

Leitfaden für **Kaltakquise** in Europa: Wichtige Gesetze und Richtlinien im Überblick



Inhaltsverzeichnis

- 01** Einführung
- 02** Allgemeine Richtlinien für die Kaltakquise
- 03** Ausnahme „Vorheriger Geschäftskontext“
- 04** Länderspezifische Vorschriften für Kundenakquise in Europa
- 10** Was passiert, wenn Du eine DNC-Nummer anrufst?
- 13** Besondere Überlegungen
- 16** Fazit

Leitfaden für Kaltakquise in Europa: Wichtige Gesetze und Richtlinien im Überblick

Die Kaltakquise, ob via Telefon oder E-Mail, ist in ganz Europa zu einer rechtlichen Herausforderung geworden, da sie in jedem Land spezifischen Vorschriften unterliegt. Sich in diesen rechtlichen Vorgaben zurechtzufinden, kann ziemlich herausfordernd sein. Vor allem, wenn die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) und ePrivacy-Verordnungen ins Spiel kommen.

Dennoch bleibt die Kaltakquise im B2B-Bereich ein wichtiger Bestandteil im Sales. Unternehmen verlassen sich bei der Neukundengewinnung weiterhin auf Telefonakquise und E-Mail-Marketing.

Dieser Kaltakquise-Leitfaden hilft Dir, die rechtlichen Anforderungen für elektronisches Direktmarketing und insbesondere E-Mail-Akquise in der EU besser zu verstehen. Hier lernst Du alles über die Grundlagen von Zustimmung, Opt-Ins und Opt-Outs und erfährst, wie verschiedene EU-Länder nationale „Do Not Call“-Listen (DNC) handhaben und welche Ausnahmen Dir das Leben erleichtern können.

Unser Fokus liegt in diesem Blogbeitrag auf den ePrivacy-Regeln für elektronisches Marketing und nicht auf den allgemeinen Datenschutzvorschriften der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO). Mit unserem Leitfaden erfährst Du, wie Du rechtlich sichere Verkaufsgespräche führst und Kundenakquise betreibst, die den Anforderungen entsprechen.

! HAFTUNGSAUSSCHLUSS

Die Informationen in diesem Artikel ersetzen keine Rechtsberatung. Sie decken auch nicht alle Aspekte der behandelten Rechtssysteme ab. Alle verfügbaren Informationen, Inhalte und Materialien dienen ausschließlich zur Orientierung und allgemeinen Information. Da sich die rechtlichen Vorgaben in diesem Bereich ständig ändern, könnten die Angaben in diesem Dokument nicht mehr auf dem neuesten Stand sein. Informiere Dich bitte über die lokalen Gesetze und Vorschriften, um sicherzustellen, dass Du alle geltenden Compliance-Anforderungen erfüllst. Ziehe bei Bedarf eine:n Rechtsberater:in hinzu. Dieser Artikel enthält zudem Links zu Websites von Drittanbietern. Diese Links dienen lediglich der Benutzerfreundlichkeit.

Allgemeine Richtlinien für die Kaltakquise

Wenn Du Kaltakquise durchführst, ob per Telefon oder E-Mail, musst Du wissen, wann und wo Du eine Zustimmung benötigst. Die Regeln variieren in Europa je nach Land. Die wichtigste Grundregel ist aber ganz einfach: Eine Zustimmung ist entscheidend. In den meisten Ländern brauchst Du für den Erstkontakt die Zustimmung der Person. Allerdings kann die Art und Weise, wie diese Zustimmung erteilt wird, unterschiedlich sein.

Zustimmung: Opt-In vs. Double Opt-In

Opt-in bedeutet, dass die Person aktiv einwilligt, Kaltakquise-E-Mails oder E-Mail-Kampagnen zu erhalten. Das kann z.B. ein einfaches Ankreuzen eines Kästchens auf einem Formular sein. In vielen Ländern sind Cold-E-Mails mit Opt-In-Zustimmung erlaubt.

Double opt-in geht noch einen Schritt weiter. Hier stimmt die Person zunächst der Kontaktaufnahme zu und erhält anschließend eine Bestätigungs-E-Mail, die eine erneute Bestätigung erfordert. Dieser zusätzliche Schritt ist nicht überall erforderlich, aber einige Länder (wie Deutschland) bevorzugen ihn, um Missverständnisse in der Kaltakquise zu vermeiden und sicherzustellen, dass die Person wirklich von Dir kontaktiert werden möchte.

Opt-out ist ein weiteres wichtiges Konzept. Das ermöglicht es einer Person, auch nach einer ersten Zustimmung weitere Kaltakquise-Kontakte abzulehnen. Es muss jederzeit einfach und klar möglich sein, zu sagen: „Nein danke, bitte kontaktiere mich nicht mehr.“ Dieser Opt-Out-Mechanismus sollte in all Deinen Kaltakquise E-Mails und Follow-up-E-Mails vorhanden sein.

LinkedIn und Social Media: Die Grauzone in der Kundenakquise

Auf Plattformen wie LinkedIn bleibt Kaltakquise oft eine rechtliche Grauzone. Anders als bei der Kaltakquise per E-Mail oder Telefon, gibt es in vielen Ländern noch keine klaren Gesetze zur Kundenakquise über Social-Media-Kanäle. Einige Länder beginnen jedoch, LinkedIn-Nachrichten im B2B-Bereich ähnlich wie Kaltakquise-E-Mails zu behandeln. Bei ihnen ist eine Zustimmung oder zumindest eine mutmaßliche Zustimmung erforderlich. Auch wenn die Regeln zur Kundenakquise über Social Media in vielen Ländern noch unklar sind, solltest Du auf Nummer sicher gehen und Social-Media-Kanäle mit der gleichen Vorsicht behandeln wie Du es mit Deinen E-Mails tust. Sei also immer transparent und respektiere jede Opt-Out-Anfrage.

Im Wesentlichen gilt: Wenn Du jemanden über LinkedIn kontaktieren möchtest, stelle sicher, dass Du die Erlaubnis dazu hast. Gib der Person immer die Möglichkeit „Nein“ zu sagen. Das gilt für traditionelle Kaltakquise-Kanäle wie Telefonakquise und E-Mails genauso wie für soziale Medien. Wenn Du umsichtig vorgehst, ersparst Du Dir auf lange Sicht viel Ärger.

Ausnahme „Vorheriger Geschäftskontext“

Ein großer Vorteil für Vertriebsteams in Europa ist die Ausnahme im Kontext früherer Geschäftsbeziehungen. Diese Ausnahme ist beispielsweise im deutschen Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) § 7(3) verankert. Es ermöglicht Deinen Vertriebsteams das Versenden von Kaltakquise-E-Mails ohne vorherige Zustimmung unter der Voraussetzung bestimmter Bedingungen. Wenn Du bereits einmal mit einem Kontakt Geschäfte gemacht hast, könnte dies Dein „goldenes Ticket“ sein, um die Kommunikation rechtssicher aufrechtzuerhalten.

So funktioniert es:

01 Bestehende Geschäftsbeziehung

Diese Ausnahme gilt nur, wenn Du der Person oder dem Unternehmen zuvor ein Produkt oder eine Dienstleistung verkauft hast. Eine frühere Geschäftsbeziehung ist hier entscheidend für die Zulässigkeit einer Kaltakquise.

02 Relevante Produkte oder Dienstleistungen

Du darfst nicht einfach irgendwelche Produkte bewerben. Die E-Mail-Akquise muss sich auf Produkte oder Dienstleistungen beziehen, die für den früheren Kontakt relevant sind. Du könntest beispielsweise ein Upselling oder Cross-Selling für ein ähnliches Produkt anbieten. Wenn Dein Kontakt beispielsweise ein Softwaretool von Dir gekauft hat, kannst Du nun ein Upgrade oder Zusatzfeatures anbieten.

03 Klare Opt-Out-Option

Jede Kaltakquise-E-Mail muss eine klare und einfach nutzbare Opt-Out-Option bieten, ob als Button oder sichtbarer Link. Stelle sicher, dass der Empfänger die Möglichkeit hat, zukünftige Nachrichten abzulehnen.

04 Kein vorheriges Opt-Out

Wenn Dir der Kontakt bereits mitgeteilt hat, dass er keine E-Mails mehr erhalten möchte, darfst Du ihn auch unter dieser Ausnahme nicht erneut kontaktieren. Sorge also dafür, dass Deine Aufzeichnungen aktuell sind und alle Opt-Out-Anfragen berücksichtigt werden.


Wenn Du Dich an diese Richtlinien hältst, kannst Du die Ausnahme „Vorheriger Geschäftskontext“ sicher nutzen, um Deine E-Mail-Akquise im B2B-Bereich rechtssicher zu gestalten und gleichzeitig frühere Kontakte zu pflegen. Die Balance zwischen Kontaktpflege und der Einhaltung der gesetzlichen Vorgaben ist dabei entscheidend.

Länderspezifische Vorschriften für Kundenakquise in Europa


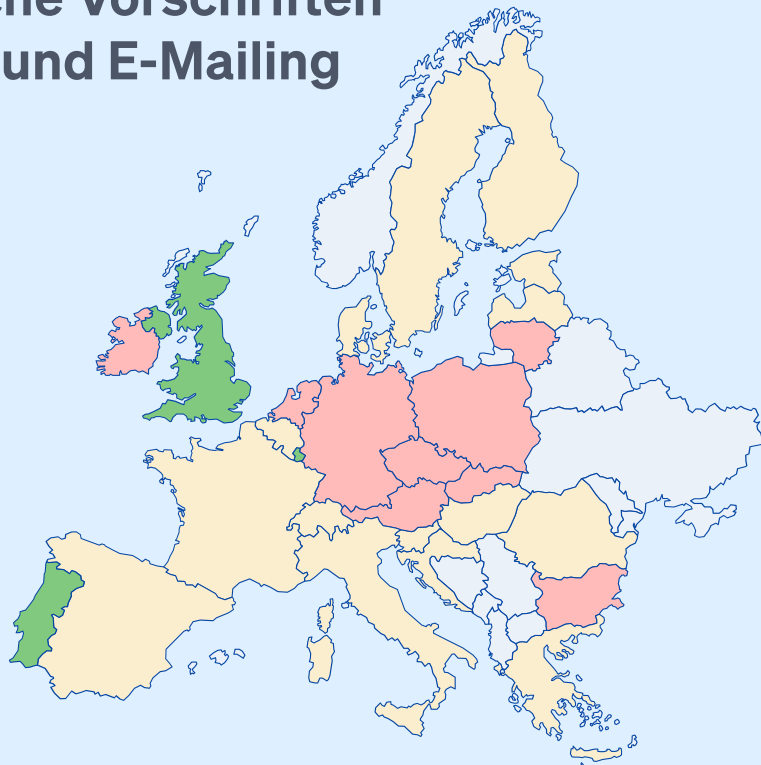
Beim Einsatz von E-Mail-Akquise im B2B-Bereich ist es wichtig zu wissen, dass jedes EU-Land seine eigenen Regelungen und Besonderheiten hat. Einige Länder sind sehr streng, während andere Dir etwas mehr Spielraum lassen. Um sicherzustellen, dass Deine Kaltakquise E-Mails überall rechtskonform sind, haben wir die Vorschriften übersichtlich für jedes Land für Dich aufgeschlüsselt. So behältst Du den Überblick und kannst sicherstellen, dass Du Deine E-Mail-Kampagnen in jedem Land effektiv und sicher einsetzt.

Länderspezifische Vorschriften für Cold Calling und E-Mailing

Zustimmung nötig (Anrufe)
Zustimmung nötig (E-Mails)



Anrufe erlaubt
E-Mails erlaubt













Anrufe erlaubt














Zustimmung nötig











Land	Telefonakquise	Kaltakquise E-Mail	Nationale Opt-Out-/DNC-List	Rechtsgrundlage
 Österreich	Du brauchst die Zustimmung zur Kaltakquise vor dem Erstkontakt.	Für alle E-Mails ist eine Zustimmung erforderlich, außer es greift die „Ausnahmeregelung für vorherigen Geschäftskontext“. Eine Opt-In-Option ist Pflicht, und ein Double-Opt-In wäre noch besser.	Ja, Österreich hat eine nationale Opt-Out-Liste namens <u>ECG-Liste</u> . Überprüfe sie, bevor Du Kontakt aufnimmst.	<u>§174 Telekommunikationsgesetz (TKG)</u> .
 Belgien	Kaltakquise ist erlaubt, aber nur, wenn die Person nicht widersprochen hat oder sich nicht auf der „Do-Not-Call-Me“-Liste (DNCM) eingetragen hat.	Du brauchst eine Opt-In-Zustimmung. Es sei denn, Du sendest eine E-Mail-Kampagne an eine allgemeine Adresse (z. B. info@company.de) oder Du hast bereits Geschäfte mit dem Kontakt gemacht, dann greift die „Ausnahme für vorherigen Geschäftskontext“.	Ja, überprüfe https://www.dncm.be vor dem Erstkontakt.	Artikel XII.13 und VI. 111-115 des <u>Wirtschaftsgesetzbuchs</u> und <u>Königlicher Erlass vom 4. April 2003 zur Regelung der Werbung per E-Mail</u> .
 Bulgarien	Du brauchst eine Zustimmung, aber ein Double-Opt-In ist nicht notwendig.	Keine Zustimmung nötig, aber Deine E-Mails müssen klar als kommerziell gekennzeichnet sein. Du darfst keine E-Mails an Personen senden, die auf der nationalen Opt-Out-Liste stehen.	Ja, überprüfe https://www.kzp.bg/bg/ .	Art. 6 (1) und Art. 261 des <u>bulgarischen Gesetzes über elektronische Kommunikation</u> .
 Kroatien	Erlaubt, solange die Person sich nicht ausdrücklich abgemeldet hat.	Du brauchst eine Opt-In-Zustimmung, es sei denn, die „Ausnahme des vorherigen Geschäftskontexts“ greift. In diesem Fall kannst Du mit der Kontaktaufnahme fortfahren, solange sie relevant ist.	Ja, überprüfe https://www.hakom.hr/hr/e-registar-ne-zovi/224 .	Artikel 107 des <u>kroatischen Gesetzes über elektronische Kommunikation</u> .
 Tschechische Republik	Zustimmung erforderlich, aber es gibt für einige einen praktischen Workaround. Juristische Personen und Einzelpersonen können über öffentliche Abonnentenlisten angeben, dass sie zu Marketingzwecken kontaktiert werden möchten. In diesem Fall ist keine zusätzliche Zustimmung erforderlich.	Zustimmung ist erforderlich und Double-Opt-In wird empfohlen. Es sei denn, es besteht eine frühere Geschäftsbeziehung („Ausnahme für vorherigen Geschäftskontext“).	Nein, es gibt keine nationale Opt-Out-Liste.	Abschnitt 93, 96 <u>Gesetz über elektronische Kommunikation</u> .

Land	Telefonakquise	Kaltakquise E-Mail	Nationale Opt-Out-/DNC-List	Rechtsgrundlage
 Dänemark	Erlaubt, solange die Person sich nicht abgemeldet hat.	Eine Opt-In-Zustimmung ist erforderlich, außer es besteht bereits eine Geschäftsbeziehung („Ausnahme des vorherigen Geschäftskontexts“).	Ja, Dänemark hat eine Opt-Out-Liste namens <u>Robinson-Liste</u> . Überprüfe diese unbedingt.	Abschnitt 10 des <u>Gesetzes zu Marketingpraktiken</u> .
 Estland	Erlaubt, solange die Person nicht bereits ihr Opt-Out erklärt hat.	Zustimmung ist erforderlich, außer die „Ausnahme des vorherigen Geschäftskontexts“ greift oder Du sendest an eine juristische Person oder eine generische/unpersönliche E-Mail-Adresse (z. B. info@company.com) und bietest eine Opt-Out-Option an.	In Estland gibt es keine nationale Opt-Out-Liste.	§ 60 <u>Schuldrecht</u> , § 103 <u>Gesetz über elektronische Kommunikation</u> .
 Finnland	Erlaubt, aber das Produkt oder die Dienstleistung muss mit den Arbeitsaufgaben des Empfängers verbunden sein. Achte darauf, dass er sich nicht abgemeldet hat.	Zustimmung erforderlich, es sei denn, Du vermarktest etwas, das für die Stelle des Empfängers relevant ist, oder schreibst an eine allgemeine Adresse (z. B. info@company.com) mit Opt-Out-Option.	Ja, Telefonakquise kann durch eine Registrierung bei der <u>Dienstverbotsstelle der DMA Finnland/ASML</u> eingeschränkt werden (gilt nur für Verbraucher, nicht für B2B-Bereich).	Kapitel 24, Abschnitt 200–205 des <u>Gesetzes über elektronische Kommunikationsdienste</u> , Auslegung des Datenschutz-Ombudsmanns: https://tietosuoja.fi/en/faq-direct-marketing .
 Frankreich	Ja, Du darfst die Haupttelefonnummer eines Unternehmens oder eines Mitarbeitenden anrufen, solange die Person bei der Angabe der Nummer die Möglichkeit hatte, sich abzumelden. Beachte jedoch, dass Du Verbraucher:innen nicht ohne deren Zustimmung anrufen darfst. Frankreich hat hier strenge Vorschriften. Bei Kaltakquise bei Verbraucher:innen musst Du mit hohen Strafen rechnen.	Du benötigst eine Opt-In-Zustimmung. Es sei denn, Du hast die Person bei der Erfassung ihrer E-Mail-Adresse darüber informiert, dass diese für Marketingzwecke verwendet wird, und sie hatte eine einfache Möglichkeit, sich abzumelden. Alternativ kannst Du an eine allgemeine E-Mail-Adresse (wie info@company.com) schreiben und eine Opt-Out-Möglichkeit anbieten.	Ja, für Telefonanrufe gibt es die <u>Bloctel-Liste</u> (gilt nur für Privatpersonen/Verbraucher, nicht für Unternehmen/Mitarbeiter).	Artikel L34-5 des <u>Post- und elektronischen Kommunikationsgesetzes</u> und <u>CNIL-Richtlinien für elektronisches Marketing</u> .

Land	Telefonakquise	Kaltakquise E-Mail	Nationale Opt-Out-Liste	Rechtsgrundlage
 Deutschland	Grundsätzlich nur mit Zustimmung erlaubt, es sei denn, es liegt eine „mutmaßliche Zustimmung“ vor. Das bedeutet, dass Du einen guten Grund zur Annahme haben musst, dass das beworbene Produkt oder die Dienstleistung für den Kontakt von Interesse ist und die angerufene Person derzeit damit einverstanden ist, kontaktiert zu werden. (Erfahre mehr dazu in unserem Blogartikel zur Kaltakquise in Deutschland.)	Deutschland ist sehr streng bei Kaltakquise per E-Mail – Du brauchst eine Double-Opt-In-Zustimmung, es sei denn, die „Ausnahme des vorherigen Geschäftskontexts“ gilt.	Es gibt keine nationale Opt-Out-Liste.	Abschnitt 7 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG).
 Griechenland	Erlaubt, solange sich die kontaktierte Person nicht abgemeldet hat (z. B. über den Telefonanbieter).	Eine doppelte Zustimmung ist erforderlich, es sei denn, die „Ausnahme für vorherigen Geschäftskontext“ gilt. Das heißt, Du hattest bereits eine Geschäftsbeziehung mit dem Kontakt.	Nein, es gibt keine offizielle Opt-Out-Liste.	Artikel 11 des Telekommunikationsgesetzes ; Artikel 4 der Einwilligungsrichtlinie .
 Ungarn	Ja, erlaubt, solange sich die Person nicht ausdrücklich abgemeldet hat.	Du brauchst eine Zustimmung, es sei denn, Du sendest die E-Mail an eine allgemeine Adresse (z. B. info@company.com) und bietest eine Opt-Out-Option an.	Es gibt keine nationale Opt-Out-Liste.	Abschnitt 162(2) Gesetz C von 2003 über elektronische Kommunikation und Abschnitt 5G § 6 des Werbegesetzes .
 Irland	Erfordert eine Zustimmung, es sei denn, die „Ausnahme für vorherigen Geschäftskontext“ gilt. Achte darauf, dass Werbeanrufe auf Mobiltelefonen ohne Zustimmung in der Regel verboten sind. Überprüfe vor dem Anruf die „Do-Not-Call“-Liste.	Erlaubt, wenn die E-Mail-Adresse für geschäftliche Zwecke verwendet wird und die Kaltakquise damit in Verbindung steht. Du bist auf der sicheren Seite, wenn es sich klar um eine arbeitsbezogene E-Mail handelt.	Ja, überprüfe die „Do-Not-Call“-Liste Irlands: https://www.pxs.com/ndd .	Art. 13 der Datenschutz- und elektronische Kommunikationsvorschriften sowie Richtlinien der Datenschutzkommission .
 Italien	Du brauchst keine Zustimmung, solange sich die Person nicht abgemeldet oder Einspruch erhoben hat und die Nummer nicht auf der nationalen „Do Not Call“-Liste steht.	Eine Opt-In-Zustimmung ist erforderlich (Double-Opt-In wird empfohlen), außer es gilt die „Ausnahme für vorherigen Geschäftskontext“.	Ja, sowohl für Verbraucher:innen als auch für Unternehmen: https://registrodelleopposizioni.it/ .	Artikel 130 des Datenschutzkodex (gilt auch für juristische Personen).

Land	Telefonakquise	Kaltakquise E-Mail	Nationale Opt-Out-/DNC-Liste	Rechtsgrundlage
 Lettland	Erlaubt, solange die Nummer zu einer juristischen Person gehört (z. B. einem Unternehmen) und diese sich nicht abgemeldet hat. Wenn die Telefonnummer auf der Website des Unternehmens veröffentlicht ist, kannst Du im Allgemeinen loslegen.	Erlaubt, wenn Du eine E-Mail an ein Unternehmen oder einen Mitarbeitenden sendest und dieser sich nicht abgemeldet hat. Du solltest aber immer eine Opt-Out-Möglichkeit anbieten.	Nein, es gibt keine nationale Opt-Out-Liste.	Abschnitt 9 des <u>Gesetzes über Dienste der Informationsgesellschaft</u> .
 Litauen	In Litauen brauchst Du für Telefonakquise eine Opt-In-Zustimmung, egal ob es sich um ein Unternehmen oder eine Einzelperson handelt.	Opt-In-Zustimmung ist erforderlich, außer es gilt die „Ausnahme für vorherigen Geschäftskontext“.	Nein, es gibt keine nationale Opt-Out-Liste.	Art. 81 <u>Gesetz über elektronische Kommunikation</u> ; Art. 13 <u>Werbegesetz</u> .
 Luxemburg	Es gibt keine spezifischen Gesetze für die Telefonakquise im B2B-Bereich. Eine Zustimmung ist nur für Anrufe an Verbraucher:innen erforderlich, daher ist Telefonakquise im B2B-Bereich zulässig, solange die Person nicht widerspricht.	Es gibt kein spezifisches Gesetz für E-Mail-Kampagnen im B2B-Bereich. Eine Einwilligung ist nur nötig, wenn E-Mails an Einzelpersonen (Verbraucher:innen) gesendet werden oder es keine „Ausnahme für vorherigen Geschäftskontext“ gibt.	Nein, es gibt keine nationale Opt-Out-Liste.	Artikel 11(1) des <u>Gesetzes zum Schutz elektronischer Daten</u> (nur für natürliche Personen).
 Malta	Erlaubt, wenn Du dem Kontakt die Möglichkeit gegeben hast, sich abzumelden, wenn er nicht erneut kontaktiert werden möchte.	Zustimmung ist erforderlich, es sei denn, es greift die „Ausnahme für vorherigen Geschäftskontext“.	Keine offizielle Opt-Out-Liste in Malta.	Art. 9 der <u>Verordnung für den elektronischen Kommunikationssektor</u> .
 Niederlande	Zustimmung ist erforderlich, es sei denn, Du hast die Kontaktdaten vom Unternehmen erhalten oder es besteht eine frühere Geschäftsbeziehung.	Opt-In-Zustimmung ist erforderlich, außer Du kannst die „Ausnahme für vorherigen Geschäftskontext“ nutzen.	Die vorherigen Opt-Out-Listen wurden eingestellt.	Artikel 11.7 des <u>Telekommunikationsgesetzes</u> .
 Polen	Zustimmung ist erforderlich	Zustimmung ist erforderlich für Einzelpersonen (Verbraucher:innen), aber für E-Mail-Kampagnen im B2B-Bereich oder allgemeine Adressen (z. B. info@company.com) gibt es eine Grauzone. Du kannst auch die „Ausnahme für vorherigen Geschäftskontext“ nutzen.	Es gibt keine nationale Opt-Out-Liste.	Art. 10 <u>Gesetz über elektronische Dienste</u> ; Art. 172 <u>Telekommunikationsgesetz</u> .

Land	Telefonakquise	Kaltakquise E-Mail	Nationale Opt-Out-/DNC-Liste	Rechtsgrundlage
 Portugal	Ja, Telefonakquise ist erlaubt, es sei denn, der Kontakt hat sich abgemeldet, z. B. über die nationale DNC-Liste.	Für Verbraucher:innen ist eine Zustimmung erforderlich. Es gibt keine spezifischen Bestimmungen für den Kontakt mit Unternehmen oder juristischen Personen. Kaltakquise ist verboten, wenn der Kontakt auf der nationalen Opt-Out-Liste steht.	Ja, es gibt eine offizielle Opt-Out-Liste der DGC (Generaldirektion für Verbraucher:innen) für Verbraucher:innen und juristische Personen. Du musst Deine Telefonakquise anhand dieser Liste überprüfen. Die nationale Opt-Out-Liste ist nur auf Anfrage bei der DGC erhältlich.	Art. 13 <u>Gesetz Nr. 46/2012</u> .
 Rumänien	Keine spezifischen gesetzlichen Bestimmungen für Telefonakquise. Automatisierte Anrufe sind jedoch verboten.	Zustimmung ist erforderlich, außer Du kannst die „Ausnahme für vorherigen Geschäftskontext“ nutzen.	Keine offizielle Liste, aber es gibt eine freiwillige Liste der rumänischen Vereinigung für Direktmarketing.	Art. 12 <u>Gesetz über elektronische Kommunikation</u> .
 Slowakei	Zustimmung ist erforderlich, es sei denn, die Nummer ist öffentlich verfügbar oder für Marketingzwecke gekennzeichnet. Du darfst keine Nummern anrufen, die auf der nationalen DNC-Liste stehen.	Zustimmung ist erforderlich, außer es gilt die „Ausnahme für vorherigen Geschäftskontext“ oder die Person hat ihre Kontaktinformationen öffentlich freigegeben, z. B. als Einzelunternehmer:in.	Ja: www.teleoff.gov.sk	Art. 116 des <u>Gesetzes über elektronische Kommunikation</u> .
 Slowenien	Keine spezifischen Regeln für persönliche Anrufe. Automatisierte Anrufe sind jedoch ohne Zustimmung streng verboten.	Zustimmung ist erforderlich, außer es gilt die „Ausnahme für vorherigen Geschäftskontext“.	Keine Opt-Out-Liste in Slowenien.	Art. 226 <u>Gesetz über elektronische Kommunikation</u> .
 Spanien	Erlaubt, es sei denn, die Person hat sich abgemeldet, z. B. über die Robinson-Liste (Spaniens DNC-Liste).	Zustimmung ist erforderlich, es sei denn, es gilt die „Ausnahme für vorherigen Geschäftskontext“.	Ja, überprüfe die Robinson-Liste vor dem Erstkontakt (hauptsächlich für Verbraucher:innen, kann aber auch für Mitarbeitende von Unternehmen verwendet werden): https://www.listarobinson.es/ .	Art. 66 <u>Telekommunikationsgesetz</u> und Art. 21 <u>Gesetz 34/2002 über Dienste der Informationsgesellschaft (LSSI)</u> .

Land	Telefonakquise	Kaltakquise E-Mail	Nationale Opt-Out-/DNC-List	Rechtsgrundlage
 Schweden	Erlaubt, es sei denn, die Person hat sich abgemeldet. Überprüfe das NIX-Register (Schwedens Opt-Out-Liste) vor dem Anruf.	Zustimmung ist erforderlich, es sei denn, es gilt die „Ausnahme für vorherigen Geschäftskontext“ oder die E-Mail steht im Zusammenhang mit der beruflichen Rolle des Empfängers. (Auslegung der regulatorischen Leitlinien, siehe unten). E-Mails an einzelne Händler sind nur mit aktiver Zustimmung zulässig.	Ja, Schweden nutzt das <u>NIX-Register</u> . Überprüfe diese immer vor dem Erstkontakt.	Abschnitt 19 und 21 des <u>Gesetzes zu Marketingpraktiken</u> . Außerdem <u>B2B-Marketing-Ethikregeln</u> (regulatorische Leitlinien).
 Schweiz	Erlaubt, es sei denn, die Nummer ist im öffentlichen Verzeichnis mit einem Sternchen (*) markiert. Das bedeutet, dass Telefonakquise nicht gewünscht ist.	Du brauchst eine Opt-In-Zustimmung, außer es gilt die „Ausnahme für vorherigen Geschäftskontext“.	Nummern mit einem Sternchen (*) im Telefonbuch dürfen nicht kontaktiert werden. Das Sternchen bedeutet, dass diese Personen nicht zu Marketingzwecken kontaktiert werden möchten. Nach Schweizer Recht sind Unternehmen verpflichtet, das öffentliche Telefonregister zu überprüfen, ob die jeweilige Person ihre Telefonnummer mit einem „Do-not-call“-Vermerk versehen hat.	Art. 3 UWG, <u>Auslegungshinweise</u> .
 Vereinigtes Königreich	Erlaubt, wenn Du Unternehmen (und deren Mitarbeitende) kontaktierst, die eine juristische Person mit separatem Rechtsstatus sind (z. B. Unternehmen, Gesellschaften mit beschränkter Haftung, schottische Partnerschaften und einige Regierungsstellen), die keine Einzelunternehmer oder als Einzelpersonen behandelte Partnerschaften sind. Einzelunternehmer und andere Arten von Partnerschaften (z. B. Gesellschaften ohne beschränkte Haftung) werden als „Einzelteilnehmer“ eingestuft und können nur im Rahmen der „Ausnahme für vorherigen Geschäftskontext“ ohne Zustimmung kontaktiert werden.	Erlaubt, wenn Du Unternehmen kontaktierst, die eine juristische Person sind. Einzelunternehmer oder andere Arten von Partnerschaften dürfen nur im Rahmen der „Ausnahme für vorherigen Geschäftskontext“ ohne Zustimmung kontaktiert werden.	Ja, der Telephone Preference Service (TPS) und der Corporate Telephone Preference Service (CTPS) sind die offiziellen DNC-Listen für Festnetz- und Mobiltelefonnummern. Organisationen sind gesetzlich verpflichtet, sich an TPS/CTPS zu orientieren: https://www.tpsonline.org.uk/pages/what_is_tps	Verordnungen 21 und 22 der <u>Verordnung über Datenschutz und elektronische Kommunikation</u> (EG-Richtlinie) 2003. <u>Weitere offizielle Leitlinien</u> des ICO findest Du hier.

Diese Aufschlüsselung soll Dir helfen, die Regeln für jedes Land zu verstehen. Bevor Du mit der Kundenakquise startest, prüfe besser immer alles doppelt. So kannst du sicherstellen, dass Du die Vorschriften einhältst.

Was passiert, wenn Du eine DNC-Nummer anrufst?

Die Nichteinhaltung der Gesetze zur Kaltakquise in den europäischen Ländern kann schwerwiegende Folgen haben, von hohen Bußgeldern bis hin zu einer erheblichen Rufschädigung. Hier erklären wir Dir, was passieren kann, wenn Du die Vorschriften zur Kundenakquise nicht einhältst:

DSGVO-Bußgelder

Wenn Deine Kaltakquise gegen die Datenschutzgrundverordnung verstößt, z. B. durch das Versenden von E-Mails ohne Einwilligung oder den unsachgemäßen Umgang mit personenbezogenen Daten, drohen Dir hohe Bußgelder. Die DSGVO-Bußgelder können bis zu 20 Millionen Euro oder 4 % des weltweiten Jahresumsatzes Deines Unternehmens betragen; je nachdem, welcher Betrag höher ist. Diese Bußgelder gelten in der gesamten EU, auch für Unternehmen außerhalb der EU, die mit EU-Bürger:innen Geschäfte machen.

Länderspezifische Strafen

Viele Länder haben ihre eigenen Strafen für Verstöße gegen ePrivacy-Gesetze, die zusätzlich zu den Bußgeldern der Datenschutzgrundverordnung verhängt werden können. Diese Bußgelder variieren von Land zu Land. Sie sind aber nicht nur finanziell belastend, sondern können auch Deinem Ruf erheblichen Schaden zufügen.

Deutschland ist führend im Datenschutz und hat besonders strenge Datenschutzgesetze, die die der meisten anderen europäischen Länder übertreffen. Das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) von 2017 ergänzt die DSGVO und gilt sowohl für öffentliche als auch private Stellen, die personenbezogene Daten verarbeiten. Es enthält Bestimmungen zur Ernennung eines Datenschutzbeauftragten (DPO) sowie spezifische Regeln zur Datenverarbeitung von Mitarbeitenden und zu Bonitätsprüfungen. Das BDSG umfasst auch die Rechte der betroffenen Personen, Datenübertragungen und informierte Einwilligungen und bietet zusätzlichen Schutz über die DSGVO hinaus.

Frankreich hat das Datenschutzgesetz 2 (Gesetz Nr. 2016-1321), das die DSGVO unterstützt und zusätzliche Anforderungen an Datenverantwortliche stellt. Es betont, dass personenbezogene Daten fair, rechtmäßig und nur für legitime Zwecke verarbeitet werden dürfen, um sicherzustellen, dass nur notwendige Daten erhoben werden. Das Gesetz hebt auch wichtige Rechte für Einzelpersonen hervor, wie z. B. die Kenntnis der Identität des Datenverantwortlichen, den Zweck der Datenverarbeitung und das Recht auf Zugriff oder Übertragung ihrer Daten.

Schweden hat neben der DSGVO ebenfalls zusätzliche Datenschutzgesetze, die Datenschutzprinzipien, Rechtmäßigkeit der Verarbeitung und Transparenz abdecken. Darüber hinaus gibt es in Schweden sektorenspezifische Gesetze wie das Patientendatengesetz und das Gesetz über elektronische Kommunikation, die für weitere Regulierung und Schutz sorgen.

Rufschädigung

Neben Bußgeldern kann die Nichteinhaltung von Vorschriften den Ruf Deines Unternehmens erheblich schädigen. Öffentliche Sanktionen untergraben das Vertrauen von potenziellen Kunden und Kundinnen und erschweren es Dir, in Zukunft erfolgreiche Geschäftsbeziehungen aufzubauen. Transparenz und Compliance sorgen dafür, dass Du als vertrauenswürdiger Partner wahrgenommen wirst und nicht als jemand, der die Regeln bricht.

Auch Branchenexpert*innen betonen, wie wichtig es ist, die Regeln einzuhalten, um sowohl Deine Glaubwürdigkeit als auch Deinen rechtlichen Status zu wahren. Wenn Du transparent handelst und Dich an die Regeln hältst, stärkst Du das Vertrauen in Dein Unternehmen.

„Die sich ständig weiterentwickelnde regulatorische Landschaft rund um den Verbraucherschutz erfordert von Unternehmen die Anpassung und Aufrechterhaltung konformer Prozesse in der absatzorientierten Marketingkommunikation, um ihre Glaubwürdigkeit auf dem Markt zu erhalten und mögliche rechtliche Konsequenzen zu vermeiden.“



Caspar Miller
Senior Legal Counsel bei Dealfront

Jüngste Verstöße

Im April 2024 verhängte das ICO eine Geldstrafe von 240.000 £ gegen Outsource Strategies Ltd und 100.000 £ gegen Dr Telemarketing Ltd, weil sie etwa 1,43 Millionen unerwünschte Anrufe getätigt hatten. Zwischen Februar 2021 und März 2022 hatten beide Unternehmen Personen auf der „Do Not Call“-Liste kontaktiert und aggressive Taktiken genutzt, um ihre Produkte und Dienstleistungen zu bewerben.

Im Januar 2024 wurden zwei weitere Unternehmen angeklagt. Das ICO verhängte eine Strafe von insgesamt 250.000 £ gegen Poxell Ltd und Skean Homes Ltd, weil sie unerlaubte Werbeanrufe an Personen auf der britischen „Do Not Call“-Liste getätigt hatten. Poxell Ltd erhielt eine Strafe von 150.000 £ für 2,6 Millionen unerwünschte Anrufe, bei denen aggressive Taktiken eingesetzt wurden, um besonders gefährdete Personen ins Visier zu nehmen. Skean Homes Ltd wurde mit einer Geldstrafe von 100.000 £ belegt, da sie 600.000 Anrufe ohne Überprüfung des TPS-Registers getätigt und falsche Angaben gemacht hatten.

Das ICO hat auch Wohltätigkeitsorganisationen gewarnt, keine unerwünschten Textnachrichten ohne Zustimmung zu versenden. Penny Appeal, eine Wohltätigkeitsorganisation, die 460.000 Textnachrichten ohne ordnungsgemäße Zustimmung verschickte, verstieß gegen die PECR-Vorschriften. Trotz Beschwerden und einer Untersuchung verschickte die Wohltätigkeitsorganisation weiterhin Nachrichten, was zu Maßnahmen des ICO führte. Wohltätigkeitsorganisationen müssen die gesetzlichen Standards einhalten, einschließlich der Bereitstellung von Opt-Out-Optionen und der Sicherstellung der Zustimmung, da ihr Sonderstatus sie nicht von den Datenschutzgesetzen befreit.

Es geht jedoch nicht nur um Kaltakquise und unerwünschte Textnachrichten. HelloFresh wurde mit einer Geldstrafe von 140.000 £ belegt, weil das Unternehmen zwischen August 2021 und Februar 2023 79 Millionen Spam-E-Mails und 1 Million Spam-Textnachrichten verschickt hatte. Das ICO stellte fest, dass HelloFresh gegen PECR verstoßen hatte, indem es keine ordnungsgemäße Zustimmung einholte, E-Mail-Opt-Ins mit Altersbestätigung bündelte und Kunden nicht informierte, dass ihre Daten bis zu 24 Monate nach der Kündigung verwendet würden. Zudem hatte das Unternehmen Opt-Out-Anfragen verzögert oder ignoriert, was das Vertrauen in die Marke stark beschädigte.

Besondere Überlegungen

Wenn es um Kundenakquise geht, ändert sich die Rechtslage je nach verwendetem Kommunikationskanal oft drastisch. Nur weil Kaltakquise in einem Land verboten ist, heißt das nicht, dass Du dort keine Kundengewinnung betreiben kannst. Es bedeutet jedoch, dass Du den Erstkontakt in einigen Ländern besonders sorgfältig gestalten solltest.

Telefonakquise

Die Gesetze zur Telefonakquise variieren in Europa stark. Während einige Länder sie unter bestimmten Bedingungen erlauben, erfordern andere, wie Österreich, Deutschland und Polen, eine klare, ausdrückliche Zustimmung vor dem Erstkontakt. Hier sind die gängigen Vorgehensweisen zur Einholung dieser Zustimmung:

Ausdrückliche Zustimmung

Schriftliche oder digitale Zustimmung:

Vor der Telefonakquise musst Du eine klare, informierte und ausdrückliche Zustimmung der betroffenen Person oder des Unternehmens einholen. Das bedeutet, die Person muss aktiv zustimmen, telefonisch kontaktiert zu werden. Diese Zustimmung erfolgt in der Regel über Opt-In-Optionen auf Deiner Website, per Formular oder durch eine spezifische Anfrage per E-Mail. Biete potenziellen Kunden beispielsweise ein Opt-In-Formular auf Deiner Website an, wo sie ein Kästchen ankreuzen können, um Werbeanrufen zuzustimmen. Die Zustimmung muss freiwillig sein. Du darfst das Kästchen nicht vorab ankreuzen oder einfach von einer Zustimmung ausgehen.

Double-Opt-In für E-Mails, die zu Anrufen führen:

Manche Unternehmen setzen ein Double-Opt-In-Verfahren für E-Mails ein und integrieren dabei die Zustimmung zu Telefonanrufen. Nachdem sich die Person für den E-Mail-Verteiler angemeldet hat, erhält sie eine Bestätigungs-E-Mail mit einer zusätzlichen Option zur Zustimmung zu Telefonanrufen.

Spezifische Details in der Zustimmungsanfrage

Die Opt-In-Formulierung muss klar und transparent sein. Die Person sollte wissen, wer anruft, welche Produkte oder Dienstleistungen beworben werden und wie ihre Kontaktinformationen genutzt werden. Ein Beispieltext könnte lauten: **„Wenn ich dieses Kästchen ankreuze, stimme ich zu, Anrufe von [Firmenname] bezüglich [Produkt/ Dienstleistung] unter der angegebenen Telefonnummer zu erhalten.“**

Aufzeichnungen führen

Halte alle Einwilligungen schriftlich fest, einschließlich des Datums und der Art der Zustimmung. Diese Aufzeichnungen sind wichtig, um bei Prüfungen oder Beschwerden nachzuweisen, dass Deine Kundenakquise rechtskonform ist.

Einwilligung widerrufen

Stelle sicher, dass die Personen jederzeit die Möglichkeit haben, ihre Einwilligung zu widerrufen. Informiere sie während des Telefonats über die Option, zukünftige Anrufe abzulehnen. Der Widerruf sollte einfach durch eine E-Mail oder einen Anruf möglich sein.

Durch das Einholen der Einwilligung sicherst Du die Rechtmäßigkeit Deiner Telefonakquise in Einklang mit den strengen Anforderungen der DSGVO und anderer Datenschutzgesetze.

Kalte E-Mails

E-Mail-Marketing, insbesondere die Kaltakquise per E-Mail, unterliegt strengen Datenschutzbestimmungen. In den meisten Fällen musst Du vor dem Versenden von E-Mail-Kampagnen eine ausdrückliche Zustimmung einholen, um die DSGVO und nationale Datenschutzbestimmungen einzuhalten. Doch unter bestimmten Umständen gibt es Ausnahmen.

Hier sind einige Methoden zur Einholung der Zustimmung:

Anmeldeformulare auf Websites

Eindeutige Opt-In-Formulare:

Erstelle eindeutige Opt-In-Formulare auf Deiner Website, die es Websitebesuchern ermöglichen, sich freiwillig für Deinen Newsletter oder Updates anzumelden. Achte darauf, dass die Formulare klar kommunizieren, welche Art von E-Mails die Abonnenten erwarten können (z. B. Werbeaktionen oder Produkt-Updates).

Double-Opt-In-Verfahren:

Nutze ein Double-Opt-In-Verfahren, bei dem nach der Anmeldung eine Bestätigungs-E-Mail versendet wird, um die Zustimmung des Empfängers zu bestätigen. Dieser zusätzliche Schritt zeigt, dass die Person aktiv dem Erhalt von E-Mails zugestimmt hat, und erhöht die Compliance.

Leadgenerierung zur Kundengewinnung (Lead Magnets)

Biete überzeugende Inhalte für Deine Leadgenerierung wie ein kostenloses E-Book, Zugang zu einem Webinar, Whitepaper oder einen Rabattcode im Austausch für die E-Mail-Adresse an. Achte darauf, dass das Formular klar angibt, dass die Person durch Angabe ihrer E-Mail-Adresse dem Erhalt von E-Mail-Kampagnen zustimmt. Ein Beispieltext könnte sein: **„Melde Dich für unseren Newsletter an und erhalte ein kostenloses E-Book! Mit der Anmeldung stimmst Du zu, Updates und Werbe-E-Mails von uns zu erhalten. Du kannst Dich jederzeit abmelden.“**

Deine Datenschutzrichtlinie sollte klar angeben, wie E-Mail-Adressen verwendet werden. Platziere bei E-Mail-Eingabefeldern einen Link zur Datenschutzrichtlinie, damit potenzielle Abonnenten verstehen, wie ihre Daten genutzt werden.

Wichtige Schritte:

- Erkläre klar und verständlich, wofür sich die Abonnenten anmelden
- Gib ihnen jederzeit die Möglichkeit, sich abzumelden
- Bewahre aus Compliance-Gründen Aufzeichnungen der Zustimmung, wie z. B. Zeitstempel und Zustimmungstext

Wenn Du Dich an diese Schritte hältst, holst Du die Zustimmung für Kaltakquise E-Mails auf transparente Weise ein und minimierst rechtliche Risiken im Rahmen der DSGVO und anderer Vorschriften.

Fazit

Es ist entscheidend, die rechtlichen Rahmenbedingungen zur Kundenakquise in Europa zu verstehen. Auch wenn es auf den ersten Blick komplex erscheinen mag, schützt die Einhaltung dieser Vorschriften Dein Unternehmen und stärkt das Vertrauen potenzieller Kunden. Wenn Du die länderspezifischen Vorschriften beachtest und weißt, wann und wie Du die Zustimmung für Kaltakquise E-Mails und Telefonakquise einholen musst, kannst Du sicher und DSGVO-konform in Kontakt treten.

Ob per Telefon, E-Mail oder über soziale Medien: Transparenz und klare Opt-Out-Optionen sind entscheidend. Vertrauen aufzubauen bedeutet, die Kontaktdaten Deiner Neukunden zu respektieren und eine langfristige Beziehung aufzubauen, die auf gegenseitigem Respekt für die Privatsphäre basiert.

Denke daran, dass die rechtlichen Anforderungen in jedem Land unterschiedlich sein können, aber die Grundprinzipien bleiben gleich: Hole die Zustimmung ein, wenn sie erforderlich ist, kommuniziere transparent und gib Deinen Kontakten jederzeit die Möglichkeit, „Nein“ zu sagen. Wenn Du Dich an diese Richtlinien hältst, kannst Du wertvolle Kontakte im B2B-Bereich knüpfen und gleichzeitig die gesetzlichen Anforderungen für die Kundenakquise einhalten.

Dieses E-Book wurde von Dealfront erstellt

Dealfront – die einzigartige Go-to-Market-Plattform für Europa – gibt Vertriebs- und Marketingteams die präzisesten B2B-Daten und Insights an die Hand, um europäische Märkte zu gewinnen.

Über 10.000 Unternehmen vertrauen auf Dealfront für bessere Leads, mehr Deals und höchste DSGVO-Konformität.

Dealfront – Die Go-to-Market-Plattform für Dein Business in Europa.

Kontakt

Sprich mit unserem Vertrieb

+49 721 500 57 501
sales@dealfront.com
Demo buchen

Kontaktiere unseren Support

+49 721 500 57 500
support@dealfront.com
Help Center besuchen

Allgemeine Anfragen

info@dealfront.com

**Der schnellste Weg zu
neuen B2B-Deals**

