

Datenschutz im Adresshandel

Datenschutz ist im Adresshandel ein besonders sensibles Thema. Umso wichtiger sind Transparenz auf der Seite der Adresshändler und ein Grundverständnis der Rechtslage auf der Seite des Kunden, der Adressen kaufen möchte. Erfahren Sie, welche Gesetze neben der DSGVO eine Rolle spielen, und welche Schlupflöcher Sie nutzen können. Bitte beachten Sie, dass dieser Text eine professionelle Rechtsberatung durch einen Anwalt für Datenschutzrecht nicht ersetzen kann.

Schreckgespenst Datenhandel

Datenhandel ist in den Köpfen der Menschen zumeist mit negativen Eigenschaften verbunden. Man denkt sofort an Facebook, Google und Co., die massenhaft Daten speichern, um diese für Werbezwecke zu nutzen.

In Europa wurde die DSGVO geschaffen, um dieser blinden Datensammelwut etwas Einhalt zu gebieten. Wirklich viel passiert ist aus Sicht der Datensicherheit seither nicht. Stattdessen nerven Cookie-Hinweise, die ohne viel Nachdenken weggeklickt werden, und viele Unternehmen sowie Schulen und weitere Einrichtungen haben im Alltag mit Datenschutzthemen zu kämpfen, obwohl sie zuvor nie relevante Datenmengen gespeichert haben.

Wie kann Datenhandel überhaupt erlaubt sein, wenn im Gegenzug dazu jeder Lehrer Strafen fürchten muss, sobald sein privat und beruflich genutzter Laptop eine Sicherheitslücke aufweist?

DSGVO, BDSG und UWG

Um zu verstehen, welche Möglichkeiten im Adresshandel nach wie vor bestehen, ist es wichtig, sich zunächst einen Überblick zu verschaffen, welche Gesetze die Grundlage für den Adresshandel bilden.

Das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) und das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) haben bereits vor der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) den Umgang mit Daten und Werbeeinwilligungen geregelt.

Nach wie vor ist das UWG heranzuziehen, wenn es um Werbeeinwilligungen geht. Im Paragraph 7 wird spezifiziert, für welche Werbeformen Werbeeinwilligungen vorzuliegen haben – sowohl für Privatadressen als auch für Firmenadressen.

Demgegenüber regelt die DSGVO die grundsätzliche Speicherung und Verarbeitung von personenbezogenen Daten. Personenbezogene Daten sind Daten von Privatpersonen, aber auch von Firmen, die keine juristischen Personen sind. Personenbezogene Daten von juristischen Personen (z.B. AGs, GmbHs, Vereine etc.) sind hingegen ausdrücklich nicht durch die DSGVO geschützt.

Schlupflöcher in der DSGVO

Die DSGVO möchte Transparenz für den Verbraucher schaffen. Im Idealfall sollte jede Person zu jeder Zeit bewusst in jegliche Form der Datenspeicherung und -verarbeitung einwilligen. Das würde die gesamte Werbeindustrie auf einen Schlag lahmlegen und deswegen gibt es in der DSGVO Passagen, die die Verwendung personenbezogener Daten ohne ausdrückliche Zustimmung mutmaßlich erlauben.

Da es noch kein Grundsatzurteil in diesem Zusammenhang gibt, basieren die folgenden Ausführungen auf Annahmen und Auslegungen verschiedener Adresshändler.

Zunächst ist der Erwägungsgrund 47 zu betrachten. Hier wird Direktmarketing als berechtigtes Interesse bezeichnet. Das gewinnt an Relevanz, wenn man sich den Artikel 6 der DSGVO anschaut.

Dieser schreibt eigentlich eine Einwilligung des Betroffenen für die Verarbeitung seiner personenbezogenen Daten vor. Laut Absatz f desselben Artikels kann aber ein berechtigtes Interesse das schützenswerte Interesse des Betroffenen aushebeln.

Hierzu empfehlen wir eine schriftliche Interessenabwägung vorzunehmen, die darlegt, weshalb Ihr Interesse Werbung zu machen den Schutz des Betroffenen überwiegt. Gründe können z.B. ein wirtschaftliches Wachstum oder das grundsätzliche Fortbestehen des Unternehmens sein.

Der Artikel 9 Absatz 2 e) der DSGVO liefert zudem ein weiteres Argument. Er erlaubt die Verarbeitung von durch den Betroffenen öffentlich gemachten Daten. Wenn Sie beim Kauf von Adressen darauf achten, dass der Händler nur veröffentlichtes Material anbietet, könnte dieser Artikel hilfreich sein.

Wann benötige ich eine Werbeeinwilligung?

Eine Werbeeinwilligung benötigen Sie für viele Formen des Direktmarketings. Für E-Mail-Werbung gilt sowohl im B2B-Bereich als auch im Privatkundenbereich, dass eine Werbeeinwilligung vorzuliegen hat.

Andernfalls riskieren Sie eine Abmahnung und das kann teuer werden, denn diese werden von Anwälten versendet, die sich ihre Arbeit bezahlen lassen. Mehrere hundert Euro pro anwaltlicher Abmahnung sind keine Seltenheit.

Für Telefonwerbung an Privatpersonen gilt das Gleiche. Telefonwerbung an Firmen wird im UWG auch ohne Werbeeinwilligung gewährt, wenn ein mutmaßliches Einverständnis vorliegt. Von werbenden Unternehmen wird das meist großzügig ausgelegt, weil Telefonwerbung die quotenstärkste Form des Marketings ist.

Vor Gericht wurde das in der Vergangenheit hingegen sehr eng ausgelegt und zu Gunsten des Betroffenen bzw. gegen das werbende Unternehmen entschieden.

Postalische Werbung an Privatpersonen und Firmen ist hingegen auch ohne vorherige Werbeeinwilligung der Betroffenen erlaubt. Diese Art der Kontaktaufnahme eignet sich also bestens zur Werbung potenzieller Neukunden.

Wie kann ich gekaufte Adressen sicher einsetzen?

Wenn Sie auf Nummer sicher gehen wollen und weder mit der DSGVO noch dem UWG in einen möglichen Konflikt geraten möchten, sollten Sie Adressen von Firmen kaufen, deren Rechtsform eine juristische Person ist.

Diese sollten Sie dann ausschließlich für postalische Werbung einsetzen. Zudem müssen Sie im Anschreiben die Adressquelle nennen (dafür bietet sich die Fußzeile an) und eine Möglichkeit zur Abmeldung von weiteren Aktionen bieten.