

# DSG-Info-Service

September 2002

Ausgabe Nr. 34

*Sehr geehrter DSG-Paket-Kunde!  
Sehr geehrter Leser!*

*Besitzen Sie noch unser DSG-Info Nr. 3 vom Juli 1993? Jene Ausgabe hat sich mit den datenschutzrechtlichen Bestimmungen für Adressverlage und Direktwerbeunternehmen auseinandergesetzt. In Ausgabe Nr. 7 haben wir die Wiederverlautbarung der Gewerbeordnung unter der Bezeichnung*

*GewO 1994 vermerkt, die eine Änderung der Paragraphennummer mit sich brachte.*

*Mit BGBl I Nr. 111/2002 wurde die Gewerbeordnung neuerlich komplett überarbeitet, nennt sich aber unverändert GewO 1994, was zu einiger Verwirrung führen kann. Da zum Teil völlig neue Bestimmungen enthalten sind, stellen wir Ihnen in der vorliegenden Ausgabe diesen Gesetzesteil komplett neu vor.*

## **Neue datenschutzrechtliche Bestimmungen für Adressverlage und Direktmarketingunternehmen**

**§ 151 GewO 1994 idF BGBl I Nr. 111/2002**

Grundsätzlich ist das DSG 2000 auf die Verwendung personenbezogener Daten für Marketingzwecke durch Adressverlage und Direktmarketingunternehmen anzuwenden, aber mit folgenden Ausnahmen bzw. nach Maßgabe folgender Bestimmungen:

### **Vorbehaltsrecht (Abs 2)**

Die Tätigkeit als Mittler zwischen Inhabern und Nutzern von Kunden- und Interessen-

tendateien (Listbroking) ist den in Abs. 1 genannten Gewerbetreibenden – das sind die Adressverlage und Direktmarketingunternehmen – vorbehalten.

### **Datenermittlung (Abs 3)**

Als Datenquellen sind erlaubt: öffentlich zugängliche Informationen, Befragung des Betroffenen, Kunden- und Interessentendateien Dritter oder Marketingdateien anderer

Adressenverlage und Direktmarketingunternehmen. Die Daten sind zweckgebunden für die Vorbereitung und Durchführung von **Marketingaktionen** Dritter sowie das **List-broking**.

## **Sensible Daten** (Abs 4)

Für sensible Daten iSd § 4 Z 2 DSG 2000 ist eine ausdrückliche Zustimmung des Betroffenen gefordert, desgleichen bei Daten über gerichtlich oder verwaltungsrechtlich strafbare Taten iSd § 8 Abs 4 DSG 2000.

Anmerkung dazu: Üblicherweise wird ein Adressverlag oder Direktwerbeunternehmen kaum derartige Daten besitzen oder benötigen. Sollte aber jemals erlaubt werden, dass Anwälte Werbung betreiben, so wäre ein derartiger Bestand durchaus interessant.

## **Datenarten** (Abs 5)

Es ist nur die Führung nachstehender Datenarten zulässig:

1. Namen,
2. Geschlecht,
3. Titel,
4. akademischer Grad,
5. Anschrift,
6. Geburtsdatum,
7. Berufs-, Branchen- oder Geschäftsbezeichnung und
8. Zugehörigkeit des Betroffenen zu dieser Kunden- und Interessentendatei.

Zusätzlich hat der Dateiinhaber schriftlich zu erklären, dass der Betroffene auf die Möglichkeit der Ablehnung der Übermittlung hingewiesen wurde und eine solche nicht erfolgt ist.

## **Kennzeichnungspflicht und Auskunftspflicht** (Abs 7)

Es besteht eine Pflicht zur Kennzeichnung des ausgesendeten Werbematerials in Bezug auf die Identität des Auftraggebers der Datei (Ursprungsdatei). Anhand dieser Kennzeichnung kann der Betroffene innerhalb von drei Monaten nach der Werbeaussendung Auskunft verlangen, die dann innerhalb von 8 Wochen zu erteilen ist.

Auskunft muss über den Auftraggeber der Ursprungsdatei gegeben werden. Falls die Kennzeichnung unzureichend war, um den Gewerbetreibenden, der die Aussendung durchgeführt hat, zu identifizieren, so kann das Auskunftsbegehren an den Werbenden gestellt werden.

Anmerkung:

Aus diesem Grund sollte jedes werbende Unternehmen, das einen Adressverlag oder ein Direktwerbeunternehmen heranzieht, jede Aussendung derart identifizierbar halten, dass das Werbeunternehmen ohne Zeitverzug festgestellt werden kann. Bei ungenügender Berücksichtigung ist unserer Meinung nach der Auftraggeber mit verantwortlich für die Einhaltung der Auskunftsfrist von 8 Wochen.

## **Löschungspflicht (Abs 8)**

Der Betroffene kann den Adressverlag bzw. das Direktwerbeunternehmen auffordern, seine Daten zu löschen. Diesem Antrag ist innerhalb von 8 Wochen zu entsprechen (Anmerkung: diese Frist lag bisher bei 4 Wochen).

Der Betroffene kann ausdrücklich auf einer physischen Löschung der Daten bestehen. Nach Vereinbarung zwischen Betroffenenem und dem Werbeunternehmen ist aber das sogenannte „logische Löschen“, also die Sperrung für die weitere Verwendung der Daten, ausreichend.

## **Robinsonliste (Abs 9 und 11)**

Jedermann hat das Recht, für sich die Zustellung von adressiertem Werbematerial durch Untersagung der Verwendung seiner Daten für Werbezwecke auszuschließen.

Der Fachverband Werbung und Marktkommunikation führt eine Liste – und aktualisiert diese monatlich –, in welche Personen kostenlos einzutragen sind, die die Zustellung von Werbematerial für sich ausschließen wollen.

Die in der Liste enthaltenen Daten dürfen ausschließlich zum Zweck des Unterbindens der Zusendung von Werbemitteln verwendet werden. Adressverlage und Direktwerbeunternehmen dürfen an die in

dieser Liste eingetragenen Personen keine adressierten Werbemittel versenden oder verteilen und deren Daten auch nicht vermitteln.

*Die Eintragung erfolgt mittels schriftlicher Mitteilung (z.B. Postkarte) unter Angabe der genauen Anschrift einschließlich Vorname, Nachname und eventuell Titel an das Fachverbandsbüro (Fachverband Werbung und Marktkommunikation, Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien).*

## **Listbroking (Abs 10)**

Diese Bestimmung richtet sich nicht an die Adressverlage und Direktwerbeunternehmen, sondern an alle **Inhaber von Kunden- und Interessentendateien**, die ihre Daten für Zwecke des Listbroking zur Verfügung stellen.

Grundsätzlich dürfen die Dateninhaber ihre Daten nur im Umfang der in Abs 5 genannten Datenarten und nur dann zur Verfügung stellen, wenn

- der Betroffene darüber informiert ist, dass er diese Datenübermittlung untersagen kann und
- der Betroffene die Datenübermittlung nicht untersagt hat.

Eine Untersagung darf keinen Einfluss auf die Beziehung zwischen dem Betroffenen und dem Inhaber der Kunden- oder Interessentendatei haben.

## Datenschutz und Europäische Union

**Richtlinie 2002/58/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Juli 2002 über die Verarbeitung personenbezogener Daten und den Schutz der Privatsphäre in der elektronischen Kommunikation (Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation)**

Fundstelle: Amtsblatt Nr. L 201 vom 31. Juli 2002 S. 37 – 47

Es ist geplant, diese neue Richtlinie in unserer nächsten Ausgabe des *DSG-Info* detailliert vorzustellen. Eine Umsetzung dieser Richtlinie in nationales Recht ist bis spätestens 31. Oktober 2003 vorzunehmen.

**Meinungsumfrage der Europäischen Kommission zur Gesetzgebung zum Schutz der Privatsphäre**

Die Kommission hat eine Meinungsumfrage gestartet, um beispielsweise nachstehende Fragenkomplexe zu durchleuchten:

Sollten Arbeitgeber die E-Mails, die ihre Angestellten oder Arbeitnehmer am Arbeitsplatz empfangen und versenden, lesen können?

Haben die Kunden, die on-line einkaufen, Vertrauen darin, dass ihre persönlichen Daten nicht anderweitig ohne ihr Einverständnis benutzt werden?

Sind Unternehmen überlastet mit Anfragen von Leuten, die Zugang zu ihren persönlichen Daten haben möchten?

Details zu dieser Umfrage sind im Internet unter

[http://europa.eu.int/yourvoice/dataprotection\\_de.htm](http://europa.eu.int/yourvoice/dataprotection_de.htm)

nachzulesen.



Unser nächstes Seminar zum Thema  
**Das Datenschutzgesetz 2000 in seinen praktischen Auswirkungen**  
findet am  
**30. Oktober 2002**  
statt.

Es referieren die Autoren des neu erschienenen Standardwerkes  
zum österreichischen DSG:  
Sektionschef Dr. Walter Dohr,  
KommR Hans-Jürgen Pollirer.

Die Anmeldung ist über unsere Homepage [www.secur-data.at](http://www.secur-data.at) möglich.