

## ALLGEMEINE RECHTSFRAGEN – R73

Stand: Mai 2013

**Gültig bis 25.05.2018**

Ihr Ansprechpartner  
Ass. iur. Heike Cloß

E-Mail  
heike.closs@saarland.ihk.de

Tel.  
(0681) 9520-600

Fax  
(0681) 9520-690

### Umgang mit Adress- und Kundendaten zu Werbezwecken Datenschutz- und wettbewerbsrechtliche Anforderungen

Bei Werbemaßnahmen sind sowohl die datenschutzrechtlichen Vorgaben einzuhalten als auch die Vorschriften des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (**UWG**). Die Werbung über **Telefonanrufe, Faxzusendungen, E-Mail, SMS-Werbung** und automatischen Anrufmaschinen ist bereits seit langem im UWG geregelt. Die **persönlich adressierte Briefwerbung** wurde durch das Bundesdatenschutzgesetz (**BDSG**) zum 01.09.2012 neu geregelt. Unternehmen müssen beide Gesetze beachten, wenn Sie die vorhandenen Kundendaten zu Werbezwecken einsetzen wollen.

#### I. Nutzung von persönlich adressierter Briefwerbung mit Einwilligung

Persönlich adressierte Briefwerbung darf seit dem 01.09.2012 aus datenschutzrechtlichen Gründen nur mit vorheriger Einwilligung des Betroffenen, sprich des angeschriebenen Kunden, erfolgen. § 28 Abs. 3 Satz 1 BDSG legt die Voraussetzungen fest, die zur Verwendung der Adressen für Werbezwecke erfüllt sein müssen:

- Die Verarbeitung oder Nutzung personenbezogener Daten für Werbezwecke ist grundsätzlich zulässig, soweit der Betroffene **schriftlich eingewilligt** hat (zur Einwilligung siehe unter V.).
- Sofern keine schriftliche Einwilligung vorliegt, hat das Unternehmen, das die Briefwerbung an seine Kunden versendet, nach dem BDSG als „verantwortliche Stelle“ dem Betroffenen - also dem Kunden - den Inhalt der **erteilten mündlichen Einwilligung schriftlich zu bestätigen**.
- Wurde die **Einwilligung** in der Vergangenheit **elektronisch** abgegeben, muss diese protokolliert und jederzeit abrufbar sein.
- Außerdem muss der Betroffene immer **informiert** werden, dass er seine Einwilligung jederzeit mit Wirkung für die Zukunft **widerrufen** kann.

Von diesem Grundsatz der schriftlichen Einwilligung in die Verwendung von Kundendaten sieht das BDSG selbst mehrere „Erleichterungen“ für die adressierte Briefwerbung vor.

## II. Nutzung von Adressdaten für adressierte Briefwerbung ohne Einwilligung

Es gibt folgende Erleichterungen für die Nutzung der Kundendaten:

- Bei den Adressen handelt es sich um **eigene Bestandskunden**. Die Kundendaten aus den Vertragsverhältnissen können nicht unbeschränkt und unbefristet benutzt werden. Im Allgemeinen kann für die Aktivierung der Geschäftskontakte zu den Kunden eine **Regelfrist von bis zu zwei Jahren** angenommen werden. Je nach Einzelfall kann diese Nutzungsfrist jedoch auch länger oder auch kürzer sein. Es kommt immer auf den einzelnen Vertrag hierfür an. Die Nutzung der Kundendaten muss **erforderlich** sein für die Begründung, Durchführung oder Beendigung der vertraglichen Beziehungen.
- Die Adressen stammen aus **Listen (Listenprivileg)** und werden verwendet für
  - ◀ **Werbung für eigene Angebote** oder
  - ◀ die **berufliche Werbung** an die **berufliche Anschrift** oder
  - ◀ die **Spendenwerbung** einer steuerbegünstigten Organisation.

Sofern ein Adressat von seinem **Widerspruchsrecht** gegen die Verarbeitung oder Nutzung seiner Daten Gebrauch gemacht hat oder in der Zukunft Gebrauch macht, ist die **Nutzung seiner Daten** zu Werbezwecken in jedem Fall **unzulässig, gleichgültig ob** die Nutzung der Daten auf seiner **Einwilligung** beruht **oder einer der gesetzlichen Erleichterungsfälle** zutrifft (siehe unter VI.).

### a) Listenprivileg

Die Nutzung von Kundendaten ohne Einwilligung ist **nur** zulässig, soweit es sich um sogenannte **Listendaten** handelt. Listendaten umfassen nach dem BDSG **nur folgende Daten einer Personengruppe**:

- Angaben zu Personengruppen (sogenannte Gruppenmerkmale sind z. B. Hobbygärtner, Beruf, Autofahrer)
- Angaben zum Beruf, Branchen- oder Geschäftsbezeichnung
- Name und Anschrift
- Titel, akademischer Grad und
- Geburtsjahr (**ACHTUNG**: Das korrekte Geburtsdatum gehört nicht dazu!)

Ebenfalls **nicht** dazu gehören die **Kommunikationsdaten** wie **Telefonnummer, Fax-Nummer, E-Mail-Adresse**. Um diese Daten zu verwenden, muss der Betroffene dazu seine **Einwilligung** erteilen. Auch Daten über das Zahlungsverhalten von Kunden gehören nicht zu den Listendaten und dürfen deshalb nicht im Rahmen des Listenprivilegs genutzt werden.

#### **b) Wie werden die Listendaten erhoben?**

Von „Listen“-daten kann nur gesprochen werden, wenn die oben angegebenen Daten wie folgt erhoben werden:

- Aus **allgemein zugänglichen Verzeichnis-Quellen** wie etwa Adressbüchern, Branchen- und vergleichbaren Verzeichnissen wie etwa auch das Handelsregister für die Werbung **für eigene Angebote**. Sonstige allgemeine Zugänglichkeit der Anschriftendaten wie beispielsweise die Anbieterkennzeichnung im Internet, Zeitungsanzeigen usw. können nicht zur Sammlung von Adressdaten herangezogen werden, wenn es um Werbung für eigene Angebote geht. Nur wenn es um Werbung im **B2B-Bereich** geht, dürfen Listendaten wie oben beschrieben **aus allgemein zugänglichen Quellen** gesammelt und genutzt werden oder. Durch die Änderung des Bundesmeldegesetzes zum 1. Mai 2015 dürfen Daten aus Melderegistern zu werblichen Zwecken (für Adresshändler, Inkassounternehmen oder Auskunfteien) nur noch verwendet werden, wenn die Einwilligung des Betroffenen vorliegt. Diese Einwilligung kann gegenüber der Meldebehörde generell abgegeben werden. Zweite Alternative: Das Unternehmen, das die Daten abfragen möchte, muss die Einwilligung einholen und sie notfalls auch gegenüber der Meldebehörde nachweisen.
- im Wege des **Adresshandels** rechtmäßig erworben wurden.

#### **c) Wofür dürfen diese Listendaten verwendet werden?**

- Werbung für **eigene Angebote gegenüber Bestandskunden**  
Die eigenen Kunden dürfen angeschrieben werden, wenn die Listendaten bei der Aufnahme von Vertragsverhältnissen oder auch beim Vertragsschluss erhoben wurden und die Daten für die Durchführung oder Beendigung des Vertragsverhältnisses mit dem Kunden erforderlich sind. Ebenso dürfen die Listendaten benutzt werden, die aus allgemein zugänglichen Verzeichnissen zusammengestellt werden.
- Werbung für **eigene Angebote gegenüber Fremdkunden**  
Wird Briefwerbung für eigene Unternehmensangebote gegenüber Fremd- oder Nichtkunden gemacht, dürfen die Daten verwendet werden, wenn es sich ausschließlich um Listendaten aus allgemein zugänglichen Quellen handelt. Das werbende Unternehmen kann dabei sowohl seine eigenen Werbe- oder Warensendungen beifügen (sogenannte **Beipackwerbung**) oder auch ausschließlich fremdes Werbematerial zusenden (sogenannte **Empfehlungswerbung**). Bei der Empfehlungswerbung ist darauf zu achten, dass das versendende Unternehmen als Quelle und Adresseigner erkennbar ist.

- **Briefwerbung als berufsbezogene Werbung**

Das Unternehmen darf für **eigene oder fremde Angebote** mit den sogenannten Listendaten werben. Voraussetzung: Die Werbebriefe werden an die berufliche, sprich Geschäftsadresse gesandt. Persönlich adressierte Werbebriefe können somit an freiberufliche und gewerbliche Selbstständige und deren Ansprechpartner im Unternehmen wie z. B. Einkaufsleiter, Prokurist, Personalchef usw. an deren Geschäftsadresse geschickt werden.

### III. Adresshandel bei Dokumentation der Adresslieferkette

Nach wie vor **erlaubt** ist nach § 28 Abs. 3 Satz 4 BDSG der **Adresshandel** mit Listendaten (Begriff siehe oben), d. h. die Übermittlung dieser Daten zu beliebigen Werbezwecken. Voraussetzung: Die **Lieferkette muss dokumentiert werden**. Unternehmen, die listenmäßig zusammengefasste Adressdaten erwerben (Kauf oder Tausch), dürfen an diese Anschriften persönlich adressierte Werbebriefe für eigene oder fremde Angebote senden, sofern folgende Voraussetzungen erfüllt sind:

- Die Stelle, die die ursprünglichen Listendaten zusammengestellt hat, muss eindeutig aus der Werbung hervorgehen. Wurden die Daten über mehrere Unternehmen weitergegeben, so ist im Werbebrief immer **dasjenige Unternehmen anzugeben**, das **erstmalig** die **Daten** als Datenquelle **erhoben** hat. Wer als Erster die Daten erhoben hat, ist verantwortlich für die erhobene Datenquelle. Das BDSG nennt dieses Unternehmen „verantwortliche Stelle“. Die notwendigen Angaben als Datenquelle sind Name, Firma und zustellfähiger/ladungsfähiger Anschrift. Die Angabe von Postfachanschriften reicht nicht. Die weiteren Kommunikationsdaten wie Telefon, Mail oder Fax kann sinnvoll sein, ist gesetzlich jedoch nicht vorgeschrieben.

**Formulierungsbeispiel:**

*„Ihre Daten stammen von der Firma Muster GmbH, Musterstraße 1, 123456 Musterhausen“*

- Die **übermittelnde Stelle**, also der Adressverkäufer und der Empfänger, also der Adresskäufer, müssen außerdem bereits seit dem 01.04.2010 die **Herkunft der Daten** und den **Empfänger der Daten für die Dauer von zwei Jahren speichern** (§ 34 Abs. 1a BDSG). Diese Verpflichtung trifft sowohl denjenigen, der als erstes die Adressen kauft und auch jeden weiteren Adresskäufer.
- Diejenigen, die angeschrieben werden, haben ein **Auskunftsrecht** bezüglich Herkunft und Empfänger der Daten. Damit soll sichergestellt werden, dass jeder Betroffene von seinem Widerspruchsrecht Gebrauch machen kann.
- Die Auskunft hat **unentgeltlich** und in **Textform** zu erfolgen. Die übermittelten Daten müssen bei der Ursprungsquelle rechtmäßig, z. B. im Wege der Einwilligung, erhoben worden sein. Alternativ dazu können bei der Ursprungsquelle auch die Daten als Listendaten rechtmäßig erhoben worden sein.
- Die Daten müssen jeweils auch rechtmäßig übermittelt worden sein.

**Praxisbeispiel:**

*Das Unternehmen A hat von seinem Kunden personenbezogene Daten erhoben und an das Unternehmen B zu Werbezwecken weitergegeben. Das Unternehmen B muss dann bei seiner Werbung darauf hinweisen, dass die Daten vom Unternehmen A stammen.*

## IV. Anforderungen des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)

Auch wenn die Vorschriften des BDSG eingehalten werden, ist zusätzlich noch darauf zu achten, dass die Werbemaßnahmen mit dem Wettbewerbsrecht übereinstimmen. Das UWG gilt neben dem BDSG. Die UWG-Voraussetzungen sind unterschiedlich ausgeprägt, je nach dem, welches Werbemedium eingesetzt wird.

### 1. Briefwerbung

Werbung mit der Post ist grundsätzlich wettbewerbsrechtlich zulässig. Nur dann, wenn eindeutig erkennbar ist, dass der Betroffene Briefwerbung nicht will, z. B. durch einen Aufkleber am Briefkasten: „Keine Reklame“, „Keine Werbung“ ist die postalische Werbung unzulässig. Darüber hinaus sind Widersprüche gegen die Zusendung von Werbemaßnahmen zu beachten.

### 2. Werbung per Telefon, E-Mail, Fax, SMS, automatische Anrufmaschine

Alle diese Werbemaßnahmen sind nur zulässig **mit ausdrücklicher bzw. mutmaßlicher Einwilligung** des Betroffenen. Informationen zu diesen Werbeformen können Sie unserem Infoblatt **W08** „Telefon-, Fax-, E-Mail- und Brief-Werbung“ unter der Kennzahl **65** entnehmen. Näheres zu den Einwilligungen siehe unten.

## V. Einwilligungserklärung

### 1. Einwilligung im Sinne des BDSG

Die Anforderungen an eine Einwilligung wurden bei der Neufassung des BDSG verschärft. Grundsätzlich muss die Einwilligung **schriftlich** erteilt werden, „soweit nicht wegen besonderer Umstände eine andere Form angemessen ist“. Grundsätzlich reichen damit Erklärungen als Fax, E-Mail, Kopie oder gescanntem Dokument nicht aus.

Wird eine **Einwilligung** entgegen dieser Regelung nicht schriftlich erteilt, ist ihr Inhalt **schriftlich zu bestätigen**.

**Beispiel:**

*Visitenkarten, die während Ausstellungen oder Messen ausdrücklich zur Informationszusendung oder weiterer geschäftlicher Kontaktaufnahme an das Unternehmen gegeben werden, sind schriftlich zu bestätigen.*

Die schriftliche Bestätigung kann in **Textform**, also **auch per E-Mail oder per PDF-Dokument** erfolgen. Es muss nicht die Schriftform mit eigenhändiger Unterschrift des anschreibenden Unternehmens an den Kunden, der zuvor in anderer Form seine Einwilligung gegeben hat, eingehalten werden. Das BDSG erfordert keine unverzügliche oder separate Bestätigung der nicht schriftlich erteilten Einwilligung. Die Erteilung der Bestätigung sollte jedoch in unmittelbarem zeitlichem Zusammenhang zur Kundeneinwilligung erfolgen.

Mit der Bestätigung soll der Betroffene kontrollieren können, ob die Einwilligung auch korrekt dokumentiert wurde. Außerdem erleichtert die schriftliche Bestätigung den Widerruf. Einer schriftlichen Bestätigung bedarf es nicht, wenn die Einwilligung **elektronisch erklärt** und **protokolliert** wird und für den Betroffenen **jederzeit abruf- und widerrufbar** ist. Für die elektronische Einwilligung bietet sich zur Verifizierung der Willenserklärung des Betroffenen das Double-opt-in-Verfahren an.

Wichtig ist, dass der Betroffene immer in seiner Entscheidung frei ist, ob er sein Einverständnis erklärt. Eine solche offene Willensbildung liegt nicht vor, wenn etwa der Vertragsabschluss von der Einwilligung des Betroffenen abhängig gemacht wird. Die Einwilligung muss von der Datenerhebung ab bis zum Zeitpunkt der Werbeaktion vorliegen.

Die **Einwilligungserklärung** selbst kann vorformuliert in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen enthalten sein. Für diesen Fall jedoch muss sie sich durch **Schriftgröße und Gestaltung** z. B. durch Setzen eines Rahmens **deutlich gegenüber dem übrigen Text hervorheben**. Es ist für die **BDSG-Einwilligung** nicht erforderlich, dass zur Abwahl der Zustimmung ein zusätzliches **Kästchen angekreuzt** werden muss, wenn fettgedruckt auf die Möglichkeit zur **Streichung der Klausel** hingewiesen wird. Wird in den AGB zeitgleich auch eine **UWG-Einwilligung** für E-Mail-, Telefon-, Fax-, SMS-Werbung eingeholt, so ist die **wettbewerbsrechtliche Einwilligung von der datenschutzrechtlichen Einwilligung strikt inhaltlich voneinander zu trennen**.

**Praxistipp:**

Die **datenschutzrechtliche Einwilligungserklärung** muss zumindest auf

- die Identität der verantwortlichen Stelle (Unternehmen, das die Daten erhebt, verarbeitet oder dies durch andere im Auftrag vornehmen lässt),
- die Zweckbestimmung (zu welchen Zwecken werden welche Daten erhoben, verarbeitet oder genutzt) und
- die Kategorie der möglichen Empfänger hinweisen.

**Der Kunde muss also eindeutig wissen, von wem er welche Datennutzung zu welchem Zweck erwarten darf.** Je nach den Umständen des Einzelfalls muss der Kunde auch auf die Folgen der Verweigerung der Einwilligung hingewiesen werden. Auf keinen Fall darf der Abschluss eines Vertrages von der Einwilligung des Betroffenen abhängig gemacht werden. Zu beachten ist, dass in Allgemeinen Geschäftsbedingungen vorformulierte Einwilligungen der richterlichen inhaltlichen Kontrolle unterliegen.

Im BDSG ist ein **Kopplungsverbot für marktbeherrschende Unternehmen** verankert. Danach darf ein Unternehmen den Abschluss eines Vertrages nicht von einer Einwilligung des Betroffenen in die Nutzung seiner Daten zu Werbezwecken abhängig machen, wenn dem Betroffenen der Zugang zu gleichwertigen vertraglichen Leistungen nicht oder nicht in zumutbarer Weise möglich ist. Dies betrifft alle Unternehmen, die eine Monopolstellung innehaben. Dasselbe gilt, wenn alle Anbieter ähnliche Einwilligungsklauseln verwenden.

## 2. Einwilligung nach UWG

Eine Einwilligung nach UWG ist **nicht zwingend schriftlich** notwendig. Es **empfiehlt sich** jedoch aus Beweisgründen, dass auch für Werbemaßnahmen eingeholte Einwilligungen **schriftlich** erfolgen. Bei der inhaltlichen Ausgestaltung der Einwilligungserklärung **muss der Kunde eindeutig wissen, von wem er welche Werbung erwarten darf**. Es müssen deshalb die **Kommunikationswege**, die **konkreten Werbemaßnahmen und Sponsoren** bzw. **Partnerunternehmen**, für die auch gewonnen werden, möglichst **konkret und abschließend benannt** werden. → **W08** „Telefon-, Fax-, E-Mail-Werbung“, Kennzahl **65**.

### **Praxistipp:**

*Wollen Sie sich als werbendes Unternehmen mit der Einwilligung verschiedene Werbeformen ermöglichen, sind mehrere Erklärungen notwendig:*

- Eine Erklärung, dass die Daten erhoben, gespeichert, verarbeitet und genutzt werden dürfen durch ... (Unternehmen) und zu ... (Art und Inhalt der Werbung).*
- Anschließend bedarf es einer weiteren Erklärung darin, dass die so erhobenen Daten auch zu Zwecken der Werbung für ... (Art und Inhalt durch [werbendes Unternehmen]) via ... (E-Mail, Telefon, Fax) genutzt werden dürfen.*

Jede der Erklärungen muss eine **eigene Ankreuzmöglichkeit** vorsehen (Opt-in-Verfahren). Eine **bloße Streichmöglichkeit** ist für die **UWG-Einwilligung** zur Werbung per E-Mail, Telefon, Fax **nicht ausreichend**. Wird lediglich die erste Ankreuzmöglichkeit von den Betroffenen wahrgenommen, dürfen die so gewonnenen Daten nicht für E-Mail, Telefon oder Fax genutzt werden.

## VI. Widerspruch des Betroffenen

Der Betroffene hat das Recht, der **Nutzung seiner Daten zu Werbezwecken zu widersprechen** bzw. die **zunächst erteilte Einwilligung zu widerrufen**. Beides ist von dem werbenden Unternehmen zwingend zu beachten. Wird ein Widerruf erklärt, so muss dieser unverzüglich bei den Kontaktdaten des Betroffenen eingepflegt werden.

### **Praxistipp:**

*Kunden formulieren Ihren Widerspruch nicht immer genau, so kann sowohl von „Löschung meiner Daten“ oder auch „Unterlassung jeglicher Werbung“ oder von „ziehe meine Einwilligung für die Nutzung meiner Daten zurück“. Es sollte im Zweifelsfall beim Betroffenen nachgefragt werden, was er mit seinem Widerspruch bezwecken will. Je nach Ausrichtung des Widerspruchs genügt die Setzung eines Sperrmerkers, dass keine Werbung mehr zugesandt wird bis hin zur Komplettlöschung der Kundendaten.*

Das Werbung versendende Unternehmen hat jedenfalls sicherzustellen, dass Kundendaten zum Zwecke der Werbung oder des Adresshandels nicht mehr verarbeitet oder benutzt werden. Für die weitere Vertragsabwicklung kann das Unternehmen seine Kundendaten aber weiterhin nutzen.

## VII. Unterrichtung des Betroffenen

Der Betroffene ist bei Begründung eines Vertragsverhältnisses und bei jeder werblichen Ansprache auf sein **Widerspruchsrecht** und die verantwortliche Stelle **hinzuweisen**. Über die Form der Unterrichtung enthält das BDSG keine Aussage. Aber: Der Kunde muss beim üblichen Umgang mit der Werbung oder auch mit den Vertragsinformationen in der Lage sein, von dieser datenschutzrechtlichen Unterrichtung Kenntnis zu erlangen. Das bedeutet, dass die Unterrichtung nicht in langen AGB versteckt sein darf. Wird zunächst im Rahmen der **Vertragsanbahnung** nicht über das **Werbewiderspruchsrecht** informiert, so kann dies nach Vertragsschluss über **allgemeine Werbeanschriften** nachgeholt werden. In diesem Fall muss jedoch das Werbeschreiben zeitnah zum Vertragsschluss dem Kunden zugesandt werden. Die erhebende Stelle, d. h. die ursprüngliche Datenquelle, muss eindeutig aus der Werbung hervorgehen. Sind die Daten über mehrere Unternehmen weitergegeben worden, ist im Werbebrief immer das Unternehmen anzugeben, das als Datenquelle erstmalig diese Daten erhoben hat, also die für den Versand verantwortliche Datenquelle. Notwendig ist die Angabe von Name, Firma und Anschrift der Datenquelle. Die Angabe weiterer Kommunikationsdaten wie z. B. E-Mail oder Fax kann sinnvoll sein.

### **Formulierungsbeispiel:**

*Sie können der Nutzung Ihrer Daten durch uns für Werbezwecke jederzeit telefonisch (Telefonnummer), schriftlich (Firma, Anschrift) oder per E-Mail (E-Mail-Adresse) widersprechen.*

## VIII. Auskunftserteilung, Berichtigung, Löschung

Verlangt der Kunde Auskunft darüber, welche Daten über seine Person gespeichert sind, muss ihm der Unternehmer **Auskunft** auch über die **Herkunft der Daten** und den **Zweck der Speicherung** erteilen (§ 34 Abs. 1 BDSG). Wurden die Daten an Dritte übermittelt, bezieht sich die Auskunftspflicht auch auf den **Empfänger der Daten**. Die Auskunft hat unentgeltlich und in Textform zu erfolgen.

Wenn sich herausstellt, dass **Daten unrichtig** sind, müssen diese **berichtigt** werden (§ 35 Abs. 1 BDSG).

Die Daten **müssen gelöscht** werden, **wenn sie nicht mehr für Werbezwecke benötigt** werden **oder** sich herausstellen sollte, dass die **Speicherung der Daten unzulässig** war (§ 35 Abs. 2 Nr. 1 BDSG). Ausnahmsweise kann anstatt der Löschung eine **Sperrung** in Betracht kommen. Sowohl von der Löschung als auch von der Sperrung der Daten müssen auch andere Unternehmen benachrichtigt werden, an die Daten weitergegeben wurden, wenn dies keinen unverhältnismäßigen Aufwand erfordert und schutzwürdige Interessen des Betroffenen nicht entgegenstehen.



## IX. Informationspflichten bei unrechtmäßiger Kenntniserlangung

Wenn Dritte unrechtmäßig Kenntnis von besonderen Arten von personenbezogenen Daten erlangen, z. B. durch falsche Übermittlung oder durch strafbare Handlungen, muss die verantwortliche Stelle darüber unverzüglich die Aufsichtsbehörde informieren. Es handelt sich hierbei um **besonders geschützte** Daten (§ 3 Abs. 9 BDSG, z. B. Gesundheitsdaten), um personenbezogene Daten, die einem **Berufsgeheimnis** unterliegen oder Daten, die **Bank- und Kreditkartenkonten** betreffen. Zudem muss die verantwortliche Stelle auch die Betroffenen informieren und Maßnahmen zur Sicherung der Daten und zur Minderung etwaiger Nachteile ergreifen.

Ist eine Vielzahl von Personen von der „Datenpanne“ betroffen, muss die verantwortliche Stelle evtl. durch Anzeigen (falls die Information der Betroffenen einen unverhältnismäßigen Aufwand erfordern würde) in mindestens zwei bundesweit erscheinenden Tageszeitungen, die mindestens eine halbe Seite umfassen, oder durch gleichwertige Maßnahmen (z. B. durch Rundfunk und Fernsehen) darüber informieren.

## X. Sanktionen

Im Falle der unzulässigen Werbung drohen den Unternehmen Bußgelder. Das neue BDSG hat den Bußgeldrahmen des § 43 BDSG verschärft und neue Tatbestände (Werbung trotz vorliegendem Widerspruch; Verweigerung der gewünschten Eigenauskunft gegenüber dem Betroffenen) eingeführt, an die sich Sanktionen knüpfen. Auch die Stellung der Datenschutzaufsichtsbehörden wurde gestärkt. Im Wettbewerbsrecht sind die Straf- und Bußgeldvorschrift im UWG zu beachten, insbesondere die verschärfte Sanktion für unerlaubte Telefonwerbung. Hier kann ein Unternehmen, das unerlaubte Telefonwerbung betreibt, mit einer Geldbuße bis zu 50.000 € belegt werden. Diese Verstöße werden durch die Bundesnetzagentur geahndet.

## XI. Weitere Informationen

Die im Saarland zuständige Aufsichtsbehörde für die Einhaltung des Datenschutzes in Unternehmen ist:

Unabhängiges Datenschutzzentrum  
Saarland  
Fritz-Dobisch-Straße 12  
66111 Saarbrücken  
Telefon: 0681/94781-0  
Telefax: 0681/94781-29  
E-Mail-Adresse: [poststelle@datenschutz.saarland.de](mailto:poststelle@datenschutz.saarland.de)  
<http://www.datenschutz.saarland.de>

*Dieses Merkblatt soll – als Service Ihrer IHK – nur erste Hinweise geben und erhebt daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Obwohl es mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden.*