



Sehr geehrte Frau Theis,

laut einer Studie der artegic AG haben bisher nur 10% der Unternehmen die Datenschutzgrundverordnung bereits umgesetzt. Noch besteht kein Grund zur Panik, dennoch sollten Sie sich jetzt schon mit der Thematik auseinandersetzen und frühzeitig mit der Umsetzung beginnen. Wir möchten Sie dabei unterstützen und informieren Sie regelmäßig über die wesentlichen Neuerungen. So auch heute am Ende dieses Newsletters!

Außerdem heute im Gepäck: Gesundheitsbewusste Consumer, extrovertierte, expandierende und ausstellende Unternehmen sowie ein Save-the-date-Tipp, den Sie auf keinen Fall verpassen sollten!

Ich freue mich auf den Dialog mit Ihnen und berate Sie gerne unter +49 7231 / 3963-57!

Herzliche Grüße  
Indima direct GmbH

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

i. A. Nadine Theis  
Projektmanager Listbroking



**"Back to the Future. Back to Business."**

Unter diesem Motto öffnet Europas größte Fachmesse für das gesamte Spektrum des Versandhandels am **11. und 12. Oktober 2017** in Düsseldorf ihre Pforten!

Was Sie erwartet, wo Sie uns treffen und wie Sie sich Ihr Gratisticket sichern... das erfahren Sie in unserem nächsten Newsletter! Seien Sie gespannt!

B2C

## AuraNatura

AuraNatura® vereint das alte Wissen der Naturmedizin mit den Erkenntnissen aus der modernen Forschung weltweit. Mit den Nahrungsergänzungsmitteln dieses Versenders geben die Kunden ihrem Körper sanft und verträglich, aber doch mit der geballten Kraft der Natur die Nährstoffe, die in der modernen und industriellen Ernährung nicht mehr ausreichend vorhanden sind.



Die Zielgruppe ist überwiegend männlich, 50+ und äußerst gesundheits- und qualitätsbewusst. Sie ist finanziell gut gestellt und Printmedien gegenüber sehr aufgeschlossen.

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.

B2C

B2B

## Puhl Privatdrucksachen / Versandhausdruckerei

Die Druckerei Puhl bietet Geschäftsdrucksachen, Visitenkarten, Stempel, Klebebuchstaben etc. an. Kunden sind einerseits kleinere bis mittelgroße Firmen, Selbständige und Freiberufler, die ihren entsprechenden Bedarf decken. Auf der anderen Seite Privatpersonen, die auch im privaten Umfeld Wert auf einen gepflegten und repräsentativen Auftritt legen.

Im B2C-Bereich werden mit Angeboten zu Themen wie Finanzen, Literatur und Bildung, Reisen sowie hochwertige Konsumgüter hervorragende Ergebnisse erzielt. Die B2B-Kunden reagieren besonders gut auf Angebote aus den Bereichen Büromaterial und Werbeartikel.



B2B

## Jobmaker AT & CH

Diese topaktuelle Liste verspricht allen Anbietern rund um den Firmenbedarf höchste Responsequoten.

Expandierende Firmen, auf der Suche nach qualifizierten Mitarbeitern aus den Bereichen Controlling, EDV, Elektronik, Metall und Agrar, sowie Ingenieure und Techniker erwarten Ihre Angebote. Das Besondere an dieser Liste: Alle hierin enthaltenen Firmen suchen ihre Mitarbeiter PER INTERNET.



B2B

## Messeaussteller

Die sorgfältig recherchierten Messeaussteller stellen regelmäßig auf großen deutschen Leit- und Publikumsmessen, regionalen Veranstaltungen und Events aus. Mit dem jeweiligen recherchierten Messeverantwortlichen oder personalisierten Geschäftsführer erreichen Sie den Entscheider rund um die Messe- sowie Reiseplanung, Einkauf von Werbeartikeln und Drucksachen.



## EU-DSGVO: Datenverarbeitung im Konzern

Die Verordnung sieht keine pauschale Vereinfachung für den Datenaustausch zwischen Konzerngesellschaften vor. Jede Gesellschaft ist – wie bereits unter der Geltung des Bundesdatenschutzgesetzes – datenschutzrechtlich als eine selbstständige und separate Einheit zu betrachten. Um konzernweite CRM-Systeme zu betreiben und Daten hieraus für Zwecke des Dialogmarketing verwenden zu können, kann auf die Interessenabwägungsklausel oder auf Konzerneinwilligungen zurückgegriffen werden. Das Bestehen eines berechtigten Interesses am konzerninternen Datenaustausch erkennt die Verordnung im Erwägungsgrund 48 ausdrücklich an: „Verantwortliche, die Teil einer Unternehmensgruppe oder einer Gruppe von Einrichtungen sind, die einer zentralen Stelle zugeordnet sind, können ein berechtigtes Interesse haben, personenbezogene Daten innerhalb der Unternehmensgruppe für interne Verwaltungszwecke, einschließlich der Verarbeitung personenbezogener Daten von Kunden und Beschäftigten, zu übermitteln.“

Die Grundprinzipien für die Datenübermittlung innerhalb von Unternehmensgruppen an ein Unternehmen in einem Drittland bleiben unberührt. Dabei geben die in der Verordnung vorgesehenen allgemeinen Rechtsgrundlagen für die Datenverarbeitung den Handlungsspielraum für konzernweite CRM-Systeme vor.

Praxistipp: Im Rahmen der Interessenabwägung sind bei einer konzerninternen Übermittlung die berechtigten Interessen der Unternehmen in der Regel höher und die schutzwürdigen Interessen der betroffenen Personen niedriger zu bewerten als bei einem Austausch zwischen konzernfremden Unternehmen.

Die Verordnung eröffnet in einer eigenen Bestimmung – Artikel 26 – die Möglichkeit, dass mehrere Unternehmen gemeinsam für die Verarbeitung eines Datenbestandes verantwortlich sein können, wenn sie ihre jeweiligen Verpflichtungen entsprechend regeln. Dazu müssen die beteiligten Unternehmen in transparenter Form die Zwecke und Mittel der Verarbeitung festlegen. Sie müssen untereinander eine Regelung treffen, wer von ihnen welche Verpflichtung aus der Grundverordnung erfüllt. Sorgfalt muss insbesondere auf klare Festlegungen bezüglich der Wahrnehmung der Rechte der betroffenen Person gelegt werden – überdies auf die Vereinbarung, wer welchen Informationspflichten nachzukommen hat. Für konzernübergreifende CRM-Systeme bietet sich eine solche gemeinsame Verantwortlichkeit häufig an. Alternativ besteht die Möglichkeit, das CRM-System durch eine Dienstleistungsgesellschaft im Rahmen einer Auftragsverarbeitung auszugestalten. Es sind jedoch auch Mischformen denkbar.

Quelle: ONEtoONE 04/17, 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 | Phone +49 7231 / 3963-0 | Fax +49 7231 / 3963-30  
E-Mail: [info@indima.de](mailto:info@indima.de) | web: [www.indima.de](http://www.indima.de)  
Geschäftsführer: Michael Kurz, Jörg Ludermann  
Handelsregister: Amtsgericht Mannheim HRB 503643

---