



## Datenschutzrecht: „Ändert sich jetzt alles?“

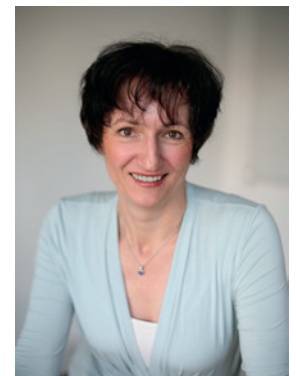
### Was das Ende der Übergangsfrist für Datenbestände bedeutet

Sind Altdaten weiter nutzbar? Was muss ich beim Widerspruchshinweis beachten? Wie hole ich ein rechtskonformes Opt-in ein? – „Frage zwei Anwälte und du erhältst drei Meinungen.“ Der flapsige Juristenspruch trägt ein Fünkchen Wahrheit in sich: Kaum ein Newsletter, der sich nicht über das anstehende Ende der Übergangsregelung im Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) auslässt. Der Tenor geht von „Nichts ist mehr erlaubt“ über „Die EU-Richtlinie wird's schon richten“ bis hin zu den Graustufen des „Jetzt wird alles verschärft“. Das zeigt, dass das BDSG richtig interpretiert werden will und muss und dass dabei Spielraum für Abweichungen besteht. Dialoghaus möchte Ihnen die Fakten versuchsweise neutral darstellen, Begrifflichkeiten näher bringen und Lösungen bzw. Anreize für hausinterne Diskussionen geben.

#### 1. Paradigmenwechsel hin zum Opt-in

Das neue BDSG aus dem Jahr 2009 forderte bereits den Wechsel vom Opt-out zum grundsätzlichen Opt-in bei postalischer Werbung. Das gilt für personenbezogene Daten, die nach dem 01.09.2009 erhoben wurden. Bekanntermaßen ermöglichten und ermöglichen allerdings weiterhin umfassende Ausnahmen eine Ansprache in erheblichem Umfang – auch ohne Einwilligung.

Für die vor dem 01.09.2009 erhobenen Daten gelten seitdem im Rahmen einer Übergangsfrist noch die alten Regelungen; hier greifen momentan weder Opt-in-Erfordernis, noch Ausnahmen des neuen Gesetzes. Das ändert sich ab dem 01.09.2012. Dann gelten die neuen Regelungen des BDSG auch für Adressdaten, die vor dem 01.09.2009 erhoben wurden. Fortan gilt für diese Daten, was bisher für die nach dem Stichtag erhobenen Informationen



*Juliane Jung: „Wann das rechtsgeschäft(sähnliche) Verhältnis bei Altdaten so überholt ist, dass es nicht mehr als aktuell genug für eine Nutzung betrachtet werden kann, das ist schwierig zu bestimmen“*

längst praktiziert wird: Werbung mit Einverständnis des Betroffenen oder auf Basis einer der folgenden Ausnahmen ist möglich.

## 2. Ausnahmeregelungen

Wenn Adressaten kein ausdrückliches Einverständnis für eine werbliche Ansprache gegeben haben, können Unternehmen diese Personen unter bestimmten Voraussetzungen dennoch anschreiben:

- Wenn es sich um Kunden oder Interessenten handelt, sprich: wenn der Werbende in einem rechtsgeschäftlichen oder rechtsgeschäftsähnlichen Verhältnis mit dem Angesprochenen steht.
- Die Daten sind aus öffentlichen Verzeichnissen erhoben (hierbei sind zwingend die Urheberrechte der Quellen zu beachten!) und werden für eigene Angebote des Werbenden genutzt.
- Es handelt sich um B-to-B-Adressen, die auch nur im Rahmen der beruflichen Tätigkeit des Betroffenen zur Werbung verwendet werden.
- Wenn zwecks Spendenwerbung von Non-Profit-Organisationen und Parteien angesprochen werden soll.
- Wenn keine dieser Ausnahmen greift, ist postalische Werbung ohne Einwilligung des Betroffenen mittels transparenter Nutzung möglich, d.h. die verantwortliche Stelle (der Adresseneigner) wird auf dem Werbebrief genannt („Verantwortliche Stelle i.S.d. BDSG: XY GmbH, 12345 Musterstadt“).
- Sollen die Adressen für eine Mehrfachnutzung gekauft werden, ist im Rahmen einer transparenten Übermittlung die Nennung der ersterhebenden Stelle im Werbeschreiben erforderlich. Zudem müssen die übermittelnde Stelle sowie der Werbungtreibende die Übermittlung zwei Jahre lang speichern und beauskunften können.

## 3. Wie Sie Hürden meistern

*Sind Altdaten weiter nutzbar? Wann ist ein Kunde ein Kunde?*

*Wann ein Interessent ein Interessent?*

Kunden und Interessenten stehen mit dem Adresseigentümer mindestens in einem rechtsgeschäftsähnlichen Verhältnis. Wann dieses Verhältnis so überholt ist, dass es nicht mehr als aktuell genug für eine Nutzung betrachtet werden kann, das ist schwierig zu bestimmen. Hier gibt es keine genaue Festsetzung eines Zeitpunkts, wann beispielsweise ein Interessent kein Interessent mehr ist. Tatsächlich hängt das von Branche und Produkt ab.

Sofern kein solches Verhältnis mehr gegeben ist, müssen Unternehmen über die Wege Einverständnis, Neuerhebung, öffentliches Verzeichnis und mit den anderen Ausnahmen des BDSG arbeiten.

*Prüfen Sie Ihren Werbewiderspruchshinweis (schon im alten BDSG verbindlich)*

Bei jeder werblichen Ansprache muss ein Unternehmen beachten, dass sein Anschreiben den Hinweis auf das Widerspruchsrecht des Adressaten enthält und wohin der Betroffene

seinen Widerspruch richten kann. Der Adressat muss jederzeit und mit einfachen Mitteln Widerspruch gegen die Verwendung seiner Daten einlegen und auch Auskunft über die Herkunft seiner Daten erhalten können. Das erspart viel Ärger und negative Reaktionen auf Werbung. Bei künftigen Aktionen müssen Sie diesen Widerspruch zwingend berücksichtigen; Ihre hauseigene „Robinsonliste“ sollten Sie also sauber führen.

### *Wie hole ich Opt-ins ein?*

Da das Gesetz sich darüber ausschweigt, wie genau eine Einholung von Opt-ins von statten zu gehen hat, herrscht große Verunsicherung. Nur dass das Einverständnis schriftlich erfolgen muss, entweder schriftlich vom Betroffenen erteilt oder schriftlich vom Empfänger des Einverständnisses bestätigt, ist Konsens.

Darum sollten Unternehmen die sicherste Methode wählen und obendrein das Opt-in jederzeit gegenüber dem Betroffenen nachweisbar vorhalten. Das Opt-in können Werbung-treibende einholen, indem sie ein separates, deutlich sichtbares Kästchen zum Ankreuzen setzen und gleichzeitig eindeutig über die Folgen der Einwilligung aufklären. Auch der Hinweis, dass die Erklärung jederzeit widerrufen werden kann, darf nicht fehlen. Eine un-saubere Vorgehensweise beim Einholen von Opt-ins kann zu unerfreulichen Ergebnissen bei späteren Datenschutzanfragen durch Betroffene führen.

**Juliane Jung | [jj@dialoghaus.com](mailto:jj@dialoghaus.com) | Tel. 02173 / 84 83 - 201**

### **Links**

*Den kompletten Text des BDSG finden Sie unter*

*<http://www.bfdi.bund.de/SharedDocs/Publikationen/GesetzeVerordnungen/BDSG.html?nn=408916>*

*Auf der Website des Deutschen Dialogmarketing Verbands finden Sie aktuelle Informationen zu*

*entsprechenden Themen: <http://www.ddv.de/index.php?id=383>*