



Datenschutzkonforme Direktwerbung: Rechtssichere Kundenansprache im Einklang mit der DS-GVO

23.04.2026
Miriam Meder



Agenda

- I. Direktwerbung**
- II. Befugnisse**
- III. Betroffenenrecht**
- IV. Best-of-Behördenalltag**



Was ist „Direktwerbung“?



- Begriff „Direktwerbung“ ist in der DS-GVO nicht definiert
- Art. 2 lit. a der EU-Richtlinie 2006/114/EG über irreführende und vergleichende Werbung vom 12. Dezember 2006 : Werbung = „jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem **Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, zu fördern**“
- Art. 3 Nummer 2 lit. a) und b) der EU-Verordnung 2024/900 über die Transparenz und das Targeting politischer Werbung (TTPW-VO): politische Werbung = grundsätzlich Ausarbeitung, Platzierung, Förderung, Veröffentlichung, Zustellung oder Verbreitung einer **Botschaft** mithilfe eines beliebigen Mittels, die in der Regel gegen Entgelt oder im Rahmen interner Tätigkeiten oder als Teil einer politischen Werbekampagne erfolgt, durch oder für einen politischen Akteur oder in seinem Namen oder die **geeignet und darauf ausgerichtet ist**, das Ergebnis einer Wahl oder eines Referendums, ein Abstimmungsverhalten oder einen Rechtsetzungs- oder Regulierungsprozess auf Unionsebene oder auf nationaler, regionaler oder lokaler Ebene **zu beeinflussen**.



Was ist „Direktwerbung“?



Werbung:

- weites Begriffsverständnis, d.h. es kommt auf die Beeinflussung zur Förderung – kommerzieller (z.B. auch Bewertungsabfragen), organisatorischer (z.B. Spendenwerbung) oder politischer – Ziele an; die DS-GVO beschränkt sich nicht etwa auf rein kommerzielle Ziele

Direktwerbung:

- „die sich direkt und individuell an einen Verbraucher richten“ (vgl. hierzu auch EuGH, Urt. v. 13.11.2025, Rs. C-654/23 (Inteligo Media SA/ ANSPDCP), Rn. 41)



Art. 5 Abs. 1 DS-GVO

- Rechtmäßigkeit, Verarbeitung nach Treu und Glauben und Transparenz (Abs. 1 Buchst. a)
- Zweckbindung (Abs. 1 Buchst. b)
- Datenminimierung (Abs. 1 Buchst. c)
- Richtigkeit (Abs. 1 Buchst. d)
- Speicherbegrenzung (Abs. 1 Buchst. e)
- Integrität und Vertraulichkeit, Sicherheit der Verarbeitung (Abs. 1 Buchst. f)

Art. 5 Abs. 2 DS-GVO:

Der Verantwortliche ist für die **Einhaltung des Absatzes 1** verantwortlich und muss dessen Einhaltung **nachweisen können** („Rechenschaftspflicht“).

Art. 24 Abs. 1 DS-GVO:

Der Verantwortliche **setzt** unter Berücksichtigung der Art, des Umfangs, der Umstände und der Zwecke der Verarbeitung sowie der unterschiedlichen Eintrittswahrscheinlichkeit und Schwere der Risiken für die Rechte und Freiheiten natürlicher Personen **geeignete technische und organisatorische Maßnahmen um**, um sicherzustellen und den Nachweis dafür erbringen zu können, dass die Verarbeitung gemäß dieser Verordnung erfolgt. ²Diese Maßnahmen werden **erforderlichenfalls überprüft und aktualisiert**.



Datenschutzrechtliche Befugnis?

Erwägungsgrund 47 S.7: Die Verarbeitung personenbezogener Daten zum Zwecke der Direktwerbung kann als eine einem berechtigten Interesse dienende Verarbeitung betrachtet werden.

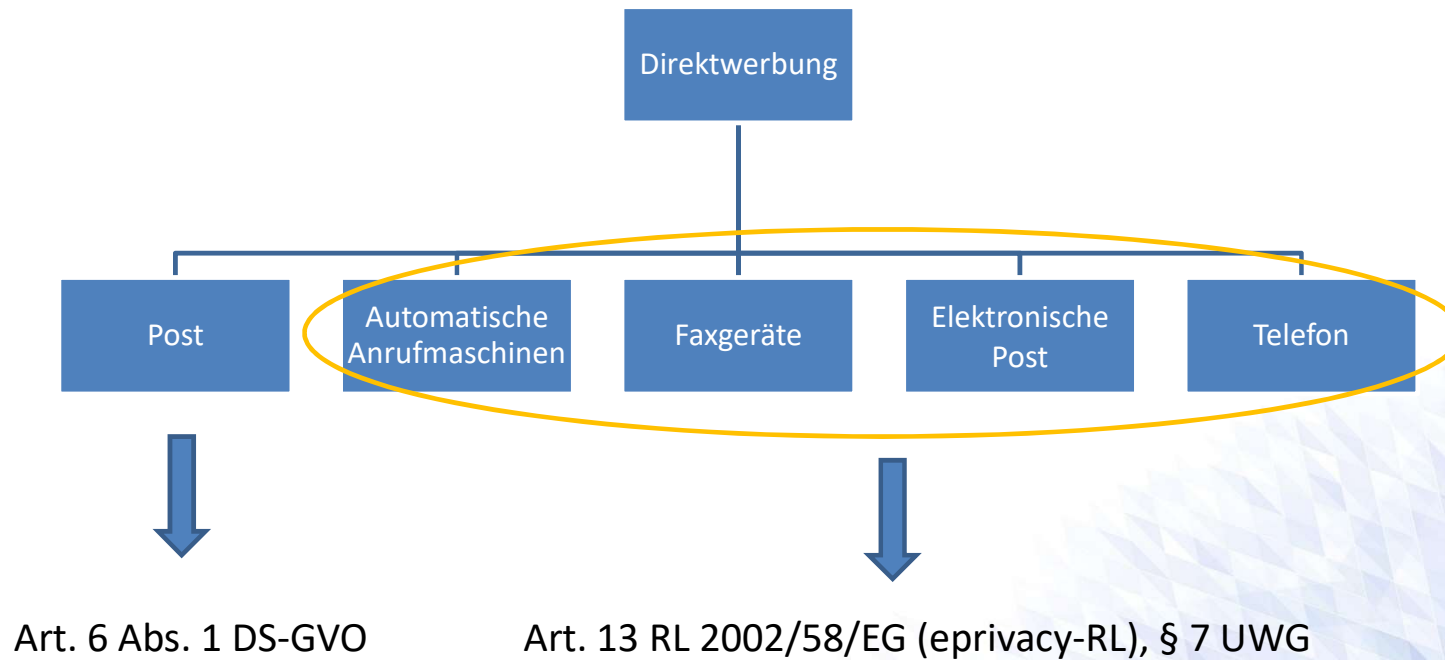
➤ Art. 6 Abs. 1 UAbs. 1 Buchst. f DS-GVO (Interessenabwägung)?:

Verarbeitung ist rechtmäßig, wenn „die Verarbeitung (...) zur Wahrung der berechtigten Interessen des Verantwortlichen oder eines Dritten **erforderlich [ist], 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.“

➤ **Achtung!**: Speziellere Gesetze (lex specialis) geht vor; hier RL 2022/58/EG - eprivacy-RL (regelmäßig im Falle der Verwendung von Kontaktinformationen zu Zwecken der Direktwerbung im Bereich der elektronischen Kommunikation entsprechend Art. 13 Abs. 1 und Abs. 2 ePrivacy_RL)

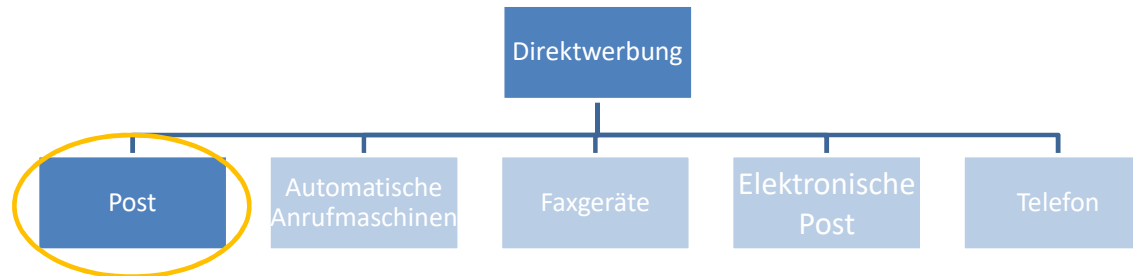


Datenschutzrechtliche Befugnis?





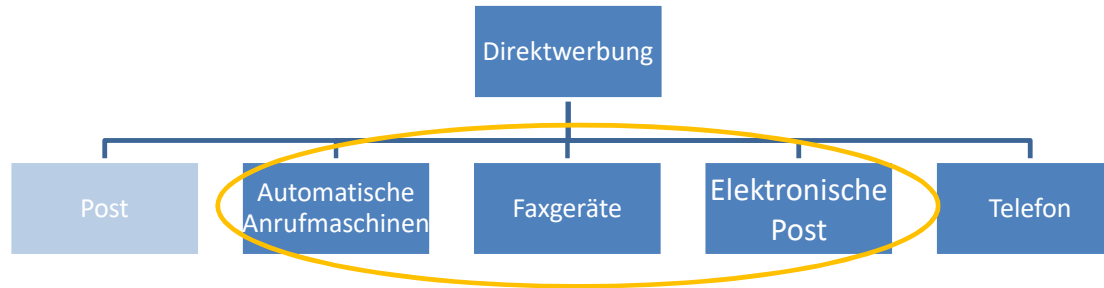
Datenschutzrechtliche Befugnis?



- i.d.R. kann die Verarbeitung personenbezogener Daten auf Art. 6 Abs. 1 Uabs.1 Buchst. f DS-GVO gestützt werden
 - Aber: Woher stammen die Daten?
 - Ursprünglich rechtmäßige Erhebung?
 - Rechtskonforme Information erfolgt?
 - Kompatibilität bei Zweckänderung?
- Umfang: personenbezogene Daten, die für die Wahrung des berechtigten Interesses (Absatzförderung) erforderlich sind und
 - Adressdaten
 - ggf. weitere Kriterien aus Vergleich mit Statistikdaten
- Interessen der betroffenen Personen dürfen nicht überwiegen
 - Keine automatisierte Entscheidung, die erheblich beeinträchtigt (vgl. Art. 22 DS-GVO)
 - Keine detaillierten Profile, Verhaltensprognosen, Analysen (Art. 4 Nr. 4, Art. 22 DS-GVO)
 - Keine besonders schützenswerte Zielgruppe (z.B. Kinder)
- **ACHTUNG!** Ohne Einwilligung **KEINE** werbliche Nutzung besonderer Datenkategorien (siehe Art. 9 DS-GVO)!



Datenschutzrechtliche Befugnis?



Art. 13 eprivacy-Richtlinie	§ 7 Abs. 2, 3 UWG
<p>(1) Die Verwendung von automatischen Anrufsystemen ohne menschlichen Eingriff (automatische Anrufmaschinen), Faxgeräten oder elektronischer Post für die Zwecke der Direktwerbung darf nur bei vorheriger Einwilligung der Teilnehmer gestattet werden.</p>	<p>(2) Eine unzumutbare Belästigung ist stets anzunehmen (...) 2. bei Werbung unter Verwendung einer automatischen Anrufmaschine, eines Faxgerätes oder elektronischer Post, ohne dass eine vorherige ausdrückliche Einwilligung des Adressaten vorliegt (...)"</p>
<p>(2) Ungeachtet des Absatzes 1 kann eine natürliche oder juristische Person, wenn sie von ihren Kunden im Zusammenhang mit dem Verkauf eines Produkts oder einer Dienstleistung gemäß der Richtlinie 95/46/EG deren elektronische Kontaktinformationen für elektronische Post erhalten hat, diese zur Direktwerbung für eigene ähnliche Produkte oder Dienstleistungen verwenden, sofern die Kunden klar und deutlich die Möglichkeit erhalten, eine solche Nutzung ihrer elektronischen Kontaktinformationen bei deren Erhebung und bei jeder Übertragung gebührenfrei und problemlos abzulehnen, wenn der Kunde diese Nutzung nicht von vornherein abgelehnt hat.</p>	<p>(3) Abweichend von Absatz 2 Nummer 2 ist eine unzumutbare Belästigung bei einer Werbung unter Verwendung elektronischer Post nicht anzunehmen, wenn</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ein Unternehmer im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung von dem Kunden dessen elektronische Postadresse erhalten hat, 2. der Unternehmer die Adresse zur Direktwerbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen verwendet, 3. der Kunde der Verwendung nicht widersprochen hat <u>und</u> 4. der Kunde bei Erhebung der Adresse und bei jeder Verwendung klar und deutlich darauf hingewiesen wird, dass er der Verwendung jederzeit widersprechen kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.



Werbung - EuGH-Rspr.

EuGH, Urteil vom 13.11.2025, C-654/23 (Inteligo Media)

Fall:

- Online-Pressemedium bietet eine kostenlose Ansicht von 6 Artikeln pro Monat; mit einem kostenlosen Konto konnten zwei weitere Artikel angesehen werden und (optional) einen kostenlosen Newsletter mit einem Überblick erhalten; gegen Bezahlung Zugriff auf alle Artikel und vollständige Version des Newsletters → Befugnis?

EuGH:

I.

- Einwilligung oder Ausnahme gem. Art. 13 Abs. 2 RL 2002/58/EG – eprivacy-RL -(in Dtl. in § 7 Abs. 3 UWG umgesetzt)?
- Im Zusammenhang mit Art. 13 Abs. 2 eprivacy-RL ist insbesondere zu klären,
 - ob es sich bei den Nachrichten um Direktwerbung handelt
 - ob die natürliche oder juristische Person die elektronische Kontaktinformation für elektronische Post im Zusammenhang mit dem Verkauf eines Produktes oder einer Dienstleistung erhalten hat
- EuGH in C-102/20, StWL: Direktwerbung gem. Art. 13 RL 2002/58/EG erfasst Nachrichten, mit denen ein kommerzielles Ziel verfolgt wird, die sich direkt und individuell an einen Verbraucher richten
 - Newsletter enthält zwar auch informativen Inhalt, soll den Nutzer aber auch veranlassen, auf den kostenpflichtigen Inhalt zuzugreifen → es wird ein kommerzielles Ziel verfolgt, Nachricht richtet sich auch direkt und individuell an den Verbraucher



Werbung - EuGH-Rspr.

EuGH, Urteil vom 13.11.2025, C-654/23 (Inteligo Media)

- Grds. Einwilligung, außer Art. 13 Abs. 2 eprivacy-RL. Diese verlangt den Erhalt der elektronischen Kontaktinformation im Zusammenhang mit dem Verkauf ... einer Dienstleistung
 - Vereinbarung, die Zahlung eines Entgelts für eine Ware oder einen Dienst mit sich bringt → Zahlung einer Vergütung?
 - Zahlung muss nicht notwendigerweise durch den bezahlt werden, dem die Dienstleistung zu Gute kommt
 - Kosten der Dienstleistung sind in den Abo-Preis mit einbezogen (indirekte Vergütung) → Kauf (+)
- Ergebnis: Die E-Mail-Adresse wurde „im Zusammenhang mit dem Verkauf eines Produkts oder einer Dienstleistung“ erhalten. Die Verwendung elektronischer Post „zur Direktwerbung“ für „ähnliche Produkte oder Dienstleistungen“ wird bejaht.

II.

- Gilt Art. 6 Abs. 1 DS-GVO, wenn die E-Mail-Adresse eines Nutzers verwendet wird, um ihm eine Nachricht gem. Art. 13 Abs. 2 eprivacy-RL zu senden?
- Art. 95 DS-GVO:
 - „Diese Verordnung erlegt natürlichen oder juristischen Personen in Bezug auf die Verarbeitung in Verbindung mit der Bereitstellung öffentlich zugänglicher elektronischer Kommunikationsdienste in öffentlichen Kommunikationsnetzen in der Union keine zusätzlichen Pflichten auf, soweit sie besonderen in der Richtlinie 2002/58/EG festgelegten Pflichten unterliegen, die dasselbe Ziel verfolgen.“
- Keine zusätzlichen Pflichten, soweit die besonderen in der eprivacy-RL festgelegten Pflichten dasselbe Ziel verfolgen



Werbung - EuGH-Rspr.

EuGH, Urteil vom 13.11.2025, C-654/23 (Inteligo Media)

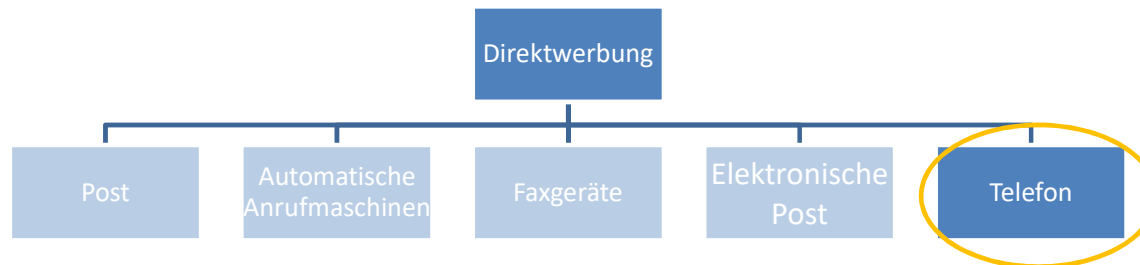
- Art. 13 Abs. 2 eprivacy-RL regelt die Voraussetzungen und die Zwecke der Verarbeitung sowie die Rechte der betroffenen Person abschließend = besondere Pflichten im Sinne des Art. 95 DS-GVO
- Ergebnis: Rechtmäßigkeit einer Verarbeitung personenbezogener Daten im Rahmen einer in den Anwendungsbereich von Art. 13 Abs. 2 der Richtlinie 2002/58 fallenden Nachricht kann auf der Grundlage dieser Bestimmung festgestellt werden, ohne dass sie anhand der in Art. 6 Abs. 1 Buchst. a bis f DSGVO vorgesehenen Voraussetzungen geprüft zu werden braucht/ Art. 6 Abs. 1 DS-GVO gilt in diesem Fall nicht.

Folgen:

- Reichweite des Anwendungsbereiches des Art. 13 eprivacy-RL? Auch Verarbeitungstätigkeiten auf Grundlage der DS-GVO?
 - „Aus dem Prinzip der „Lex specialis“ folgt, dass es eine Ausnahme von der allgemeinen Regel nur dann geben darf, wenn das Gesetz zu einem bestimmten Gegenstand auch eine spezielle Regel enthält. Die den Fall betreffenden Fakten müssen sorgfältig analysiert werden, um befinden zu können, wie weit die Ausnahme geht; dies gilt insbesondere für Fälle, in denen Daten zahlreichen unterschiedlichen Verarbeitungen unterzogen werden, sei es parallel oder aber fortlaufend.“ (Stellungnahme 5/2019 zum Zusammenspiel zwischen der e-Datenschutz-Richtlinie und der DSGVO, insbesondere in Bezug auf die Zuständigkeiten, Aufgaben und Befugnisse von Datenschutzbehörden, Rn. 41)
 - „Im Bereich der elektronischen Kommunikation gilt die Richtlinie 95/46/EG vor allem für alle Fragen des Schutzes der Grundrechte und Grundfreiheiten, die von der vorliegenden Richtlinie nicht spezifisch erfasst werden, einschließlich der Pflichten des für die Verarbeitung Verantwortlichen und der Rechte des Einzelnen. Die Richtlinie 95/46/EG gilt für nicht öffentliche Kommunikationsdienste.“ (Erwägungsgrund 10, RL 2002/58/EG)



Datenschutzrechtliche Befugnis?



➤ Art. 13 Abs. 3 eprivacy-RL, § 7 Abs. 2 Nr. 1 UWG:

(1) Eine geschäftliche Handlung, durch die ein Marktteilnehmer in unzumutbarer Weise belästigt wird, ist unzulässig. Dies gilt insbesondere für Werbung, obwohl erkennbar ist, dass der angesprochene Marktteilnehmer diese Werbung nicht wünscht.

(2) Eine unzumutbare Belästigung ist stets anzunehmen

1. bei Werbung mit einem Telefonanruf **gegenüber einem Verbraucher** ohne dessen vorherige ausdrückliche Einwilligung oder **gegenüber einem sonstigen Marktteilnehmer** ohne dessen zumindest mutmaßliche Einwilligung, (...)“

➤ § 7a UWG:

„(1) Wer mit einem Telefonanruf **gegenüber einem Verbraucher** wirbt, hat dessen **vorherige ausdrückliche Einwilligung** in die Telefonwerbung zum Zeitpunkt der Erteilung in angemessener Form zu dokumentieren und gemäß Absatz 2 Satz 1 aufzubewahren.

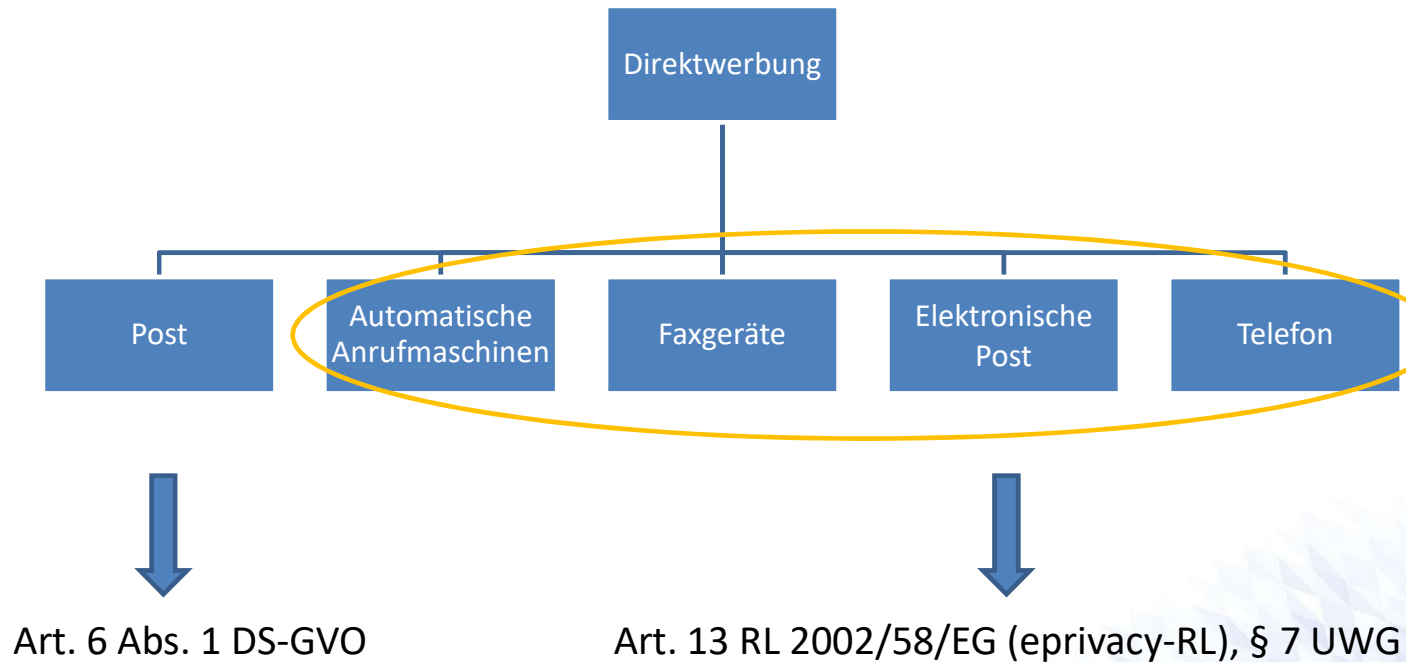
(2) Die werbenden Unternehmen müssen den Nachweis nach Absatz 1 ab Erteilung der Einwilligung sowie nach jeder Verwendung der Einwilligung fünf Jahre aufbewahren. Die werbenden Unternehmen haben der nach § 20 Absatz 3 zuständigen Verwaltungsbehörde den Nachweis nach Absatz 1 auf Verlangen unverzüglich vorzulegen.“

➤ = Einwilligung für die Verarbeitung personenbezogener Daten zu Zwecken der telefonischen Direktwerbung gegenüber einem Verbraucher (B2C) erforderlich!

➤ = Bei telefonischer Direktwerbung gegenüber einem sonstigen Marktteilnehmer (C2C) kommt lt. BVerwG, Urteil 29.01.2025, 6C 3.23 für die Verarbeitung personenbezogener Daten eine Interessenabwägung nach Art. 6 Abs. 1 UAbs. 1 Buchst. f DS-GVO in Betracht; berechtigtes Interesse, wenn zumindest mutmaßliche Einwilligung gem. § 7 Abs. 2 Nr. 1 UWG (vgl. OH-Werbung / 1.4.2.b)



Datenschutzrechtliche Befugnis?



- **Achtung:** Soweit lex specialis nicht erfüllt ist, greift das allgemeine Gesetz (lex generalis)
- Vor- und nachgelagerte Datenverarbeitungen zur Verwendung der elektronischen Kontaktinformationen zum Zwecke des Werbeversands nach DS-GVO
- Betroffenenrechte nach DS-GVO



Datenschutzrechtliche Befugnis?

➤ Einwilligung

- Art. 6 Abs. 1 Uabs.1 Buchst. a, 7, 4 Nr. 11 DS-GVO
 - freiwillig
 - für den bestimmten Fall/ bestimmte konkrete Zwecke
 - informiert
 - unmissverständlich abgegebene Willensbekundung
 - jederzeitige Widerrufbarkeit
 - Widerruf muss so einfach wie die Erteilung der Einwilligung sein
 - Keine unzulässige Koppelung (Art. 7 Abs. 4 DS-GVO)

- Art. 2 S. 2 Buchst. f eprivacy-RL verweist für die Definition der Einwilligung auf die Richtlinie 95/46/EG (jetzt DS-GVO; vgl. 94 Abs. 2 S. 1 DS-GVO))
- Verantwortliche muss das Vorliegen einer Einwilligung nachweisen können; zu den Anforderungen an einen Nachweis: 15. Tätigkeitsbericht BayLDA, Kapitel 7.1 (https://www.lida.bayern.de/media/baylda_report_15.pdf)
- auch die eprivacy-RL verweist für die Anforderung an eine Einwilligung auf die Regelungen in der DS-GVO
- Leitlinien 05/2020 zur Einwilligung gemäß Verordnung 2016/679 (https://www.edpb.europa.eu/sites/default/files/files/file1/edpb_guidelines_202005_consent_de.pdf)
- Vgl. Orientierungshilfe der Aufsichtsbehörden zur Verarbeitung von personenbezogenen Daten für Zwecke der Direktwerbung unter Geltung der Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO), Kapitel 3 (https://www.datenschutzkonferenz-online.de/media/oh/OH-Werbung_Februar%202022_final.pdf)



Erwägungsgrund 10, RL 2002/58/EG: „Im Bereich der elektronischen Kommunikation gilt die Richtlinie 95/46/EG vor allem für alle Fragen des Schutzes der Grundrechte und Grundfreiheiten, die von der vorliegenden Richtlinie nicht spezifisch erfasst werden, einschließlich der Pflichten des für die Verarbeitung Verantwortlichen und der Rechte des Einzelnen. Die Richtlinie 95/46/EG gilt für nicht öffentliche Kommunikationsdienste.“

- Allgemeines (Art. 12 DS-GVO)
- Informationspflicht (Art. 13 f. DS-GVO)
- Rechte auf Auskunft (Art. 15 DS-GVO)
- Recht auf Berichtigung (Art. 16 DS-GVO)
- Recht auf Löschung (Art. 17 DS-GVO)
- Recht auf Einschränkung (Art. 18 DS-GVO)
- Recht auf Datenübertragbarkeit (Art. 20 DS-GVO)
- Widerspruchsrecht (Art. 21 DS-GVO, insbes. Werbewiderspruch Art. 21 Abs. 2 DS-GVO)
- Recht, keinem Profiling unterworfen zu sein (mit Ausnahmen) (Art. 22 DS-GVO)



Betroffenenrechte - Informationspflicht

- Art. 13 DS-GVO (Direkterhebung):
 - „(1) Werden personenbezogene Daten bei der betroffenen Person erhoben, so teilt der Verantwortliche der betroffenen Person **zum Zeitpunkt der Erhebung** dieser Daten Folgendes mit: (...)“
 - „(2) Zusätzlich zu den Informationen gemäß Absatz 1 stellt der Verantwortliche der betroffenen Person **zum Zeitpunkt der Erhebung** dieser Daten folgende weitere Informationen zur Verfügung, die notwendig sind, um eine faire und transparente Verarbeitung zu gewährleisten: (...)“
 - Abs. 3 bei Zweckänderung: „stellt er der betroffenen Person **vor dieser Weiterverarbeitung** Informationen über diesen anderen Zweck und alle anderen maßgeblichen Informationen gemäß Absatz 2 zur Verfügung.“

- Art. 14 DS-GVO:
 - (3) Der Verantwortliche erteilt die Informationen gemäß den Absätzen 1 und 2
 - a) unter Berücksichtigung der spezifischen Umstände der Verarbeitung der personenbezogenen Daten innerhalb einer angemessenen Frist nach Erlangung der personenbezogenen Daten, **längstens jedoch innerhalb eines Monats**,
 - b) falls die personenbezogenen Daten zur Kommunikation mit der betroffenen Person verwendet werden sollen, spätestens zum Zeitpunkt der ersten Mitteilung an sie, oder,
 - c) falls die Offenlegung an einen anderen Empfänger beabsichtigt ist, spätestens zum Zeitpunkt der ersten Offenlegung.
 - Bei Zweckänderung: „stellt er der betroffenen Person **vor dieser Weiterverarbeitung** Informationen über diesen anderen Zweck und alle anderen maßgeblichen Informationen gemäß Absatz 2 zur Verfügung.“



Betroffenenrechte – Auskunftsrecht, Recht auf Löschung, Widerspruch

- Art. 15 DS-GVO: Auskunftsrecht
 - Art. 12 DS-GVO beachten!
 - Leitlinien 01/2022 zu den Rechten der betroffenen Person – Auskunftsrecht (https://www.edpb.europa.eu/system/files/2024-04/edpb_guidelines_202201_data_subject_rights_access_v2_de.pdf)
 - Informationen des BayLDA (https://www.lida.bayern.de/de/thema_auskunft.html)

- Art. 17 DS-GVO: Recht auf Löschung
 - Art. 12 DS-GVO beachten!
 - Ggf. Klärung, ob tatsächlich Löschung begehrt wird oder ein Widerruf/Widerspruch betreffend die Datenverarbeitung zu Werbezwecken bezweckt werden soll
 - Vgl. Orientierungshilfe der Aufsichtsbehörden zur Verarbeitung von personenbezogenen Daten für Zwecke der Direktwerbung unter Geltung der Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO) (https://www.datenschutzkonferenz-online.de/media/oh/OH-Werbung_Februar%202022_final.pdf)

- Art. 21 DS-GVO: (Werbe-)Widerspruchsrecht
 - Art. 12 DS-GVO beachten!
 - Abs. 2, 3: Widerspruch gegen Verarbeitung, um Direktwerbung zu betreiben, muss nicht begründet werden
 - Abs. 4: „Die betroffene Person muss **spätestens zum Zeitpunkt der ersten Kommunikation** mit ihr ausdrücklich auf das in den Absätzen 1 und 2 genannte Recht hingewiesen werden; dieser Hinweis hat in einer verständlichen und **von anderen Informationen getrennten Form** zu erfolgen.
 - Vgl. Orientierungshilfe der Aufsichtsbehörden zur Verarbeitung von personenbezogenen Daten für Zwecke der Direktwerbung unter Geltung der Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO) (https://www.datenschutzkonferenz-online.de/media/oh/OH-Werbung_Februar%202022_final.pdf)



Best-of-Beschwerdealltag



Beschwerdegegenstände	Regelungen
Kein Abmeldelink vorhanden	Art. 7 Abs. 3 DS-GVO: Widerspruch so einfach wie Erteilung/ Art. 12 Abs. 2 DS-GVO: Erleichterungsgebot
Abmeldelink funktioniert nicht	s.o. und Art. 5 Abs. 1 Buchst. a DS-GVO: Verarbeitung nach Treu und Glauben
Abmeldung zu kompliziert	s.o.
Nie eine Einwilligung abgegeben	Art. 5 Abs. 1 Buchst. a, Art. 6 Abs. 1 DS-GVO: Grundsatz der Rechtmäßigkeit, Verarbeitung nach Treu und Glauben
Unwirksame Einwilligung	Art. 6 Abs. 1 UAbs. 1 Buchst. a, Art. 4 Nr. 11. 7 DS-GVO
Keine Nachweisbarkeit einer wirksamen Einwilligung	Art. 7 Abs. 1 DS-GVO
Trotz bestätigter Löschung weiterhin Mails	Art. 17 DS-GVO: Recht auf Löschung
Herkunft der Daten	Art. 15 Abs. 1 Buchst. g DS-GVO
Unvollständige Auskunft	Art. 15 DS-GVO
Löschung vor Auskunft	Art. 12, 15 DS-GVO: Recht auf Auskunft, Art. 5 Abs. 1 Buchst. a DS-GVO: Verarbeitung nach Treu und Glauben
Nicht-Erfüllung Betroffenenrechte, keine Reaktion	Art. 12 Abs. 3 (Frist), 4 (Mitteilung Gründe Ablehnung) DS-GVO, Art. 15 ff. DS-GVO



**Vielen Dank!
Fragen?**

A decorative graphic in the bottom right corner consisting of a dense, overlapping pattern of light blue and white triangles, creating a textured, crystalline effect.