

DSG-Info-Service

Juli 1993

Ausgabe Nr. 3

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

Nachdem sich die Jänner- und die Aprilausgabe des DSG-Info-Services mit den EG-Entwicklungen im Datenschutzrecht auseinandergesetzt haben, beschäftigt sich die vorliegende Ausgabe mit einer durch die Novelle der Gewerbeordnung verursachten datenschutzrechtlichen Bestimmung, die in der Öffentlichkeit nicht ganz unbestritten ist.

Die vom Nationalrat am 18. Dezember 1992 beschlossene Änderung der Gewerbeordnung, die mit 1. Juli 1993 in Kraft getreten ist, stellt nämlich das gewerbliche Nebenrecht des Listbrokings, d.h. die Weitergabe von Kundendaten und Interessentendaten von Firmen an Adressenverlage, auf eine gesetzliche Basis. Adressenverlage und auch Direktwerbeunternehmen erhalten somit das Recht, Daten aus Kunden- und Interessentendateien aufzukaufen, außer der Betroffene hat dies ausdrücklich untersagt.

NEUE DATENSCHUTZRECHTLICHE BESTIMMUNGEN FÜR ADRESSENVERLAGE UND DIREKTWERBEUNTERNEHMEN

Werbemaßnahmen sind aus einer marktwirtschaftlich orientierten Wirtschaftsordnung nicht wegzudenken. Es gehört daher zum berechtigten Zweck eines jeden Gewerbetreibenden, Daten zum Zweck der Durchführung von Werbeaktionen zu ermitteln oder zu verarbeiten (§ 17 des Datenschutzgesetzes - DSG). Darüber hinaus gibt es Rechtsträger, deren Unternehmenszweck gerade darin liegt, Werbeaktionen für Waren oder Dienstleistungen anderer durchzuführen. Direktwerbung ist jene Werbung, die sich in Form schriftlicher, bildlicher oder dreidimensio-

nalier Werbemittel oder in Form von Warenproben direkt an ausgewählte Zielgruppen wendet. Zum Bereich der Direktwerbung gehören alle adressierten und nicht adressierten Botschaften, von der Postkarte bis zum Versandkatalog, weiters nicht adressierte Handzettel oder Prospekte wie Postwurfsendungen und Warenproben sowie die sogenannte dreidimensionale oder Geschenkwerbung, die an ausgewählte Personen oder Personengruppen gerichtet ist. Der Direktwerbeunternehmer muß daher über Daten betreffend die ausgewählten Zielgruppen ver-

fügen, um seinen Unternehmenszweck erreichen zu können. Dies liegt auch im Interesse der Gewerbetreibenden, die einen Direktwerbeunternehmer mit der Durchführung von Werbeaktionen beauftragen. Es muß daher der Datenfluß zwischen Gewerbetreibenden und Direktwerbeunternehmen, und zwar in beiderlei Richtung, ermöglicht werden, allerdings mit der Beschränkung, daß die Übermittlung von Daten stets an den Zweck der Durchführung von Werbeaktionen gebunden bleibt (aus der Regierungsvorlage zur Gewerberechtsnovelle 1992, 635 der Beilagen zu den Stenographischen Protokollen des Nationalrates XVIII. GP, zu § 262).

Mit Wirkung ab 1. Juli 1993 gilt daher im Hinblick auf Adressenverlage und Direktwerbeunternehmen § 262 der Gewerbeordnung 1973 i.d.F. der Gewerberechtsnovelle 1992, BGBl. 1993/29:

- (1) Die zur Ausübung des Gewerbes der Adressenverlage und Direktwerbeunternehmen berechtigten Gewerbetreibenden sind berechtigt, die für ihre Tätigkeit erforderlichen Daten aus öffentlich zugänglichen Quellen und nach Maßgabe der Abs. 2, 5, 6, und 7 aus eigenen Erkundungen und aus Kunden- und Interessentendateien anderer zu beziehen.*

Unter den öffentlich zugänglichen Quellen sind zum Beispiel das Firmenbuch, das Grundbuch, Handelskompass, Verzeichnisse von Interessenvertretungen, Telefonbücher u.s.w. zu verstehen.

- (2) Gewerbetreibende gemäß Abs. 1 dürfen Daten durch eigene Erkundungen und aus Kunden- und Interessentendateien anderer nur ermitteln, wenn dies erforderlich ist für*

- 1. die Vorbereitung und Durchführung von Direktwerbeaktionen für Waren oder Dienstleistungen anderer oder*
- 2. die Gestaltung und den Versand der Werbemittel für Waren und Dienstleistungen anderer oder*
- 3. die Tätigkeit als Mittler zwischen Inhabern und Nutzern von Kunden- und Interessentendateien (Listbroking).*

Nur für Direktwerbung oder Listbroking dürfen Adressenverlage und Direktwerbeunternehmen iSd Bestimmung des § 17 DSG daher Daten (§ 3 Z 1 DSG) erheben und beschaffen (§ 3 Z 6 DSG).

- (3) Gewerbetreibende gemäß Abs. 1 sind verpflichtet,*

- 1. Werbeaussendungen so zu gestalten, daß sie die Herkunft der Daten, mit denen die Werbeaussendung adressiert wurde, auch nach Löschung des Datenbestandes zum Zwecke der Auskunft feststellen können, und*
- 2. Betroffenen gemäß § 3 Z 2 des DSG, BGBl. Nr. 565/1978, in der jeweils geltenden Fassung auf*

Grund eines innerhalb von drei Monaten nach der Werbeaussendung gestellten Auskunftsbegehrens Auskunft über die Herkunft der Daten zu erteilen. Diese Auskunft ist dem Betroffenen auf Grund der von ihm zur Verfügung gestellten Erkennungsmerkmale der Werbeaussendung innerhalb von vier Wochen kostenlos und auf Verlangen schriftlich zu erteilen. Das Auskunftsrecht gemäß § 25 DSG bleibt unberührt.

- (4) *Gewerbetreibende gemäß Abs. 1 sind verpflichtet, alle Daten des Betroffenen auf dessen Verlangen innerhalb von vier Wochen kostenlos zu löschen.*

Die Berechtigung nach Abs. 2 sohin mit einer über die Bestimmung des § 25 DSG hinausgehenden Auskunftspflicht sowie einer Pflicht zur Löschung (§ 27 DSG) auch von rechtmäßig erfaßten und gespeicherten Daten durch den Adressenverlag oder das Direktwerbeunternehmen.

- (5) *Inhaber von Kunden- und Interessentendateien dürfen an Gewerbetreibende gemäß Abs. 1 nur folgende Daten von Betroffenen übermitteln:*

1. *Namen,*
2. *Titel,*
3. *akademische Grade,*
4. *Anschrift,*
5. *Geburtsjahr,*
6. *Berufs-, Branchen- oder Geschäftsbezeichnung und*
7. *Zugehörigkeit des Betroffenen zu*

dieser Kunden- und Interessentendatei.

Im Rahmen der Bestimmung des § 262 dürfen aus den jeweiligen Kunden- und Interessentenkarteen also nur Namen, Titel, akademische Grade, Anschrift, Geburtsjahr, Beruf, Branche und die Zugehörigkeit zu einer Zielgruppe an den Adressenverlag oder das Direktwerbeunternehmen übermittelt werden (§ 18 Abs. 1 Z 2 DSG; nach wie vor kann nicht davon gesprochen werden, daß es in Österreich, anders als in Deutschland, sogenannte "freie Daten" gibt).

- (6) *Inhaber von Kunden- und Interessentendateien dürfen Daten gemäß Abs. 5 nur übermitteln, solange die Betroffenen dies nicht ausdrücklich untersagt haben. Auf die Möglichkeit der Untersagung ist ausdrücklich und schriftlich hinzuweisen, wenn Daten schriftlich vom Betroffenen zu ermitteln sind. Die Untersagung der Übermittlung hat auf ein Vertragsverhältnis mit dem Inhaber der Kunden- und Interessentendatei keinen Einfluß.*

Die Inhaber von Kunden- und Interessentendateien dürfen Daten jedoch nur dann iSd Abs. 5 oben iVm § 18 Abs. 1 Z 2 DSG übermitteln, solange der Betroffene dies nicht ausdrücklich untersagt hat, auf welche Möglichkeit der Betroffene bei schriftlicher Datenermittlung ausdrücklich und schriftlich hinzuweisen ist (etwa in einem Kundenfragebogen).

- (7) *Folgende personenbezogene Daten dürfen gemäß Abs. 1, 2, und 5 nicht*

ohne ausdrückliche schriftliche Zustimmung gemäß § 18 Abs. 1 Z 1 DSG ermittelt, verarbeitet und übermittelt werden:

- 1. Daten, welche die rassische Herkunft, politische Anschauungen oder religiöse oder andere Überzeugungen erkennen lassen, oder*
- 2. Daten, welche die Gesundheit oder das Sexualleben betreffen, oder*
- 3. Daten, welche Rückschlüsse auf strafrechtliche Verurteilungen zulassen.*

Die in Abs. 7 umschriebenen Daten dürfen überhaupt nur bei ausdrücklicher und schriftlicher Zustimmung des Betroffenen ermittelt (§ 3 Z 6 DSG), verarbeitet (§ 3 Z 7 DSG) und übermittelt (§ 3 Z 9 DSG) werden, wobei ein schriftlicher Widerruf dieser Zustimmung jederzeit möglich ist.

(8) Jedermann hat das Recht, die Zustellung von Werbematerial für sich auszuschließen. Der Fachverband Wer-

bung und Marktkommunikation in der Sektion Gewerbe und Handwerk der Bundeskammer der gewerblichen Wirtschaft hat eine Liste zu führen, in welche Personen kostenlos einzutragen sind, die die Zustellung von Werbematerial für sich ausgeschlossen haben. Diese Liste ist mindestens vierteljährlich zu aktualisieren und danach an die Gewerbetreibenden gemäß Abs. 1 auf Verlangen zu übermitteln. Gewerbetreibende gemäß Abs. 1 dürfen an die in dieser Liste eingetragenen Personen keine adressierten Werbemittel versenden oder verteilen und deren Daten auch nicht vermitteln. Die in dieser Liste enthaltenen Daten dürfen ausschließlich zum Zweck des Unterbindens der Zusendung von Werbemitteln verwendet werden.

Der letzte Absatz bringt eine Institutionalisierung der sogenannten Robinsonliste. Wichtig bei dieser Bestimmung, daß in bezug auf die in dieser Liste eingetragene Person auch das Listbroking untersagt ist und ein Verstoß dagegen daher rechtswidrig wäre.

Unser nächstes Seminar zum Thema
Die Datenschutz-konforme Organisation
findet am 21. September 1993 statt.

Es referieren die Autoren des Standardwerkes
zum österreichischen DSG:

Dr. Walter Dohr
Hans-Jürgen Pollirer
Dr. Ernst M. Weiss