



Countdown für den Datenschutzbeauftragten – Prüfung der Kundendaten bis 31.08.2012

Das Zeitfenster schließt sich: Unternehmen, die Kundendaten für Werbezwecke verwenden, sollten ihre Datenbestände noch vor dem 01. September 2012 einer genauen Prüfung unterziehen.

1. Hintergrund

Bereits seit 01. September 2009 dürfen personenbezogene Daten für Werbezwecke im Wesentlichen nur noch verwendet werden, wenn eine ausdrückliche Einwilligung des Betroffenen vorliegt (Opt-in). Für „Altbestände“, d. h. für die zum 01. September 2009 bereits vorhandenen Kundendaten, galt bislang eine Übergangsfrist, die deren Weiternutzung hauptsächlich für postalische Werbemaßnahmen auch ohne dokumentierte Einwilligung ermöglichte. Diese Übergangsfrist endet am **31. August 2012**. Wer seine Datenbestände nicht anpasst, riskiert Abmahnungen und Bußgelder.

2. Welche Datenbestände sind betroffen?

Betroffen sind alle personenbezogenen Daten, die gespeichert, zur **Briefwerbung** oder für **Cold Calls** gegenüber Gewerbetreibenden (B2B) verwendet werden. Je nach Herkunft der Daten ist dabei zu unterscheiden:

- **Daten aus einem eigenen Geschäftsvorgang des Unternehmens (Bestandskundendaten):**

Hierunter fallen alle Daten, die der Werbende im Rahmen einer Vertragsanbahnung oder -durchführung zu diesem Zweck gewonnen hat.

- **Listendaten:**

Listendaten sind Adresslisten mit den folgenden Daten:

- Name, Titel, Anschrift,
- Geburtsjahr,
- Berufs
- Branchen- oder Geschäftsbezeichnung
- Zugehörigkeit zu einer bestimmten Personengruppe (z. B. Steuerberater).

Diese Adresslisten können aus öffentlichen Verzeichnissen oder der Bestandskunden-



erfassung (vgl. oben) entnommen sein.

3. Was ändert sich?

Sowohl Bestandskunden – wie auch Listendaten durften bis zum 01. September 2009 überwiegend auch ohne Einwilligung des Betroffenen erhoben und im Rahmen der Briefwerbung sowie unter engen Voraussetzungen auch für Cold Calls gegenüber Gewerbetreibenden bis zum 31. August 2012 weiter verwendet werden (Opt-out). Für andere Werbemaßnahmen, z. B. Email-Aktionen, gelten dagegen seit längerem deutlich strengere (werberechtliche) Anforderungen.

Mit dem Ablauf der Übergangsfrist zum 31. August 2012 wird nun auch die Weiternutzung dieser „Altdaten“ für briefliche oder telefonische Werbemaßnahmen weiter eingeschränkt:

- **Bestandskundendaten**

In Zukunft ist die Datenspeicherung und deren Verwendung nur noch

- **für eigene Zwecke** des Werbenden und
- mit **ausdrücklicher Einwilligung des Betroffenen**
- unter ausdrücklicher **Belehrung über sein Widerspruchsrecht**

zulässig. Die Einwilligung ist schriftlich zu erteilen oder zumindest schriftlich zu bestätigen.

Soll der Betroffene seine Einwilligung elektronisch erklären, so ist die Einwilligung zu protokollieren. Zudem muss der Inhalt der Einwilligung für den Betroffenen jederzeit abruf- und widerrufbar sein.

- **Listendaten**

Auch in Bezug auf Listendaten bleibt eine Direktwerbung nur für bestimmte Zwecke zulässig, vor allem für

- **eigene Angebote** sowie für
- **berufsbezogene Werbung**.

Erfolgt eine Werbung für **fremde Angebote**, so müssen zusätzlich die ursprüngliche Datenquelle sowie das beworbene Unternehmen klar erkennbar sein. Erforderlich ist in diesem Fall also ein **Herkunftsvermerk** hinsichtlich der verwendeten Personendaten. Dies gilt insbesondere beim Listbroking im sogenannten Lettershop-Verfahren. Auch in diesen Fällen ist der Betroffene außerdem bei jeder Werbeansprache über sein **Widerspruchsrecht zu belehren**.

4. Welche Maßnahmen sind erforderlich – Aufgaben des Datenschutzbeauftragten?

Jedes Unternehmen muss diese Änderung der Gesetzeslage beim Umgang mit seinen Datenbeständen berücksichtigen und umsetzen. Folgende Maßnahmen sind dabei unerlässlich:



- **Prüfung der Datenbestände**

Jedes Unternehmen sollte sorgfältig prüfen, inwieweit seine Datenbestände die vorgenannten Anforderungen erfüllen. Zu jedem Datensatz müssen Informationen zur

- **Datenherkunft**
- **Datenverwendung**
- **dokumentierten Einwilligung** des Betroffenen (bei Bestandskundendaten) vorliegen.

Liegen diese Informationen nicht vor, so sollten die Kundendaten **gelöscht** bzw. zumindest für Werbezwecke **gesperrt** und nicht mehr verwendet werden.

- **Nachholung der Einwilligung**

Fehlt die erforderliche Einwilligung des Betroffenen, so kann diese noch bis 31. August 2012 nachgeholt werden. Dies kann vor allem in Form der **nachträglichen schriftlichen**

Bestätigung erfolgen. Die Bestätigung muss auf

- das datenverarbeitende Unternehmen,
- das Datum der ursprünglichen Einwilligung,
- die erhobenen Daten,
- den Zweck der Datennutzung,
- die möglichen Gruppen von Datenempfängern und
- auf das Recht des Betroffenen hinweisen, der Datenverarbeitung jederzeit widersprechen zu dürfen.

- **Prüfung sonstiger datenschutzrechtlicher Vorgaben**

Angesichts der zunehmenden Sensibilisierung der Kunden und Aufsichtsbehörden im Bereich des Datenschutzes ist es für jedes Unternehmen unerlässlich, die Einhaltung datenschutzrechtlicher Vorgaben sicherzustellen. Im Bereich Marketing zählt hierzu insbesondere die

- Einholung rechtswirksamer Einwilligungserklärungen in Werbemaßnahmen,
- rechtswirksame Belehrung über das Widerspruchsrecht sowie
- rechtskonforme Herkunftshinweise bei der Datenverwendung.

Aber auch andere datenschutzrechtliche Pflichten, wie etwa die ordnungsgemäße

Auftragsdatenverwaltung, sollten nicht außer Acht gelassen werden.

5. Risiken und Sanktionen

Verstöße gegen das BDSG können von den Aufsichtsbehörden mit Löschanordnungen und Geldbußen von bis zu 50.000 EUR geahndet werden. In besonders schweren Fällen kann sich das Bußgeld auf bis zu 300.000 EUR erhöhen. Ein solcher Fall liegt etwa vor, wenn Daten trotz eines Widerspruchs des Betroffenen weiterhin für Werbezwecke genutzt werden.

Da die Aufsichtsbehörden auch auf Kundenbeschwerden tätig werden, sollte das Risiko einer Überprüfung nicht unterschätzt werden.



6. Fazit und Ausblick

Die gesetzlichen Neuerungen sind gerade für die **betrieblichen Datenschutzbeauftragten** relevant. Sie haben auf die Einhaltung des Datenschutzes im Unternehmen hinzuwirken.

Dabei ist jedes Unternehmen grundsätzlich verpflichtet, einen Datenschutzbeauftragten zu bestellen, wenn in der Regel mehr als neun Personen mit der automatisierten Verarbeitung personenbezogener Daten beschäftigt sind. Diese Mindestzahl gilt nicht, wenn das Unternehmen – wie oft bei Werbedienstleistern – personenbezogene Daten zu Zwecken der Markt- und Meinungsforschung automatisiert verarbeiten.

Der Datenschutzbeauftragte muss über das gesetzlich erforderliche Maß an Fachkunde und persönlicher Zuverlässigkeit verfügen, um seine Aufgaben erfüllen zu können. Das Maß an erforderlicher Sachkunde bestimmt sich nach dem Umfang der Datenverarbeitung und dem Schutzbedarf der personenbezogenen Daten. Um den gesetzlichen Anforderungen zu genügen, ist es auch zulässig, einen **externen Dienstleister zum Datenschutzbeauftragten** zu bestellen. Wird kein Datenschutzbeauftragter bestellt, drohen dem Unternehmen empfindliche Sanktionen.

Die Datenschutzexperten von Sonntag & Partner analysieren gerne, ob Ihre Datensätze schon den neuen Anforderungen entsprechen und unterstützen Sie dabei, Ihre Daten für die künftige Verwendung zu retten. Ebenso übernehmen wir als externe Datenschutzbeauftragte die Aufgabe, den Herausforderungen des Informations- und Werberechts für Ihr Unternehmen zu begegnen. Sprechen Sie uns an!

Ihre Ansprechpartner:



Birgit Maneth
Rechtsanwältin, LL.M.,
Fachanwältin für gewerblichen Rechtsschutz,
Fachanwältin für IT-Recht
maneth@sonntag-partner.de
Tel.: + 49 821 57058 - 0
Fax: + 49 821 57058 - 153



Martin Bachmann
Rechtsanwalt, Fachanwalt für
gewerblichen Rechtsschutz,
Fachanwalt für IT-Recht
bachmann@sonntag-partner.de
Tel.: + 49 821 57058 - 0
Fax: + 49 821 57058 - 153



Bernd Suchomski
Rechtsanwalt, LL.M.
suchomski@sonntag-partner.de
Tel.: + 49 821 57058 - 0
Fax: + 49 821 57058 - 153

Für Rückfragen zum Inhalt dieser Fachnachrichten in unserem Hause sowie für eine unverbindliche Kontaktaufnahme stehen wir Ihnen jederzeit gerne zur Verfügung.

Sonntag & Partner

Sonntag & Partner ist eine unabhängige multidisziplinäre Partnerschaft von Wirtschaftsprüfern, Steuerberatern und Rechtsanwälten mit Büros in Augsburg und München. Mit derzeit mehr als 200 Partnern und Mitarbeitern bieten wir Ihnen eine fachübergreifende und auf Ihre individuellen Bedürfnisse zugeschnittene Beratung und Vertretung Ihrer Interessen, sowohl deutschlandweit als auch im internationalen Kontext.

Unser Dienstleistungsangebot in den Bereichen Family Office, Vermögensbetreuung und weiteren speziellen Beratungsfeldern rundet unser Kanzleiprofil ab.

Abschließende Hinweise

Weitere Informationen über unsere Kanzlei und unser Beratungsangebot finden Sie unter www.sonntag-partner.de