

## Wann und wie darf man Kunden und Interessenten noch kontaktieren?

DSGVO: Marketing-Einwilligung nötig? Cold Calling? Bestandsbetreuung noch erlaubt?

---

Immer wieder erhalten wir **Anfragen, was nun noch erlaubt sei**. Darf man langjährige Kunden überhaupt noch per Mail kontaktieren? Verlangt der eine oder andere Versicherer zurecht von den Vermittlern, dass sie eine **Marketing-Einwilligung** aller ihrer Kunden einholen und vorlegen müssen?

Wir haben uns daher gemeinsam **mit Mag. Novotny verschiedene Fälle aus der Praxis angesehen**: Es macht natürlich einen großen Unterschied, ob es sich um **Neukundenakquise** oder **Bestandskundenbetreuung** handelt und welches **verwendete Medium** es betrifft.

Daher sehen wir uns an, was die **DSGVO, aber vor allem das Telekommunikationsgesetz (TKG)** von Ihnen verlangt. Und bringen am Ende des Beitrags Fragen, die zu diesem Thema immer wieder gestellt werden. Und weisen hin, wie man diese Situationen in der Praxis gesetzeskonform behandelt.

### A) (Brief-)Post geht immer!

Gleich zu Beginn möchten wir klarstellen, dass es Ihnen **jederzeit erlaubt** ist, jedermann, also sowohl Kunden als auch potentielle Interessenten, **per Post zu kontaktieren**. Möchten Sie also Kunden über ein neues Produkt informieren oder neue Kunden gewinnen, dann steht es Ihnen frei, einen Flyer mittels der guten alten Post zu senden. Das kostet natürlich **Geld und bringt hohe Streuverluste**. Marketing-Experten gehen davon aus, dass nur 2-3% der Angeschriebenen tatsächlich erreicht werden. Der Rest wirft Ihren Brief weg, legt ihn ab, ignoriert ihn.

### B) Am Anfang war das Telekommunikationsgesetz (TKG), erst viel später kam die DSGVO!

Als **E-Mail bzw. Faxe aufkamen**, sahen viele Marketing-Experten darin die Möglichkeit, sehr kostengünstig Werbung betreiben zu können. Dem schob dann aber **§ 107 TKG einen Riegel** vor.

- **Regelung für Telefon & FAX:**

Dieser § 107 TKG verbietet **Cold Calling**, auch Kaltanrufe genannt. Gemeint ist damit das Anrufen ohne vorherige Einwilligung des Angerufenen. Kaltakquise ist auch ein häufiger Begriff hierfür.

**Achtung:** Auch das erste Anrufen, um die Zustimmung für einen Werbeanruf einzuholen, ist verboten!

**Wichtig:** In Deutschland gilt dieses Verbot von Werbeanrufen nur für Konsumenten. In Österreich dagegen für jedermann, d.h. auch im Firmenkundengeschäft.

Dieses Prinzip der unerlaubten Telefonanrufe aus § 107 TKG wurde dann auch **auf FAX-Kontakt 1:1 angewandt**, immerhin nutzte das Fax ebenso die Telefonleitung und neben der unerwünschten Störung kamen dann noch das Blockieren der Leitung und die Kosten für das bedruckte FAX-Papier als Argument für das Verbot dazu.

Wörtlich steht im Absatz 1 des § 107 TKG:

(1) Anrufe – einschließlich das Senden von Fernkopien – zu Werbezwecken ohne vorherige Einwilligung des Teilnehmers sind unzulässig.

Als **Strafen sind bis zu EUR 58.000** vorgesehen:

Wörtlich steht im § 109 TKG:

(3) Eine Verwaltungsübertretung begeht und ist mit einer Geldstrafe bis zu 58 000 Euro zu bestrafen, wer ... entgegen § 107 Abs. 1 Anrufe zu Werbezwecken tätigt;

- **Regelung für E-Mail:**

Wiederum regelt § 107 TKG das Kontaktieren per E-Mail. Auch hier gilt **grundsätzlich ein Verbot** (sowohl von **E-Mail** als auch **SMS**).

Wörtlich steht im Absatz 2 des § 107 TKG:

(2) Die Zusendung einer elektronischen Post – einschließlich SMS – ist ohne vorherige Einwilligung des Empfängers unzulässig, wenn die Zusendung zu Zwecken der Direktwerbung erfolgt.

Allerdings gibt es dann Ausnahmen, die bestimmen, WANN eine **Zusendung DOCH ERLAUBT ist, trotzdem KEINE ZUSTIMMUNG vorliegt**.

Wörtlich steht im Absatz 3 des § 107 TKG:

(3) Eine vorherige Einwilligung für die Zusendung elektronischer Post gemäß Abs. 2 ist **dann nicht notwendig, wenn**

1. der Absender die Kontaktinformation für die Nachricht im Zusammenhang mit dem Verkauf oder einer Dienstleistung an seine Kunden erhalten hat und
2. diese Nachricht zur Direktwerbung für eigene ähnliche Produkte oder Dienstleistungen erfolgt und der Empfänger klar und deutlich die Möglichkeit erhalten hat, eine solche Nutzung der elektronischen
3. Kontaktinformation bei deren Erhebung und zusätzlich bei jeder Übertragung kostenfrei und problemlos abzulehnen und
4. der Empfänger die Zusendung nicht von vornherein, insbesondere nicht durch Eintragung in die in § 7 Abs. 2 E-Commerce-Gesetz genannte Liste, abgelehnt hat.

**Das bedeutet vereinfacht gesagt:**

Wenn Sie die E-Mail-Adresse im Zusammenhang mit Ihrer Tätigkeit als Vermittler erhalten haben **UND** via E-Mail ein **ÄHNLICHES** Produkt/eine ähnliche Dienstleistung bewerben wollen **UND** den Empfänger darauf hinweisen, dass er die Mail-Variante **JEDERZEIT ABLEHNEN** kann **UND** der Empfänger nicht in der RTR-Liste eingetragen ist, dann dürfen Sie Kunden auch **OHNE AUSDRÜCKLICHE ZUSTIMMUNG** anmailen.

Achtung: Aus dem obigen Text erkennen Sie, dass **alle 4 Bestimmungen zutreffen** müssen, damit Sie auch ohne ausdrückliche Zustimmung ein Werbemail senden dürfen.

Als **Strafen sind bis zu EUR 37.000** vorgesehen: Wörtlich steht im § 109 TKG:

(3) Eine Verwaltungsübertretung begeht und ist mit einer Geldstrafe bis zu 37 000 Euro zu bestrafen, wer ... entgegen § 107 Abs. 2 oder 5 elektronische Post zusendet;

Hinweis: Wenn Sie einen **Bestandskunden per E-Mail kontaktieren müssen, um Ihre Tätigkeit ausüben zu können** – etwa Rückfragen zu einem Schadensfall etc. – dann gelten die oben genannten Einschränkungen nicht!

Hier anerkennt die **DSGVO das „berechtigte Interesse“ des Unternehmers** an.

**Vorsicht:** Auch wenn Sie berechtigter Weise ein E-Mail senden dürfen, müssen Sie dennoch die **„Formvorschriften“** einhalten, die sicherstellen sollen, dass der Empfänger Sie erkennt. Eine Verschleierung Ihrerseits ist verboten. Wörtlich steht im Absatz 5 des § 107 TKG:

(5) Die Zusendung elektronischer Post zu Zwecken der Direktwerbung ist jedenfalls unzulässig, wenn

1. die Identität des Absenders, in dessen Auftrag die Nachricht übermittelt wird, verschleiert oder verheimlicht wird, oder
2. die Bestimmungen des § 6 Abs. 1 E-Commerce-Gesetz verletzt werden, oder
3. der Empfänger aufgefordert wird, Websites zu besuchen, die gegen die genannte Bestimmung verstoßen oder
4. keine authentische Adresse vorhanden ist, an die der Empfänger eine Aufforderung zur Einstellung solcher Nachrichten richten kann.

#### **Das bedeutet vereinfacht gesagt:**

Wenn Sie berechtigt sind, ein E-Mail zu senden, muss klar sein, von wem das E-Mail kommt. Daher **keine anonymisierten E-Mails, ohne Absender etc.** versenden.

Auch muss eine existierende Antwort-Mail-Adresse enthalten sein, damit der Empfänger Ihnen antworten kann, falls/dass er keinen E-Mail-Kontakt wünscht.

**Hinweis:** Obiger Hinweis auf § 6 Abs. 1 des E-Commerce-Gesetzes verlangt von Ihnen, dass **jedes Werbemail auch so gekennzeichnet sein muss**, also vom Empfänger als Direktwerbung erkannt werden kann. Das geht am einfachsten durch eine entsprechende Betreffzeile!

Das sind sozusagen **die Grundlagen, die das Telekommunikationsgesetz für die Kontakt-Aufnahme** via Telefon, FAX, SMS, E-Mail vorschreibt.

In aller Kürze:

- Post-Sendung sind immer erlaubt
- Anrufe, FAX, SMS zu Werbezwecken sind ohne vorherige Zustimmung verboten.
- **E-Mails an potentielle Neukunden** ohne vorherige Zustimmung sind verboten.  
Ruft Sie dieser Interessent an (weil er einen Flyer von Ihnen per Post erhalten hat) und bittet um Info-Zusendung per Mail, dann geht das in Ordnung.
- **E-Mails an Bestandskunden** wären zwar grundsätzlich auch verboten, allerdings wird wohl oft die im Gesetz stehende Ausnahmeregelung gelten:  
Zur Erinnerung:  
Wenn Sie die E-Mail-Adresse im Zusammenhang mit Ihrer Tätigkeit als Vermittler erhalten haben **UND** via E-Mail ein **ÄHNLICHES** Produkt/eine ähnliche Dienstleistung bewerben wollen **UND** den Empfänger darauf hinweisen, dass er die Mail-Variante **JEDERZEIT ABLEHNEN** kann **UND** der Empfänger nicht in der RTR-Liste eingetragen ist, dann dürfen Sie Kunden auch **OHNE AUSDRÜCKLICHE ZUSTIMMUNG** anmailen.

**Im nächsten Newsletter sehen wir uns an, was die DSGVO von Ihnen in diesem Zusammenhang verlangt und bringen die angesprochenen Fragen aus der Praxis.**

Quellen und Mitarbeit: Mag. Günter Wagner, B2B-Projekte für die Finanz- und Versicherungsbranche ([www.b2b-projekte.at](http://www.b2b-projekte.at)), Homepage des IVVA, jusline.at, RisControl



**RA Mag. Stephan Novotny**

Weihburggasse 4/2/26  
1010 Wien

[kanzlei@ra-novotny.at](mailto:kanzlei@ra-novotny.at)

[www.ra-novotny.at](http://www.ra-novotny.at)

PS: Gerne stehe ich den Zurich-BAV-Newsletter-Lesern bei Rückfragen, Beratungen, Vertretungen unter **Hinweis „Zurich“** zum Sonderpreis zur Verfügung!