

Pressemitteilung

Augsburg, 12. August 2015

Ansprechpartner

Bundesverband Industrie Kommunikation e.V.
Verena Ellenberger
Leitung der Geschäftsstelle
Am Mittleren Moos 48
86167 Augsburg
Telefon: 0821/650537-0
E-Mail: geschaeftsstelle@bvik.org
Web: www.bvik.org

Digitalisierung in der B2B-Kommunikation: Sensibilisierung für rechtliche Stolperfallen

Die zunehmende Digitalisierung in der Kommunikation bestimmt die tägliche Arbeit von Marketingverantwortlichen aus international tätigen B2B-Unternehmen in allen Bereichen und Projektphasen: Webseiten werden für Vertriebsniederlassungen übersetzt, Content aller Art der Zentrale wird im Ausland ‚zweitverwertet‘ und Kunden werden gezielt per E-Mail angesprochen – auf Basis der gespeicherten Adressdaten. B2B-Marketingabteilungen und -Kommunikationsagenturen müssen daher für rechtliche Fallstricke besonders sensibilisiert sein.

„Heute gilt es mehr denn je, die rechtlichen Verwendungsbedingungen zu beachten und in interne Entscheidungsprozesse des Kommunikationsalltags einzubeziehen“, rät Thomas Schmidt, Geschäftsführender Gesellschafter der blösch.partner Werbeagentur GmbH und Mitglied des Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik). Ein „dediziertes datenbankgestütztes Rechte-Management, idealerweise geführt in einer modernen Marketing-Datenbank“ ist daher Schmidts Empfehlung. Eine Verletzung der Urheber-, Lizenz- und Persönlichkeitsrechte

kann ansonsten empfindlich hohe Strafen für Unternehmen nach sich ziehen.

In der B2B-Kommunikation ist es beispielsweise weit verbreitet, dass Unternehmen ihre Agenturen damit beauftragen, nicht nur Marketingkampagnen zu entwickeln, sondern auch die benötigten Bilder dafür komplett zu liefern. Bereits hier lauern rechtliche Gefahren, wie Rainer Friedl, Rechtsanwalt und Berater für IT-Sicherheit, erklärt: „Da die erworbenen Fotos in den meisten Fällen zweckgebunden sind, dürfen diese nicht ohne Weiteres für beliebig viele verschiedene Marketingmaßnahmen verwendet werden.“ Dies gilt auch für Bilder und andere geschützte Werke, die als ‚Royalty Free‘ vermarktet werden – was leider sehr missverständlich oft als ‚lizenzfrei‘ übersetzt wird. Tatsächlich unterliegen sie aber stark variierenden, detaillierten Nutzungsbedingungen, die für jeden Einzelfall geprüft und beachtet werden müssen. Friedls grundsätzlicher Rat lautet daher: „Der Lizenznehmer der Fotos sollte immer der Herausgeber, also das veröffentlichende Unternehmen sein, welches das Art-Buying auf eigene Rechnung übernimmt und die rechtlich einwandfreie Verwendung im Betrieb sicherstellt.“

Vertriebs- und Marketingverantwortliche bewegen sich auch bei der direkten Kundenansprache und Adressgenerierung häufig in rechtlichen Gefahrenzonen. Grundsätzlich gilt: Die erhobenen Daten haben eine klar zweckgebundene Verwendung und dürfen nicht ohne Weiteres, beispielsweise zum Versenden verschiedener Mailings, Newsletter oder Serviceangebote, selektiert werden. „Für

jede einzelne Form des Kontakts muss eine Erlaubnis des Kunden vorliegen. Die Daten müssen klar definiert, sicher archiviert und rechtskonform administriert werden“, mahnt Friedl. Vor allem die Weitergabe von Adresdaten an Dritte, auch an Tochterfirmen der Unternehmen, sei fast immer erlaubnispflichtig.

Ein Bewusstsein für Transparenz und Datenschutz sowie das Wissen um die rechtlichen Vorschriften müssen in allen Abteilungen eines Unternehmens verankert werden. Hier sieht Thomas Schmidt besonders die Marketingverantwortlichen in der Pflicht: „Die Rechts-Sensibilisierung aller Beteiligten in Marketing, Kommunikation und Vertrieb ist zwingend erforderlich. Die stärkere Konsultation und Integration von Datenschutzbeauftragten in klar definierte Marketing- und Vertriebsprozesse ist daher eine folgerichtige Maßnahme für die zukünftige Rechtssicherheit in der Kommunikation.“

Der Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. hat kürzlich einen Workshop zum Thema „Recht in der Kommunikation“ angeboten. Die Teilnehmer hatten hier die Möglichkeit, sich grundlegend über das Problemfeld zu informieren und individuelle juristische Fragestellungen aus ihrem Kommunikationsalltag mit den Experten Rainer Friedl und Thomas Schmidt zu diskutieren. „Die Beachtung rechtlicher Vorschriften bei der Planung und Durchführung von Marketing- und Kommunikations-Maßnahmen ist selbstverständlich ein wichtiger Bestandteil professioneller Kommunikation“, erklärt bvik-Vorstandsvorsitzender Kai Halter. „Daher ist es uns als Verband ein großes Anliegen,

unsere Mitglieder für dieses wichtige Thema zu sensibilisieren und fachlich zu informieren.“

Bildmaterial zur Pressemitteilung finden Sie unter
http://intern.bvik.org/download/PM_12_08_2015.zip

Die Bilder sind kostenfrei für redaktionelle Zwecke
verwendbar unter Angabe der jeweiligen Quelle.

Bild 1: Thomas Schmidt, Geschäftsführender Gesellschafter
der b2b-Agentur blösch.partner - Quelle: blösch.partner

Bild 2: Rainer Friedl, Rechtsanwalt und Berater für IT-
Sicherheit - Quelle: Rainer Friedl

Bild 3: Kai Halter, bvik-Vorstandsvorsitzender - Quelle: bvik

Pressematerialien des Bundesverband Industrie
Kommunikation e.V. (bvik) finden Sie auch unter
www.bvik.org/de/presse.htm

Bundesverband Industrie Kommunikation e.V.

Der Bundesverband Industrie Kommunikation e.V. (bvik) wurde 2010 gegründet und ist eine unabhängige Organisation für Marketing-Verantwortliche der Industrie und Profis der B2B-Kommunikationsbranche. Der Verband hat es sich zum Ziel gesetzt, die Zusammenarbeit zwischen Industrieunternehmen und Kommunikationsdienstleistern zu fördern, zu verbessern und zu professionalisieren. Er bietet seinen Mitgliedern eine Plattform für Austausch, Wissensvermittlung und Dialog.