

# Neue Grundsätze

Wie können und dürfen Unternehmen mit gekauften Adressen künftig umgehen und sie nutzen? Ein Blick auf die praktischen Folgen.



Foto: Telefonica

Das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) regelt künftig neu, wie Unternehmen mit Adressen und damit bei der Neukundengewinnung arbeiten müssen. Ein überarbeiteter Entwurf von Ende Oktober liegt vor. Die einschneidendste Maßnahme für den Bereich des gewerblichen Adresshandels ist dabei der Wegfall des so genannten Listenprivilegs: Der Gesetzesentwurf zum neuen BDSG sieht vor, dass das Listenprivileg (Paragraph 28 Abs.3 S.1 Nr.3 BDSG) wegfällt. Die bisherige Vorschrift wird dabei zwar nicht ersatzlos gestrichen, inhaltlich jedoch stark begrenzt.

## Schutzwürdige Interessen

Sollen personenbezogene Daten für Zwecke des Adresshandels, der Werbung oder der Markt- oder Meinungsforschung verarbeitet oder genutzt werden, ist künftig anzunehmen, dass das schutzwürdige Interesse des Betroffenen am Ausschluss der Verarbeitung oder Nutzung überwiegt, es sei denn, dass

1. eine Verarbeitung oder Nutzung ausschließlich für Zwecke der Werbung für eigene Angebote oder der eigenen Markt- oder Meinungsforschung der verantwortlichen Stelle erfolgen soll, die die Daten beim Betroffenen nach erhoben hat (Paragraph 28 Abs. 1 Satz 1 Nr. 1) oder

2. der Betroffene in die Verarbeitung oder Nutzung eingewilligt hat, „oder

3. eine Verarbeitung oder Nutzung für Zwecke der Spendenwerbung einer verantwortlichen Stelle, die ausschließlich und unmittelbar steuerbegünstigte Zwecke verfolgt, erfolgen soll und wenn es sich um listenmä-

ßig oder sonst zusammengefasste Daten über Angehörige einer Personengruppe handelt, die sich auf eine Angabe über die Zugehörigkeit des Betroffenen zu dieser Personengruppe, Berufs-, Branchen oder Geschäftsbezeichnung, Namen, Titel, akademische Grade, Anschrift und Geburtsjahr beschränken.“

Dies bedeutet in der Praxis, dass die Verarbeitung oder Nutzung von Adressdaten für Zwecke der Werbung oder der Markt-

## STICHWORT LISTENPRIVILEG

*Bislang war im Bundesdatenschutzgesetz geregelt, dass private Stellen, also Unternehmen, Datensammlungen über den festgelegten Zweck, über den der Kunde gemäß BDSG zu informieren ist, hinaus für Zwecke der Werbung und Marktforschung weitergeben und nutzen dürfen, soweit kein schutzwürdiges Interesse des Betroffenen zu vermuten ist. Bislang konnten Daten also auch nachträglich zu Werbe- und Marktforschungszwecken genutzt werden, ohne dass der betroffene Kunden dem zustimmen musste, da nur in Ausnahmefällen ein schutzwürdiges Interesse vermutet wurde. Künftig soll es genau umgekehrt sein: Es gilt, dass grundsätzlich das schutzwürdige Interesse des Betroffenen am Ausschluss der Verarbeitung oder Nutzung überwiegt – außer in bestimmten Ausnahmen, etwa wenn der Betroffene dem selbst zugestimmt hat.*

**Susanne Feldt**

und Meinungsforschung zukünftig grundsätzlich nur noch für eigene Zwecke erlaubt ist. Eine Weitergabe von Adressdaten in diesem Bereich ist somit nur noch dann möglich, wenn eine Einwilligung vorliegt oder eine Verarbeitung und Nutzung für Zwecke der Spendenwerbung erfolgt. Der Wegfall des Listenprivilegs wird weitreichende Änderungen nach sich ziehen – zumal die Neuregelung auch Altbestände erfasst, wenn auch mit einer einjährigen Übergangsfrist.

Die Verarbeitung und Nutzung für Zwecke der Spendenwerbung ist neu, welche Konsequenzen sich hieraus ergeben, ist noch unklar.

Die grundsätzliche Regelung des BDSG für datenschutzrechtliche Einwilligungen bleibt bestehen. Hinzu tritt jedoch eine Verschärfung für die Fälle, in denen der Verbraucher seine Einwilligung für Zwecke der Werbung oder der Markt- und Meinungsforschung gibt. In diesen speziellen Fällen ist eine Einwilligung zukünftig nur noch dann erlaubt, wenn sie gesondert von anderen Erklärungen und ausdrücklich abgegeben wird. Diese Regelung stellt eine Verschärfung der bisherigen Rechtslage dar.

## Koppelungsverbot bei Marktbeherrschung

Marktbeherrschende Unternehmen dürfen den Abschluss eines Vertrages nicht von einer Einwilligung des Betroffenen abhängig machen, wenn dieser keine anderweitige Möglichkeit hat, an die begehrte Leistung zu gelangen. Das Gesetz statuiert also kein generelles Koppelungsverbot, sondern begrenzt

es auf die Fälle, in denen der Anbieter über ein Monopol oder Oligopol verfügt. Durch die Einführung dieser Vorschrift wird ein langer Streit entschieden, denn die Neuregelung orientiert sich an den bereits existierenden bereichsspezifischen Koppelungsverboten (Paragrafen 95 Abs. 5 TKG und 12 Abs. 3 TMG.) Aufgrund der Begrenzung des Verbots auf marktbeherrschende Unternehmen ergibt sich in der Praxis wohl kaum eine Veränderung.

## Kündigungsschutz für Datenschutzbeauftragte

Neu im Bundesdatenschutzgesetz eingeführt werden soll eventuell, dass der betriebliche Datenschutzbeauftragte während seiner Tätigkeit und auch noch ein Jahr nach Abberufung als Datenschutzbeauftragter nicht ordentlich gekündigt werden kann. Die außerordentliche Kündigung bleibt hiervon unberührt. Der betriebliche Datenschutzbeauftragte soll damit arbeitsrechtlich noch besser vor etwaigen Einflussnahmen durch den Arbeitgeber geschützt werden.

Die Folge: Aufgrund des einjährigen Kündigungsschutzes auch noch nach Abberufung könnte der betriebliche Datenschutzbeauftragte für den Arbeitgeber betriebswirtschaftlich zunehmend uninteressanter werden – im Gegensatz zum externen Datenschutzbeauftragten, der durch die neue Regelung wesentlich an Attraktivität gewönne, da für diesen nicht der arbeitsrechtliche Kündigungsschutz greift. Allerdings ist diese Regelung noch nicht ein Stein gemeißelt, denn es kann sein, dass sie noch endgültig gestrichen wird.

## Neue Informationspflichten

Unternehmen sollen künftig verpflichtet werden (Paragraph 44a), behördliche Stellen zu informieren, wenn sie feststellen, dass Teile der bei ihnen gespeicherten personenbezogenen Daten unrechtmäßig an Dritte weitergegeben wurden. Die Norm sieht zwar grundsätzlich eine unverzügliche Vorlagepflicht vor, beinhaltet jedoch zahlreiche Ausnahmen.

Zum Beispiel kann ein Unternehmer die Benachrichtigung dann hinausschieben, wenn zunächst angemessene Maßnahmen zur Sicherung der Daten ergriffen werden müssen und die Strafverfolgung nicht mehr gefährdet ist. Ist eine Benachrichtigung auf-

## DDV UND BVH ZUM DATENSCHUTZAUDIT

*Der Deutsche Dialogmarketing-Verband (DDV) und der Bundesverband des Versandhandels (Bvh) haben der Politik einen eigenen Entwurf für den künftigen Umgang mit Kundendaten vorgelegt. Der Vorschlag von DDV und Bvh sieht vor, eine so genannte Auditooption einzuführen: Unternehmen, die sich freiwillig einem Datenschutzaudit unterziehen, sollen auch in Zukunft weiter gemietete oder gekaufte Fremdadressen nutzen dürfen, auch ohne formale Einwilligung der betroffenen Verbraucher. „Wir begrüßen die Forderung eines Datenschutzaudits seitens der Politik und unterstützen auch den Vorschlag eines Datenschutzauditgesetzes. Hierin sehen wir ein geeignetes Instrument, illegale Datenverwendung zu un-*

*terbinden und Maßnahmen gegen Vollzugsdefizite zu ergreifen“, erklärt DDV-Vizepräsident Patrick Tapp. Zusätzliche Verbote sind aus Sicht des DDV aber ungeeignet, um den Datenmissbrauch einzudämmen. Für Unternehmen, die sich dem Datenschutzaudit nicht unterziehen, sollte es nach dem Willen der Verbände nur noch wenige Ausnahmen zum Verbot von Fremddaten geben. Eine Ausnahme soll für die Nutzung von Daten durch Unternehmen greifen, die diese für die eigene Ansprache der Betroffenen verwenden und mit Kenntnis des Betroffenen gespeichert haben. Zudem solle die B2B-Kundenansprache im Geschäftsverkehr generell ausgenommen werden.*

**Susanne Feldt**

grund der Vielzahl der Fälle nicht mehr möglich, so muss der Unternehmer die allgemeine Öffentlichkeit durch Anzeigen informieren. Das Gesetz verlangt hier, dass die Anzeige mindestens eine halbe Druckseite umfasst und parallel in zwei bundesweit erscheinenden Tageszeitungen publiziert wird.

Diese Regelung scheint auf den ersten Blick erhebliche Nachteile für den Unternehmer festzulegen. Bei näherer Betrachtung fällt jedoch auf, dass die Vorschrift zahlreiche Auslegungs- und Ermessensspielräume beinhaltet, die gewährleisten, dass der Unternehmer in der Praxis nicht unverhältnismäßig eingeschränkt wird. Dabei ist besonders hervorzuheben, dass ein Verstoß gegen die Informationspflicht grundsätzlich keine rechtlichen Sanktionen nach sich zieht.

Der Gesetzentwurf sieht darüber hinaus die Einführung eines unverbindlichen Datenschutzaudits vor. Hierfür wird ein eigenes Gesetz, nämlich das so genannte Datenschutzauditgesetz, erlassen. Damit könnten Unternehmen ihre Datenverarbeitungsanlagen überprüfen und zertifizieren lassen. Es handelt sich hierbei aber um eine unverbindliche Regelung (siehe Kasten).

## Erhöhte Bußgelder

Der Gesetzesentwurf sieht eine Erhöhung des Bußgeldrahmens vor. Und zwar von bisher 25.000 Euro auf 50.000 Euro beziehungsweise von bisher 250.000 Euro auf 300.000 Euro. Nicht neu ist die Regelung, dass diese Bußgelder durchaus überschritten

werden können, wenn sie nicht ausreichen, den wirtschaftlichen Vorteil, den der Täter aus der Ordnungswidrigkeit gezogen hat, abzugreifen. Das Überschreiten des Bußgeldrahmens bei Abschöpfung des wirtschaftlichen Vorteils ist keine Besonderheit des Datenschutzrechts, sondern findet sich vielmehr auch in anderen Bereichen des Verwaltungsrechts wieder, so etwa im Telekommunikations- oder im Kartellrecht.

Neu ist hingegen, dass auch die Nutzung rechtswidrig erhobener personenbezogener Daten eine Ordnungswidrigkeit darstellt. Bislang war in diesen Fällen nur die Erhebung oder Verarbeitung sanktioniert. Neben dem Wegfall des Listenprivilegs dürfte dies für den Bereich des Adresshandels die wichtigste Änderung sein. Bislang konnte der Adresshändler im Zweifelsfall die Verantwortung stets auf die Drittfirma verlagern, die die Adressdaten erhoben hatte. Aber: Die Verhängung einer Geldbuße setzt auch künftig voraus, dass die Behörde dem Unternehmen nachweisen kann, dass es bei der Nutzung der Daten von der Rechtswidrigkeit Kenntnis hatte. Diese Kenntnis wird in der Praxis nur schwer zu beweisen sein.

**Martin Bahr**



Dr. Martin Bahr ist Rechtsanwalt und auf TK-Fragen spezialisiert.

E-Mail: bahr@dr-bahr.com