschutzkonforme Werbung per Brief, Telefon, elektronischer Post und online. Erfahren Sie, welcher Handlungsbedarf sich aus den gesetzlichen Regelungen ergibt und lassen Sie sich durch Formulierungsbeispiele und Checklisten bei der Umsetzung in die Praxis unterstützen.

SCHWERPUNKTTHEMEN

- Überblick über die relevanten Rechtsgrundlagen: DS-GVO, europäische ePrivacy-Vorgaben, TTDSG, UWG
- Zulässigkeit von Print-, Telefon- und Werbung mit elektronischer Post (E-Mail, WhatsApp, Social Media)
- Einholung von Werbeeinwilligungen
- Zulässigkeit von Onlinedatenverarbeitungen, Cookies und Co. zwecks Dienstleistungserbringung, Abrechnung, Reichweitenmessung etc.
- Tracking, Targeting & Co.: Anforderungen an datenschutzkonformes Online-Marketing
- Erforderlichkeit und Gestaltung von Consent Management Systemen („Cookie Banner“)
- Vermeidung von Sanktionen und Abmahnungen
- Aktuelle Rechtsprechung und Veröffentlichungen der Aufsichtsbehörden
- Ausblick auf die geplante ePrivacy-Verordnung

Die zielgruppengerechte Ansprache von Interessenten sowie Kundinnen und Kunden gehört zu den effizientesten Mitteln der Kundengewinnung und -bindung. Bei Nutzung personenbezogener Daten zu Marketingzwecken muss jedoch das geltende Datenschutzrecht beachtet werden. Parallel zum Datenschutzrecht ist das wettbewerbsrechtliche Verbot unzumutbar belästigender Werbung (§ 7 UWG) einzuhalten. Sofern im Rahmen der Onlinewerbung auf Endgeräte von Nutzern zugegriffen wird, um dort Informationen abzulegen bzw. auszulesen, besteht insoweit zum Schutz der Integrität des Endgeräts ein Einwilligungserfordernis nach § 25 TTDSG.

Eine Missachtung der geltenden Vorgaben kann infolge drohender Bußgelder, Abmahnkosten, Vertragsstrafen und nicht zuletzt wegen des zu erwartenden Reputationsschadens gravierende Auswirkungen für werbende Unternehmen haben.

Das Seminar beleuchtet in der Praxis gängige Marketingmethoden und zeigt Wege für deren rechtskonformen Einsatz auf. Ein besonderer Schwerpunkt liegt hierbei auf den Bereichen Print-, E-Mail- und Online-Marketing.

INHALT

Datenschutz- (DS-GVO) und wettbewerbsrechtliche (UWG) Zulässigkeit personenbezogener Werbung

- Grundlagen des werblichen Einsatzes personenbezogener Daten nach DS-GVO: Interessenabwägung und Einwilligung
- Wettbewerbsrechtliche Anforderungen an Telefon-/E-Mail-Marketing
- Verhältnis von Datenschutz- und Wettbewerbsrecht
- Recht zum Werbewiderspruch
- Transparenzpflichten (Art. 13 f. DS-GVO)

Bestehende Regelungen zu Onlinedatenverarbeitungen

- Europarecht: DS-GVO sowie ePrivacy-Vorgaben
- Nationales Recht: TTDSG
- Anwendungsbereich und Verhältnis der Regelungen zueinander
- Datenverarbeitungen zwecks
 - Bereitstellung/Durchführung des Dienstes
 - Abrechnung
 - Bedarfsgerechter Gestaltung und Reichweitenmessung (Analytics)
 - Sicherheit der Website bzw. App o.Ä.
- Transparenzpflichten (Art. 13 f. DS-GVO) („Datenschutzerklärung“)

Besondere Aspekte im Marketing

- Einsatz von Daten aus Adressverzeichnissen und Branchenbüchern
- Einsatz von Daten aus Prospekt-/Kataloganforderungen
- Ansprache von Bestandskunden
- Datenübermittlung durch (verbundene) Unternehmen, Cross Selling
- Werbescoring
- Beipack- und Empfehlungswerbung
- Daten von Adresshändlern
- Listbroking und Lettershop

Besondere Aspekte des E-Mail-Marketings

- Dos and Don'ts im Email-Marketing
- Reichweite des „Bestandskundenprivilegs“ (§ 7 Abs. 3 UWG)
- Personalisierung und Tracking von Newslettern
- Warenkorb-/Kaufabbrucher
- Best Practices und wichtige Urteile

Einwilligungen rechtskonform gestalten

- Wann ist eine Einwilligung in Werbemaßnahmen erforderlich?
- Anforderungen der DS-GVO und des UWG an Einwilligungserklärungen
- Formulierungsbeispiele

Cookies & Co., Tracking und Targeting: Datenschutzkonformes Online-Marketing

- Notwendigkeit eines Banners auf der Webseite?
- Was sind technisch erforderliche Cookies?
- Bannergestaltung, z.B. Opt-in oder Opt-out? Zulässigkeit von Nudging?
- Cookie Walls
- Einbindung von Social Plug-ins
- Auftragsverarbeitung oder gemeinsame Verantwortlichkeit?
- Drittstaaten transfer
- Nachweis der Einwilligung
- Umsetzung von Betroffenenrechten auf Widerspruch bzw. Widerruf
- Ausblick auf die geplante ePrivacy-Verordnung

Überblick über weitere Compliance-Pflichten im Werbedatenschutz

- Transparenz- und Löschpflichten
- Gewährleistung von Betroffenenrechten, wie z.B. Auskunft oder Widerspruch
- Erforderlichkeit von Datenschutz-Folgenabschätzungen
- Zusammenarbeit mit Dienstleistern/Dritten

ANMELDUNG unter datakontext.com

Wir melden an:

Onlinedatenschutz sowie rechtssichere Internet-, Print-, Telefon- und E-Mail-Werbung

01.10.2024 online

27.05.2025 online

Jeweils 5,5 Nettostunden

Teilnahmegebühr:

690 € zzgl. gesetzl. MwSt.

Enthalten sind:

Tagungsunterlagen und Teilnahmebescheinigung. **Stornierungen** sind bis 15 Tage vor Veranstaltungsbeginn kostenfrei, ab 14 bis 8 Tage vor Veranstaltungsbeginn werden 50 % der Gebühr berechnet. Ab 7 Tage vor Veranstaltungsbeginn bzw. nach Versand der Zugangsdaten wird die gesamte Veranstaltungsgebühr fällig. Stornierungen werden nur schriftlich akzeptiert. Der Veranstalter behält sich vor, die Präsenz-Veranstaltung bis 14 Tage und die Online-Veranstaltung bis 2 Tage vor Beginn zu stornieren. Die Veranstaltungsgebühr ist 30 Tage nach Rechnungserhalt ohne Abzug fällig. Sollten sich nicht genügend Teilnehmer für die Präsenz-Veranstaltung melden, behalten wir uns vor, das Seminar digital durchzuführen.

1. Name:
Vorname:
Funktion**:
Abteilung**:
E-Mail*:
2. Name:
Vorname:
Funktion**:
Abteilung**:
E-Mail*:

RECHNUNGSANSCHRIFT:

Firma:
Abt.:
Name:
Straße:
PLZ/Ort:
Telefon (geschäftlich):
Rechnungszustellung standardmäßig per E-Mail (unverschlüsselt) wie links angegeben oder an:
<input type="checkbox"/> Auf Wunsch per Fax:
Unterschrift: Datum:

Datenschutzinformation: Wir, die DATAKONTEXT GmbH, Augustinusstr. 11 A, 50226 Frechen, verwenden Ihre oben angegebenen Daten für die Bearbeitung Ihrer Bestellung, die Durchführung der Veranstaltung sowie für Direktmarketingzwecke. Dies erfolgt evtl. unter Einbeziehung von Dienstleistern und der GDD. Eine Weitergabe an weitere Dritte erfolgt nur zur Vertragserfüllung oder wenn wir gesetzlich dazu verpflichtet sind. Soweit Ihre Daten nicht als freiwillige Angaben mit ** gekennzeichnet sind, benötigen wir sie für die Erfüllung unserer vertraglichen Pflichten. Ohne diese Daten können wir Ihre Anmeldung nicht annehmen.

Weitere Informationen zum Datenschutz erhalten Sie unter datakontext.com/datenschutzinformation

Falls Sie keine Informationen mehr von uns erhalten wollen, können Sie uns dies jederzeit an folgende Adresse mitteilen: DATAKONTEXT GmbH, Augustinusstr. 11 A, 50226 Frechen, Fax: 02234/98949-44, werbewiderspruch@datakontext.com

* Sie können der Verwendung Ihrer E-Mail-Adresse für Werbung jederzeit widersprechen, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

DATAKONTEXT GmbH

Postfach 41 28 · 50217 Frechen

Tel.: +49 22 34 98949-40 · Fax: + 49 2234 98949-44

datakontext.com · tagungen@datakontext.com

DATAKONTEXT-Repräsentanz

Postfach 20 03 03 · 08003 Zwickau

Tel.: +49 375 291728 · Fax: + 49 375 291727

zwickau@datakontext.com

Änderungen bei Terminen, Preisen und Orten bleiben vorbehalten.