



DSGVO - Sonder- Information zur Weihnachtszeit



Es ist jedes Jahr das Gleiche.... Weihnachten kommt plötzlich, unerwartet und oft irgendwie unpassend...

Zum Ende des Jahres werden gerne Weihnachtsgrüße an geschäftliche Partner und Geschäftsfreunde verschickt. Dies erfolgt dabei teils postalisch oder teils per E-Mail. Bei letzterem empfiehlt es sich, einen gewissen Grad an Sorgfalt walten zu lassen.

Es stellt sich die Frage, ist dies vor dem Hintergrund der seit Mai 2018 geltenden EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) erlaubt? Und wie verhält man sich datenschutzrechtlich korrekt. Dazu haben wir Ihnen einige Informationen zusammengestellt, die Ihnen helfen sollen das Handling mit Weihnachtsgrußkarten auf datenschutztechnisch „saubere Füße“ zu stellen.

Bis vor kurzem war die Fragestellung auch aufsichtsrechtlich noch ungeklärt. Gerade aktuell (11/2018), also rechtzeitig zum Weihnachtsgeschäft, ist allerdings eine sog. Orientierungshilfe der Datenschutzkonferenz (DSK) zur Verarbeitung von personenbezogenen Daten für Zwecke der Direktwerbung unter Geltung der DSGVO erschienen.

Die DSK ist ein Gremium der Landes- und des Bundes-Datenschutzbeauftragten, das regelmäßig zusammentritt, um unter anderem allgemeingültige Aussagen zur Auslegung des Datenschutzes zu treffen. Dieses Dokument unterstützt die folgenden datenschutztechnischen Aussagen.

Rechtliche Einordnung – Definition Werbung

Zunächst ist zu beachten, dass Weihnachts- und Geburtstagsmailings, aber auch Zufriedenheitsnachfragen juristisch als Werbung gelten.

Danach ist Werbung „jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, zu fördern“. (EU-Richtlinie 2006/114/EG über irreführende und vergleichende Werbung)

Was fordern die Datenschutzregeln?

Da mit der DSGVO alle detaillierten Regelungen des bisherigen Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) zur Verarbeitung personenbezogener Daten für Zwecke der Direktwerbung weggefallen sind, bedeutet dies, dass aus datenschutzrechtlicher Sicht die Grundlage für die Beurteilung der Zulässigkeit einer Verarbeitung personenbezogener Daten für Zwecke der Direktwerbung in der DSGVO, abgesehen von einer Einwilligung der betroffenen Person, eine Interessenabwägung nach Art. 6 Abs. 1 Satz 1 lit. f DSGVO erfordert.

Danach muss die Verarbeitung zur Wahrung der berechtigten Interessen des Verantwortlichen erforderlich sein, sofern nicht die Interessen der betroffenen Person überwiegen.

Anhaltspunkte für die zu treffende Abwägungsentscheidung enthält Erwägungsgrund (ErwGr.) 47 DSGVO, der u. a. ausführt: „Die Verarbeitung personenbezogener Daten



DSGVO - Sonder- Information zur Weihnachtszeit



zum Zwecke der Direktwerbung kann als eine einem berechtigten Interesse dienende Verarbeitung betrachtet werden.“

Was bedeutet das konkret?

Diese doch recht schwammigen Aussagen helfen bei der Ermittlung des berechtigten Interesses des Unternehmens/Verantwortlichen an E-Mail-Werbung nur bedingt weiter.

Abhilfe schafft an dieser Stelle jedoch Art. 95 DSGVO. Danach gilt der § 7 Abs. 3 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) als „besondere Regelung“ aus der ePrivacy-Richtlinie (Art. 13 2002/58/EG) auch weiterhin.

Der Vollständigkeit halber ist allerdings an dieser Stelle zu erwähnen, dass die Ansicht und die Auslegung der DSK den Status der deutschen Datenschutzbehörden wiedergibt. Das ist an dieser Stelle verlässlich und ein Leitfaden an den man sich zu halten hat.

Da die DSGVO ein europäisches Konstrukt ist, ist es allerdings in Einzelfällen nicht auszuschließen, dass solche nationalen Aussagen im Falle von gerichtlichen Verfahren zu einem späteren Zeitpunkt durch den Europäische Gerichtshof (EuGH) höchstrichterlich verworfen bzw. in Teilen anders entschieden werden.

Aktuell bedeutet das nun konkret: § 7 Abs. 3 UWG bleibt auch unter der DSGVO erhalten, mit der Folge, dass Newsletter-Werbung im Rahmen bestehender Kundenverhältnisse weiterhin ohne Einwilligung möglich sein wird.

Aber.... Achtung:

Art. 21 DSGVO verlangt – ebenso wie § 7 Abs. 3 UWG – ausdrücklich, dass die „beworbene“ Person im Falle der Direktwerbung darauf hinzuweisen ist, dass sie das Recht hat jederzeit die Möglichkeit der Einlegung eines Widerspruchs, gegen die Verarbeitung sie betreffender personenbezogener Daten, wahrzunehmen.

Aus Gründen der Nachweisbarkeit empfiehlt es sich zwingend, den Hinweis auf das Widerspruchsrecht bei jeder Werbesendung anzubringen.

Solch ein Hinweis könnte exemplarisch lauten:

„Wir informieren Sie hiermit über Ihre berechtigten Interessen, dass Sie jederzeit mit Wirkung für die Zukunft der Verarbeitung Ihrer personenbezogenen Daten widersprechen können, sofern dem nicht gesetzliche rechtliche Gegebenheiten entgegenstehen. Den Widerspruch können Sie jederzeit richten an: (hier: Angabe der Email-Adresse, wohin sich Ihr Kunde im Falle eines Widerspruchs wenden soll.)“

In der Konsequenz heißt das für die Praxis:

Die Kunden, mit denen Sie bereits Kontakt haben (Bestandskunden) können Sie ohne deren Einwilligung Werbung, insbesondere „Grußkarten“, zukommen lassen.

Für Neuakquisitionen bzw. für Interessenten empfiehlt es sich vorher eine Einwilligung für Werbeaktivitäten einzuholen.



DSGVO - Sonder- Information zur Weihnachtszeit



Hinweise zu den Versandarten:

Eigener postalischer Versand:

Diese Versandart ist datenschutztechnisch die unbedenklichste Form der Versendung.

Email-Versand:

Beabsichtigen Sie eine E-Mail an mehrere Empfänger gleichermaßen zu verschicken, achten Sie bitte unbedingt auf die Nutzung des Feldes „bcc“. (Blindkopie)

Es darf keinesfalls sein, dass alle Empfänger-Adressen durch die Nutzung der Versendung „An“ oder „cc“ (einfache Kopie) für alle sichtbar sind und alle Email-Adressen der Empfänger (personenbezogene Daten) für alle öffentlich sind.

Dies wäre nicht nur unschön und unprofessionell, sondern kann auch ein Bußgeld auslösen.

Weitere Versandarten:

Geben Sie die Versanddaten (z.B. die Adressdaten der Betroffenen) an eine Werbeagentur und/oder Druckerei zur zentralen Abwicklung und zum dortigen Versand der Grußkarten an Ihre Kunden, dann müssen Ihre Kunden im Vorhinein in die Datenweiterleitung eingewilligt haben und Sie haben mit der Druckerei und/oder Agentur einen Vertrag zur Auftragsverarbeitung zu schließen, der die datenschutztechnisch korrekte Vorgehensweise der Verarbeitung personenbezogener Daten Ihrer Kunden vereinbart.

Diese Ausarbeitung wurde in Zusammenarbeit erstellt von:

Dr. Dennis Groh, LL.M.
Rechtsanwalt / Attorney-at-Law
Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz/
Certified Specialist in Intellectual Property Law
Master of Laws (Gewerblicher Rechtsschutz)

Frank Nigbur, Dipl.-Kaufmann (Univ.)
Projektleitung
Datenschutzbeauftragter – TÜV-zertifiziert
Datenschutzauditor – TÜV zertifiziert



Leinen & Derichs Anwaltssozietät

Clever Straße 16 • 50668 Köln
Tel.: 0049 - (0)221/ 77 20 921
Fax: 0049- (0)221/ 72 48 89
dennis.groh@leinen-derichs.de
www.leinen-derichs.de

EE Solutions GmbH

Joseph-von-Fraunhofer-Str. 11
53501 Graftschafft
Tel.: +49 (0)2641 / 37094-22
frank.nigbur@ee-solutions.de
www.ee-solutions.de

**@ Leinen & Derichs Anwaltssozietät / EE Solutions GmbH
Köln / Graftschafft: November 2018**