

## Datenschutz im Marketing – eine transparente Illusion?

Die Marketing Natives Schweiz verabschieden sich für dieses Jahr mit einem nochmals gelungenen Event. Am 27. November 2017 um 19 Uhr im Impact Hub Zürich wurde zum Thema Datenschutz im Marketing referiert, diskutiert und wieder fleissig "ge-networked".

Dr. Michael Reinle, LL.M., Rechtsanwalt bei *Meyerlustenberger Lachenal*, eröffnete seinen Vortrag mit dem Thema Digital Marketing und Datenschutzrevisionen. Er veranschaulichte die Datenschutzreform in der Schweiz und erklärte, wo wir genau stehen und warum der DSG-Entwurf nach wie vor Kritik ausgesetzt ist. Dringend zu beachten ist jedoch auch die EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), die durch Artikel 3 auch auf zahlreiche Schweizer Unternehmen Anwendung finden und am 25. Mai 2018 in Kraft treten wird. Wichtige Neuerungen, die Herr Reinle aufgezeigt hat, sind unter anderem die Informationspflicht für alle Datenbearbeitungen sowie höhere Anforderungen an die Einwilligung. Diese und weitere Massnahmen werden nicht nur Affiliate-Marketing, sondern auch E-Mail- und Online-Marketing betreffen und einschränken.

Frau Ursula Uttinger, Präsidentin des *Datenschutz-Forum Schweiz*, fokussierte im zweiten Vortrag auf unsere Privatsphäre und fragte zu Beginn: „Was möchten Sie mit niemandem teilen?“ Im Marketing wird auch mit personalisierter Werbung gearbeitet – zugeschnitten auf Kundenbedürfnisse, basierend auf riesigen Datenmengen. Doch Frau Uttinger machte deutlich, dass man sich auch fragen sollte: „Was verpasse ich denn bei personalisierter Werbung?“ Sie beschrieb genau das Dilemma, welches sich dem Konsumenten stellt. Wo begrüssen wir die Datensammlung für persönliche Empfehlungen, wo geht es uns zu weit? Quote of the Day war also: Relevant für den Datenschutz sind Transparenz und die informationelle Selbstbestimmung. In der Realität ist letztere eine Illusion, und die Transparenz ist oft nicht vorhanden oder tief in den AGBs verborgen. Wir bezahlen zwar mit unseren eigenen Daten, doch mittelfristig geht es nicht nur um den individuellen Datenlieferanten, sondern um alle.

Die Referenten haben gezeigt, dass Datenschutz im Marketing ein Thema ist, dass zwar nicht erst begonnen hat, aber noch lange nicht ausgesprochen ist. Deshalb konnte die Marketing-Natives-Community nach den Vorträgen noch in Gruppen und beim Apéro persönlich mit unseren Referenten über verschiedenste Sachverhalte diskutieren und neue Kontakte knüpfen.

Die Marketing Natives Schweiz verabschieden sich für dieses Jahr und blicken zurück auf vier erfolgreiche und spannende Events: Influencer Marketing, Regierungskommunikation, Virtual Reality und Datenschutz im Marketing.

Auch im kommenden Jahr werden wieder Trend-Themen diskutiert und mit Fachreferenten genauer erläutert. Die Mitglieder können sich auf neue Kooperationen, Bonus-Events und womöglich auf eine neue Location freuen.