

Verarbeitung personenbezogener Daten für Zwecke der Direktwerbung

Die Unternehmen der SAZ-Gruppe verarbeiten die in der Europäischen Union für kommerzielle Werbung und Spendenwerbung angebotenen personenbezogenen Daten unter strikter Beachtung der DS-GVO und des bereichsspezifischen Datenschutzrechts. Neben der ständigen Kontrolle durch Datenschutzbeauftragte erfolgen regelmäßige Audits durch externe Prüfer und Verbände.

Das Bundesministerium der Justiz und für Verbraucherschutz befasste sich in seiner Studie "Ökonomischer Wert von Verbraucherdaten für Adress- und Datenhändler" u.a. auch mit der SAZ Services AG, Inhaberin der Adressdatenbank NAB, als einem der führenden Datenhändler.

(https://www.bmjv.de/SharedDocs/Downloads/DE/PDF/Berichte/Oekon_Wert_Daten_Adresshaendler.pdf?__blob=publicationFile&v=6).

Dort (a.a.O. Seite 8) heißt es zur Rechtmäßigkeit der Datenerhebung und Verarbeitung für Werbezwecke nach dem bis zum 25.05.2018 geltenden Recht in Deutschland:

„Personenbezogene Daten können ohne Einwilligung der betroffenen Person erhoben, verarbeitet und genutzt werden, sofern sie beschränkt sind auf Name, Titel, akademischer Grad, Anschrift, Geburtsjahr und ein Listenmerkmal, das die betroffene Person als zu einer Gruppe zugehörig definiert (bspw. Online-Käufer, PKW-Besitzer, etc.). Nicht unter das Listenprivileg fallen damit bspw. E-Mail-Adressen und Telefonnummern.

Im Rahmen der listenmäßigen Erhebung können die personenbezogenen Daten zum Zwecke der Eigenwerbung (an Bestandskunden oder Interessenten), für berufsbezogene Werbung und Spendenwerbung genutzt und für Zwecke der Werbung für eigene Angebote auch mit weiteren Merkmalen und Daten (sowohl aus internen als auch externen Quellen) angereichert werden.

Ausdrücklich gesetzlich erlaubt ist der Adresshandel mit Listendaten (sog. Listbroking), sofern in der Werbung kenntlich gemacht wird, welche Stelle die Daten ursprünglich erhoben hat. Unter diesen Transparenzvorschriften können die Listendaten dann an Dritte für Werbezwecke übermittelt werden. Ebenso können Unternehmen den eigenen Listenbestand nutzen, um im Auftrag Dritter zu werben.“

Die Datenschutzkonferenz, ein Zusammenschluss der Datenschutzaufsichtsbehörden in Deutschland, hat anlässlich des Inkrafttretens der DS-GVO eine „Orientierungshilfe der Aufsichtsbehörden zur Verarbeitung von personenbezogenen Daten für Zwecke der Direktwerbung unter Geltung der Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO)“ herausgegeben.

https://www.datenschutzkonferenz-online.de/media/oh/20181107_oh_werbung.pdf

Dort (a.a.O. Seite 3) heißt es zur Rechtmäßigkeit der Datenerhebung und Verarbeitung für Werbezwecke im Hinblick auf das aktuell, seit dem 25.05.2018, geltende Recht:

„Mit der DS-GVO sind alle detaillierten Regelungen des bisherigen Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) zur Verarbeitung personenbezogener Daten für Zwecke der Direktwerbung weggefallen (siehe bisher insbesondere § 28 Abs. 3 und 4 sowie § 29 BDSG-alt).

Grundlage für die Beurteilung der Zulässigkeit einer Verarbeitung personenbezogener Daten für Zwecke der Direktwerbung ist in der DS-GVO, abgesehen von einer Einwilligung der betroffenen Person, eine Interessenabwägung nach Art. 6 Abs. 1 Satz 1 lit. f DS-GVO. 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 DS-GVO, der u. a. ausführt: „Die Verarbeitung personenbezogener Daten zum Zwecke der Direktwerbung kann als eine einem berechtigten Interesse dienende Verarbeitung betrachtet werden.“

Die Verarbeitung personenbezogener Daten für Zwecke der Direktwerbung ist also weiterhin auch ohne Einwilligung (Opt-In) aufgrund einer Interessenabwägung möglich. Mit Inkrafttreten der DS-GVO entfiel die bisherige Beschränkung der Spendenwerbung in § 28 (3) 2 Nr. 3 BDSG-alt auf die Nutzung von Listendaten (postalische Anschrift, nicht Telefon, Telefax und E-Mail).

Die Aufsichtsbehörden fordern im Rahmen der Interessenabwägung die Berücksichtigung der Werbeverbote des Wettbewerbsrechts (a.a.O. Seite 5). Für eine postalische Werbung gilt wettbewerbsrechtlich nach § 7 (2) Nr. 1 UWG das Opt-Out-Prinzip, eines Opt-Ins bedarf es nur für Werbung per Telefon, Telefax oder elektronischer Post (§ 7 (2) Nr. 2 und 3 UWG).

Unter „Werbung“ im Sinne des UWG fällt allerdings nur eine geschäftliche Handlung, die zumindest mittelbar dazu dienen soll, den Absatz oder den Bezug von Waren oder Dienstleistungen zu fördern. Das kann auf Spendenwerbung gemeinnütziger Organisationen (NPOs) zutreffen, wenn um Sachspenden geworben wird und diese dann gewinnbringend veräußert werden oder wenn die Verwendung der Spenden für einen bestimmten Zweck versprochen wird, die NPO die Aufwendungen für ihre Mitarbeiter (Gehalt, Honorar, Provision usw.) aus dem Spendenaufkommen finanziert und die Spendenwerbung und Spendenverwendung dauerhaft, d.h. planmäßig und nicht nur gelegentlich, betrieben wird (so Köhler/ Bornkamm, UWG-Kommentar, 36. Auflage 2018, § 2 Rdnr. 41 und VG Köln vom 11.12.2013, Az.: 1 L 1345/13).

Ansonsten unterfällt Spendenwerbung nicht dem UWG. Der Spender erhält für seine Spende gegenüber niemandem einen Anspruch auf eine Ware oder eine Dienstleistung, die Spendenorganisation setzt nichts ab und sie fördert auch keinen fremden Absatz.

Unabhängig vom Wettbewerbsrecht werden im Bereich der elektronischen Werbung (Telefon, E-Mail) die Spezialregelungen der künftigen ePrivacy-VO zu beachten sein. Diese wird jedoch voraussichtlich nicht vor 2022 in Kraft treten. Postalische Werbung wird hiervon nicht erfasst, sie bleibt also auch weiterhin ohne Opt-In zulässig.

Weiter führt die Datenschutzkonferenz in ihrer Orientierungshilfe zur Direktwerbung aus (Seite 4):

„Zudem sind bei der Interessenabwägung die ohnehin geltenden allgemeinen Grundsätze aus Art. 5 Abs. 1 DS-GVO zu berücksichtigen, also insbesondere:

- faire Verfahrensweise,
- dem Verarbeitungszweck angemessen,
- in einer für die betroffene Person nachvollziehbaren Weise (insbesondere Nennung der Quelle der Daten, wenn Fremddaten verarbeitet werden).“

Im Hinblick auf eine „faire Verfahrensweise“ verwendet die SAZ Services AG seit Jahren das vom deutschen Gesetzgeber in § 28 (3) 5 BDSG-alt ausdrücklich als zulässig beschriebene sogenannte Lettershop-Verfahren, bei dem eine Offenlegung der zur Werbung genutzten Adressen vermieden wird. Der Werbetreibenden erhält Kenntnis der Daten nur durch Response/Selbstoffenbarung der Betroffenen. Das ist dem Verarbeitungszweck angemessen.

Die Datenverarbeitung ist für die Betroffenen auch nachvollziehbar. Die SAZ Services AG erhebt personenbezogene Daten nicht unmittelbar beim Betroffenen, sondern über verschiedene Datenquellen. Aufgrund der Vielzahl an Betroffenen und der Tatsache, dass es sich um keine sensiblen Daten handelt, ist eine Information der Betroffenen bei Datenerhebung wegen des unverhältnismäßigen Aufwands nicht erforderlich, Art. 14 (5) b) DS-GVO. Da die Daten später zur Kommunikation mit den Betroffenen verarbeitet werden sollen, genügt insofern eine Information im Rahmen des Mailings, Art. 14 (3) b) DS-GVO.

Die Aufsichtsbehörden unterstützen hinsichtlich einer Informationen der Betroffenen nach 14 DS-GVO den Vorschlag der Artikel 29-Gruppe (WP 260, S. 17) für ein zweistufiges Informationsmodell, wonach neben der Angabe wesentlicher Informationen im Mailing auf weitere Pflichtinformationen im Internet verwiesen werden kann (a.a.O. Seite 7).

Die SAZ Services AG als Adresseigner verpflichtet insofern den Werbetreibenden zum deutlich lesbaren Abdruck der entsprechende Angaben in seinem Werbeschreiben:

"Verantwortlich i.S.d. Datenschutzrechts: SAZ Services AG, Davidstrasse 38, 9000 St. Gallen, Schweiz. Näheres unter www.saz.com/de/datenschutz.

Widerspruchsrecht: Sie können einer werblichen Nutzung Ihrer Daten jederzeit widersprechen. Haben Sie eine postalische Nachsendung beantragt oder nutzt der Absender einen Adress-Aktualisierungsservice, ist uns Ihre neue Anschrift evtl. nicht bekannt."

Weitere Informationen zum Thema Datenschutz und zu den von der SAZ Services AG getroffenen technisch-organisatorischen Maßnahmen entnehmen Sie bitte der Datenschutzerklärung auf der Website www.saz.com/de/datenschutz.