



# DATENVERWENDUNG FÜR PERSÖNLICHE WERBUNG

Whitepaper

Worauf müssen Unternehmen bei der Verwendung von Adressdaten achten?  
Was ist erlaubt und wann muss der Betroffene einwilligen?

**AdOrga Solutions**

Regina Mühlich  
consulting@adorgasolutions.de

---

## Inhalt

1	Einleitung.....	2
2	Briefwerbung.....	2
3	E-Mail- und SMS-Werbung.....	2
4	Telefonwerbung.....	3
5	Einwilligung.....	3
6	Links und Gesetze.....	4

\* Hinweis: Der Übersichtlichkeit wegen werden im Folgenden nur die männlichen Formen verwendet.

© Copyright 2015 Regina Mühlich, AdOrga Solutions | E-Mail: [consulting@adogasolutions.de](mailto:consulting@adogasolutions.de)  
Dieses Dokument ist auf dem Stand des ersten Tages der Veröffentlichung und kann von Regina Mühlich jederzeit geändert werden.  
Die Informationen in diesem Dokument sind ohne jegliche Garantie, ausdrücklich oder implizit, einschließlich ohne Gewährleistung der Eignung für einen bestimmten Zweck.

## 1 Einleitung

Ende Juli 2015 veröffentlichte das Bayerische Landesamt für Datenschutzaufsicht ein Informationsblatt zum Thema „Datenverwendung für persönliche Werbung“.

In der begleitenden Pressemitteilung heißt es:

*„Beschwerden von Verbrauchern über belästigende Werbung werden nicht wirklich weniger. Besonders die unerwünschte Telefon- und E-Mail-Werbung sowie die Nichtbeachtung von Werbewidersprüchen sind bei den Datenschutzaufsichtsbehörden ein Dauerthema. Das Bayerische Landesamt Datenschutzaufsicht (BayLDA) hat in einem kurzen Papier für Unternehmen, Vereine und selbständige Gewerbetreibende, aber auch Bürgerinnen und Bürger, die wesentlichen Rahmenbedingungen für zulässige Werbung zusammengestellt.“*

Was ist erlaubt und worauf müssen Unternehmen achten?

## 2 Briefwerbung

Die Verwendung von Adressdaten für die Zusendung von Werbepost ist in vielen Fällen ohne Einwilligung der Empfänger möglich.

### 2.1 Erlaubnis

Grundsätzlich erlaubt ist Werbepost an eigene Kunden sowie Spendenwerbung – natürlich unter der Voraussetzung, dass hiergegen nicht widersprochen wurde. Darüber hinaus dürfen die Adressen von Dritten für die Neukundenwerbung genutzt werden. Darunter fallen beispielsweise Adressen eines verbundenen Unternehmens oder eines Adresshändlers. Jedoch muss aus der Werbung eindeutig hervorgehen, woher die Adresse stammt.

### 2.2 Werbewiderspruchsrecht

Vertragsformulare müssen einen Hinweis enthalten, dass der Vertragspartner (der Betroffene) einer werblichen Verwendung seiner Daten jederzeit für die Zukunft widersprechen kann. Auf ebendieses Widerspruchsrecht ist bei jeder werblichen Verwendung von Daten hinzuweisen.

## 3 E-Mail- und SMS-Werbung

Eine E-Mail-Werbung bzw. die Zusendung eines Newsletters ist, falls bislang keine Geschäftsbeziehung mit dem Empfänger besteht, nur dann erlaubt, wenn eine vorherige ausdrückliche Einwilligung vorliegt (Neukundengewinnung).

Bei bestehenden Kundenbeziehungen (Bestandskunden) ist die E-Mail- oder SMS-Werbung zulässig. Die elektronischen Kontaktdaten müssen jedoch im Zusammenhang mit der Vertragsabwicklung erlangt worden sein, die Werbung darf nur eigenen, ähnlichen Waren oder Dienstleistungen gelten und natürlich darf kein Widerspruch seitens des Empfängers vorliegen. Sowohl bei der Erhebung der elektronischen

---

Kontaktdaten als auch bei jeder Werbe-Mail bzw. SMS ist klar und deutlich auf das Widerspruchsrecht hinzuweisen.

## 4 Telefonwerbung

Verbraucher (B2C) dürfen generell nur mit deren vorheriger, ausdrücklicher Einwilligung angerufen werden. Der Bundesgerichtshof stellt an den Nachweis dieser Einwilligungen strenge Anforderungen (siehe unter 5).

Gegenüber sonstigen Marktteilnehmern (B2B) kommt es bei der Verwendung von Telefonnummern für Telefonwerbung darauf an, ob deren mutmaßliche Einwilligung angenommen werden kann. Ein allgemeiner Sachbezug reicht hierzu allerdings nicht aus.

Nicht unter die oben genannten Werbebeschränkungen fallen telefonische Mitteilungen zu Vertragsangelegenheiten, wie z. B. die Terminabstimmung oder -bekanntgabe zur Warenlieferung.

## 5 Einwilligung

Eine pauschale Einwilligung „in Werbemaßnahmen für Marketingzwecke“ oder „zur Weitergabe an Partner zu Marketingzwecken“ genügt nicht den gesetzlichen Anforderungen.

Für den Einwilligenden muss stets klar erkennbar sein, für welche Datenverwendung bzw. für welche Werbeform er zustimmt (Briefwerbung und/oder E-Mail-Werbung und/oder Telefon-/Faxwerbung). Außerdem muss deutlich ersichtlich sein, in welchem konkreten Rahmen sich die beabsichtigte Kontaktdatenverwendung bewegt, z. B. nur für Eigenwerbung oder auch zur Übermittlung für Werbezwecke an dritte Stellen, etc.

Eine Einwilligung muss folgende Voraussetzungen erfüllen:

- Information über die Art der beabsichtigten Werbeform (z. B. Telefonwerbung)
- Information über die Art der Produkte und Anbieter, für die geworben werden soll
- Information darüber, welche Stellen konkret werblich aktiv werden
- Grundsätzlich schriftliche Einwilligung (Unterschrift)

Nach Rechtsprechung des BGH (Urteil vom 16.07.2008, VIII ZR 348/06) ist eine gesonderte Zustimmungserklärung der betroffenen Person nötig, die sich ausschließlich auf die Einwilligung in die Zusendung von Werbematerial mittels elektronischer Post bezieht (**opt-in-Erklärung**). Das so genannte double-opt-in-Verfahren für eine gesicherte Verifizierung der Willenserklärung bietet in diesem Zug ein erhöhtes Maß an Rechtssicherheit. Die einzelnen Schritte des double-opt-in-Verfahrens sind für Beweisfragen möglichst genau zu dokumentieren.

---

## 6 Links und Gesetze

- BayLDA Pressemitteilung:  
[https://www.lida.bayern.de/lida/datenschutzaufsicht/p\\_archiv/2015/pm009.html](https://www.lida.bayern.de/lida/datenschutzaufsicht/p_archiv/2015/pm009.html)
- Einwilligung - 7-Punkte-Checkliste: <http://www.adorgasolutions.de/einwilligung-checkliste/>
- § 4a BDSG: [http://www.gesetze-im-internet.de/bdsg\\_1990/\\_4a.html](http://www.gesetze-im-internet.de/bdsg_1990/_4a.html)
- BGH-Urteil 2008:  
<http://dejure.org/dienste/vernetzung/rechtsprechung?Gericht=BGH&Datum=16.07.2008&Aktenzeichen=VIII%20ZR%20348/06>