

**Bitte
keine Werbung**

**Adressenhandel
und unerwünschte
Werbung**

Tipps und Informationen

Werbung kann anregen, aufregen oder einfach nur stören. In engem Zusammenhang mit unerwünschter Werbung steht der Handel mit Adressen und anderen werberelevanten Daten. Wenn Sie die Weitergabe Ihrer personenbezogenen Daten für Werbezwecke unterbinden und die Flut unerwünschter Werbung eindämmen wollen, helfen Ihnen die folgenden Informationen und Tipps.

Wie kommen die werbenden Unternehmen an meine Adresse?

Einige Unternehmen führen gezielt Preisausschreiben, Verlosungen oder Informationsveranstaltungen durch, um an Adressen und werberelevante Informationen zu kommen. Auch Kundenbindungsprogramme und Rabattsysteme dienen häufig diesem Zweck. Viele Werbende greifen darüber hinaus auf Adressbestände anderer Unternehmen und Organisationen zurück.

Dabei kann es durchaus sein, dass das werbende Unternehmen selbst weder Ihre Adresse noch sonstige Informationen über Sie speichert. Denn oft führen Unternehmen die Werbung nicht selbst durch, sondern beauftragen ein anderes Unternehmen damit, für sie zu werben. Diesem Dienstleister wird es überlassen, die konkreten Adressen aus eigenen Beständen auszuwählen oder von einem Adressmakler und -händler zu mieten.

Adressenunternehmen vermieten oder verkaufen auf spezielle Zielgruppen zugeschnittene Datenbestände. Sie werten dafür systematisch öffentlich zugängliche Quellen aus, um Adressen und Informationen über Lebensstil und Kaufverhalten zu erheben: Adress- und Telefonbücher, E-Mail-Verzeichnisse und -Listen, Handels- und Vereinsregister, Branchenverzeichnisse, Internet-Seiten und private Anzeigen in Zeitungen. Sie wenden sich an Handwerks- sowie an Industrie- und Handelskammern und sie führen Haushaltsbefragungen und Wohngebietsbegehungen durch.

Auch Unternehmen und sonstige Organisationen können ihre Kunden- oder Mitgliederadressen vermieten oder verkaufen. Das gilt beispielsweise für Versandhandelsunternehmen. Diese können aufgrund langfristiger Geschäftsbeziehungen mit ihren Kundinnen und Kunden zahlreiche Adressen anbieten – geordnet nach werberelevanten Informationen über Kauf- und Zahlungsverhalten.

Sind Weitergabe und Nutzung meiner Adresse für Werbezwecke zulässig?

Grundsätzlich ja, auch ohne Ihre Einwilligung. Bestimmte personenbezogene Daten – unter anderem Name und Anschrift – dürfen für Zwecke der Werbung genutzt und weitergegeben (juristisch: übermittelt) werden, solange Sie nicht widersprechen oder die verantwortliche Stelle nicht aus sonstigen Gründen annehmen muss, dass Sie ein schutzwürdiges Interesse am Ausschluss der Übermittlung und Nutzung haben.

Weitere personenbezogene Daten – z. B. zu Ihrem Kauf- und Zahlungsverhalten – dürfen nur dann für Werbezwecke weitergegeben oder genutzt werden, wenn Sie vorher eingewilligt haben. Eine Einwilligung ist wirksam, wenn Sie dabei über den Zweck der Datenerhebung, -verarbeitung und -nutzung unterrichtet wurden. Außerdem müssen Sie darauf hingewiesen werden, dass die Einwilligung freiwillig ist und Sie sie jederzeit widerrufen können.

Wie kann ich mich vor der Weitergabe meiner Adresse schützen?

Adressenhandel und Werbung werden unzulässig, sobald Sie Ihr entsprechendes Widerspruchsrecht geltend machen. Dazu müssen Sie gegenüber der verantwortlichen Stelle (z. B. der werbenden Firma oder dem Adresshändler) erklären, dass Ihre Daten für Zwecke der Werbung oder der Markt- oder Meinungsforschung weder genutzt noch weitergegeben werden sollen. Ihr Widerspruch könnte beispielsweise wie folgt lauten:

„Ich widerspreche der Nutzung oder Übermittlung meiner Daten für Werbezwecke und für die Markt- oder Meinungsforschung“.

Sie können jederzeit widersprechen, also auch bereits dann, wenn Sie Ihre persönlichen Daten erstmals gegenüber dem Geschäfts- oder Vertragspartner angeben. Damit können Sie erreichen, dass es gar nicht erst zur Zusendung erster Werbebriefe kommt.

Häufig beantragen Bürgerinnen und Bürger neben dem Widerspruch auch die Löschung ihrer Adressdaten. Dennoch können sie Werbung erhalten, wenn das Unternehmen später Adressen kauft oder anmietet und ihre Daten wieder in diesen Adressbeständen enthalten sind. Sinnvoller als das Löschen ist es daher, es hinsichtlich der Adressdaten bei dem Widerspruch zu belassen. Die Adresse muss dann in eine Werbesperrdatei aufgenommen werden. Das ermöglicht die Prüfung, ob zu den jeweils neu erworbenen Anschriften bereits ein Widerspruch vorliegt.

Wie erfahre ich, wer mit meiner Anschrift handelt oder wirbt?

Hier helfen Ihnen einige Informationspflichten und Auskunftsrechte, die im Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) geregelt sind:

- Hat ein Unternehmen oder eine sonstige Organisation vor, die von Ihnen erhaltenen Daten nicht nur für den vereinbarten Zweck, sondern beispielsweise auch für Werbezwecke zu verarbeiten oder zu nutzen, so muss es Sie bereits bei Erhebung Ihrer Daten über diese Zwecke und die möglichen Arten von Empfängern der Daten unterrichten (§ 4 Abs. 3 BDSG). Das gilt auch, wenn Unternehmen gezielt durch Verlosungen, Preisausschreiben, Haushaltsbefragungen oder bei Informationsveranstaltungen Daten erheben, um sie anschließend für Werbezwecke zu verwenden oder zu veräußern.
- Mit dem Werbeschreiben selbst müssen Sie über die verantwortliche Stelle (z. B. das werbende Unternehmen) sowie über Ihr Widerspruchsrecht informiert werden. Wenn der Absender Daten nutzt, die bei einer ihm nicht bekannten Stelle gespeichert werden – weil er beispielsweise ein Unternehmen mit der Werbung beauftragt hat, das wiederum eine Adresshandelsfirma eingeschaltet hat –, muss er auch sicherstellen, dass Sie Kenntnis über die Herkunft der Daten erhalten können (§ 28 Abs. 4 BDSG).
- Ihr Auskunftsrecht: Sie können gemäß § 34 Abs. 1 BDSG von dem werbenden Unternehmen oder dem Adresshändler grundsätzlich Auskunft verlangen über die zu Ihrer Person gespeicherten Daten, ihre Herkunft, den Zweck der Speicherung und die Empfänger bzw. die Kategorien von Empfängern, an die Daten weitergegeben werden. Nur wenn ein Adresshändler ein überwiegendes Interesse an der Wahrung eines Geschäftsgeheimnisses darlegt, kann er die Auskunft zu Herkunft und Empfänger der Daten verweigern.

Der praktische Tipp:

Senden Sie Ihre Auskunftsbegehren gleichzeitig an die betrieblichen Datenschutzbeauftragten der Unternehmen.

Diese kennen das Datenschutzrecht besser als die Marketingabteilung und sollten daher auch ein größeres Verständnis für Ihr Anliegen haben. Auch bei sonstigen datenschutzrechtlichen Fragen und Schwierigkeiten können Sie sich an die jeweiligen betrieblichen Datenschutzbeauftragten wenden.

Geben Sie bei adressierter Werbung unbedingt den Werbe-code an, der sich in der Regel entweder im Adressfeld oder unter dem Absender befindet. Ohne diesen Code ist es sehr schwierig, die Herkunft Ihrer Adresse festzustellen.

Wie kann ich mich vor unerwünschter Werbung schützen?

Oben haben Sie bereits erfahren, wie Sie der Nutzung und Weitergabe Ihrer Daten für Zwecke der Werbung und Marktforschung widersprechen können. In jedem Einzelfall Widerspruch einzulegen, kann indes sehr aufwändig sein. Im Folgenden haben wir daher noch ein paar Empfehlungen, wie Sie die Werbeflut möglichst weitgehend von Ihrem Briefkasten, Ihrem Faxgerät und Ihrem PC fernhalten können:

Werbung per Post

■ Briefkastenaufkleber „Keine Werbung bitte“

Der Aufkleber schützt vor Werbematerial und sonstigen, nicht an Sie gerichteten adressierten Postwurfsendungen. Die Verteilerinnen und Verteiler müssen sich an Ihren Wunsch halten. Tun sie es nicht, liegt ein Verstoß gegen das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) vor. In diesem Fall können Sie selbst oder ein Verbraucherverband gegen das Verteiler- bzw. Werbeunternehmen rechtlich vorgehen. Keinen Schutz bietet der Aufkleber indes vor Werbezuschriften, die persönlich an Sie adressiert sind. Denn die Post kann und darf nicht feststellen, ob es sich um unerwünschte Werbung oder aber um eine von Ihnen veranlasste Zusendung handelt.

■ Robinson-Liste

Für adressierte Werbefbriefe bietet der private Deutsche Direkt-Marketing-Verband (DDV) Verbraucherinnen und Verbrauchern an, sich in die sog. Robinson-Liste eintragen zu lassen. Die dem DDV angeschlossenen Unternehmen erhalten dann die Nachricht, dass Sie keine Werbung wünschen. Auf diesem Weg erreichen Sie eine Reduktion der Werbeflut um etwa 40 %. Eine Eintragung gilt für fünf Jahre. Das Formular für die Aufnahme in die Liste erhalten Sie bei: DDV, Robinson-Liste, Postfach 1401, 71243 Ditzingen, Tel. 0 71 56 / 95 10 10, oder unter www.direktmarketing-info.de.

Werbung per Telefon, Fax oder SMS

Sie haben die Möglichkeit, gegen die Werbenden zivilrechtlich vorzugehen. Sie können dazu Unterlassung der Werbung verlangen oder eine Stelle einschalten, die die werbende Stelle abmahnt. Unterstützung dafür erhalten Sie bei den Verbraucherschutzverbänden oder bei der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e. V. Die Adressen finden Sie im Anhang. Die Verbraucherschutzorganisationen sind zur außergerichtlichen Rechtsberatung und -besorgung auf dem Gebiet des Verbraucherrechts berechtigt. Sinnvoll erscheint dieses Vorgehen jedoch nur dann, wenn die Werbung von einem in Deutschland ansässigen Anbieter stammt.

Im Einzelnen:

Telefonwerbung

... ist ohne Ihr vorheriges Einverständnis unzulässig.

Wenn Sie einen solchen Anruf erhalten, haben Sie zwei Möglichkeiten: Entweder Sie weisen die anrufende Person knapp auf die Rechtswidrigkeit des Anrufs hin und beenden das Gespräch. Oder Sie versuchen, das werbende Unternehmen zu identifizieren und schalten anschließend einen Verbraucherverband ein, der – notfalls mit gerichtlichen Schritten – künftige Anrufe unterbindet.

Fax-Werbung

... bedarf ebenfalls Ihres Einverständnisses.

In vielen Fällen ist es sehr schwierig, den entsprechenden Unterlassungsanspruch durchzusetzen. Denn die Absender der rechtswidrigen Werbefaxe, die in der Regel nicht identisch mit den Werbenden sind, lassen sich – wenn überhaupt – nur mit großem Aufwand ermitteln.

Aufgrund der technischen Möglichkeiten ist es kein Problem, Werbefaxe beliebig zu versenden. Wegen der einfachen und allseits bekannten Nummernstruktur bedarf es nur eines kleinen Programms, das automatisch Nummern durchsucht. Wenn dann das entsprechende Empfangssignal ertönt, kann das Werbefax übermittelt werden. Die Kenntnis einer bestimmten Faxnummer ist dafür nicht notwendig.

Häufig werden auch Firmen im Ausland mit dem Absenden der meist nachts aus dem Faxgerät quellenden Papierflut beauftragt.

Der praktische Tipp:

Zurzeit haben Sie nur eine einfache Möglichkeit, die nächtliche Werbeflut von Ihrem Apparat fernzuhalten:

Ziehen Sie nachts den Fax-/ISDN-Anschluss aus dem Gerät. Wenn daraufhin die Faxe Ihren Anschluss nicht erreichen können, werden die Absender hoffentlich alsbald Ihre Verbindungsnummer aus dem Verteiler nehmen.

Hilfreich ist insbesondere ...

■ **Eintragung in öffentliche Verzeichnisse meiden**

Sinnvoll ist es in jedem Fall, Ihre Verbindungsnummer nicht in öffentliche Verzeichnisse aufnehmen zu lassen. Sollte dies bereits geschehen sein, sollten Sie diese Verbindungsnummer zumindest für die Zukunft löschen lassen.

■ **Telefax-Robinson-Liste**

Die Firma Retarus Network Services GmbH betreibt für den Bundesverband Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. (BITKOM) eine Telefax-Robinson-Liste. Die teilnehmenden Fax-Diensteanbieter decken nach Angaben des Verbandes etwa 80 % des deutschen Marktes ab. Der Eintrag in die Liste ist – bis auf die Telefonkosten für die Übertragung – kostenlos. Unter der im Anhang aufgeführten Faxnummer oder über die Internet-Seite www.retarus.de können Sie ein zweiseitiges Formular abrufen.

Warnen möchten wir Sie vor kostenpflichtigen Fax-Robinson-Listen. Bei diesen Listen ist nicht auszuschließen, dass sie selbst für Werbezwecke missbraucht werden.

■ Ermittlung der Verantwortlichen

Falls Sie Fragen zu der Ermittlung von Absendern mit 190- oder 900-Nummern haben, wenden Sie sich bitte an die Bundesnetzagentur, an eine Verbraucherschutzorganisation oder an die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e. V. (Adressen im Anhang).

Die Verbraucherverbände und die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e. V. übernehmen bei Absendern mit Sitz in Deutschland auch die Abmahnung und die Durchsetzung des Unterlassungsanspruchs.

SMS-Werbung



■ Weitergabe der Nummer und Eintragung in öffentliche Verzeichnisse meiden

Um SMS-Werbung weitgehend zu vermeiden, sollten Sie sehr zurückhaltend mit der Weitergabe Ihrer Verbindungsnummer sein und sie aus öffentlichen Kunden- und Teilnehmerverzeichnissen löschen lassen.

■ Problem: Handy-Nummern lassen sich auch künstlich erzeugen

Die Werbenden können Ihnen allerdings selbst dann Werbebotschaften schicken, wenn sie Ihre Telefonnummer nicht kennen. Aufgrund der einfachen Nummernstruktur ist es nämlich technisch möglich, Handy-Nummern mit einem kleinen Computerprogramm automatisiert zu erzeugen. An die künstlich erzeugten Verbindungsnummern werden dann Werbe-SMS versandt – in der Hoffnung, dass sich hinter möglichst vielen Nummern tatsächliche Anschlüsse verbergen.

■ Ermittlung der Verantwortlichen

Auch bei SMS-Werbung besteht die Schwierigkeit oft darin, den für die Werbung Verantwortlichen herauszufinden. Nur wenn dieser ermittelt wird, können Sie oder ein von Ihnen eingeschalteter Verbraucherverband den entsprechenden Unterlassungsanspruch durchsetzen. Um herauszufinden, wer sich hinter der angegebenen 190- oder 900-Rufnummer verbirgt, sollten Sie sich an die Bundesnetzagentur, an eine Verbraucherschutzorganisation oder an die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e. V. wenden (siehe Anhang).

Werbung per E-Mail-Werbung (sog. Spam-Mail)



... ist nur dann zulässig, wenn Sie vorher in diese eingewilligt haben. Sie ist auch dann zulässig, wenn das absendende Unternehmen Ihre E-Mail-Adresse im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung von Ihnen erhalten hat. In diesem Fall darf das Unternehmen Ihre E-Mail-Adresse aber nur zur Direktwerbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen verwenden. Sie können sich aber auch gegen diese Werbung wehren, indem Sie dieser Verwendung Ihrer E-Mail-Adresse widersprechen. Auf das Recht zum jederzeitigen Widerspruch muss das werbende Unternehmen Sie hinweisen. Unterlässt es dies, ist die Werbung unzulässig. Hilfe können Sie bei den Verbraucherschutzverbänden oder der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e.V. erhalten (siehe Anhang).

Praktische Tipps zur Vermeidung von lästiger E-Mail-Werbung:

■ Weitergabe der E-Mail-Adresse und Eintragung in öffentliche Verzeichnisse meiden

Um sich wenigstens teilweise vor unerwünschter Werbung zu schützen, sollten Sie mit der Weitergabe Ihrer E-Mail-Adresse zurückhaltend sein und diese beispielsweise nicht in Adressverzeichnisse aufnehmen lassen.

■ Gesonderte E-Mail-Adresse für Teilnahme an Webforen und Newsgroups

Ist die Angabe Ihrer Adresse für die Teilnahme an Newsgroups oder Webforen dennoch erforderlich, empfiehlt es sich, eine gesonderte E-Mail-Adresse eigens für solche Zwecke von einem der vielen kostenlosen Anbieter (z. B. freemail, gmx, web.de, yahoo u. a.) anzuschaffen. Diese können Sie ohne weitreichende Folgen löschen oder austauschen, wenn Sie zum Opfer unerwünschter Werbung werden.

■ Vorsicht beim Beantworten von Werbe-E-Mails

Einige Werbende verschicken Test-Mails, um zu prüfen, ob die jeweiligen – gesammelten oder künstlich erzeugten – E-Mail-Adressen tatsächlich (noch) existieren und genutzt werden. Wenn Sie auf derartige Mails unter Ihrer E-Mail-Adresse antworten, um z. B. die Unterlassung weiterer Mails zu fordern, erfährt das Unternehmen, dass Ihre E-Mail-Adresse kein „toter Briefkasten“ ist. Aus Sicht der Werbenden erhöht das den Wert Ihrer E-Mail-Adresse – mit der Folge, dass Sie in Zukunft eventuell noch mehr Werbung erhalten.

■ „Spam-Filter“

Einen zusätzlichen Schutz bieten sog. E-Mail- oder „Spam-Filter“. Diese Programme fangen bereits beim Provider (z. B. T-Online, AOL oder Web.de) E-Mails bestimmter Absender ab. Sollte Ihr Provider keinen derartigen Filter anbieten, bleibt Ihnen die Möglichkeit, entsprechende Funktionen in der von Ihnen verwendeten E-Mail-Software zu aktivieren. Soweit Sie beispielsweise MS Outlook als E-Mail-Programm verwenden, können Sie unter dem Auswahlpunkt "Organisieren" entsprechende Einstellungen vornehmen. Einen vollkommenen Schutz vor E-Mail-Werbung gibt es indes nicht, weil kein System Werbe- von sonstigen Mails inhaltlich unterscheiden kann.

■ Vorsicht bei E-Mail-Robinson-Listen

Abzurufen ist von der Eintragung in eine E-Mail-Robinsonliste. Es ist nicht auszuschließen, dass diese Listen selbst wieder für Werbemaßnahmen missbraucht werden.

Bei besonderen Verbraucherschutzrechtlichen Fragen helfen Ihnen die Verbraucher-Zentralen oder andere Stellen:

Verbraucherzentrale **Bundesverband** e. V. (vzbv)
Markgrafenstraße 66, 10969 Berlin, www.vzbv.de
Tel. (030) 2 58 00 - 0
Fax (030) 2 58 00 - 518
E-Mail info@vzbv.de

Verbraucherzentrale **Brandenburg** e. V.
Templiner Straße 21, 14473 Potsdam,
www.vzb.de
Tel. (03 31) 2 98 71 - 0
Fax (03 31) 2 98 71 - 77
E-Mail info@vzb.de

Verbraucherzentrale **Bremen** e. V.
Altenweg 4, 28195 Bremen,
www.verbraucherzentrale-bremen.de
Tel. (04 21) 1 60 7 77
Fax (04 21) 1 60 77 80
E-Mail info@verbraucherzentrale-bremen.de

Verbraucher-Zentrale **Hamburg** e. V.
Kirchenallee 22, 20099 Hamburg,
www.vzh.de
Tel. (040) 2 48 32 - 0
Fax (040) 2 48 32 - 290
E-Mail info@vzh.de

Verbraucher-Zentrale **Niedersachsen** e. V.
Herrenstraße 14, 30159 Hannover,
www.vzniedersachsen.de
Tel. (05 11) 9 11 96 - 0
Fax (05 11) 9 11 96 - 10
E-Mail info@vzniedersachsen.de

Verbraucher-Zentrale **Nordrhein-Westfalen** e. V.
Mintropstraße 27, 40215 Düsseldorf,
www.vz-nrw.de
Tel. (0211) 3809 - 0
Fax (0211) 3809 - 216
E-Mail vz.nrw@vz-nrw.de

Verbraucherzentrale **Schleswig-Holstein** e. V.
Bergstraße 24, 24103 Kiel,
www.verbraucherzentrale-sh.de
Tel. (04 31) 5 90 99 0
Fax (04 31) 5 90 99 77
E-Mail info@verbraucherzentrale-sh.de

Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs e. V.
Postfach 25 55, 61295 Bad Homburg
www.wettbewerbszentrale.de
Tel. (0 61 72) 12 15 - 0
Fax (0 61 72) 8 44 22

Bundesnetzagentur
Tulpenfeld 4, 53113 Bonn,
www.bundesnetzagentur.de
Tel. (02 28) 14 - 0
Fax (02 28) 14 - 8872

Robinson-Liste
Deutscher Direkt-Marketing-Verband (DDV),
Robinson-Liste, Postfach 1401, 71243 Ditzingen,
www.direktmarketing-info.de
Tel. (0 71 56) 95 10 10

Telefax-Robinson-Liste
des Bundesverbandes Informationswirtschaft,
Telekommunikation und neue Medien e. V. (BITKOM):
Retarus Network Services GmbH,
www.retarus.de
Fax 01805 - 000 762 (0,14 /Min)

Herausgeber:

Die Landesbeauftragte für den Datenschutz
und für das Recht auf Akteneinsicht Brandenburg *
Stahnsdorfer Damm 77, 14532 Kleinmachnow
www.lda.brandenburg.de
Tel. (03 32 03) 3 56 - 0

Landesbeauftragter für Datenschutz
und Informationsfreiheit Bremen
Arndtstraße 1, 27570 Bremerhaven
www.datenschutz-bremen.de
Tel. (0421) 361-2010
Fax (0421) 361-18495

Der Hamburgische Datenschutzbeauftragte
Klosterwall 6, 20095 Hamburg
www.datenschutz.hamburg.de
Tel. (040) 4 28 54 - 40 40
E-Mail mailbox@datenschutz.hamburg.de

Der Landesbeauftragte für den Datenschutz Niedersachsen
Postfach 221, 30002 Hannover
www.lfd.niedersachsen.de
Tel. (05 11) 1 20 - 45 00

Landesbeauftragte für Datenschutz und
Informationsfreiheit Nordrhein-Westfalen
Kavalleriestraße 2 - 4, 40213 Düsseldorf
www.ldi.nrw.de
Tel. (02 11) 3 84 24 - 0

* In Brandenburg ist nicht die Landesbeauftragte, sondern das Innenministerium die zuständige Aufsichtsbehörde für den Datenschutz im nicht-öffentlichen Bereich:

Ministerium des Innern des Landes Brandenburg
Ref. II/3, Henning-von-Tresckow-Str. 9 -13,
14467 Potsdam,
www.mi.brandenburg.de
Tel. (0331) 866-0