

## Kundendaten – Sammeln und Verwalten



Klassische Werbemittel wie Werbeanzeigen oder Prospekte geraten immer weiter in den Hintergrund. Für effiziente, schnelle Werbemaßnahmen legen viele Unternehmen heute Ihren Fokus auf die Nutzung elektronischer Medien und sozialer Netzwerke wie Facebook & Co.

Wann darf eine E Mail Adresse zu welchem Zweck genutzt werden? Hier erhalten Sie einige rechtliche Hinweise, die Ihnen nicht nur Ärger sondern auch mühsame Nacharbeit ersparen:

### 1. Einwilligung und Speicherung der Kundendaten

- Die Kunden müssen der Speicherung ihrer Daten aktiv und ausdrücklich zustimmen z.B. über das Setzen eines Häkchens auf der Internetseite (sogenanntes „opt-in“) oder ankreuzen auf einem Formular. (§ 4 Abs.1 BDSG)
- Zur Einwilligung muss der Zweck der Speicherung und Nutzung genannt werden und die Erklärung eindeutig formuliert sein (z. B. „Ich willige hiermit ein...“).
- Eine Einwilligung via Internet (Shop, Soziale Netze) muss protokolliert werden und jederzeit abrufbar sein.
- Schriftliche Unterlagen sind aufzubewahren und müssen dem Kunden jederzeit in einer angemessenen Frist zur Verfügung gestellt werden können.
- Hinweis, dass die Daten nicht an Dritte weitergegeben werden.

### 2. Widerrufsrecht des Kunden

- Der Kunde muss auf sein jederzeitiges Widerrufsrecht hingewiesen werden.
- Bei einem Widerruf müssen die Kundendaten mindestens sofort gesperrt werden.
- Auf Wunsch des Kunden müssen die Daten umgehend gelöscht werden. (Falls die Speicherung nicht im Zusammenhang mit einem der gesetzl. Aufbewahrungsfrist unterliegenden Vertrages steht. Bitte beachten Sie hierzu die vom Gesetzgeber vorgegebene Form der Löschung (§ 3 Abs. 4 Satz 1 BDSG)).

### 3. Umgang mit den gespeicherten Daten

- Keine Weitergabe der Kundendaten an Dritte
- Keine Nutzung der Daten für andere Zwecke ohne Zustimmung des Kunden

#### 4. Nutzungsmöglichkeiten

Bei den Nutzungsmöglichkeiten von Kundendaten gilt: je höher die Datenqualität, desto individueller die Kundenansprache. Dies entscheidet über den Erfolg von Aktionen wie Newsletter und Events. Daher empfiehlt es sich beim Sammeln der Kundendaten möglichst viele Parameter zu berücksichtigen, zum Beispiel:

- Schuhgröße
- Beliebte Lieferanten
- Stilrichtung
- Favorisierte Einkaufszeiträume
- Einkaufsvolumen

**Fazit:** Die Summe aktueller spezifischer Kundendaten hilft Ihnen, dauerhaft Kundenbeziehungen zu pflegen, Ihr Stammkundenpotential zu erweitern und mit gezielten Aktionen Ihre Kunden immer wieder zu überraschen.

Ingo Jablonski  
Beratungsspezialist Controlling

**Kontaktformular – bitte per Fax 06182-928-2508 oder per Mail  
nicole.baumann@conventa.de zurücksenden!**

CONVENTA Unternehmensberatungsgesellschaft mbH  
Nicole Baumann  
Nord-West-Ring-Str. 11  
D-63533 Mainhausen

**Dieser Artikel hat unser Interesse geweckt...**

- Kundendaten sammeln**
  - Mitarbeiter als Kundenmanager**
  - Kundenbewertung im Netz**
  - Kundenwünsche**
  - Kundenzentrierte Kennzahlensysteme**
- 

- Bitte geben Sie uns Bescheid sobald ein Workshop zu diesem Thema angeboten wird.**
- Wir haben Informationsbedarf und bitten um Rückruf**

**Telefonnr.:** \_\_\_\_\_ **Ansprechpartner:** \_\_\_\_\_

**Name des Unternehmens:** \_\_\_\_\_