

Der öffentliche Teil der Jahreshauptversammlung am Samstag, 08.06.2013 – an dem auch einige Nichtmitglieder teilnahmen – diente der Fortbildung allgemeiner Art.

Rechtsanwalt Klemens M. Hellmann, mit eigener Kanzlei in Koblenz, eröffnete die Veranstaltung mit Fakten und Vorschriften zum Umgang mit Kundendaten aus wettbewerbsrechtlicher und datenschutzrechtlicher Sicht. Besonders im Hinblick auf die Verwendung von Altdaten waren nach Ablauf der BDSG-Übergangsfrist zum Kundendatenschutz (31.08.2012) noch einige Fragen offen und die korrekte Vorgehensweise bei den unterschiedlichen Werbemaßnahmen ungewiss.

Auch wenn es manch einem unangenehm war – Rechtsanwalt Hellmann stellte unmissverständlich klar: „Altdaten sind zu behandeln wie Neudaten.“

Was das konkret bedeutet, erläuterte er anhand von Beispielen und beantwortete die zahlreichen Fragen der Teilnehmer geduldig. So darf ein Händler natürlich seine Kunden über einen bevorstehenden Umzug schriftlich informieren, einen Gutschein beilegen allerdings dürfe er für Kunden mit Sperrvermerk („keine Werbung“) am Briefkasten nicht so ohne weiteres. „Der Gutschein ist als verkaufsfördernde Maßnahme Werbung und somit bei erkennbar entgegenstehendem Willen des Kunden zur Briefwerbung nicht erlaubt“ stellte Rechtsanwalt Hellmann klar.

In Abstimmung mit dem Vorstand erklärte Klemens M. Hellmann sich bereit, ein Datenblatt mit allen Varianten der möglichen Kontaktaufnahme mit dem Kunden zu entwerfen. Das Datenblatt wird anschließend allen Mitgliedern zur Verfügung gestellt. Ob diese es nutzen, um sich bei jedem ihrer Kunden rechtlich für eine Kontaktaufnahme abzusichern, bleibt letzten Endes natürlich jedem selber überlassen. Natürlich gäbe es auch Kunden, die sich durch einen Anruf oder einen Brief nicht gestört fühlen, aber – so Rechtsanwalt Hellmann – einen Anspruch auf Schutz seines allgemeinen Persönlichkeitsrechts habe jeder und das müsse auch akzeptiert werden. „ Klären Sie am besten gleich bei Vertragsabschluss eine Einwilligung zur zukünftigen Kommunikation und lassen Sie sich den Kundenwunsch schriftlich bestätigen, dann sind Sie auf der sicheren Seite“ riet Hellmann den Teilnehmern.

Rechtsanwalt Klemens M. Hellmann (37) referierte bereits 2010 vor dem Unternehmerverband Mittelständische Wirtschaft e.V. in Koblenz über die wettbewerbsrechtliche Problematik des Direktmarketings. Seine Kanzlei in Koblenz hat folgende Tätigkeits- und Interessenschwerpunkte: Gewerblicher Rechtsschutz (Markenrecht und Designrecht), Wettbewerbsrecht, Urheberrecht sowie IT- und Medienrecht. Informationen hierzu können auf seiner Internetseite abgerufen werden.

Sabine Mühlisch (54) eröffnete ihren Vortrag lebendig gemäß dem Thema „Körpersprache“ mit ihrer Körpersprache und der der Teilnehmer. Streckenweise erinnerte der Vortrag an ein lehrreiches Theaterstück, denn Mühlisch zeigte den Teilnehmern durch teils überzogene Körpersprache, wie absurd oder auch wie glaubwürdig eine Aussage sein kann – je nachdem, wie authentisch Körper- und verbale Sprache miteinander harmonieren. „Jeder Teil des Körpers spricht und verrät uns etwas über die Person. Sie müssen nur lernen, genau hinzuschauen“ erläuterte Mühlisch. Im Einzelnen definierte sie die geistigen Entsprechungen der verschiedenen Körperteile:

Füße -Zielrichtung, Beine – Standpunkt, Knie - Flexibilität, Becken - Ego, Brust/Atmung - Lebensenergie, Schultern - Belastbarkeit, Kopf – An-/Einsicht, Hände – Handlungen. Natürlich dürften diese „Vokabeln“ nicht einzeln betrachtet werden, sondern es müsse immer der gesamte Kontext mit einbezogen werden.

Mit mehreren Teilnehmern demonstrierte sie unterschiedliche Situationen aus der täglichen Praxis. Wie kommt es, dass man „aneinander vorbei redet“ und was kann man dagegen tun? Wie vertreten Sie sicher Ihren Standpunkt, ohne ins Schwanken zu geraten? Was bringt Sie dazu, neue Ansichten anzunehmen und die Thematik aus einer anderen Richtung zu betrachten? Was gibt die Art der Begrüßung über die jeweilige Person preis? Wann wirkt eine Offerte wie ein willkommenes Angebot und wann nicht? Die kleinen Rollenspiele waren höchst aufschlussreich und zwar nicht nur für den „Spieler“ sondern auch und ganz besonders für die „Zuschauer“.

Wichtig – so betonte Mühlisch – sei es, nicht zu werten. Es gebe keine schlechte und keine gute Körpersprache. Es ist, wie es ist! Es gehe auch nicht darum, sich zu verstellen, um eine möglichst gute

Körpersprache zu haben. Es gehe vielmehr darum, sich selbst und dann letzten Endes auch jeden anderen Menschen besser zu verstehen. Die Kunden Signale richtig deuten und entsprechend darauf reagieren, den Kunden dort abholen wo er ist, die Dinge „in Bewegung bringen“, die eigenen Aussagen mit der Körpersprache unterstützen – all dies erleichtere den täglichen Umgang mit Menschen. Im Kontakt mit Kunden verhindere ein starres Festhalten an den eigenen Konzepten und Vorgehensweisen oft genug den gemeinsamen Dialog und wichtige Kundensignale (ob positiv oder negativ) werden nicht wahrgenommen. Wer sich aber neben seiner eigenen Argumentation auch auf die Zeichen in der körperlichen Sprache seines Gegenübers konzentrieren kann, wird mehr gewinnen, als er bei starrem Festhalten am eigenen Konzept je gewinnen kann. „Und wenn gar nichts mehr „geht“: aufstehen und mit dem Gesprächspartner – unter Angabe einer „logischen“ Begründung – gehen!“ appellierte Mühlisch. So bringe man selbst eine feststeckende Gesprächssituation wieder in Gang. Und wer ganz aufmerksam war, hatte bereits entdeckt, dass der Sprachgebrauch oft schon die wichtigsten Hinweise liefert.

„Beobachten Sie, wann immer Sie können, andere Menschen und nehmen Sie auch sich selbst ab und zu bewusst wahr – und Sie werden täglich ein wenig sicherer im Verstehen anderer, aber auch sich selbst“ versprach Mühlisch. Interessierte finden weitere Informationen auf Ihrer Website.