



## **B2B Telemarketing – Anforderungen des Datenschutzrechts nach der neuen europäischen DSGVO**

Eine Einschätzung von Dr. Philipp Kramer, Rechtsanwalt  
DKC Dr. Kramer + Kollegen Rechtsanwalts-gesellschaft mbH

Regelmäßig besteht für Unternehmen der Bedarf, Produkte und/oder Leistungen am Telefon zu verkaufen. Dabei hat das Unternehmen zwei strenge staatliche Einschränkungen zu beachten: **(1) Das Datenschutzrecht (DSGVO)**, das Pflichten bei Verarbeitung von natürlichen Personendaten (auch von Ansprechpartnerdaten) vorsieht, und **(2) das Wettbewerbsrecht**, das Telefonakquise (Telefonanrufe ohne Aufforderung zu Werbezwecken) an sich erschwert, um unerwünschte Anrufe zu vermeiden. **Im Folgenden soll es um die Anforderungen des Datenschutzrechts gehen.**

### **1. Neues Recht der DSGVO: Vieles ist erlaubt**

Das neue europäische Datenschutzrecht (die **Datenschutz-Grundverordnung, DSGVO**) hat dazu geführt, dass alle Datenverarbeitungen auf den Prüfstand gestellt werden. Selbst die datenschutzrechtliche Zulässigkeit des Telefonmarketings, bei dem die strengen Vorgaben eigentlich im Wettbewerbsrecht liegen, wurde in Frage gestellt. Inzwischen ist klar, dass eine **Verarbeitung gerade von Ansprechpartnerdaten von Unternehmen wie auch der Daten von Einzelunternehmen zu Werbezwecken** mit bekannten Einschränkungen auch **datenschutzrechtlich weiterhin zulässig** bleibt. Die DSGVO ist hier sogar im Interesse der datenverarbeitenden Unternehmen klarer formuliert als das bisherige BDSG.

### **2. Datenschutzrechtliche Erlaubnis**

Formal allerdings ist das europäische Datenschutzrecht sehr streng. Das fängt damit an, dass man sich **positiv vergewissern** muss, dass die Verarbeitung von natürlichen Personendaten für Direktwerbezwecke **datenschutzrechtlich erlaubt** ist. Geht es um die Verarbeitung von Adressdaten mit Telefonnummern von Einzelunternehmern oder von Ein-Personen-GmbHs, dann ergibt sich diese Befugnis regelmäßig aus Artikel 6 Absatz 1 Satz 1 Buchstabe f Datenschutz-Grundverordnung. Gewissermaßen eins zu eins umsetzen lässt sich hier das Gebot des Gesetzgebers: *„Die Verarbeitung personenbezogener Daten zum Zwecke der Direktwerbung kann als eine einem berechtigten Interesse dienende Verarbeitung betrachtet werden“* (Erwägungsgrund 47 Satz 7 Datenschutz-Grundverordnung). Dabei ist es datenschutzrechtlich zunächst ohne Belang, ob die Direktwerbung per Post, per E-Mail oder per Telefon erfolgt. Denn für den Schutz vor einer besonders belästigenden Kommunikationsform hat der Gesetzgeber das Wettbewerbsrecht geschaffen.

Die vorgenannte Rechtsgrundlage des Artikel 6 Absatz 1 Satz 1 Buchstabe f Datenschutz-Grundverordnung gilt auch für die Verarbeitung von Ansprechpartnerdaten eines Unternehmens, das als juristische Person, wie eine GmbH oder AG, organisiert ist.

Der Gesetzgeber wollte mit der DSGVO vor allem die großen datengetriebenen Konzerne datenschutzrechtlich reglementieren. Beim normalen Adresshandel und bei der Nutzung solcher Adressen mit Telefonnummern werden die Interessen oder Grundrechte und Grundfreiheiten der betroffenen, beworbenen Person jedoch das berechtigte Interesse des werbenden Unternehmens häufig nicht überwiegen. Damit ist der einfache Adresshandel vielfach zulässig.



### 3. Verpflichtung zur Information

Praktisch wirkt sich die Strenge des europäischen Datenschutzrechts allerdings bei der Pflicht zur Information des Angerufenen aus. Das Gesetz nimmt keine Rücksicht auf den besonderen Kommunikationsweg Telefon. Es verpflichtet **auch beim Werbeanruf** dazu, die **betroffene Person** jeweils **voll über die Verarbeitung ihrer Daten und ihre Rechte** zu informieren.

Im Zuge der Umsetzung der Datenschutz-Grundverordnung wurde klar, dass eine Vollerfüllung der Informationspflichten der Artikel 13 und 14 der Datenschutz-Grundverordnung am Telefon **praktisch nicht durchführbar** ist.

Über die vollständige **Firmierung** des anrufenden Unternehmens und die **Zwecke** der Datenverarbeitung wie über ein **Widerspruchsrecht** mag das eine oder andere Unternehmen, gegebenenfalls bei Inbound-Calls in der Warteschleife, noch informieren. Doch die weiteren Pflichten zur Information über die **Sitzadresse** des Unternehmens, die Kontaktdaten des **Datenschutzbeauftragten**, die **Rechtsgrundlagen** der Verarbeitung, **automatisierte Einzelentscheidung/Profiling** und deren Logik, die Kategorien von **Empfängern** der Daten, die **Speicherdauer** (Löschzeit), einen Drittlandtransfer, die Betroffenenrechte, die Widerrufsrechte, die Beschwerderechte, die Widerruflichkeit einer Einwilligung mit Wirkung für die Zukunft und die verarbeiteten Datenarten und Datenquellen lassen sich nicht ernsthaft am Telefon erledigen, ohne den potentiellen Kunden zu belästigen.

Gewichtige Stimmen tendieren mit der Praxis hier dazu, die **Informationspflichten auf der Website** zu **erfüllen**, dort ausführlich und vollständig zu informieren, und sich im Übrigen auf eine **Kurzfassung** der Information **am Telefon** zu beschränken. Dazu gehört auf jeden Fall ein Hinweis, wo sich die ausführliche Fassung der Datenschutzinformation findet. Auch die **Firmierung** des anrufenden Unternehmens und das **Widerrufs-/spruchsrecht** sollte erwähnt werden. Auf der betreffenden Website wird dann insbesondere auch über die Herkunft der Daten informiert, wenn es sich um Fremddaten handelt. Folgende telefonische Formulierung ist zum Beispiel möglich:

„Ach ja, lieber Herr Gesprächspartner, ein kurzer Hinweis zum Abschluss...falls Sie Informationen über den Datenschutz in unserem Unternehmen suchen, dann finden Sie diesen auf unserer Webseite XXX...“

Alternativ kann die Information des potentiellen Kunden auch an seine identifizierte E-Mail-Adresse erfolgen.

**DKC Dr. Kramer + Kollegen**

**Rechtsanwaltsgesellschaft mbH**

**Dr. Philipp Kramer, Rechtsanwalt**

**Süllbergsterrasse 1**

**22587 Hamburg**

**Tel. +49 40 357185 50**

**Fax +49 40 357185 69**

**philipp.kramer@kramerdatenschutz.de**