

Autor: Philipp Schmitt, Senior Produktmanager, Sprengnetter GmbH
Bad Neuenahr-Ahrweiler, Oktober 2021.

DSGVO-konforme **Lead-Widgets** auf der Maklerwebsite



INHALTSVERZEICHNIS

DSGVO-konforme Lead-Widgets

03	Einleitung
05	Die Vereinbarung zur Auftragsverarbeitung (AVV) mit dem Leadtool-Anbieter
07	Snippet für die Datenschutzerklärung
09	Mindestens einmalige Bestätigung der Identität des Nutzers
11	Kopplungsverbot
15	Cookie-Technologie vermeiden
18	Bildrechte bei Vergleichsobjekten
20	Anmerkungen des Autors

EINLEITUNG

Liebe Leserinnen,
liebe Leser,

vielen Dank, dass Sie dieses Whitepaper heruntergeladen haben. Gerne gebe ich Ihnen hier einen kurzen Überblick dessen, was Sie auf den folgenden Seiten erwartet.

Mein Name ist Philipp Schmitt, ich arbeite seit 2013 bei der Sprengnetter GmbH und bin seit zwei Jahren Produktmanager für die Softwaresuite „BewertungsApps“. Die Sprengnetter BewertungsApps sind webbasierte Tools, die sich um das Thema Immobilienbewertung drehen und den Akquise-Prozess von der Leadgenerierung bis zum After Sales unterstützen.

Seit 2017 gehört ein konfigurierbarer Leadgenerator für Makler-Websites zu unserem Portfolio. Es gibt viele Lösungen in diesem Bereich, denen Sie als Makler begegnen. Das Spektrum reicht von iFrame- bis hin zu in Ihrem Webdesign integrierbaren Lösungen mit oder ohne Wertermittlungs-Funktion.

Ein zumeist in der Produktentwicklung von Leadtools nicht primär beachtetes Thema besteht in der Einhaltung der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO).

In diesem Whitepaper werde ich Ihnen anhand leicht verständlicher Anhaltspunkte zeigen, welche Rolle das Thema DSGVO in der Produktentwicklung unseres Leadtools spielt und wie sich ein Leadtool leicht auf DSGVO-Konformität überprüfen lässt. Da ich kein Jurist bin, möchte ich mir allerdings nicht anmaßen, hierzu eine abschließende Rechtsauffassung zu schaffen.



DIE AUSGANGSSITUATION

Der Markt der Leadgenerierung ist umkämpft, viele Anbieter buhlen um wenige potentielle Kunden. Für viele ist die Generierung und der Verkauf von Leads mittlerweile Gegenstand ihres Geschäftsmodelles geworden. Es gibt viel zu gewinnen, aber auch viel zu verlieren.

Der potentielle Kunde soll möglichst direkt gebunden und nicht mehr aus dem eigenen Funnel herausgelassen werden. Dabei gilt das Prinzip: Je mehr Daten über den potenziellen Kunden und dessen Verhalten bekannt sind, desto optimaler und ergebniswirksamer kann die Wertschöpfungskette ausgerichtet werden.

DAS ZWISCHENFAZIT

Der potentielle Kunde wird schnell zum „Objekt“ bzw. emotional auf einen Datensatz heruntergebrochen. In einer solchen Umgebung folgt zwangsläufig, dass sich die Entwicklung von Leadtools an der Grenze des gesetzlich Zulässigen oder sogar darüber hinaus bewegt. Die Wahrung der Rechte des Einzelnen gerät gegenüber der Optimierung der Erfolgsquote schnell ins Hintertreffen.

Für uns als Anbieter einer kommerziellen Leadsoftware war und ist die Einhaltung der DSGVO ein wesentlicher Bestandteil und eine rote Linie in unserer Produktentwicklung. Und zwar einerseits, weil unsere Kunden auf deren Einhaltung vertrauen. Und andererseits, weil wir den Mehrwert darin erkennen, dass unsere Kunden schon beim ersten Aufeinandertreffen mit ihrem potenziellen Kunden die im gesamten Vermarktungsprozess gebotene Professionalität und Sorgfaltspflicht beweisen können.

Denn nur das schafft Vertrauen und damit die Voraussetzung für das erfolgreiche Zeichnen des Alleinauftrages.

BITTE BEACHTEN SIE BEIM LESEN DER FOLGENDEN SEITEN:

Bei diesen Punkten handelt es sich um unsere Interpretation des gesetzlich Zulässigen. Andere Anbieter mögen andere oder eigene Interpretationen oder Auffassungen haben.

Doch jetzt wünsche ich Ihnen erst einmal viel Spaß beim Lesen und viel Erfolg beim Einkauf!

Herzlichst,

Ihr Philipp Schmitt



ANHALTSPUNKT 1

Die Vereinbarung zur Auftrags-
verarbeitung (AVV) mit dem
Leadtool-Anbieter

01



ANHALTSPUNKT 1:

Die Vereinbarung zur Auftragsverarbeitung (AVV) mit dem Leadtool-Anbieter

Eine AVV mit dem Leadtool-Anbieter wird grundsätzlich dann benötigt, wenn im Rahmen des Leadprozesses eine Verarbeitung personenbezogener Daten im Auftrag stattfindet.

Die meisten auf dem Markt angebotenen Leadtools werden von den Anbietern extern gehostet und als iFrame auf der Maklerwebsite integriert. Hier ist Verarbeitung im Auftrag allein deswegen schon erfüllt, da die Eingabe und Speicherung der Daten direkt beim Anbieter des Leadtools erfolgt. Der iFrame ist in diesem Sinne wie ein geöffnetes Fenster auf die Umgebung des Leadtool-Anbieters zu verstehen.

Es gibt auf dem Markt aber auch Leadtools, die in das eigene Webdesign integriert und somit auf dem Website-Server gehostet werden. Hier ist es im Sinne der Datenverarbeitung entscheidend, ob im Rahmen des Leadprozesses Daten an den Leadtool-Anbieter übermittelt werden. Wenn ja, dann handelt es sich auch hier regelmäßig um eine Verarbeitung personenbezogener Daten im Auftrag, die somit den Abschluss einer AVV notwendig macht.

Achtung: Auch die ausschließliche Übermittlung von Adressdaten ist in diesem Kontext schon als Verarbeitung personenbezogener Daten zu verstehen, da Standortdaten einen Personenbezug ermöglichen können.

Sammelt das Leadtool ausschließlich die eingegebenen Daten und sendet diese nicht an den Leadtool-Anbieter, dann ist der Abschluss einer AVV mit dem Anbieter nicht notwendig. Diese Leadtools haben dann aber i.d.R. keine technischen Funktionen wie z.B. die automatisierte Bewertung der Immobilie und arbeiten wie ein Kontaktformular.



TIPP:

Achten Sie beim Abschluss einer AVV darauf, dass Ihnen der Leadtool-Anbieter auch seine eingesetzten Subunternehmer benennt. Es ist i.d.R. unrealistisch, dass der Anbieter alle angebotenen Leistungen selbst und ohne erneute Weiterleitung der Daten erbringt.

ANHALTSPUNKT 2

Snippet für Ihre
Datenschutzerklärung

02



ANHALTSPUNKT 2:

Snippet für Ihre Datenschutzerklärung

Sobald Sie ein Leadtool, das personenbezogene Daten verarbeitet, auf Ihrer Website einbinden, ist dies eine Serviceleistung für den Website-Besucher, die Sie in Ihrer Datenschutzerklärung ausführlich beschreiben müssen.

Gem. DSGVO sind Sie in diesem Fall dazu verpflichtet, den Service selbst, den Umfang, den Zweck und die rechtliche Grundlage der Datenverarbeitung sowie die Dauer der Speicherung der Daten zu beschreiben.

Ihr Leadtool-Anbieter sollte Ihnen zu diesem Zweck eine entsprechende Vorlage für Ihre Datenschutzerklärung bereitstellen, ein sogenanntes Snippet. Sollte dies nicht der Fall sein, sollte Ihnen der Leadtool-Anbieter die genannten Punkte beschreiben können.

TIPP:

Die Vorlage sollte so geschrieben sein, dass sie leicht verständlich ist. Verstehen Sie die Vorlage selbst nicht, dann werden Sie auch gegenüber Ihrem Website-Besucher Ihrer Informationspflicht nach DSGVO i.d.R. nicht gerecht.

Die Beschreibung sollte zudem ein in sich geschlossener und gut auffindbarer Abschnitt Ihrer Datenschutzerklärung sein. Eine Verschachtelung oder Zusammenfassung mit anderen Serviceleistungen kann dazu führen, dass die Verständlichkeit nicht gegeben ist und Sie somit Ihrer Informationspflicht nicht nachkommen.

ANHALTSPUNKT 3

Mindestens einmalige Bestätigung
der Identität des Nutzers

03



ANHALTSPUNKT 3:

Mindestens einmalige Bestätigung der Identität des Nutzers

Im Rahmen des Leadprozesses sollten Sie sich mindestens einmal die Identität des Leadtool-Nutzers via E-Mail oder über ein anderes Kommunikationsmittel bestätigen lassen. Ohne diese Bestätigung sollte die Verarbeitung der personenbezogenen Daten nicht fortgeführt werden.

Die Bestätigung selbst kann im Leadtool unterschiedlich umgesetzt sein.

Beispiele: Versand eines Links per E-Mail, den der Nutzer zuerst anklicken muss, bevor er die Serviceleistung erhält. Versand eines Codes, mit dem der Nutzer die Serviceleistung freischalten kann.

Tipp: Eine Kontaktaufnahme via Telefon ist in diesem Kontext keine zu empfehlende Möglichkeit der Bestätigung. Ein einfaches Negativbeispiel, das dies verdeutlicht: Gibt ein Leadtool-Nutzer die Telefonnummer einer unbeteiligten dritten Person an, dann würden Sie diese Person mit einem Anruf sehr überraschen und belästigen. Der Anruf würde zudem so gedeutet, als wenn Sie bereits Ihre Serviceleistung „verkaufen“ möchten.

Eine alternative Möglichkeit wäre, die Bestätigung der Identität vor der Nutzung des Leadtools einzuholen. Dies ist aber meist ineffizient, da die Leadtool-Nutzer durch den anfänglich hohen Aufwand frühzeitig abspringen. Auch in Hinblick auf die Vermarktung des Leadtools ist diese Möglichkeit eher als hinderlich zu betrachten.

Die DSGVO schreibt die Bestätigung der Identität nicht im Wortlaut vor. Es sollte trotzdem in Ihrem Interesse sein, dieses sogenannte „Double Opt-In-Verfahren“ in Ihrem Leadtool vorzufinden, um nicht unbeteiligte Personen mit Ihrer Serviceleistung zu behelligen.

Spätestens dann, wenn Sie nicht nachweisen können, dass eine betroffene Person der Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten zugestimmt hat, kann diese Person Sie wegen Verstoßes gegen die DSGVO bei den Behörden melden.



ANHALTSPUNKT 4

Kopplungsverbot

04



ANHALTSPUNKT 4:

Kopplungsverbot

Grundsätzlich gilt: Die Verarbeitung von personenbezogenen Daten ist nur dann rechtmäßig, wenn mindestens eine der in Artikel 6 aufgeführten Bedingungen erfüllt ist.

Artikel 6, Absatz 1 (DSGVO):

Die Verarbeitung ist nur rechtmäßig, wenn mindestens eine der nachstehenden Bedingungen erfüllt ist:

(a) Die betroffene Person hat ihre Einwilligung zu der Verarbeitung der sie betreffenden personenbezogenen Daten für einen oder mehrere bestimmte Zwecke gegeben;

(b) die Verarbeitung ist für die Erfüllung eines Vertrags, dessen Vertragspartei die betroffene Person ist, oder zur Durchführung vorvertraglicher Maßnahmen erforderlich, die auf Anfrage der betroffenen Person erfolgen;

(c) die Verarbeitung ist zur Erfüllung einer rechtlichen Verpflichtung erforderlich, der der Verantwortliche unterliegt;

(d) die Verarbeitung ist erforderlich, um lebenswichtige Interessen der betroffenen Person oder einer anderen natürlichen Person zu schützen;

(e) die Verarbeitung ist für die Wahrnehmung einer Aufgabe erforderlich, die im öffentlichen Interesse liegt oder in Ausübung öffentlicher Gewalt erfolgt, die dem Verantwortlichen übertragen wurde;

(f) die Verarbeitung ist zur Wahrung der berechtigten Interessen des Verantwortlichen oder eines Dritten erforderlich, sofern nicht die Interessen oder Grundrechte und Grundfreiheiten der betroffenen Person, die den Schutz personenbezogener Daten erfordern, überwiegen, insbesondere dann, wenn es sich bei der betroffenen Person um ein Kind handelt.

Bei der Leadgenerierung über Ihre Website wird i.d.R. nur die Bedingung, dass die betroffene Person selbst Ihre Einwilligung gegeben hat, zutreffend sein. Grundsätzlich kann dabei die betroffene Person auch der Verarbeitung für mehrere Zwecke zustimmen, allerdings muss dabei beachtet werden, dass dies nicht im Widerspruch mit dem sogenannten „Kopplungsverbot“ steht. Das Wort Kopplungsverbot gibt es in der DSGVO zwar nicht, aber schlussendlich sind hiermit die Inhalte des Artikel 7 Absatz 4 DSGVO gemeint:

Bei der Beurteilung, ob die Einwilligung freiwillig erteilt wurde, muss dem Umstand in größtmöglichem Umfang Rechnung getragen werden, ob unter anderem die Erfüllung eines Vertrags, einschließlich der Erbringung einer Dienstleistung, von der Einwilligung zu einer Verarbeitung von personenbezogenen Daten abhängig ist, die für die Erfüllung des Vertrags nicht erforderlich sind.

Ein praktisches Beispiel zur Veranschaulichung:

Sie haben Ihren Funnel so konzipiert, dass Sie Ihren Leadtool-Nutzer nach dem Erbringen der Serviceleistung „kostenlose Wertermittlung“ gerne in Ihren regelmäßig erscheinenden Newsletter aufnehmen möchten, um einerseits den Kontakt aufrechtzuerhalten und um andererseits den Nutzer von Ihrer Kompetenz weiter zu überzeugen.

Der Newsletter stellt in diesem Beispiel eine weitere Serviceleistung dar, welche in keiner direkten Abhängigkeit zu der ursprünglich beworbenen Serviceleistung „kostenlose Wertermittlung“ steht.

Einfach gesagt: Sie könnten die kostenlose Wertermittlung auch ohne Versand des Newsletters erbringen. Genau an diesem Punkt sind Sie gemäß DSGVO dazu verpflichtet, für die zusätzliche Serviceleistung eine gesonderte und vor allem freiwillige Einwilligung von der betroffenen Person einzuholen, z.B. durch Hinzufügen einer weiteren Checkbox. Diese Checkbox darf aber für den Erhalt der kostenlosen Wertermittlung nicht verpflichtend sein, d.h. die beiden Serviceleistungen dürfen nicht gekoppelt sein.

Auch die Ausweitung des Zwecks der Datenverarbeitung hilft da nicht weiter. D.h. wenn Sie ihre ursprünglich angebotene und beworbene Serviceleistung einfach um den Zweck Newsletter-Versand ergänzen.

Tipp: Legt man das Kopplungsverbot sehr streng aus, kann selbst die Kontaktaufnahme mit dem Leadtool-Nutzer als neue Serviceleistung, z.B. als Verkaufsgespräch, interpretiert werden. Daher macht es Sinn, dass auch die Kontaktaufnahme im Kontext mit der Serviceleistung „Erbringung einer kostenlosen Wertermittlung“ als notwendig verbunden wird. Eine Ausgestaltung kann dabei so aussehen, dass Sie den Leadtool-Nutzer notwendigerweise kontaktieren müssen, um diesem das Wertermittlungsdokument zu erklären. Und zwar um zu vermeiden, dass der Nutzer aufgrund seiner fachlichen Unkenntnis falsche und für ihn wohlmöglichst schädliche Schlüsse aus dem Service zieht.

Ein alternatives Vorgehen, welches das Kopplungsverbot umgehen soll, nutzen z.B. größere Leadgenerierer. Sie stellen die Serviceleistung „kostenlose Wertermittlung“ als Bestandteil eines zustande kommenden Vertrags dar. Der Leadtool-Nutzer akzeptiert damit neben der Verarbeitung seiner personenbezogenen Daten auch die AGB des Unternehmens. In diesem Fall stellen die Unternehmen als Rechtsgrundlage für die Verarbeitung der Daten auf die Erforderlichkeit für die Erfüllung eines Vertrags ab (Artikel 6, Absatz 1, Buchstabe b) DSGVO). In diesen für den Nutzer kostenlosen Verträgen sind dann auch weitere Serviceleistungen, wie z.B. ein regelmäßiger Update-Service oder die Vermittlung an einen Makler, direkt inkludiert.

Aus meiner Sicht ist bei diesem Vorgehen neben der Rechtmäßigkeit der freiwilligen Einwilligung auch das Zustandekommen eines Vertrags kritisch zu hinterfragen. Dies ist also ein absoluter Profibereich, wo viel juristischer Beirat und ein entsprechendes Durchhaltevermögen gefragt ist.



ANHALTSPUNKT 5

Cookie-Technologie vermeiden

05



ANHALTSPUNKT 5:

Cookie-Technologie vermeiden

Einige Leadtools arbeiten mit der Cookie-Technologie, um das Nutzungsverhalten der Leadtool-Nutzer zu analysieren. Damit können beispielsweise Rückschlüsse auf die Erfolgsquote (sog. Conversion-Rate) oder die Stellen, an denen die Nutzer den Leadprozess abbrechen, gezogen werden.

Soweit so gut. Wesentlich ist nun aber die Frage, welche Daten in dem abgelegten Cookie (serverseitig) gespeichert werden und ob diese personenbezogene Daten enthalten. Da die Fülle an Möglichkeiten hier hoch ist, sollten Sie Ihren Leadtool-Anbieter diesbezüglich genauestens befragen.

Denn im schlechtesten Fall sammeln und verarbeiten Sie hier unwissentlich personenbezogene Daten, für deren Verarbeitung Sie keine Einwilligung von der betroffenen Person haben.

Ein Beispiel für einen Personenbezug in diesem Kontext:

Speichert das Cookie z.B. die Google-ID des Nutzers, dann kann ein direkter Rückschluss auf diese Person und dessen Google-Konto anhand der ID gezogen werden.

Und das Blöde:

Die Verarbeitung und Speicherung startet direkt mit dem ersten Klick im Widget. Zu diesem Zeitpunkt hat der Nutzer i.d.R. nicht einmal die für Sie wesentlichen Kontaktdaten eingegeben. Sollte der Nutzer also die Leadstrecke frühzeitig abbrechen, haben Sie einerseits keine Kontaktdaten, andererseits aber dessen Daten unrechtmäßig verarbeitet.



ANHALTSPUNKT 5:


Das Argument, dass es sich hierbei um eine rechtmäßige Verarbeitung personenbezogener Daten gem. Artikel 6, Absatz 1, Buchstabe f) DSGVO z.B. für die Bereitstellung und Optimierung Ihres Leadtool-Service handelt, wird mit hoher Wahrscheinlichkeit für die Behörde kein durchschlagendes Argument sein, da die Cookies für den Betrieb Ihres Leadtools nicht notwendig sind:

Artikel 6, Absatz 1, Punkt f):

Die Verarbeitung ist nur rechtmäßig, wenn mindestens eine der nachstehenden Bedingungen erfüllt ist:

(...)

f) die Verarbeitung ist zur Wahrung der berechtigten Interessen des Verantwortlichen oder eines Dritten erforderlich, sofern nicht die Interessen oder Grundrechte und Grundfreiheiten der betroffenen Person, die den Schutz personenbezogener Daten erfordern, überwiegen, insbesondere dann, wenn es sich bei der betroffenen Person um ein Kind handelt.



Tipp: Die Cookie-Technologie insbesondere in Drittanbieteranwendungen ist eine Technologie, die in absehbarer Zeit an den strikter werdenden Browser-Policies scheitern wird. **Das bedeutet für Sie: Wenn die Browser-Anbieter Ihre diesbezüglichen Ankündigungen umsetzen, können Sie Leadtools, die mit der Cookie-Technologie arbeiten, nicht mehr nutzen.** Bereits jetzt können Nutzer die Cookies von Drittanbietern in allen gängigen Browser ausschließen. Bei einigen Browsern ist dies sogar bereits als Standard voreingestellt (z.B. Firefox und Chrome).

ANHALTSPUNKT 6

Bildrechte bei Vergleichsobjekten

06



ANHALTSPUNKT 6:

Bildrechte bei Vergleichsobjekten

Wenn Ihr Leadtool in seiner Ausgabe örtliche Vergleichsangebote mit Beschreibung und Innenbildern anzeigt, dann ist dies ein Indiz dafür, dass Sie hiermit unzulässig personenbezogene Daten verarbeiten und (noch schlimmer) weiterverbreiten.

Vor allem Innenbilder zu den dargestellten Vergleichsobjekten stellen häufig personenbezogene Daten gemäß DSGVO dar. Und wenn es ganz blöd läuft, stellen sie sogar personenbezogene Daten der besonderen Kategorie dar. Da hört dann wirklich der Spaß auf.

Die Hauptursache dieses Problems liegt darin, dass Ihr Leadtool-Anbieter in diesem Fall i.d.R. selbst keine Kontrolle über die in der Ausgabe angezeigten Vergleichsangebote hat. Der Anbieter nutzt in einem solchen Fall sogenannte Webcrawler, die automatisiert Immobilienportale durchsuchen und die dort dargestellten Inhalte ungeprüft speichern, um sie anschließend in die Leadtool-Ausgabe zu übertragen.

Ein typisches Beispiel:

Wurde in einem Immobilienportal fahrlässiger Weise das Bild des unaufgeräumten Schlafzimmers eines Mieters, anhand dessen Rückschlüsse auf seine Gesundheit, familiäre Situation oder gar sexuelle Neigung möglich sind, hochgeladen und im Anschluss automatisch von einem Webcrawler in Ihre Leadtool-Ausgabe als Vergleichsobjekt übertragen, dann haften Sie vermutlich mit. Egal, ob Sie etwas dafür können – oder nicht.

Tipp: Das gleiche gilt übrigens für alle Produkte, die mit einer solchen Darstellung der Vergleichsangebote arbeiten. Auch wenn diese erst später im Akquiseprozess durch Sie selbst erstellt und nur Ihrem bzw. einem potenziellen Kunden ausgehändigt werden.



ANMERKUNG DES AUTORS:

Natürlich gibt es noch weitere Anhaltspunkte, die aber i.d.R. tiefer in die vor allem technische Materie gehen und für Außenstehende nicht erkennbar sind. Auf die Darstellung dieser verzichten wir hier.

Ich hoffe, dass ich Sie ein wenig in die Welt der DSGVO-konformen Produktentwicklung von Leadtools mitnehmen und Ihnen Anhaltspunkte für die Prüfung Ihres Leadtools mit an die Hand geben konnte.

Wenn Sie auf der sicheren Seite sein möchten, dann erkundigen Sie sich gerne nach unserem Tool Sprengnetter Lead. Unter folgendem Link finden Sie viele Informationen und Zusatzmaterialien zu unserem Widget.

<https://shop.sprengnetter.at/Sprengnetter-Lead/SW10139>

Danke für Ihre Aufmerksamkeit!



Sprengnetter Real Estate Services GmbH

Sprengnetter-Campus 1
53474 Bad Neuenahr-Ahrweiler

Telefon: +49 (0) 2641 9130 4441

Fax: +49 (0) 2641 9130 1010

E-Mail: info@sprengnetter.de

Die Gesellschaft hat ihren Sitz in Bad Neuenahr-Ahrweiler und ist eingetragen beim Amtsgericht Koblenz unter HRB 27814.

Geschäftsführer: Jan Sprengnetter, Andreas Kadler

Inhaltlich Verantwortlicher gemäß § 55 Abs. 2 RStV:
Andreas Kadler (Anschrift wie oben)

Bildnachweise: Envato Elements