

# Beim Adressbestand auf Nummer sicher gehen

Wie sich Unternehmen vor Abmahnungen und drastischen Geldbußen schützen können

Wasserdichte Prävention ist also das Gebot der Stunde.

**Das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) wurde zum 01.09.2009 bezüglich der Speicherung und werblichen Nutzung von Adressdaten erheblich verschärft. War dies bislang weitgehend ohne öffentliche Aufregung geblieben, weil bis zum 31.08.2012 eine Übergangsfrist eingeräumt worden war, wird es ab September ernst.**

Alle Unternehmen benötigen nun für jeden einzelnen Eintrag in ihrer Adressdatenbank die ausdrückliche Freigabe (Opt-in) jedes Kontaktes.

#### **Drei Einwilligungen werden benötigt:**

1. für die Datenspeicherung als solche
2. für die Nutzung der Daten zu Werbezwecken
3. für die Ansprache per E-Mail, Telefon, Fax, SMS ...

#### **Mögliche Konsequenzen bei Missachtung**

Laut § 43 BDSG drohen bei Missachtung Geldbußen bis zu 300.000 Euro. Die Gefahr ist groß, denn es kann nicht nur der in seiner "informationellen Selbstbestimmung Geschädigte" Ansprüche geltend machen, sondern auch Mitbewerber oder Wettbewerbszentralen. Wasserdichte Prävention ist also das Gebot der Stunde.

#### **Was ist konkret zu tun?**

Unternehmen sollten aus der Not eine Tugend machen. Bis September muss in jedem Newsletter, Kundenanschreiben, Angebot, der E-Mail-Signatur, bei jedem Telefonat oder Kundenbesuch die notwendige Einwilligung eingeholt werden.

#### **Vertiefende juristische Informationen**

Verstößt die Verwendung von Daten gegen das BDSG, so kann ein abmahnfähiger Wettbewerbsverstoß vorliegen. Ab dem 01.09.2012 gelten die verschärften Anforderungen auch für Daten, die schon vor dem 01.09.2009 gespeichert wurden, und somit für alle personenbezogenen Daten.

Die Verwendung von Daten für Werbung ist dann zulässig, wenn eine Einwilligung des Betroffenen vorliegt, oder wenn und soweit es um listenmäßig oder sonst zusammengefasste Daten über Angehörige einer Personengruppe handelt und zahlreiche weitere Voraussetzungen vorliegen. Wird die Einwilligung nicht schriftlich erteilt, so muss sie entweder schriftlich bestätigt werden oder es müssen, bei einer elektronischen Einwilligung, bestimmte näher geregelte Voraussetzungen erfüllt werden. Schriftlich bedeutet hier übrigens nicht etwa per Telefax oder E-Mail, sondern per Brief.

Briefwerbung ist auch ohne Einwilligung zulässig, wenn sie sich an Bestandskunden richtet, oder wenn die Adressen aus allgemein zugänglichen Verzeichnissen (Telefonbüchern etwa oder Websites) stammen.

Schließlich müssen Unternehmen, die Direktwerbung betreiben, auch formlos mögliche Widersprüche berücksichtigen.

**Umfangreiche Tipps bietet der Blogbeitrag:**  
[www.unternehmer-impulse.de/BDSG](http://www.unternehmer-impulse.de/BDSG)

#### *Ingo Vögele*

Unternehmensberater, Mitglied im IBWF (Institut für Betriebsberatung, Wirtschaftsförderung und -forschung)  
[www.modus-vm.de](http://www.modus-vm.de)

#### *Boris Diem*

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz  
Mitglied im IBWF  
[www.ra-gwl.de](http://www.ra-gwl.de)