Werbung in Polen: Trends und Rechtsanforderungen

Welche Werbekanäle sind die populärsten und effektivsten bei den Online-Händlern in Polen? Welche Strategien gewinnen immer mehr an Bedeutung und entwickeln sich? Ein Überblick über Werbetrends im polnischen E-Commerce und Besonderheiten hinsichtlich der rechtlichen Anforderungen.

E-Mail Werbung ist der populärste Marketingkanal

Im polnischen E-Commerce ist die Werbung per E-Mail (Newsletter) mit Abstand das beliebteste Mittel, um neue Kunden zu gewinnen und die Beziehungen zu den Bestandskunden zu stärken. Dies verwundert nicht – E-Mail Werbung ist schnell, kostengünstig, kann effektiv personalisiert werden und die Ergebnisse sind einfach und gut messbar. Sie stellt daher eine sehr effektive Methode dar, Werbung für einen Online-Shop zu betreiben.

Mobile Marketing und Social-Media Kanäle entwickeln sich schnell

In letzten Jahren beobachtet man einen schnellen Anstieg der Verwendung von Mobile Marketing und Social-Media Kanälen wie vor allem Facebook. Immer mehr polnische Online-Shops versuchen ein Multikanal-Marketing in ihre Strategie einzuführen. Das betrifft nicht nur die größten Online-Händler, die eine führende Position in ihrem jeweiligen Verkaufsbereich haben, sondern auch kleine und mittelständische Unternehmen.

Multikanal-Marketing ist aktuell ein Trend im polnischem E-Commerce. Es wird viel darüber gesprochen und geschrieben in Branchenportalen und Blogs. Viele Händler versuchen auch auf sozialen Netzwerken wie Facebook eine gute Verbindung zu den Kunden herzustellen. Hier soll ein gut geplanter und kreativer „Dialog“ mit der Zielgruppe erreicht werden, wobei die Expertise des Händlers im Vordergrund stehen und den Fragen und Anregungen der Zielgruppe helfen soll. Die Aktivität des Online-Händlers soll sich also in sozialen Netzwerken gerade nicht nur auf offensichtliche und beharrliche Produkt-Werbung beschränken.

Bemerkenswert ist auch, dass immer mehr Online-Händler ihren Online-Shop für Smartphones optimieren. Auch die Werbung per SMS (z.B. über neue Rabatte und Aktionen oder Angebote) wird gegenüber Bestandskunden immer öfter angewendet – leider manchmal nicht ganz rechtskonform.

Werbung und Rechtsanforderungen

Nach der polnischen Rechtslage ist eine E-Mail oder SMS-Werbung ohne Ausnahmen nur mit ausdrücklich erteilter Einwilligung des Nutzers zulässig. Folglich benötigt ein Unternehmer, anders als nach der deutschen Rechtslage, auch bei den Bestandskunden eine entsprechende Zustimmung.

Die notwendige Einwilligung des Kunden kann für eine einmalige oder für mehrere Kontaktaufnahmen gelten. Sie muss, ähnlich wie in Deutschland, separat abgegeben werden und kann z.B. nicht mittels einer einzigen Check-Box zusammen mit der Lesebestätigung der AGB eingeholt werden. Die Einwilligung muss vorliegen bevor die Werbung verschickt wird und kann durch den Kunden jederzeit widerrufen werden.

In der Praxis wird die Einwilligung häufig wie in Deutschland eingeholt – durch eine explizite Handlung des Nutzers, etwa bei freiwilliger Registrierung zum Newsletter durch Ankreuzen einer

Check-Box (Opt-in). Neben einer solchen nicht vorangekreuzten Check-Box bzw. einem anderen Opt-in Formular muss ein Einwilligungstext vorhanden sein. In diesem muss der Kunde über Art, Zweck und Umfang der Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung der Daten sowie etwaige Widerspruchsrechte informiert werden. Diese Informationen müssen auch in der Datenschutzerklärung auffindbar sein.

Brauchen Sie Hilfe bei der rechtssicheren Formulierung der AGB Klauseln für Ihren internationalen Online-Shop? Setzen Sie sich mit uns in Verbindung, wir unterstützen Sie gerne im Cross-Border-Handel.

[hubspotform whitepaper=”true” title=”Gratis Whitepaper-Download ‘Der internationale Online-Shop’” image_path=”http://shopbetreiber-blog.de/wp-content/uploads/2016/10/shutterstock_105520049_300x200.jpg” image_text=”Unsere Experten Madeleine Pilous und Frieder Schelle haben die wichtigsten rechtlichen Fragen zum Cross-Border E-Commerce beantwortet: Welches Recht gilt bei Verkäufen ins Ausland? Das deutsche Recht oder das des Ziellandes? Wo unterscheidet sich das Recht in der EU? Was bedeutet das für AGB und Datenschutz?” copy_text=”” portal_id=”603347″ form_id=”a9f3c307-0128-47ac-88c4-e7c2febb4c8a” css=””]

Bildnachweis: ruskpp/shutterstock.com