



Sehr geehrte Damen und Herren,

bestimmt haben Sie sie schon entdeckt: Unsere neue Website! Passend dazu erscheint auch unser Newsletter im neuen Design. Wie gewohnt werden wir Sie weiterhin mit Informationen rund um das Thema 'Neukundengewinnung und Datenmanagement' versorgen sowie über Adresslisten, Branchennews und relevante Gesetzesänderungen berichten.

Starten wir heute mit einer Personalinfo aus den eigenen Reihen: Wir freuen uns sehr, Ihnen unseren neuen Kollegen **Jörg Ludermann** vorzustellen, der seit kurzem neben Michael Kurz als **Geschäftsführer** bei Indima tätig ist.

Gleichzeitig müssen wir schweren Herzens eine langjährige, liebgewonnene Kollegin verabschieden: Frau Karin Schwarz-Keller widmet sich zukünftig neuen Aufgaben im kreativen Bereich. Wir bedanken uns für 19 Jahre Engagement und wünschen ihr für ihre weitere Zukunft alles erdenklich Gute!

Außerdem haben wir entscheidungsfreudige und investitionsstarke **Zielgruppen aus dem Gesundheitsbereich** für Ihre nächste Werbeaktion zusammengestellt. Egal, ob Sie Büroartikel, Verlags- und Reiseangebote, Finanzdienstleistungen oder Luxusartikel anbieten - hier findet all das Anklang.

Zu guter Letzt möchten wir Sie zum Thema "**Werbewiderspruch**" in Bezug auf die **EU-Datenschutz-Grundverordnung** informieren. Näheres dazu erfahren Sie am Ende dieses Newsletters.

Ich freue mich auf den Dialog mit Ihnen und berate Sie gerne unter 07231 / 3963-57!

Beste Grüße
Indima direct GmbH

A handwritten signature in blue ink that reads "N. Theis".

i. A. Nadine Theis
Projektmanager Listbroking

PS: **Wir stellen wieder aus!** Besuchen Sie uns auf der CO-REACH vom 21. - 22. Juni 2017 in Nürnberg an unserem **Stand 4-408 Halle 4. Wir freuen uns auf Sie!**





Neuzugang: Indima direct erweitert die Geschäftsführung

Jörg Ludermann bringt über 25 Jahre Erfahrung im Dialogmarketing bei Indima direct ein.

Neben seiner langjährigen Erfahrung in der Unternehmensgruppe Rentrop, davon 14 Jahre als Geschäftsführer des FID Verlags, war er als Berater zu Online und Offline Themen bei unterschiedlichen Unternehmen tätig. Zuletzt als Leiter Customer Care und Marketing bei der juris GmbH.

Über viele Jahre war Herr Ludermann im Vorstand des DDV und der Vertriebskommission der Deutschen Fachpresse engagiert.

Wir heißen ihn bei Indima herzlich Willkommen und freuen uns auf die Zusammenarbeit!



CLINIC DRESS

Als Spezialist für Arbeitskleidung in allen Disziplinen des Gesundheitswesens steht CLINIC DRESS für Top-Qualität mit modischem Akzent zu fairen Preisen. Funktionelle Berufsbekleidung ist die Basis eines erfolgreichen Arbeitstages und kompetenten Auftretens - für Ärzte, Zahnärzte und deren Helferinnen, Pflegepersonal in Praxis, Krankenhaus, Pflegeheim und Labor.



profi dress

Die Firma profi dress produziert und vertreibt seit vielen Jahren hochwertige Berufsbekleidung als treue Begleiter für den Berufsalltag für Hotellerie, Gastronomie, Service, Küche oder Handel mit einem hervorragenden Preis-Leistungsverhältnis.



MED+ORG

Alles rund um die Organisation des Arbeitsablaufes in der Arztpraxis enthalten die Werbemittel der Firma MED+ORG. Renner im Sortiment dieses B2B-Versenders ist ein speziell auf die Bedürfnisse von Medizinern bzw. deren Sprechstundenhilfen angefertigter Zeitplaner, der u. a. durch besondere Griff- und Falztechniken die Einteilung und Überwachung der Patiententermine erleichtert.

Bei den Adressen handelt es sich ausschließlich um Praxisanschriften, die gegen Aufpreis zu ca. 98% auch mit Telefonnummern erhältlich sind (Interessenten zu ca. 70%). Zusätzlich sind sie nach den einzelnen Fachgruppen selektierbar. Die Adressen werden ständig auf dem neuesten Stand gehalten. Hierfür lässt MED+ORG täglich alle



deutschen Tageszeitungen nach Praxisöffnungen, Veränderungen bzw. Umzügen auswerten.

B2B

VNR "Gesundheitswesen"

Die Zielgruppe besteht aus engagierten Führungskräften und Selbständigen, die sich über die beruflichen Themen hinaus mit Charaktereigenschaften wie verantwortungsbewusst, ökologisch und sozial interessiert beschreiben lassen. Die privaten Interessensgebiete und Hobbies sind oft im Bereich Kultur, Geschichte (Vergangenheit), Gesundheit angesiedelt.

Hier sind Angebote richtig platziert, die zur persönlichen Weiterentwicklung beitragen, im Bereich Sprachen, Kultur, Reisen angesiedelt sind, aber auch Menschen in ihrem beruflichen Umfeld zu verschiedensten Themen wie Organisation, Veranstaltungsmanagement, Karriereaufbau, Büromaterial ansprechen.



Visionen. Nutzen. Rat.
Hier sind die Experten!

B2C

FID - Bereich Gesundheit

Gesundheit, gesunde Lebensweise und Körperbewusstsein sind heute für viele Menschen wichtiger denn je. Speziell diese Zielgruppe spricht der FID-Verlag mit seinen verschiedenen Info-Diensten zum Thema Gesundheit an. Hierzu zählen vor allem "Der Mayo-Clinic-Gesundheitsbrief", die Informationsdienste "Natur und Gesundheit", "Länger und gesünder leben", "Gesundheit für die Frau", "Dr. Spitzbart's Gesundheits-Praxis", der "Berkeley Wellness-Report" und "Mmax - Der Gesundheitscoach".

Die monatlich erscheinenden Newsletter wenden sich an medizinisch interessierte Personen mit überdurchschnittlichem Bildungsniveau und Einkommen. Der Altersschwerpunkt liegt zwischen 40 und 65 Jahren.



EU-DSGVO: Widerspruch der Adressaten

Da die Verordnung das Opt-out-Prinzip bei der Datenverarbeitung zu Zwecken des Dialogmarketings beibehält, sind die Vorgaben des Artikels 21 zum Widerspruchsrecht von großer praktischer Bedeutung. Widerspricht die betroffene Person der Verarbeitung für Zwecke der Direktwerbung, so darf der Verantwortliche ihre Daten dazu nicht mehr verarbeiten. Spätestens bei der ersten Kommunikation muss ausdrücklich auf das Widerspruchsrecht hingewiesen werden (Art. 21 Abs. 4) - verständlich und getrennt von anderen Informationen. **Der Widerspruch ist strikt zu beachten. Niemandem darf Werbung gegen seinen Willen gesendet werden.**

Werden unternehmensübergreifende Sperrlisten geführt, wie z.B. die DDV-Robinsonliste, sollte der Widersprechende hierüber informiert werden. Praxistipp: Für die richtige Reaktion des Werbetreibenden auf einen Widerspruch muss oft der genaue Wille des Betroffenen durch Auslegung ermittelt werden. Einige Beispiele:

Variante 1: "Ich möchte von Ihnen keine Werbung erhalten"

Der Widerspruch richtet sich an den Werbetreibenden. Dieser kann die Adresse z.B. in eine interne Sperrliste aufnehmen. Die Führung einer solchen Liste erfolgt im Interesse des Betroffenen, er ist über die Aufnahme zu informieren. Neue Werbeaussendungen des

Werbetreibenden sind mit der Sperrliste abzugleichen. Wegen der bekannten und nicht vermeidbaren Unsicherheiten bei Adressabgleichen lässt sich damit aber nicht immer eine erneute Werbeaussendung an die betroffene Person vermeiden. *Vom Werbetreibenden kann jedoch nicht mehr als die Anwendung der erforderlichen Sorgfalt erwartet werden.*

Variante 2: "Ich möchte keine Werbung von Firmen erhalten, mit denen ich nichts zu tun habe"

Der Werbetreibende sollte die widersprechende Person auch hier in eine interne Sperrliste aufnehmen. Darüber hinaus wird empfohlen, dass die Adressdaten nicht mehr Dritten zur Verfügung gestellt werden. Die widersprechende Person ist über die Aufnahme in die Sperrliste zu informieren.

Variante 3: "Bitte löschen Sie meine Daten"

Oft fordert der Betroffene die "Löschung" seiner Daten, um damit weitere Werbezusendungen zu verhindern. Wird dies ausdrücklich verlangt, sollte der Betroffene in die Sperrliste aufgenommen werden. Anschließend sollte darauf hingewiesen werden, dass eine dauerhafte Einstellung von Werbeansprachen nur mit Hilfe der Sperrung, nicht jedoch einer Löschung der Daten sichergestellt werden kann. Zugleich sollte die betroffene Person darauf hingewiesen werden, dass sie sich nochmals melden möge, wenn sie dennoch eine vollständige Löschung, also auch aus der Sperrdatei, wünscht.

Quelle: ONEtoOne 02/17, Gastbeitrags-Serie von Hans Jürgen Schäfer, Justiziar des DDV

Sie erhalten diese E-Mail als unser Kunde und Geschäftspartner, oder weil wir Sie als Interessenten für unsere Produkte führen. Sollten Sie keine weiteren Informationen per E-Mail wünschen, können Sie sich [hier abmelden](#). Wir nehmen Sie dann umgehend aus dem Verteiler. Sollten Sie nicht der richtige Ansprechpartner sein, geben Sie uns bitte kurz die aktuellen Kommunikationsdaten des geeigneten Adressaten durch. Vielen Dank!

Impressum

Indima direct GmbH | Stuttgarter Str. 41 | 75179 Pforzheim | Tel. 07231 / 3963-0 | Fax 07231 / 3963-30
E-Mail: info@indima.de | web: www.indima.de
Geschäftsführer: Michael Kurz, Jörg Ludermann
Handelsregister: Amtsgericht Mannheim HRB 503643