

17.08.2018 – 14:36 Uhr

DSGVO: Was das Datenschutzgesetz für Schweizer Agenturen bedeutet

Zürich (ots) -

Die EU hat ihre Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) mit dem Ziel verfasst, ihre Bürger online besser zu schützen. Dies aus Furcht vor einem überbordenden Einsatz von Big Data. Deshalb führt die EU unter anderem auch das sogenannte Markortsprinzip ein. Ausschlaggebend ist dabei nicht der Pass eines Kunden, sondern sein Wohnort. Vereinfacht gesagt: Wer mit Menschen in der EU Geschäfte machen will, muss sich an die Gesetze der EU halten.

Zielmarkt eindeutig ausweisen

Was bedeutet das im Alltag? Die DSGVO betrifft das Marketing nur dann nicht, wenn sich ein Angebot eindeutig an den Schweizer Markt richtet. Sie muss aber berücksichtigt werden, wenn Angebote explizit auch aus dem EU-Raum bestellt werden können (ersichtlich beispielsweise an Preisangaben in Euro oder ausgewiesenen Transportkosten in die EU), wenn für das Angebot auch in einem EU-Land geworben wird oder wenn Profiling-Massnahmen auch Kunden, die in einem EU-Land wohnen, betreffen. Bei der Beratung von Agenturkunden spielt die DSGVO aber noch in einem weiteren Fall eine Rolle: Voraussichtlich Ende 2019 wird in der Schweiz das neue Datenschutzgesetz eingeführt. Dieses muss der DSGVO mehr oder weniger gleichgestellt sein, da sonst Sanktionen seitens der EU drohen. Es lohnt sich also, die DSGVO schon jetzt mitzudenken und Kunden auch in der Schweiz dieselben Rechte einzuräumen wie Kunden in der EU (minus das Recht auf Übertragbarkeit der Daten, das in der Schweiz wahrscheinlich nicht zur Anwendung kommen wird).

Weiterlesen unter: <http://www.werbewoche.ch/dsgvo>

Kontakt:

Thomas Häusermann
Chefredaktor a.i. Werbewoche
Buckhauserstrasse 24, 8048 Zürich
thomas.haeusermann@gallmedia.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100008531/100818851> abgerufen werden.