



Baden-Württemberg

DER LANDESBEAUFTRAGTE FÜR DEN DATENSCHUTZ

**Übergangsregelung für Altadressen
zum Zwecke der Werbung**

**Anwendungshinweise
zu § 47 Nr. 2 BDSG:**

**Erweiterte Transparenz- und
Dokumentationspflichten
sind zu beachten**

- Stand: 10. August 2012 -

**Der Landesbeauftragte für den Datenschutz in Baden-Württemberg
Königstraße 10a
70173 Stuttgart
Telefon 0711/615541-0
Telefax 0711/615541-15
E-Mail: poststelle@lfd.bwl.de
(Schutzbedürftige Daten sollten nicht unverschlüsselt per E-Mail oder via
Telefax übertragen werden.)
PGP-Fingerprint: A5A5 6EC4 47B2 6287 E36C 5D5A 43B7 29B6 4411 E1E4
Homepage: www.baden-wuerttemberg.datenschutz.de**

§ 47 Nr. 2 BDSG lautet:

“Für die Verarbeitung und Nutzung vor dem 1. September 2009 erhobener oder gespeicherter Daten ist § 28 in der bis dahin geltenden Fassung weiter anzuwenden [...] für Zwecke der Werbung bis zum 31. August 2012.”

Erfolgte die Erhebung oder Speicherung personenbezogener Daten zum Zwecke der WERBUNG vor dem 1. September 2009, ist der (neue) § 28 BDSG für diese Daten ab dem 1. September 2012 anzuwenden (bis zum 31. August 2012 gilt noch § 28 BDSG a.F.).

Werden personenbezogene Daten zum Zwecke der Werbung verwendet, muss nach § 28 BDSG entweder eine Einwilligung des Betroffenen vorliegen (§ 28 Absatz 3 Satz 1 BDSG) oder aber es greift das sog. „Listendatenprivileg“ (§ 28 Absatz 3 Satz 2 BDSG). Im Zuge der BDSG-Novelle II wurden die Transparenz-, Hinweis- und Dokumentationspflichten verschärft. Altdaten dürfen im Bereich der Werbung daher ab dem 1. September 2012 nur noch dann verwendet werden, wenn diese den strengeren gesetzlichen Regelungen entsprechen.

Im Ergebnis hat diese Übergangsregelung folgende Auswirkungen:

a) Bisherige Kundendaten, die gemäß § 28 BDSG a.F. vor dem 1. September 2009 **selbst erhoben** wurden, können unverändert weiter verwendet werden, wenn eine ausdrückliche Einwilligung des Betroffenen vorliegt oder es sich um Listendaten handelt (Hinweis: Kommunikationsdaten - wie E-Mailadresse, Telefonnummer, Telefaxnummer - sind keine Listendaten). Die Datenerhebung muss jeweils nachweisbar dokumentiert sein. Sollen Altdaten, die nicht dem Listendatenprivileg unterliegen, weiterhin zu Werbezwecken verwendet werden, können entsprechende Einwilligungen noch bis zum Fristablauf (31. August 2012) eingeholt werden. Andernfalls dürfen diese Daten ab dem 1. September 2012 nicht mehr verwendet werden.

In beiden Fällen gilt, dass § 28 Absatz 4 Satz 2 BDSG n.F. verlangt, dass in den Fällen des § 28 Absatz 1 Satz 1 Nr. 1 BDSG auch bereits bei der Begründung des rechtsgeschäftlichen oder rechtsgeschäftsähnlichen Schuldverhältnisses (also beim Vertragsschluss und nicht erst bei der ersten Werbezusendung) der Betroffene über die verantwortliche Stelle sowie über das Widerspruchsrecht nach § 28 Absatz 4 Satz 1 BDSG unterrichtet werden muss. Dieses Erfordernis enthielt § 28 Absatz 4 BDSG a.F. nicht. Allerdings kann diese Unterrichtung über das Werbewiderspruchs-

recht in der ersten werblichen Ansprache ab dem 1. September 2012, die einen entsprechenden Hinweis enthalten muss, nachgeholt werden.

b) Bei personenbezogenen Daten, die von dritter Seite erworben - also **übermittelt** - wurden, muss das Transparenzgebot des § 28 Absatz 3 Satz 4 BDSG i.V.m. § 34 Absatz 1a BDSG erfüllt sein. Das bedeutet zum einen, dass die Stelle, die die Daten erstmalig erhoben hat („erstes Glied der Kette“), aus der Werbung eindeutig hervorgehen muss. Auch müssen die übermittelnde Stelle (z.B. Adresshändler) und die empfangende Stelle (z.B. werbendes Unternehmen) die Herkunft der Daten und den oder die Empfänger der Daten für die Dauer von zwei Jahren nach der Übermittlung speichern und dem Betroffenen auf Verlangen beauskunften können.

Ist dieser Herkunftsnachweis nicht möglich, dürfen diese Daten ab dem 1. September 2012 nicht mehr verwendet werden.

Hinweis: § 47 Nr. 2 BDSG privilegiert nicht den Fall, dass Adressen von einem Adresshändler zwar vor dem 1. September 2009 erhoben, aber nach diesem Datum etwa an ein Werbeunternehmen übermittelt (vermietet/verkauft) worden sind. Denn in dieser Übermittlung ist eine neue Erhebung (nach dem Stichtag) auf Seiten des Werbeunternehmens zu sehen.