



Datenverwendung für persönliche Werbung

Was ist erlaubt und worauf ist von Unternehmen, selbständigen Gewerbetreibenden, Freiberuflern, Vereinen etc., zu achten?

Herausgeber:

Bayerisches Landesamt für Datenschutzaufsicht
Promenade 18
91522 Ansbach

Telefon: (0981) 18 00 93-0
Telefax: (0981) 18 00 93-800
E-Mail: poststelle@lda.bayern.de
Webseite: www.lda.bayern.de

Stand: April 2019

1. Briefwerbung

Die Verwendung von Adressdaten für die Zusendung von Werbepost (Kunden-, Mitglieder-, Spendenwerbung etc.) ist in vielen Fällen ohne Einwilligung der Empfänger nach der Vorschrift zur Interessenabwägung in Art. 6 Abs. 1 Satz 1 Buchst. f Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO) erlaubt, solange dem nicht von der betroffenen Person gemäß Art. 21 DS-GVO widersprochen wurde. Denn nach Nr. 47 Satz 7 der Erwägungsgründe zur DS-GVO kann die Verarbeitung personenbezogener Daten zum Zwecke der Direktwerbung als eine einem berechtigten Interesse dienende Verarbeitung betrachtet werden.

Dies gilt nicht bei der Verarbeitung besonderer Kategorien personenbezogener Daten.

Denn Art. 9 DS-GVO enthält keine Erlaubnisnorm für die Verarbeitung besonderer Kategorien personenbezogener Daten für Zwecke der Werbung. Dies ist nur bei Vorliegen einer ausdrücklichen Einwilligung der betroffenen Person zulässig.

Von Relevanz ist dies z. B. für Unternehmen und Berufe des Gesundheitswesens (Apotheken, Sanitätshäuser, Optiker, Orthopäden usw.).

Darüber hinaus dürfen für die Neukunden-/Interessenten-/Mitgliederwerbung grundsätzlich auch Postadressen eines Dritten („Fremdadressen“) genutzt werden, beispielsweise aus dem Telefonbuch, aus einem Adressbuch oder von einem Adressverlag. In diesem Fall muss zur Erfüllung der Informationspflichten aus der Werbung hervorgehen, wo die Adresse herkommt.

2. E-Mail- und SMS-Werbung (elektronische Werbung)

Die Verwendung von E-Mail-Adressen für eine E-Mail-Werbung bzw. Newsletter-Zusendung ist, falls bisher keine Geschäftsbeziehung mit dem Empfänger bestand ("Neukundenwerbung"), nur erlaubt, wenn hierfür eine vorher ausdrücklich erklärte Einwilligung gegeben ist, egal ob Verbraucher (B2C - business to customer) oder Kontaktpartner in Unternehmen (B2B - business-to-business) angesprochen werden. Gleiches gilt für die Verarbeitung besonderer Kategorien personenbezogener Daten im Sinne von Art. 9 Abs. 1 DS-GVO bei E-Mail-Werbung (siehe dazu oben unter 1 a) und für die Verwendung von Telefonnummern für SMS-Werbung.

Bei bestehenden Kundenbeziehungen ("Bestandskunden") ist E-Mail- oder SMS-Werbung zulässig, wenn die elektronischen Kontaktdaten im Zusammenhang mit der Vertragsabwicklung (Verkauf einer Ware oder Dienstleistung) erlangt worden sind, es sich nicht um die Verarbeitung besonderer Kategorien personenbezogener Daten im Sinne von Art. 9 Abs. 1 DS-GVO handelt, (nur) für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen geworben wird, dem bisher nicht widersprochen wurde und bei der Erhebung der elektronischen Kontaktdaten sowie bei jeder Werbe-Mail bzw. -SMS klar und deutlich auf das Widerspruchsrecht hingewiesen wurde bzw. wird.

3. Telefonanrufwerbung

Die Verwendung von Telefonrufnummern für Telefonanrufwerbung gegenüber Verbrauchern ist generell nur mit deren vorher ausdrücklich erklärten Einwilligung erlaubt. Der Bundesgerichtshof (BGH vom 10.02.2011, I ZR 164/09) stellt an den Nachweis dieser Einwilligung (siehe unter 5.) strenge Anforderungen.

Bei der Verwendung von Telefonrufnummern für Telefonanrufwerbung gegenüber sonstigen Marktteilnehmern (B2B) kommt es darauf an, ob deren mutmaßliche Einwilligung angenommen werden kann; ein allgemeiner Sachbezug reicht hierfür jedoch nicht aus (siehe Entscheidung des BGH vom 11.03.2010, I ZR 27/08).

Nicht unter diese Werbebeschränkungen fallen telefonische Mitteilungen zu Vertragsangelegenheiten, wie z. B. die Mitteilung, dass eine bestellte Ware nun eingetroffen ist oder sich die Lieferung verzögert.

4. Faxwerbung

Die Verwendung von Telefaxnummern für Faxwerbung ist nur mit einer vorher ausdrücklich erklärten Einwilligung erlaubt, egal ob der jeweilige Empfänger als Verbraucher (B2C) oder als Geschäftspartner (B2B) angesprochen wird.

5. Informationspflichten, Werbewiderspruchsrecht, Werbesperrdatei

Bei der Absicht einer werblichen Datennutzung ist schon in Vertragsformularen etc. zur Erfüllung der Informationspflichten ein Hinweis aufzunehmen, dass die Kontaktdaten auch für Werbezwecke verwendet werden und dass die betreffende Person ein Widerspruchsrecht dagegen hat.

Darüber hinaus muss auch bei einer werblichen Ansprache auf dieses Widerspruchsrecht gegen die werbliche Verwendung der Daten (in getrennter Form/eigener Absatz) hingewiesen werden, z. B. durch einen entsprechenden Textabschnitt auf dem Werbeschreiben, soweit ein solcher Hinweis nicht schon vorher anderweitig erfolgt ist.

Die künftige Beachtung eines Werbewiderspruchs hat die werbende Stelle - auch bei zugekauften oder angemieteten Kontaktdaten - durch geeignete organisatorische Maßnahmen, z. B. mittels einer internen Werbesperrdatei, sicherzustellen.

6. Einholen von Einwilligungen für Werbung

Eine pauschale Einwilligung "in Werbemaßnahmen", "für Marketingzwecke", "zur Weitergabe an Partnerunternehmen zu Werbezwecken" etc., genügt den gesetzlichen Anforderungen an eine rechtswirksame Einwilligung nicht.

Vielmehr muss der Einwilligende klar erkennen können, zu welcher Datenverwendung bzw. für welche Werbeformen er zustimmen soll (nur Briefwerbung, auch E-Mail-/SMS-Werbung, auch Telefon- oder Faxwerbung) und in welchem konkreten Rahmen sich die beabsichtigte Kontaktdatenverwendung bewegt (z. B. nur Eigenwerbung, Nutzung bzw. Übermittlung der Kontaktdaten auch für Werbezwecke dritter Stellen, Übermittlung auch an Adressverlage, usw.).

Konkret müssen für eine wirksame Einwilligung folgende Voraussetzungen gegeben sein:

- Information über die Art der beabsichtigten Werbeform (z. B. E-Mail-Werbung, Telefonwerbung).
- Information über die Art der Produkte und/oder Dienstanbieter, für die geworben werden soll.
- Information darüber, welche Stellen konkret werblich aktiv werden wollen.
- Information dazu, dass die Einwilligung jederzeit widerrufen werden kann und wie dies auf einfache Weise möglich ist.
- Aus Beweisgründen am besten schriftliche Einwilligung (Unterschrift).

Eine sog. "opt-out"-Lösung (Streichen bzw. Auskreuzen einer Klausel, Widerspruchslösung) erfüllt die Anforderungen an eine wirksame Einwilligung nicht.

Um für elektronische Newsletter-Bestellungen oder elektronisch erklärte Einwilligungen in werbliche Kontaktaufnahmen mehr Rechtssicherheit und eine bessere Beweissituation zu erlangen, ist das sog. double-opt-in-Verfahren zu einer gewissen Verifizierung dieser Willenserklärungen der Interessenten oder Kunden ein gut geeignetes Verfahren. Dabei wird zu der Newsletter-Bestellung oder erklärten Werbeeinwilligung eine (im Übrigen werbefreie) Rückfrage-E-Mail mit der Bitte um nochmalige Bestätigung an die angegebene E-Mail-Adresse des Interessenten bzw. Kunden gesandt und erst bei positiver Bestätigung die Werbeaktivität gestartet. Die einzelnen Schritte des double-opt-in-Verfahrens sind für Beweisfragen möglichst genau zu dokumentieren. Siehe dazu z. B. BGH-Beschluss vom 16.08.2012, I ZB 2/12.

7. An wen können sich betroffene Personen wenden und wo gibt es weitere Informationen?

Bei möglichen **Verstößen gegen datenschutzrechtliche Vorschriften** können sich betroffene Personen an das Bayerische Landesamt für Datenschutzaufsicht, Promenade 18, 91522 Ansbach (per E-Mail: poststelle@lda.bayern.de) wenden. Verstöße können u.a. vorliegen, wenn ein Unternehmen einen Werbewiderspruch nicht beachtet, mit den Daten unbefugt umgeht oder keine Auskunft z. B. darüber erteilt, welche Daten über die betroffene Person gespeichert sind und woher die Daten stammen.