HWBRSKASK
Rechtssichere Kundenansprache in Zeiten von DSGVO

Voraussetzungen

- Verkaufsleiter_in Neu- oder Gebrauchtwagen
- Verkäufer_in Neu- oder Gebrauchtwagen
- Audi Disponent_in Neu- oder Gebrauchtwagen

Organisation

Ort | Teilnahmegebühr
siehe myLearn

Zusätzliche Kosten
Weitere Kosten wie Übernachtung/Frühstück, Abendessen, Extras wie Parkgebühren, Telefon usw. werden von allen Teilnehmenden individuell vor Ort beglichen.

Dauer
2 Tage

Trainingsinhalte

Sie lernen die aktuelle Gesetzgebung und Rechtsprechung zum Datenschutzrecht vor dem Hintergrund der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) und des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) kennen.

Dazu gehört auch Kenntnis über den rechtssicheren Umgang mit Kundendaten gemäß den neuen Richtlinien. Wir geben Ihnen Lösungsmöglichkeiten an die Hand, die eine datenschutzrechtlich unbedenkliche Ansprache Ihrer Interessent_innen und Kund_innen ermöglicht. Darüber hinaus werden Sie auch über die Vorteile aufgeklärt, welche die DSGVO neben den vielen Richtlinien bringt.

Möchte ein Autohaus das Potenzial von Social Media im Kundenkontakt effektiv nutzen, lauern „Gefahren“. Ein eigenes „Social Media-Recht“ existiert nicht, sondern es spielen viele Rechtsgebiete eine Rolle, z.B. Datenschutz und Wettbewerbsrecht.

Werbung auf Facebook und Instagram muss natürlich auch die rechtlichen Vorgaben beachten, die beispielsweise durch die Energieverbrauchs-Kennzeichnungs- Verordnung (EnVKV) gesetzt werden. Ein Verstoß hiergegen kann schmerzhafte Abmahnungen mit Unterlassungserklärungen etc. auslösen.

Es wird besprochen, inwieweit Fahrzeugangebote in Internetbörsen rechtlich verbindlich sind, welche Rechtsfolgen falsche Ausstattungsangaben o.ä. der Fahrzeuge haben können und wie sich Fernabsatzvorschriften auswirken.

Inhalte:

- Gesetzliche Ausgangslage beim Datenschutz im Rahmen der DSGVO, des BDSG und des UWG und Stellung im Rechtsystem
- Werblicher Kundenkontakt per Telefon, E-Mail, Fax, Brief, SMS & Co
- Fragen der mündlichen oder online erteilten Einwilligung und Empfehlung von „opt in“ und „double opt in“ mittels Unterschrift - Beweisfragen
- Werbung unter dem Gesichtspunkt des UWG - Risiko wettbewerbsrechtlicher Abmahnung
- Datenverstöße und Sanktionen
- Kundenaussprache bei Social Media, Facebook, Instagram & Co.