

**Interessantes zu Datenschutz und Informationssicherheit präsentiert von UIMC und UIMCert**

## Ist die Visitenkarte auf dem Messestand eine ausreichende Einwilligung für Werbemails?

*Für viele Unternehmen ist dies Alltagsgeschäft: Auf Messeständen werden Visitenkarten entgegen genommen, um dem Interessenten danach weitere Informationen zukommen zu lassen. Hierbei werden datenschutzrechtliche Aspekte zugunsten der Verkaufsmotivation meist nachrangig betrachtet. Doch wie sieht das tatsächlich aus: Ist Werbepost tatsächlich nur auf Basis einer schriftlichen Einwilligung möglich? Ist die Übergabe einer Visitenkarte hierbei ausreichend? Die UIMC klärt auf.*

Die werbliche Nutzung von personenbezogenen Daten ist in § 28 Absatz 3 BDSG geregelt: „Die Verarbeitung oder Nutzung personenbezogener Daten für Zwecke [...] der Werbung ist zulässig, soweit der Betroffene eingewilligt hat [...]“. Eine Visitenkarte ist jedoch keine schriftliche Einwilligungserklärung. Des Weiteren kommt das sog. „Listenprivileg“ in Betracht, wonach die Daten „[...] für Zwecke der Werbung im Hinblick auf die berufliche Tätigkeit des Betroffenen und unter seiner beruflichen Anschrift“ erforderlich ist (§ 28 Absatz 3 Satz 2 Nr. 2 BDSG).

Da Visitenkarten meist im Geschäftsumfeld übergeben werden, kann also jedem Interessenten Werbung zugesandt werden, sofern sich die auf die Geschäftstätigkeit des Empfängers bezieht. So kann beispielsweise eine Versicherung einen IT-Leiter über Serverausfall-Versicherungen informieren, nicht jedoch über eine Lebensversicherung. Ferner ist der Betroffene stets über sein Widerspruchsrecht zu informieren.

Doch bezieht sich dies nur auf die postalische Werbung. Bei E-Mailings ist die Frage der Zulässigkeit anders zu bewerten. So ist in diesem Fall auch das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) anzuwenden. Gemäß § 7 Absatz 3 UWG ist die E-Mail-Werbung nur zulässig, wenn

1. ein Unternehmer im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung von dem Kunden dessen elektronische Postadresse erhalten hat,
2. der Unternehmer die Adresse zur Direktwerbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen verwendet,
3. der Kunde der Verwendung nicht widersprochen hat und
4. der Kunde bei Erhebung der Adresse und bei jeder Verwendung klar und deutlich darauf hingewiesen wird, dass er der Verwendung jederzeit widersprechen kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

Problematisch erscheint primär die 4. Anforderung, dass schon bei der Datenerhebung – also bei Übergabe der Visitenkarte – der Betroffene „klar und deutlich“ darauf hinzuweisen ist, dass seine Kontaktdaten auch für werbliche Zwecke genutzt werden und er dem jederzeit widersprechen kann. Dies scheint in der Praxis aber oftmals problematisch.

Somit scheint folgendes Vorgehen pragmatisch: Die Widerspruchs- und Zweck-Information kann im Rahmen eines ohnehin geplanten Schreibens bzw. E-Mailings gegeben werden, wie beispielsweise dem Versand der angeforderten Informationsmaterialien. Diese Vorgehensweise ist zwar nicht vollkommen rechtskonform (da diese Information nicht „bei Erhebung“ der Daten stattfindet), aber durchaus praxistauglich, sofern es sich um einen geschäftlichen Kontakt handelt (B2B).

## Schon gewusst?

Eine Einwilligung in die Zusendung eines Newsletters sollte durch ein Double-Opt-In-Verfahren sichergestellt werden. Auch wenn dies nicht explizit per Gesetz (bspw. im UWG) geregelt ist, so ist die Rechtsprechung diesbezüglich eindeutig. So gehen die Gerichte davon aus, dass durch die Verwendung des Single-Opt-in-Verfahrens (bei dem eine Bestätigung der auf die Anmeldung versandten Begrüßungs-E-Mail nicht erfolgen muss, damit die betreffende E-Mail-Adresse für den Empfang „aktiviert“ wird) nicht ausreichend verhindert werden kann, dass die betreffende E-Mail-Adresse ohne Einverständnis des Empfängers verwendet wird.

## Fragen Sie Ihren Datenschutzbeauftragten

## Noch Fragen?

Treten Sie mit uns in einen Dialog ein!

Interessantes zu Datenschutz und Informationssicherheit präsentiert von UIMC und UIMCert

### Anforderungen an eine Einwilligung

Um personenbezogene Daten rechtskonform verarbeiten zu dürfen, bedarf es regelmäßig der Einwilligung des Betroffenen. Klassische Beispiele sind hier die Veröffentlichung von Fotos oder die Nutzung der Daten für werbliche Zwecke. Nachfolgend stellen wir Ihnen die Anforderungen an eine Einwilligung dar:

- » Die Einwilligung muss auf einer **freien Entscheidung** beruhen.
- » Soll die Einwilligung zusammen mit anderen Erklärungen schriftlich erteilt werden, ist diese **drucktechnisch besonders hervorzuheben**.
- » Der Betroffene ist bei der Einwilligung auf
  - den vorgesehenen **Zweck** der Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung und
  - (soweit nach den Umständen des Einzelfalls erforderlich oder auf Verlangen) auf die **Folgen der Verweigerung** der Einwilligung hinzuweisen.
- » Die Einwilligung bedarf der **Schriftform**, soweit nicht wegen besonderer Umstände eine andere Form angemessen ist. In diesem Falle muss dem

Betroffenen die Einwilligung schriftlich bestätigt werden.

- » Der Betroffene kann die Einwilligung jederzeit **widerrufen**. Auf diesen Tatbestand ist er hinzuweisen.
- » Eine **mündliche Einwilligung** ist schriftlich zu bestätigen.
- » Die Einwilligung kann auch **elektronisch** erklärt werden, wenn sicherstellt ist, dass
  - der Nutzer seine Einwilligung bewusst und eindeutig erteilt hat;
  - die Einwilligung protokolliert wird;
  - der Nutzer den Inhalt der Einwilligung jederzeit abrufen kann und
  - der Nutzer die Einwilligung jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widerrufen kann.

Mehr Tipps finden Sie in der nächsten Ausgabe vom UIMCCommunication-Info-Brief oder erfahren Sie bei Ihrem Ansprechpartner!

**Wünschen Sie sich Tipps oder Wissenswertes zu einem bestimmten Thema?** Dann schicken Sie uns eine Mail an [communication@uimc.de](mailto:communication@uimc.de).

## Save the Date: Informationstage 2015

Die Informationstage der UIMC und UIMCert findet im Maternushaus in Köln (Raum Ursula) statt. Hier können Sie sich über die Neuerungen informieren und über die Konsequenzen aufklären lassen.

Nutzen Sie unsere Informationstage auch für fachliche Gespräche in angenehmer Atmosphäre. Selbstverständlich haben wir für Sie ist, dass wir mit Ihnen ein kostenloses Beratungsgespräch führen und Sie als Gäste bewirten werden.

**kostenfreier Eintritt** (gilt nicht für die DAFTA)

**gratis Guideline „Internationaler Datentransfer“**

**Gewinnspiel mit attraktiven Preisen** („UIMChance-Rubbellos“)

**Köln, 18. und 19. November 2015**

Mehr unter [Termine.UIMC.de](http://Termine.UIMC.de)

Bitte senden Sie mir neben den angekreuzten Themen weitere Informationen zu:

Ist die Visitenkarte auf dem Messestand eine ausreichende Einwilligung für Werbemails?

Double Opt In bei der Bestellung von Newslettern

**Unser Tipp:** Bitte senden Sie mir zukünftig den UIMCCommunication-Info-Brief und regelmäßig weitere interessante Informationen per E-Mail zu!

E-Mail: \_\_\_\_\_ Unterschrift: \_\_\_\_\_

per Fax an (0202) 265 74 - 19 oder formlos per Mail an [communication@uimc.de](mailto:communication@uimc.de)

