

# Rödl & Partner

NEWSLETTER SLOWAKEI

GRUNDLAGEN BILDEN

Ausgabe:  
März 2022

Aktuelles aus den Bereichen Recht, Steuern und Wirtschaft in der Slowakei

[www.roedl.de/slowakei](http://www.roedl.de/slowakei) | [www.roedl.net/sk](http://www.roedl.net/sk)



### Lesen Sie in dieser Ausgabe:

---

#### → Recht

- Neues Gesetz über die elektronische Kommunikation – Änderungen in der Regelung von Marketing
- Direktmarketing und unerwünschte Kommunikation
- Pflichten und Beschränkungen für Direktmarketing je nach Typ des Empfängers
- Erfordernisse der Einwilligung zur Versendung der elektronischen Post und deren Widerruf im Einklang mit GDPR
- Direktmarketing in Form eines Telefonanrufs

---

#### → Wirtschaft

- Digitalisierung der Buchführung ab dem 1. Januar 2022

## → Recht

### Neues Gesetz über die elektronische Kommunikation – Änderungen in der Regelung von Marketing

Am 1. Februar dieses Jahres ist mit Ausnahme einiger Bestimmungen das neue Gesetz Nr. 452/2021 Slg. über die elektronische Kommunikation in Kraft getreten, das eine Umsetzung der europäischen Richtlinie ist, die als Kodex für die elektronische Kommunikation bekannt ist. Ziel dieser Richtlinie war es, die elektronische Kommunikation zu vereinfachen, aber zugleich auch den Schutz der Verbraucher – der Nutzer des Internets und anderer Telekommunikationsnetze – zu verbessern. Neben der Neuregelung im Bereich der digitalen Infrastruktur bringt das Gesetz auch Änderungen im Bereich des Schutzes personenbezogener Daten mit sich, da es auch das so genannte Direktmarketing in Form des Versands von unerwünschten E-Mails oder SMS-Nachrichten regelt (umgangssprachlich Spamming). In diesem Artikel werden wir im Hinblick auf die Bedürfnisse unserer Mandanten gerade auf die neue Regelung von Marketing und GDPR eingehen.

#### Direktmarketing und unerwünschte Kommunikation

Nach dem Gesetz ist Direktmarketing „jede Form der Präsentation von Waren und Dienstleistungen in schriftlicher oder mündlicher Form, die über einen öffentlich zugänglichen Dienst direkt an einen oder mehrere Beteiligte oder Nutzer gesendet oder präsentiert wird“. Das bedeutet, dass Sie Direktmarketing betreiben, wenn Sie jemandem per E-Mail oder Textnachricht Produkte oder Dienstleistungen anbieten, z.B. wenn Sie eine Werbe-E-Mail an jemanden schicken. Unerwünschte Kommunikation wird im neuen Gesetz nicht direkt definiert. Sie kann jedoch als Ansprechen eines Kunden oder potenziellen Kunden per elektronische Post verstanden werden, wobei als elektronische Post nach dem Gesetz eine Text-, Sprach-, Ton- oder Bildnachricht gilt, die über ein öffentliches Netz verschickt wird und im Netz oder auf der Endrichtung des Empfängers gespeichert werden kann, bis sie der Empfänger abrufen kann.

#### Pflichten und Beschränkungen für Direktmarketing je nach Typ des Empfängers

Nach der ursprünglichen rechtlichen Regelung, die im Gesetz Nr. 351/2011 Slg. über die elektronische Kommunikation definiert ist, waren Anrufe oder

Verwendung automatisierter Systeme zu Marketingzwecken nur mit der vorherigen Einwilligung des Empfängers erlaubt, wobei die Bedingungen für die Erteilung der vorherigen Einwilligung durch die Datenschutz-Grundverordnung festgelegt wurden. Es gab nur zwei Ausnahmen von dieser Regel, nämlich die Fälle, in denen der Händler die Kontaktdaten für die Zustellung der elektronischen Post im Zusammenhang mit dem Verkauf von Waren oder Dienstleistungen an die Empfänger erhalten hat, sowie die Fälle, in denen Empfänger als juristische Personen angesprochen wurden.



Die Frage, wann das Direktmarketing für Produkte und Dienstleistungen zulässig ist und welche Pflichten damit verbunden sind, wird durch das neue Gesetz je nach Typ der Empfänger des Direktmarketings geregelt. Diese Empfänger können somit nach der neuen Regelung in drei Gruppen unterteilt werden, für die unterschiedliche Bedingungen gelten.

Die erste Gruppe bilden Kunden eines Händlers, der Direktmarketing betreibt, sofern ihre Kontaktdaten im Zusammenhang mit der vorherigen Erbringung ähnlicher Dienstleistungen und Waren erlangt wurden. In diesem Fall ist die Einwilligung zum Versand der elektronischen Post nicht erforderlich, aber es besteht die Verpflichtung, den Kunden bereits bei der Einholung der Kontaktdaten darüber zu belehren, wie die Daten verwendet werden, d.h. dass sie auch für Marketingzwecke genutzt werden. Gleichzeitig muss dem Kunden die Möglichkeit gegeben werden, die Verwendung seiner Daten für die Zwecke der Direktwerbung schnell und einfach zu verweigern, und

das zum Zeitpunkt seiner Akquisition sowie bei jeder zugestellten Nachricht – Werbung. Es ist verboten, elektronische Post zu versenden, bei der die Identität des Absenders sowie die Adresse, an die der Empfänger eine Abmelde-Nachricht senden kann, nicht bekannt ist.

In die zweite Gruppe gehören Empfänger – Unternehmer, d.h. natürliche Personen (Gewerbetreibende) oder juristische Personen, deren Kontaktinformationen veröffentlicht werden. Auch bei dieser Gruppe ist für die Werbung von Produkten und Dienstleistungen durch Direktmarketing keine Einwilligung erforderlich. Der Direktvermarkter ist dabei ebenso verpflichtet, diesen Empfängern zu ermöglichen, unerwünschte Kommunikation jederzeit und einfach abzulehnen.

Ebenfalls ist es verboten, Post zu versenden, bei der die Identität des Absenders sowie die Adresse, an die eine Abmelde-Nachricht gesendet werden kann, nicht bekannt ist.

Die dritte Gruppe bilden Empfänger – natürliche Personen, die keine Unternehmer und zugleich keine Kunden des Direktvermarkters sind. Bei diesen Empfängern ist zur Betreibung des Direktmarketings die ausdrückliche Einwilligung erforderlich, die im Voraus erteilt werden muss, d.h. vor dem Versand einer E-Mail oder vor dem Direktmarketing-Anruf. Aus dem Wortlaut des Gesetzes geht ferner hervor, **dass die Einwilligung nicht konkludent**, d.h. ohne aktive Willensbekundung, eingeholt werden kann. Das ist der Fall, wenn eine Stimme auf der Aufnahme z.B. sagt: „Durch Fortsetzen des Anrufs erklären Sie sich mit [...] einverstanden.“ Das Gesetz verbietet nämlich zum Zwecke der Einholung der vorherigen Einwilligung ausdrücklich die Verwendung von automatischen Wähl- und Kommunikationssystemen ohne menschliches Eingreifen, von Telefax, elektronischer Post und Kurznachrichtendiensten. Würde der Empfänger auf diese Weise allein zum Zweck der Einholung der Einwilligung kontaktiert, würde dies im Endeffekt wiederum eine unerlaubte Kontaktaufnahme zum Zwecke der Direktwerbung darstellen.

Erfordernisse der Einwilligung zur Versendung der elektronischen Post und deren Widerruf im Einklang mit GDPR

---

Für die Zwecke des neuen Gesetzes gilt als nachweisbare Einwilligung eine Einwilligung, die den Erfordernissen einer Sondervorschrift, nämlich der Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener

Daten und zum freien Datenverkehr, d.h. sog. DSGVO entspricht. Gemäß dieser Verordnung muss es sich um eine freiwillig für den bestimmten Fall, in informierter Weise und unmissverständlich abgegebene Willensbekundung in Form einer Erklärung oder einer sonstigen eindeutigen bestätigenden Handlung handeln, mit der die betroffene Person zu verstehen gibt, dass sie mit der Verarbeitung der sie betreffenden personenbezogenen Daten einverstanden ist.

Darüber hinaus verpflichtet das neue Gesetz die Person, der eine solche Einwilligung erteilt wurde, die Einwilligung für einen Zeitraum von mindestens vier Jahren nach deren Widerruf aufzubewahren. Bei der Einholung der Einwilligung hat der Direktvermarkter anzugeben, wie die Einwilligung einfach widerrufen werden kann.

Die Person, gegenüber der die Einwilligung widerrufen wurde, ist außerdem verpflichtet, den Widerruf dieser Einwilligung zu bestätigen und ihn anschließend für einen Zeitraum von mindestens vier Jahren aufzubewahren. Eine solche Person ist selbstverständlich verpflichtet, die Direktwerbung gegenüber dem Empfänger, der seine Einwilligung widerrufen hat, einzustellen.

## Direktmarketing in Form eines Telefonanrufs

Direktmarketing mittels eines Telefonanrufs wird nach den Bestimmungen des neuen Gesetzes nur dann verboten, wenn der Empfänger die Telefonnummer in der neuen Liste der Telefonnummern, die nicht für Direktmarketing verwendet werden dürfen, angibt. Eine solche Liste wird vom Amt für die Regulierung von Netzsparten und Postdiensten auf seiner Website veröffentlicht.

Die Bestimmungen des neuen Gesetzes betreffend unerwünschte Kommunikation durch Telefonanrufe treten jedoch erst am 1. November 2022 in Kraft.

## Kontakt für weitere Informationen



Ján Urbánek  
Attorney at Law (SK)  
T +421 2 5720 0400  
[jan.urbanek@roedl.com](mailto:jan.urbanek@roedl.com)

## → Wirtschaft

### Digitalisierung der Buchführung ab dem 1. Januar 2022

In diesem Text dürfen wir Sie mit einigen Neuigkeiten, stammend aus der Novelle des Rechnungswesengesetzes, gültig ab dem 1. Januar 2022, bekannt machen. Die bedeutendste Änderung für die unternehmerische Öffentlichkeit ist die **Digitalisierung der Buchführung**.

Das Gesetz schafft Raum für die Digitalisierung von Rechnungsbelegen und Elektronisierung des Prozesses des Empfangs, der Verarbeitung und Aufbewahrung von Belegen in elektronischer Umgebung und die Nutzung künstlicher Intelligenz zur Auffindung und Verarbeitung von Daten. Durch die Novelle werden die urkundlichen und elektronischen Rechnungsbelege gleichgesetzt, und zwar unter Einhaltung der folgenden Anforderungen:

- **Glaubwürdigkeit seiner Herkunft:** Nachweisen der Erstellung bzw. des Empfangs des Rechnungsbelegs (sichergestellt z.B. durch das interne Kontrollsystem der Rechnungsbelege, d.h. durch die Bestimmung verantwortlicher Personen im Prozess der Verarbeitung von Rechnungsbelegen),
- **Unversehrtheit seines Inhalts:** Nachweisen, dass es zu keiner Änderung des Inhalts der Tatsachen im Rechnungsbeleg gekommen ist (sichergestellt z.B. durch den elektronischen Austausch von Daten ohne die Möglichkeit eines Eingriffs in den Inhalt des Rechnungsbelegs),
- **Lesbarkeit:** Der Inhalt des Rechnungsbelegs muss für das menschliche Auge lesbar sein.

Durch die Einführung der Digitalisierung wurden auch die Erfordernisse des Rechnungsbelegs angepasst, wobei es nicht notwendig ist, auf dem Beleg den Unterschriftenvermerk für die Verbuchung des Rechnungsfalles verantwortlichen Person und die Bezeichnung der Konten (Vorkontierung), auf welchen der Rechnungsfall verbucht wird, anzuführen.

Zur Vereinfachung der Prozesse der Digitalisierung ermöglicht das Gesetz die Transformation des Rechnungsbelegs von der Urkundenform in die elektronische Form durch Scannen. Auf die bisherige ausschließliche Pflicht zur Durchführung der Transformation durch garantierte Konversion wurde verzichtet. Der Austritt des Scannens ist ein Scan im Format PDF, PNG, JPEG, JPG, TIFF. Ein solcher Rechnungsbeleg wird als nachweisbar

gelten und es wird nicht notwendig sein, diesen in der ursprünglichen Urkundenform aufzubewahren. Die Transformation kann nur einmal durchgeführt werden, d.h. wenn wir z.B. eine Rechnung aus der Urkundenform durch Scannen in die elektronische Form umwandeln, ist es nicht mehr möglich, den Rechnungsbeleg durch Ausdrucken in die Urkundenform umzuwandeln. Der transformierte Rechnungsbeleg muss nachweisbar sein, es muss also die Glaubwürdigkeit der Herkunft und die Unversehrtheit des Inhalts sichergestellt sein.



Die Dauer der Aufbewahrung der Rechnungsbelege wird durch die Novelle des Gesetzes nicht verändert. Durch die Novelle wurde jedoch die Möglichkeit eingeführt, auch urkundliche Rechnungsbelege nach der Transformation in elektronischer Form ohne die Pflicht zur Archivierung der ursprünglichen Rechnungsbelege in Urkundenform aufzubewahren. Die Buchführungseinheit kann sich entscheiden, ob sie die Buchführungsdokumentation in Urkundenform oder in elektronischer Form aufbewahren wird (optischer Datenspeicher, USB-Stick, Speicherkarte, Festplatte, Cloud u. dgl.). Die elektronische Aufbewahrung der Buchführungsdokumentation erfordert regelmäßige Sicherung, Schutz des Datenträgers vor physischer Beschädigung oder Cyberangriff.

Kontakt für weitere Informationen



Dajana Summerová  
Stellvertretende Hauptbuchhalterin  
T +421 2 5720 0400  
[dajana.summerova@roedl.com](mailto:dajana.summerova@roedl.com)

## Impressum

Herausgeber:  
Rödl & Partner  
Lazaretská 8  
811 08 Bratislava  
T +421 2 5720 0411  
[www.roedl.net/sk](http://www.roedl.net/sk)  
[www.roedl.com](http://www.roedl.com)

Verantwortlich für den Inhalt:  
Tatiana Klčová  
[tatiana.klcova@roedl.com](mailto:tatiana.klcova@roedl.com)

Layout/Satz:  
Tatiana Klčová  
[tatiana.klcova@roedl.com](mailto:tatiana.klcova@roedl.com)

Dieser Newsletter ist ein unverbindliches Informationsangebot und dient allgemeinen Informationszwecken. Es handelt sich dabei weder um eine rechtliche, steuerrechtliche oder betriebswirtschaftliche Beratung, noch kann es eine individuelle Beratung ersetzen. Bei der Erstellung des Newsletters und der darin enthaltenen Informationen ist Rödl & Partner stets um größtmögliche Sorgfalt bemüht, jedoch haftet Rödl & Partner nicht für die Richtigkeit, Aktualität und Vollständigkeit der Informationen. Die enthaltenen Informationen sind nicht auf einen speziellen Sachverhalt einer Einzelperson oder einer juristischen Person bezogen, daher sollte im konkreten Einzelfall stets fachlicher Rat eingeholt werden. Rödl & Partner übernimmt keine Verantwortung für Entscheidungen, die der Leser aufgrund dieses Newsletters trifft. Unsere Ansprechpartner stehen gerne für Sie zur Verfügung.

Der gesamte Inhalt des Newsletters und der fachlichen Informationen im Internet ist geistiges Eigentum von Rödl & Partner und steht unter Urheberrechtsschutz. Nutzer dürfen den Inhalt des Newsletters nur für den eigenen Bedarf laden, ausdrucken oder kopieren. Jegliche Veränderungen, Vervielfältigung, Verbreitung oder öffentliche Wiedergabe des Inhalts oder von Teilen hiervon, egal ob on- oder offline, bedürfen der vorherigen schriftlichen Genehmigung von Rödl & Partner.