

**Formblatt für Stellungnahmen**  
**zu den Auslegungshinweisen der Bundesnetzagentur zu § 7a UWG**  
**betreffend die Dokumentation und Vorlage von Einwilligungen in die Durchführung von Werbeanrufen**  
**(Az. 513-EW Dok 21-Kon)**

Ich bin damit einverstanden, dass meine Stellungnahme auf der Internetseite der Bundesnetzagentur veröffentlicht wird.

Eine geschwärzte Fassung der Stellungnahme lege ich bei ~~/ist nicht erforderlich~~ **[Unzutreffendes bitte streichen]**.

[Gesamtverband der deutschen Versicherungswirtschaft; GDV e.V.]

[29.11.2021]

Bitte nutzen Sie für Ihre Stellungnahme die nachfolgende Tabelle. Verwenden Sie dabei für die Kommentierung jeder Randnummer der Auslegungshinweise eine separate Tabellenzeile. Neue Tabellenzeilen können Sie in beliebiger Anzahl einfügen.

Kürzel	Betroffene Randnummer	Anmerkung
	10 - 11	Der Begriff des „werbenden Unternehmens“ wird weder im Gesetz für faire Verbraucherverträge noch im UWG legaldefiniert. Die Auslegungshinweise gehen vorliegend ohne weitere Begründung nur unter Verweis auf das Ziel effektiver Sanktionierung unerlaubter Telefonwerbung von einem weiten Verständnis aus. Da werbende Unternehmen für die Umsetzung der Dokumentations- und Aufbewahrungspflicht nach § 7a UWG verantwortlich sind, führt das weite Verständnis zu Diskrepanzen mit den Regelungen der DSGVO. Für den ordnungsgemäßen Nachweis der datenschutzrechtlichen Einwilligung und Datenverarbeitung ist nach Art. 7 Abs. 1 und Art. 24 Abs. 1 DSGVO allein der Verantwortliche rechenschaftspflichtig. Eine vergleichbare Verpflichtung besteht für Auftragsverarbeiter nicht. Legt die BNetzA das weite Verständnis für „werbende Unternehmen“ zu Grunde, würde auch ein ausschließlich als Auftragsverarbeiter tätiges Callcenter die Einwilligung dokumentieren und aufbewahren müssen. Eine Dokumentation und Aufbewahrung durch den Auftragsverarbeiter kann je nach Fallkonstellation in der Praxis zwar vorteilhaft sein, eine rechtliche Pflicht sollte aber insbesondere wegen des Gleich-

Kürzel	Betroffene Randnummer	Anmerkung
		<p>laufs zwischen DSGVO und UWG vermieden werden. Vielmehr muss dies der unternehmerischen Gestaltungsfreiheit überlassen werden. Ob ein Callcenter ausschließlich Auftragsverarbeiter ist, hängt zudem auch vom zivilrechtlichen Vertrag zwischen den Parteien ab. Insofern muss das zivilrechtliche ebenso wie das datenschutzrechtliche Verhältnis zwischen Auftraggeber und Callcenter beachtet werden. Es sollte deshalb klargestellt werden, dass in Verhältnissen, in denen die Werbeanrufe von einem Auftragsverarbeiter für einen Verantwortlichen durchgeführt werden (z. B. durch einen Versicherungsvertreter für eine Versicherungsunternehmen), die Dokumentation der Einwilligungen nur vom Verantwortlichen vorgenommen werden muss, er dies aber auf den Auftragsverarbeiter delegieren kann, sofern ein unverzüglicher Nachweis auf Verlangen möglich ist.</p> <p>Die zivilrechtliche Ausgestaltung der Verhältnisse ist allerdings auch aus anderen Gründen von Bedeutung. Soweit die Auslegungshinweise keinen Unterschied zwischen „Auftrag, Vermittlungsverhältnis, Provisionsverhältnis etc.“, kann dem nur zugestimmt werden, soweit sich das Vermittlungsverhältnis/Provisionsverhältnis explizit auf die Ausführung auf dem Weg der Telefonwerbung bezieht. Erforderlich ist deshalb eine Klarstellung, dass nicht jegliches Vermittlungsverhältnis/Provisionsverhältnis dazu führen kann, dass eine Auftraggeber-Eigenschaft und damit die entsprechenden Dokumentationsanfordernisse/Prüfpflichten aus den Auslegungshinweisen angenommen werden darf.</p> <p>Beispiel:</p> <p>Ein Versicherungsunternehmen beauftragt ein anderes Unternehmen mit dem Vertrieb von Produkten. Dieses Vermittlungsverhältnis/Provisionsverhältnis ist aber gerade nicht darauf gerichtet, dass dies im Wege der Telefonwerbung erfolgt. Entscheidet sich der „Auftragnehmer“ aus eigenem Antrieb dazu, den Produktvertrieb in Form von Telefonwerbung durchzuführen, kann das Versicherungsunternehmen nicht als Auftraggeber und werbendes Unternehmen im Sinne von § 7a UWG betrachtet werden.</p> <p>Darüber hinaus bitten wir um ergänzende Ausführungen in den Auslegungshinweisen für Konstellationen, in denen Telefonwerbung für mehrere Unternehmen erfolgt und die Einwilligung sich dementsprechend auf mehrere Unternehmen bezieht. Beauftragen mehrere Unternehmen (z. B. mehrere Konzernunternehmen) gemeinsam einen Auftragsverarbeiter damit, für ihre Produkte Telefonwerbung zu betreiben, sind sie jeweils Verantwortliche für die Datenverarbeitung und werbende Unternehmen. Daraus folgt jedoch nicht, dass jedes einzelne Unternehmen die Einwilligung dokumentieren und aufbewahren muss. Nach Art. 7 Abs. 1 DSGVO muss der Verantwortliche nur nachweisen können, dass eine wirksame Ein-</p>

Kürzel	Betroffene Randnummer	Anmerkung
		<p>willigung vorliegt. Auch nach § 7a UWG müssen „die werbenden Unternehmen“ die Einwilligung dokumentieren und aufbewahren. Verlangt wird jedoch nicht, dass jedes Unternehmen dies separat tun muss. Eine gemeinsame Verwaltung, bei der beispielsweise ein Konzernunternehmen die Einwilligung für alle dokumentiert und aufbewahrt, wird gesetzlich nicht ausgeschlossen und entspricht der Praxis. Entscheidend ist daher allein, dass jeder Verantwortliche/werbendes Unternehmen den Nachweis unverzüglich erbringen kann, wenn dies durch die Aufsichtsbehörde verlangt wird. Gerade dann, wenn kein Austausch personenbezogener Daten angestrebt war (weil z.B. ein Dritter eigenverantwortlich auf Basis selbst akquirierter Kontaktdaten tätig wird und das Unternehmen, für dessen Produkte geworben wird, keine Kenntnis von den Angerufenen erlangt), müssten Informationen zu den Angerufenen und den von ihnen erteilten Einwilligungen allein zur Erfüllung der in den Auslegungshinweisen aufgestellten Anforderungen ausgetauscht werden – mit allen sich daran anknüpfenden Konsequenzen wie Information über die Ersterhebung, Auskunftspflichtung etc. -, obwohl der Austausch nur im Einzelfall bei Aufforderung der Aufsichtsbehörde zum Nachweis erforderlich wäre. Dies mag im Sinne einer „effektiven“ Sanktionierung sein, wird aber dem Grundsatz der Datenminimierung nicht gerecht und kann deswegen aus einem datenschutzrechtlichen Blickwinkel nicht gewollt sein.</p> <p>Des Weiteren regen wir das Einfügen von praktikablen Erläuterungen in Bezug auf Situationen an, in denen Telefonwerbung sowohl im gewerblichen als auch privaten Kontext erfolgt (Cross-Selling). Wird beispielsweise im Laufe eines Werbegesprächs mit einem gewerblichen Kunden von diesem/dem gesprächsführenden Mitarbeiter die Möglichkeit angesprochen, ob Produkte auch privat vermittelt werden können, bestehen Unsicherheiten, wie die Einwilligung rechtssicher dokumentiert werden kann. Widerspricht der Kunde in seiner Rolle als Verbraucher der Aufzeichnung der Einwilligung, wird häufig nur die schriftliche Dokumentation des Gesprächs durch den Werbenden als Mittel übrig bleiben. Insoweit kann in der Praxis auf Niederschriften und Verweise auf die von dem Unternehmen eingesetzten Standardprozesse/Standarderwilligungstexte für Telefoneinwilligungen zurückgegriffen werden. Eine Unterbrechung des Gesprächs und Einholung der Einwilligung auf anderem Wege ist dagegen unpraktikabel und führt zu Irritationen bei Kunden.</p>
	11	Wir nehmen Bezug auf unsere Ausführungen zur Definition und stärkeren Differenzierung bezüglich des Begriffs des „werbenden Unternehmens“. Es bedarf insoweit an dieser Stelle entsprechender Differenzierungen und Klarstellungen zur Sanktionierung und Zurechnung von Pflichtverstößen der einzelnen an der Telefonwerbung beteiligten Unternehmen.
	14	Zur Verbesserung der Rechtssicherheit sollte klargestellt werden, dass bei fremdbeschafften Werbeeinwilligungen Stichproben für die systematische Prüfung der ordnungsgemäßen Dokumentation durch den Dritten ausreichend sind.
	15	Das Erfordernis einer „authentischen“ Dokumentation ist nicht näher definiert und ist weder aus dem UWG noch aus der DSGVO bekannt. Die Anforderung sollte gestrichen oder näher konkretisiert werden.

Kürzel	Betroffene Randnummer	Anmerkung
		Auch in Bezug auf das Erfordernis, dass die Nachweise manipulationssicher sein müssen, fehlen konkrete Hinweise, wie diese Anforderung umgesetzt werden kann bzw. welche technisch-organisatorischen Voraussetzungen konkret gefordert werden. Angesichts der großen Bandbreite an heute verfügbaren Sicherungsmaßnahmen ist unklar, ob z.B. ein besonderer Zugriffsschutz auf die Dokumente, welche die Einwilligung belegen, ausreicht. Praxisgerechter und im Gegensatz zu „manipulationssicher“ bestimmter wäre dagegen die Anforderung einer reversionssicheren Nachweisführung für das Vorliegen der erforderlichen Einwilligungen.
	17 ff.	In Bezug auf den Aspekt der materiellen Richtigkeitsgewähr der Einwilligung wären Ausführungen zum Umgang mit Rückrufbitten hilfreich. Es kommt nicht selten vor, dass Unternehmen über Website-Kontaktformulare um zeitnahen, telefonischen Rückruf gebeten werden, um beispielsweise über Produkte informiert zu werden. Bestand im Vorfeld kein geschäftliches Verhältnis, kann das Unternehmen grundsätzlich erst durch Anruf der angegebenen Rufnummer feststellen, ob es tatsächlich der Anschlussinhaber selbst war, der den Werbeanruf angefordert hat. Die schriftliche Einholung/Bestätigung einer Einwilligung vor telefonischer Kontaktaufnahme stellt keine praktikable Lösung dar. Zudem würde dies die Erhebung von ansonsten nicht erforderlichen Adressdaten erfordern (vgl. Grundsatz der Datenminimierung).
	20	Hier sollte klarstellend der Hinweis erfolgen, dass eine Einwilligung jede unmissverständlich abgegebene Willensbekundung in Form einer Erklärung oder einer sonstigen eindeutigen bestätigenden Handlung ist (Legaldefinition aus Art. 4 Nr. 11 DSGVO) und dass auch das UWG kein Schriftform-/Textformerfordernis vorsieht (vgl. 2.2.1.2.4 dieser Auslegungshinweise).
	24	Die Dokumentation der Wohnanschrift des Einwilligenden erscheint nicht erforderlich, solange eine eindeutige Identifizierung über alternative Daten (z. B. E-Mail-Adresse oder Telefonnummer) möglich und sinnvoller ist. Dies entspricht dem Grundsatz der Datenminimierung. Beispielsweise vertritt der Europäische Datenschutzausschuss in seinen Leitlinien 02/2019 („Verarbeitung personenbezogener Daten gem. Art. 6 Abs. 1 Buchstabe b DSGVO im Zusammenhang mit der Erbringung von Online-Diensten für betroffene Personen“) in Beispiel 1 auf Seite 11 unter Rn. 35 die Auffassung, dass die Verarbeitung von Daten über die Wohnanschrift eines Kunden zur Erfüllung eines Online-Kaufvertrags nicht erforderlich sei, wenn der Kunde sich für einen Versand an eine Abholstelle entscheidet. Hier drohen daher konfligierende Aufsichts-anforderungen.
	25, 26	Diese Anforderung kann dazu führen, dass unnötig viele Daten erfasst werden. Es ist in Bezug auf die Nachweisbarkeit einer wirksamen Einwilligung kaum ersichtlich, inwiefern eine zwingende Identifizierung des konkreten Mitarbeiters/Erklärungsempfängers einen Mehrwert bringt. Vielmehr müsste die Identifizierung des jeweiligen Unternehmens genügen. Da die Dokumentation nach § 7a Abs. 2 UWG nach jeder Verwendung der Einwilligung für fünf weitere Jahre aufbewahrt werden

Kürzel	Betroffene Randnummer	Anmerkung
		<p>muss, müssten auch Daten über bereits ausgeschiedene Mitarbeiter womöglich noch Jahrzehnte später aufbewahrt werden. Dies dürfte vor dem Hintergrund des Prinzips der Datenminimierung auch aus Sicht der Datenschutzaufsicht problematisch erscheinen.</p> <p>Darüber hinaus weisen wir daraufhin, dass es für die Wirksamkeit der Einwilligung nach der DSGVO (vgl. Erwägungsgrund 32 und Art. 13) bezüglich der Informiertheit mitunter ausreichend ist, wenn nur die Kategorien der Empfänger angegeben wird. Zudem hat der BGH in seinen Urteilen zu „Einwilligung in Werbeanrufe“ die Nennung der Firma ausreichen lassen. Sofern eine eindeutige Identifizierung des die Einwilligung einholenden Unternehmens auch auf andere Weise sichergestellt ist, kann es nicht auf die Dokumentation von Firmensitz und ladungsfähiger Anschrift ankommen.</p>
	27	<p>Es sollte klargestellt werden, dass die Beschreibung der „beworbenen Produkte bzw. Leistungen“ sich nicht auf konkrete Einzelprodukte beziehen muss. In der Rechtspraxis (sowohl im Datenschutz- als auch im Wettbewerbsrecht) hat sich etabliert, dass die Einwilligung in die Werbung für abstrakter beschriebene aber hinreichend klar umgrenzte Produkte und Leistungen möglich ist (z. B. Einwilligung in Werbung für „Versicherungsprodukte“ und nicht nur „eine Haftpflichtversicherung“). Entsprechendes muss in Bezug auf die Dokumentation der Einwilligung gelten. Dies ist sachgerecht, da Werbung insbesondere auch dazu dienen soll, neue Produkte zu vermarkten. Eine engere Auffassung würde dem Zweck der Werbung zuwiderlaufen.</p>
	28	<p>In Bezug auf fernmündlich erteilte Einwilligungen in Telefonwerbung, die nicht durch Aufzeichnung dokumentiert werden dürfen, wären an dieser Stelle weitere Hinweise zum Vorhalten des vollständigen Einwilligungstextes sinnvoll. Insoweit verweisen wir auf unsere Ausführungen zu Rn. 10.</p>
	29	<p>An dieser Stelle sollten die Anforderungen an die Benennung der Sponsoren, Produkte und Leistungen genauer konkretisiert werden. Wie bei unseren Ausführungen zu Rn. 25 – 27 sollte es reichen, dass das jeweilige werbende Unternehmen bzw. bei mehreren konzernangehörigen Unternehmen der jeweilige Konzern namentlich benannt ist und die beworbenen Produkte bzw. Leistungen abstrakt aber klar umgrenzt beschrieben sind.</p>
	34	<p>Nach den Auslegungshinweisen muss aus dem Kontext ersichtlich werden, mit welchem „Informationsstand“ der Erklärende seine Einwilligung erteilt hat. Wir gehen davon aus, dass hierdurch dem datenschutzrechtlichen Erfordernis der Informiertheit der Einwilligung Rechnung getragen werden soll. Da der Begriff „Informationsstand“ allerdings missverständlich weiter verstanden werden kann, als die Anforderungen der DSGVO gehen, regen wir eine Umformulierung an.</p>

Kürzel	Betroffene Randnummer	Anmerkung
	35	<p>Die in dem Beispiel aufgezählten Angaben werden nicht generell, sondern nur entsprechend der spezifischen Gegebenheiten des Einzelfalls überhaupt relevant oder sinnvoll sein. Wir schlagen vor, auf die Einzelfallabhängigkeit der zu dokumentierenden Angaben hinzuweisen.</p> <p>In Bezug auf die im Beispiel angeführten Datenschutz- und Teilnahmebedingungen könnte sich darüber hinaus ein Hinweis auf die zu Grunde liegende höchstrichterliche Rechtsprechung z. B. im Rahmen einer Fußnote anbieten.</p>
	36	<p>In diesem Zusammenhang empfehlen wir in Bezug auf online abgegebene Einwilligungen den Hinweis, dass es insoweit nur auf die Nachweisbarkeit ankommt, dass von dem betroffenen Endgerät die Einwilligung erteilt wurde. Dies entspricht den Anforderungen des TMG bzw. ab dem 01.12.2021 des TTDSG und der ePrivacy-Richtlinie. Ein Nachweis, welcher Nutzer die Einwilligung von dem Endgerät aus erteilt hat, ist technisch nicht möglich, sondern würde dagegen die Erhebung zusätzlicher personenbezogener Daten erfordern.</p>
	38	<p>In Bezug auf die Granularität eines Widerrufs muss differenziert werden. Soweit es sich um einen Teilwiderruf bzw. eine Änderung der Werbeeinwilligung handelt, erscheint es nachvollziehbar, dass der Widerruf ausreichend granular dokumentiert werden muss, um festzustellen, ob weitere Werbung noch von der Einwilligung erfasst sind. Das Anknüpfen an die Granularität der Einwilligung erscheint nicht zielführend, da eine generellere Einwilligung auch nur zum Teil widerrufen werden kann oder eine stark differenzierte Einwilligung auch generell widerrufen werden kann. Soweit in Rn. 38 auf die Anforderungen in Abschnitt 2.2.1.2 verwiesen wird, nehmen wir unsererseits Bezug auf unsere obigen Ausführungen zu den entsprechenden Randnummern. Insbesondere bei vollständigem Widerruf einer Einwilligung ist nicht ersichtlich, weshalb der Widerruf derart umfangreich dokumentiert werden muss. Es muss ausreichen, dass sichergestellt ist, dass nach dem dokumentierten Zeitpunkt des Widerrufs keine weitere Telefonwerbung erfolgt.</p>
	40	<p>Die Erstreckung der Dokumentationspflicht auf die Weitergabe der Widerrufsinformationen ist zu weitgehend. Zutreffend ist zwar, dass die Weitergabe an sich unverzüglich erfolgen muss, damit nach ihrem Eingang keine weitere Telefonwerbung erfolgt. Der Nachweis ist jedoch bereits durch andere zu dokumentierende Vorgänge sichergestellt. Da bereits der Zeitpunkt des Widerrufs und jede Verwendung Einwilligung zu dokumentieren sind, ist im Prüffall ohne Weiteres erkennbar, ob Telefonwerbung trotz erfolgten Widerrufs stattgefunden hat. Wie die Unternehmen sicherstellen, dass sie nur mit aktueller Einwilligung werbend anrufen, ist im Übrigen deren Organisationshoheit und -verantwortung überlassen.</p>
	41	<p>Zunächst verweisen wir auf unsere Anmerkungen zu Rn. 40. Darüber hinaus ist nicht ersichtlich, weshalb der Sponsor/Adresskäufer die Widerrufsinformation an den Adresshändler weitergeben sollte. Dieser kann – je nach zivilrechtlicher Ausgestaltung – nach dem Verkauf ohnehin nicht mehr über die Adressen verfügen und ist in der Regel nicht in die Durchführung der Telefonwerbung eingebunden.</p>

Kürzel	Betroffene Randnummer	Anmerkung
	42	Aus zuvor genannten Gründen ist nicht ersichtlich, warum das werbende Unternehmen den Zusammenhang des Widerrufs dokumentieren muss. Zudem wird nicht hinreichend klar, was nach Vorstellung der BNetzA im Detail unter dem „Zusammenhang“ verstanden wird.
	45, 48	Aus den zuvor genannten Gründen (Rn. 25 und 26) sollte auf die Dokumentation des Namens des Mitarbeiters, der den Werbeanruf getätigt hat, verzichtet werden. Zudem sollten sonstige eindeutige Identifikationsmerkmale berücksichtigt werden dürfen.
	50	Aus dem Gesetz ergibt sich nicht die Pflicht, dass im Rahmen der Dokumentation jeder werbliche Anruf dokumentiert werden muss. Zur Einhaltung der Aufbewahrungsfrist dürfte es für die Unternehmen ausreichend sein, den jeweils letzten Anruf festzuhalten und Dokumentationen zu vorherigen Anrufen wieder zu löschen. Da die Information über Gespräche mit dem Kunden personenbezogene Daten darstellen, wird so das Prinzip der Datenminimierung erfüllt.
	52	In Bezug auf die Dokumentation der kontaktierten Rufnummer bedarf es einer Klarstellung, dass dann in der Folge weitere Rufnummern durch Weiterleitungen (z. B. Festnetz auf Handy, Weiterleitung bei besetzt, Telefongruppe etc.) von der Einwilligung miterfasst sind.
	54	Unklarheiten bestehen bei online (z.B. auf Webseiten) eingeholten Einwilligungen. Eine bildliche Wiedergabe der Webseite zum Zeitpunkt der Einwilligung kann den Inhalt von evtl. eingebetteten Verlinkungen oder die Funktionsweise von Schaltflächenelementen nicht wiedergeben. Üblicherweise sind solche Informationen in einem CMS-System hinterlegt, das im Regelfall auch revisionsicher die früheren Ausprägungen / Versionen abbilden kann. Informationen über die erfolgte Authentifizierung der Webseitenbesucher sind hingegen i.d.R. in einem weiteren System hinterlegt. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob das „Nebeneinanderlegen“ der Informationen aus verschiedenen Systemen einen ausreichenden Nachweis i.S.d. Auslegungshinweise bieten kann bzw. welche konkreten, weitergehenden Maßnahmen erforderlich werden. Ersteres sollte aus Gründen der Praktikabilität ausreichen.
	56	Neben den Ausführungen dazu, weshalb das Double-Opt-In-Verfahren nicht ausreichend ist, wäre es für die Unternehmen eine Unterstützung, wenn an dieser Stelle weitere Vorschläge zur wirksamen Dokumentation von online eingeholten Einwilligungen ergänzt würden.
	57 und 61	Die Ausführungen in Rn. 57, wonach es für fernmündlich erteilte Einwilligungen der Aufzeichnung des Telefongesprächs bedarf, ergibt sich nicht aus dem Gesetz und steht in ihrer Absolutheit im Widerspruch zu Rn. 61, welche auch andere Wege zur Dokumentation zulässt. Die Formulierung sollte an dieser Stelle andere Wege, wie in Rn. 61 beschrieben, nicht ausschließen.

Kürzel	Betroffene Randnummer	Anmerkung
		<p>Hilfreich könnte es sein, wenn die Anforderungen an die Dokumentation einer telefonisch eingeholten Einwilligung, die nicht per Voice-File eingeholt werden, weiter konkretisiert würden. Dabei sollte ein praxisgerechter Maßstab verwendet werden.</p> <p>Die Anforderung, wonach vor dem Beginn der Aufzeichnung die Einwilligung erteilt werden muss und die Einwilligung wiederum dokumentiert werden muss, ist ohne weitere Erläuterungen schwierig umsetzbar. Beispielhaft könnte in den Auslegungshinweisen ein zweistufiges Vorgehen dargestellt werden:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Im Rahmen des Telefonats vor Beginn der Aufzeichnung sich unmissverständlich vom Kunden mitteilen lassen, dass das weitere Gespräch aufgezeichnet werden darf</li> <li>2. Mit der Aufzeichnung beginnen und zu Beginn vom Kunden bestätigen lassen, dass vor Beginn der Aufzeichnung die Einwilligung gegeben wurde</li> </ol> <p>In Bezug auf Fußnote 25 ist anzumerken, dass die Aussage in ihrer Absolutheit nicht zutreffend ist. Erfolgt ein Anruf zu nicht werblichen Zwecken (Beratung zu einem konkreten Vertrag), so darf die Einwilligung in diesem Zusammenhang eingeholt werden und sodann ggf. der Anruf werblich fortgesetzt werden. Dies ist vergleichbar mit der nach § 7 Abs. 2 Nr. 3, Abs. 3 UWG und Art. 13 Abs. 2 ePrivacy-Richtlinie eingeräumte Möglichkeit, auch ohne Einwilligung bestimmte Produkte/Dienstleistungen im Zusammenhang mit vorhandenen Vertragsbeziehungen zu bewerben.</p> <p>Schließlich möchten wir noch darauf hinweisen, dass die Aufzeichnung telefonisch eingeholter Einwilligungen, zwar eine mögliche Alternative ist, aber nicht als Grundsatz dargestellt werden sollte. Zwar mag diese eine größtmögliche Sicherheit über den genauen Wortlaut der eingeholten Einwilligung bieten. Eine solche Aufzeichnung vermag aber nur bei Einhaltung bestimmter Vorgaben den ebenfalls geforderten Nachweis der Identität der Gesprächsteilnehmer zu liefern. Sie ist also nicht ohne Weiteres für sich genommen ausreichend. Daneben sind die Aufzeichnungen, wie die Auslegungshinweise selbst einräumen, von der Zustimmung der am Gespräch Beteiligten abhängig. Insoweit sollten die Auslegungshinweise auch praxisgerechte Erläuterungen zur datenschutzkonformen Aufzeichnung der Stimme des werbenden Mitarbeiters bieten, wenn sie die Voice-File als Standardfall der Dokumentation fernmündlich eingeholter Telefoneinwilligungen betrachten.</p>
	58 - 59	<p>Im Hinblick auf das Datum und die Uhrzeit sollte den Unternehmen der Spielraum belassen werden, den Nachweis ggf. anderweitig zu erbringen. Es ist nicht ersichtlich, weshalb eine Nennung im Gespräch selbst unbedingt erforderlich sein soll. Die persönlichen Angaben zum Callcenter-Agenten sind wegen unserer Ausführungen zu Rn. 25-26 nicht erforderlich.</p>

Kürzel	Betroffene Randnummer	Anmerkung
	60	In Bezug auf das Format bedarf es konkretisierender Ausführungen. „Manipulationsschutz“ wird in der Praxis unter anderem durch begrenzte Zugriffsberechtigungen auf die Daten und Speicherung von Logs über Datenzugriffe gewährleistet.
	62	Wir bitten an dieser Stelle um Klarstellung, dass keine Anforderungen an die Qualität, die Leserlichkeit oder gar die Prüfung der Unterschrift gestellt werden.
	64 ff.	Es sollte nochmals darauf hingewiesen werden, dass nicht jedes (Konzern-) Unternehmen die Dokumentationspflicht trifft, sondern ein Unternehmen dies für alle Konzernunternehmen und die Versicherungsvertreter übernehmen kann (vgl. unsere Anmerkungen zu Rn. 10-11 der Auslegungshinweise). Entsprechendes sollte für Widerrufe gelten.
	67	Es sollte klargestellt werden, dass zur Erfüllung der Prüfpflicht eine Stichprobenprüfung genügt. Im Hinblick auf die inhaltliche Überprüfung sollte klargestellt werden, dass in Bezug auf standardmäßig verwendete Einwilligungen die inhaltliche Überprüfung des Standardtextes gemeint ist. Nur wenn im Einzelfall Abweichungen vom Standardtext vorliegen, kann eine inhaltliche Überprüfung der Einzeleinwilligung gemeint sein.
	84 ff.	Der materielle Gehalt der erteilten Alteinwilligungen bleibt nach der Auslegung der BNetzA bestehen. Bei einer Nutzung dieser Alteinwilligungen sollen aber die Dokumentationspflichten des § 7a UWG auch gelten. Dem ist dann zuzustimmen, wenn die Anforderungen des § 7a UWG den Dokumentationspflichten der DSGVO entsprechen würden. Die Auslegungshinweise postulieren allerdings über den Wortlaut des § 7a UWG und den Anforderungen der DSGVO hinausgehende Voraussetzungen (siehe Ausführungen oben). Dies hätte in der Praxis zur Folge, dass ein großer Teil der Alteinwilligungen nicht mehr verwendet werden können. So kann es bei online eingeholten Werbeeinwilligungen im Einzelfall sein, dass die für die Dokumentation allein nach den Auslegungshinweisen notwendigen Parameter nicht nachträglich hergestellt werden können.
	98	Es sollte klargestellt werden, dass die Einwilligung (mit Unterschrift) auch in digitaler Form (Scan) aufbewahrt werden kann und die digitale Form der Bundesnetzagentur zur Verfügung gestellt werden kann. Weder aus der DSGVO noch aus dem UWG ergibt sich die Pflicht, Einwilligungen im Original aufzubewahren. Aufgrund der zunehmenden Digitalisierung von schriftlich erteilten Einwilligungen dürfte dies auch nicht mehr zeitgerecht sein.