

Adresshandel

Begriff

Adresshandel ist ein weiter Begriff, der im Gesetz nicht näher erläutert wird. Darunter fällt vor allem die Beschaffung und Weitergabe von personenbezogenen Adressdaten. Die Rahmenbedingungen für den Handel mit Adressdaten wurden mit der BDSG-Novelle 2009 neu geregelt.

Gesetze, Vorschriften und Rechtsprechung

Die Rechtsgrundlage ergibt sich vor allem aus den

- §§ 29 und 28 BDSG,
- für Markt- und Meinungsforschung aus § 30a BDSG.

Zulässigkeit

Die Rahmenbedingungen für Adresshandel waren bei der Gesetzesnovellierung des BDSG im Jahr 2009 stark umstritten. Bis dahin konnten Adressdaten aufgrund des alten Listenprivilegs ohne große Hürden weitergegeben werden. Im Gesetzgebungsverfahren hat sich letztlich eine Meinung durchgesetzt, nach der das → **Listenprivileg** gerade für den Adresshandel offenbar stark eingeschränkt wird. Die unsauberen Gesetzesformulierungen führen letztlich jedoch zu einer Verunsicherung bei der Rechtsanwendung.

Unstrittig ist, dass sich die **Rechtsgrundlage für den Adresshandel** vor allem aus den §§ 29 und 28 BDSG ergibt. Demnach ist die Erhebung und Verwendung von Adressdaten zulässig, wenn unter ande-

rem die Voraussetzungen des (eingeschränkten) → **Listenprivilegs** nach § 28 Abs. 3 Satz 2 ff. BDSG erfüllt sind.

Folgende typische Sachverhalte können unterschieden werden:

- **Verkauf als Sekundärzweck:**

Ein Unternehmen will die Adressdaten seiner Kunden verkaufen, um sich eine Einnahmequelle zu erschließen. Dies ist nach § 28 Abs. 3 BDSG nur zulässig, wenn der Kunde vorher eingewilligt (→ **Einwilligung des Betroffenen**) hat oder wenn das (eingeschränkte) Listenprivileg greift.

- **Adressenaufkauf und Weiterverkauf durch einen Adresshändler:**

Ein Adresshändler darf diese Daten geschäftsmäßig nur dann aufkaufen oder weiterverkaufen, wenn die Voraussetzungen des § 29 Abs. 1 oder Abs. 2 BDSG plus die des (eingeschränkten) Listenprivilegs vorliegen.

- **Adressenkauf (z.B. von einem Adresshändler) zur eigenen Nutzung:**

Sofern die Daten ursprünglich rechtmäßig gewonnen wurden, ist eine Verwendung zulässig, solange die → **Zweckbindung** beachtet wird.

- **Für Daten zu Zwecken der Markt- oder Meinungsforschung** gilt der etwas weiter gefasste § 30a BDSG.

Eingeschränktes Listenprivileg

Das Listenprivileg ist in § 28 Abs. 3 BDSG beschrieben und umfasst **vier Fallgruppen**. Die vierte und weitestgehende Fallgruppe (nach der → **Datenübermittlung** zulässig ist, wenn sie dokumentiert wird), darf für den Adresshandel nach überwiegender Meinung nicht

angewendet werden (Andere Ansicht: z.B. Stefan Hanloser in RDV 2010, S. 155 ff.). Grund ist der explizite Wortlaut der Vorschrift, der sich ausschließlich auf → **Werbung** bezieht (Georg Wronka hält den derzeitigen Wortlaut für verfassungswidrig (RDV 2010, S. 159 ff.)). Somit dürfen nur die anderen 3 wesentlich enger gefassten Fallgruppen des → **Listenprivilegs** herangezogen werden, um eine Rechtsgrundlage für den Adresshandel zu begründen.

Einwilligung

Wenn für den Adresshandel die Rechtsgrundlage in Form einer Einwilligung (→ **Einwilligung des Betroffenen**) vorliegt (anstelle etwa des Listenprivilegs), dann gelten dafür folgende Sonderregeln nach § 28 Abs. 3a BDSG:

- Wird die Einwilligung schriftlich erteilt, dann muss sie eigenhändig unterschrieben werden. Wenn das Schriftstück weitere Erklärungen enthält, ist die Einwilligung **drucktechnisch besonders hervorzuheben** (z.B. durch Fettdruck).
- Wird die Einwilligung elektronisch erklärt (z.B. im Internet), ist sie zu protokollieren. Der → **Betroffene** muss den Inhalt seiner Einwilligung jederzeit abrufen und seine Erklärung mit Wirkung für die Zukunft widerrufen (→ **Widerspruchsrecht**) können.
- Wenn die Einwilligung in irgendeiner anderen Form erteilt wird (z.B. mündlich), dann ist sie nur gültig, wenn die verantwortliche Stelle sie schriftlich bestätigt hat (etwa per Brief).

(Grimme)