

”

Ich hoffe, wir haben unrecht, aber wir befürchten, dass die Öffnungsklauseln so geändert werden, dass sie für das Dialogmarketing große Hindernisse darstellen.

Anton Jenzer

“

„...denn eine Ansichtnahme, was hier geplant ist. Wenn unsere Befürchtungen nicht stimmen, umso besser. Sollte es aber hier zu einer Verschärfung der Verordnung kommen, wäre das absolut kontraproduktiv. Die Türen sollten geöffnet werden und wir sollten zum Dialog eingeladen werden“, so Jenzer.

Eine Blitzumfrage des Meinungsforschungsinstituts TQS Research & Consulting unter der Leitung von Dieter Scharitzer konnte zeigen, dass mehr als 60% der befragten DMVÖ-Mitglieder mit der Verordnung nicht oder nur wenig vertraut sind. Dem will der DMVÖ entgegenwirken und setzt auf zahlreiche Events, die die Branche fit machen sollen, wie zum Beispiel der Kick off-Event zur EU

DSGVO/ePrivacy Verordnung am 4. April.

Die Studie konnte außerdem zeigen, dass 96% der befragten Unternehmen die Digitalisierung im Dialog für eine der wichtigsten und nachhaltigsten Entwicklungen halten. Knapp 86% der Unternehmen nutzen derzeit Daten für Marketing und sind daher unmittelbar betroffen. 80% sehen für sich selbst Weiterbildungsbedarf beim Thema Digitalisierung im Dialog.

Wichtige Entwicklungen

Die Schwerpunktthemen Digitalisierung im Dialog und die EU DSGVO/ePrivacy-Verordnung würden eine Neupositionierung des DMVÖ fordern, erläuterte Werner Schediwy, DMVÖ-Vizepräsident. Neben neuen Themen und Aktivitäten würde dieser auch eine neue Organisationsstruktur zugrunde liegen. So verschränkt sich der DMVÖ mit den Marketing Natives und holt diese als Board Members in den Vorstand. Die interne Umstrukturierung soll Mitgliedern einen Mehrwert bringen. Startschuss der Neustrukturierungen ist die neue Website ab April 2017.

Weitere Informationen:

www.dmvoe.at

Die EU-Datenschutz-Grundverordnung (EU DSGVO) wird im Mai 2018 in Kraft treten. Doch neue EU-Gesetze, Gerüchte und unzählige verschiedene Meinungen sorgen für Verwirrung, und man fühlt sich im Datendschungel fast schon verloren.

Hinzu kommt: Wer sich nicht auskennt und gegen die „interpretationsdürftige“ Verordnung verstößt, hat mit exorbitanten Strafen zu rechnen. So drohen bei Vergehen Strafen von bis zu 4% des Jahres-Nettoumsatzes oder 20 Mio. €.

Tropische Temperaturen

Für mehr Klarheit sorgte der DMVÖ vergangenen Montag im Rahmen eines Pressegesprächs. Um das Feeling perfekt zu machen, lud man auch direkt in den Dschungel – beziehungsweise in das Wiener Schmetterlingshaus.

Bei tropischen Temperaturen von 35 Grad erklärte DMVÖ-Präsident Anton Jenzer, man würde als DMVÖ die Datenschutz-Grundverordnung begrüßen: „Zum einen schafft sie eine Harmonisierung innerhalb der EU. Das macht es leichter, im internationalen Umfeld zu arbeiten. Insgesamt ist die Verordnung so, dass wir im Dialogmarketing damit leben können.“

Kritisch äußert man sich bezüglich der 60 vorgesehenen Öffnungsklauseln: „Einzelne Stellen können nationale Adaptierungen vornehmen. Ich hoffe, wir haben unrecht, aber wir befürchten, dass die Öffnungsklauseln so geändert werden, dass sie für das Dialogmarketing große Hindernisse darstellen.“

Die genannten Öffnungsklauseln würden allerdings hinter verschlossenen Türen formuliert werden. „Das heißt, wir wissen nicht, was nachher dabei rauskommt. Wir finden, dass die Branche zumindest einmal gehört werden sollte, und for-



Werner Schediwy, DMVÖ-Vizepräsident, Anton Jenzer, DMVÖ-Präsident, Christoph Brenner, Marketing Natives, und Dieter Scharitzer, TQS.

06
—
04

medianet
xpert.night

Die Gala der
Branchenexperten

by
invitation
only

check
your
inbox

Anfragen unter:
m.rezazadeh@medianet.at