

Dienstag, 3. Juni 2014
[Berater](#) | [Recht/Steuern](#)

Leadskauf – was Sie beachten sollten

Der Erwerb von sogenannten Leads kann auch im Finanzdienstleistungs- und Versicherungsbereich ein interessantes Instrument zur [Kundenakquise](#) ^[1] sein. Sowohl professionelle Verkäufer als auch Internetbörsen sind am Markt vertreten. Damit der Kauf von Leads aber tatsächlich zu neuen Geschäftschancen führt und nicht nutzlos ist oder sogar rechtliche Probleme für den Erwerber heraufbeschwört, sollten einige Grundsätze beachtet werden.

Gastbeitrag von Prof. Dr. Thomas Zacher, Rechtsanwälte Zacher & Partner



[2]

“Auch wenn oft vom ‘Kauf’ der Leads gesprochen wird, so handelt es sich doch meistens um eine Nutzungsbefugnis, die eher der Miete ähnelt.”

1. Welche Daten darf ich erwerben?

Als [Leads](#) ^[3] werden Datensätze bezeichnet, welche neben der Identität des Interessenten dessen Adresse beziehungsweise Kommunikationsdaten sowie mehr oder weniger konkrete Angaben zum Hintergrund seines Interesses (zum Beispiel gewünschter Anlagebetrag, zu versicherndes Risiko oder ähnliches) enthalten. Deshalb wird manchmal das Wort Leads auch mit Kundenanfragen übersetzt.

Letztlich sind dies zwei Seiten der gleichen Medaille, da derartige Datensätze natürlich aus Anfragen potentieller Kunden, aber beispielsweise auch durch Gewinnspiele, generiert werden. Das entsprechende Unternehmen “verkauft” diese Daten an [Finanzdienstleister](#) ^[4], so dass zunächst ein zivilrechtlicher Vertrag zwischen Veräußerer und Erwerber der Daten erforderlich ist.

Neben diesem Vertrag, der Leistung und Gegenleistung zwischen den beiden Parteien regelt, wird der Erwerb von Datensätzen aber auch durch die gesetzlichen [Datenschutzregelungen](#) ^[5] (zum Beispiel Paragraph 28 Bundesdatenschutzgesetz (BDSG)) zum Schutz der informationellen Selbstbestimmung der (möglichen) Kunden als Dritter und schließlich auch Wettbewerbsregeln zum Schutz des Marktes und der Mitbewerber vor unlauterem

Wettbewerb (insbesondere Paragraf 7 UWG) geregelt.

Die beiden letztgenannten Bereiche führen dazu, dass letztlich stets vier Interessengruppen und deren rechtlicher Schutz zu berücksichtigen sind, was die Sache leider nicht immer einfach macht.

Drei Bereiche müssen rechtskonform gehandhabt werden:

- Die Erhebung der Daten selbst beim Betroffenen muss in zulässiger Form erfolgt sein.
- Auch bei zulässig erhobenen Daten muss darüber hinaus die Übermittlung beziehungsweise Weiterveräußerung dieser Daten von der erhebenden Stelle an mich als Erwerber vom Betroffenen erlaubt worden sein. Diese schriftliche Einwilligung kann aber auch durch eine sogenannte ["opt-out"-Erklärung](#) ^[6] gemäß einem Urteil des Bundesgerichtshofes aus 2008 erfolgen, das heisst eine solche Zustimmung kann mit der Erhebung von den Daten verbunden werden. Wenn der Kunde der Weitergabe der Daten nicht zustimmen möchte, muss er zum Beispiel ein besonderes Kästchen anklicken oder ankreuzen.
- Auch dann, wenn Erhebung und Weitergabe der Daten grundsätzlich erlaubt sind, muss wiederum die von mir als Erwerber beabsichtigte Nutzung zulässig sein. Dies bezieht sich einmal auf den Zweck der Nutzung, aber gegebenenfalls auch auf die Form (zum Beispiel bei Fax-, SMS- oder E-Mail-Werbung).

Da der Erwerber und Verwender von Leads für die Einhaltung aller drei Aspekte verantwortlich ist (vgl. Oberlandesgericht (OLG) Düsseldorf, Urteil vom 03. November 2009 – Az. I-20 U 137/09), besteht hier ein hohes Risiko, einen rechtlichen Fehler zu machen oder "einzukaufen".

Eine eigene Überprüfung in jedem Einzelfall ist jedoch mit vertretbarem Aufwand kaum möglich und praxisfern. Die Anwendungen der einschlägigen rechtlichen Vorschriften im Detail ist auch überaus kompliziert, deshalb wird man in der Praxis nur mit einem gewissen Vertrauen auf die Seriosität des Verkäufers, dessen eigene Erfahrung mit der Einhaltung der einschlägigen Vorschriften und ein Mindestmaß an eigener Sorgfalt arbeiten können.

Seite zwei: [Was bekomme ich für mein Geld?](#) ^[7] **2. Was bekomme ich für mein Geld?**

Auch wenn oft vom ["Kauf" der Leads](#) ^[8] gesprochen wird, so handelt es sich doch meistens um eine Nutzungsbefugnis, die eher der Miete ähnelt. Beim Kauf erhalte ich den Gegenstand ausschließlich zur eigenen unbeschränkten Nutzung. Beim Erwerb von Leads erwerbe ich jedoch regelmäßig nur das Recht, die betreffenden Datensätze mehr oder weniger lang und gegebenenfalls zeitlich begrenzt auch exklusiv zu nutzen.

Eine längere Exklusivität ist teurer, aber oft für den Vertriebs Erfolg entscheidend. Ist zum Beispiel nach kurzer Zeit bei einer Anfrage zu einer komplexen Anlage oder Versicherung eine Zweitnutzung durch andere Erwerber möglich, kann es passieren, dass der Abschlusserfolg selbst bei positivem Verlauf schon dadurch gefährdet wird, dass der Kunde bereits vor Abschluss von einem Konkurrenten "angesprochen" wird.

3. Was kann ich mit Leads machen?

Wie eingangs erwähnt, muss auch bei legal erworbenen Leads eine Einwilligung vom Betroffenen für die konkret von mir als Erwerber vorgesehene Nutzung vorliegen. Insbesondere bei der Kontaktaufnahme mit dem potentiellen Kunden ist dabei zusätzlich das Wettbewerbsrecht zu beachten.

Anders als bei der bloßen Zustimmung zur Weitergabe von Daten ist hier im Regelfall eine ausdrückliche "opt-in-Erklärung" notwendig, das heißt sie muss positiv und in Schriftform oder durch einen besonders hervorgehobenen Button auf elektronischem Wege erteilt werden.

Auch eine "voreingestellte" Einwilligung auf einer entsprechenden Internetseite ist nach Auffassung des Oberlandesgerichts Jena unzulässig. Die Einwilligung muss sich schließlich auf die konkret beabsichtigte Form der [Kundenansprache](#) ^[9] (Telefon, E-Mail etc.) beziehen, wenn nicht der "klassische" Weg eines Briefes an den Kunden beabsichtigt wird.

Wettbewerbsrechtlich wird der gute alte Briefkasten noch als konkludente Zustimmung zur Zusendung auch unverlangter Werbematerialien angesehen, wenn kein entsprechender Aufkleber ("keine Werbung" oder ähnliches) dies explizit verbietet.

Wichtig ist daher, dass meine beabsichtigte Ansprache inhaltlich und der Form nach von der

Zustimmung des Betroffenen gedeckt ist, da nicht der Übermittler der Adressen (der Leads-Verkäufer), sondern der Versender (also der Leads-Käufer) letztlich rechtlich im Verhältnis zum Kunden und zu Mitbewerbern in der Verantwortung steht.

4. Was kann ich reklamieren?

Einfach ist die Frage bei formal unvollständigen Datensätzen, bei denen nicht die vertraglich definierten Mindestanforderungen an einen – kompletten – Datensatz erfüllt werden. Allerdings ist auch in vielen Vertragsmustern der Leads-Verkäufer geregelt, dass bestimmte Angaben des Betroffenen nur optional sind, auch um dadurch seitens der Leads-Verkäufer wiederum die Einhaltung der gesetzlichen Datenschutzbestimmungen zu erleichtern.

Seite drei: [Was sollte im Vertrag stehen?](#) ^[10] Zivilrechtlich kann ich grundsätzlich mit meinem Vertragspartner durchaus frei definieren, welche Leistung als vertraglich geschuldet gilt. Wenn also für mich als Erwerber bestimmte Angaben für den Erfolg meiner beabsichtigten Maßnahmen unerlässlich sind, sollte das Vorhandensein entsprechender Angaben auch als verbindlicher und nicht nur optionaler Teil eines Datensatzes definiert werden, mag auch der Betroffene zu solchen Angaben nicht "verpflichtet" sein.

Der Leads-Verkäufer muss dann die bei ihm eingehenden Anfragen entsprechend qualifiziert sortieren, was sich regelmäßig in einem höheren Preis niederschlägt.

Schwierig wird es dann, wenn Datensätze zwar formell die vereinbarten Merkmale aufweisen, aber die inhaltliche Qualität im Zweifel steht. Dies kann die Identität (z.B. Anfragen von "Asterix" oder "Claudia Schiffer") betreffen, die Plausibilität (Anfrage eines 20-jährigen Studenten zur "[Sofortrente](#) ^[11] gegen Einmalzahlung") oder auch die zeitliche Abfolge (die gleiche Anfrage desselben Interessenten erfolgt in schneller Wiederholung, weil sie etwa durch parallele Anfragen durch Gewinnspiele generiert wurde).

Da – von Extremfällen abgesehen – ein Streit um die Qualität einzelner Leads oft unverhältnismäßig und mit rechtlich unsicherem Ausgang behaftet wäre, sollte man auf Anbieter achten, die hier eine kundenfreundliche und kulante Reklamationspolitik beherzigen. Allerdings sollten auch Käufer umgekehrt stets beherzigen, dass Leads-Verkäufer keine "Kundenforschungsunternehmen" sein können und daher nicht jeder Lead zu der gewünschten Kernzielgruppe oder gar einem Abschluss führt.

5. Was sollte deshalb im Vertrag stehen?

Zusammengefasst sollte man stets auf folgende Punkte achten:

- Eindeutige Definition der Merkmale, die einen vertragsgerechten Lead ausmachen. Gegebenenfalls gewünschte ergänzende Informationen (in etwa Datum und Zeitpunkt der Generierung, Callcenter-, Agent- und VoiceFileName) um Bezugnahmen und Anknüpfungen zu erleichtern.
- Abwicklung des Datenverkehrs zwischen dem Veräußerer und dem Erwerber (Zugangswege und Erreichbarkeit, Aktualität etc.)
- Nutzungsdauer und gegebenenfalls Erstverwertung beziehungsweise Exklusivität
- Preise und Zusatzentgelte (zum Beispiel auch Strafgeldern für ungerechtfertigte Reklamationen?) etc.
- Angemessene und faire Regelung zu Dubletten, unvollständigen oder fehlerhaften Datensätzen und gegebenenfalls Regelungen zur Beweislast hierfür.
- Zusicherung und Haftungsfreistellung für die ordnungsgemäße Erhebung und das Recht zur Übermittlung der Daten für die vertragsgemäß vorausgesetzte Nutzung durch den Erwerber (dieser bleibt zwar trotzdem selber weiterhin in der Pflicht gegenüber dem Betroffenen; seriöse Firmen sichern aber zu, dass sie selbst rechtskonform die Leads veräußern und im Innenverhältnis im Falle eines Falles den Erwerber insoweit freistellen).

Im Übrigen gilt: Auch Leads-Verkäufer selbst präsentieren sich im Internet und werden dort bewertet. Wer sich dort etwas umsieht, kann verschiedene Modelle und Vertragsbedingungen vergleichen und findet auch Bewertungen der Anbieter aus der Praxis.

Autor Prof. Dr. Thomas Zacher ist Partner der Kanzlei Zacher & Partner Rechtsanwälte in Köln und Professor an der FHDW Bergisch Gladbach.

Foto: Kanzlei Zacher & Partner / Shutterstock

Artikel gedruckt von Finanznachrichten auf Cash.Online: <http://www.cash-online.de>

URL des Artikels: <http://www.cash-online.de/berater/2014/leads-kaufen/189199>

URLs in this post:

[1] Kundenakquise: <http://www.cash-online.de/berater/2013/kundenakquise/106148>

[2] Image: <http://www.cash-online.de/wp-content/uploads/2014/03/Zacher.jpg>

[3] Leads: <http://www.cash-online.de/berater/2013/leads-5/157377>

[4] Finanzdienstleister: <http://www.cash-online.de/tag/Finanzdienstleister>

[5] Datenschutzregelungen: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2014/datenschutzkodex-versicherer-fuerchten-kosten/172697>

[6] "opt-out"-Erklärung: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2014/bert-rurup/188350>

[7] Was bekomme ich für mein Geld?: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2014/leads-kaufen/189199/2>

[8] "Kauf" der Leads: <http://www.cash-online.de/berater/2013/leads-3/157316>

[9] Kundenansprache: <http://www.cash-online.de/berater/2014/kreativitaet-kundenakquise/175220>

[10] Was sollte im Vertrag stehen?: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2014/leads-kaufen/189199/3>

[11] Sofortrente: <http://www.cash-online.de/versicherungen/2014/sofortrenten/211505>