

# Datenmissbrauch: Selbsthilfe bei unzureichendem Schutz

Der Adressenhandel ist ein gut florierender Wirtschaftszweig in Europa. Nach Angaben des Deutschen Dialogmarketing Verbandes (DDV) wurden im Jahr 2006 allein 11,5 Milliarden Euro für persönlich adressierte Werbung ausgegeben. 2,8 Milliarden Euro wendeten deutsche Unternehmen im gleichen Zeitraum für unadressierte und teiladressierte Werbesendungen auf. Die Ausgaben für Werbung per E-Mail lagen 2006 bei 1,5 Mrd. Euro. Die Zahlen verdeutlichen die Bedeutung der persönlich adressierten Werbeansprache.

## Wie gelangen Unternehmen an Adressen?

Die Unternehmen beschaffen sich die Daten von so genannten Adressenhändlern. Diese vermieten oder verkaufen auf spezielle Zielgruppen zugeschnittene Datenbestände. Dafür werten sie öffentlich zugängliche Quellen systematisch aus. Dabei erheben sie nicht nur Adressen, sondern werten auch Informationen über Lebensstil und Kaufverhalten aus. Herangezogen werden zum Beispiel: Adress- und Telefonbücher, E-Mail-Verzeichnisse und -Listen, Handels- und Vereinsregister, Branchenverzeichnisse, Internetseiten und private Anzeigen in Zeitungen.

Einige Unternehmen führen Wohngebietsbegehungen und gezielt Haushaltsumfragen, Preisausschreiben, Verlosungen oder Informationsveranstaltungen durch, um an Anschriften und werberelevante Informationen zu kommen. Dem gleichen Zweck dienen häufig [Kundenbindungsprogramme und Rabattsysteme](#). Viele Werbende greifen darüber hinaus auf Adressbestände anderer Unternehmen und Organisationen zurück.

Ebenso vermieten oder verkaufen Unternehmen ihre Kundenadressen oft auch untereinander. Versandhandelsunternehmen beispielsweise können aufgrund langfristiger Geschäftsbeziehungen zahlreiche Kundenadressen anbieten – geordnet nach werberelevanten Informationen über Kauf- und Zahlungsverhalten.

## Dürfen Unternehmen Daten von Verbrauchern weitergeben?

Beabsichtigt ein Unternehmen oder eine Organisation, Kundendaten nicht nur für den vereinbarten Zweck (z. B. Vertragsabwicklung), sondern beispielsweise auch für Werbung zu verarbeiten oder zu nutzen, so muss es gemäß Datenschutzgesetz bereits bei Erhebung der Daten darauf hinweisen und den Verbraucher über mögliche Empfänger der Daten unterrichten. 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.

Nach dem Datenschutzgesetz dürfen Unternehmen die (selbst erhobenen) Kundendaten anschließend ohne Einwilligung des Betroffenen zum Zwecke der Werbung einsetzen, solange der Kunde nicht widerspricht oder kein schutzwürdiges Interesse am Ausschluss der Übermittlung und Nutzung besteht. Sie können Kundendaten aber auch an Dritte, z. B. an Adressenhändler oder andere Unternehmen zum Zwecke der Werbung übermitteln.

## Was heißt "besonderes schutzwürdiges Interesse"?

Besonders sensible personenbezogene Daten sind z. B. Krankheiten, Religionszugehörigkeit, Parteizugehörigkeit. Solche Daten dürfen nur für Werbezwecke weitergegeben oder genutzt werden, wenn der Betroffene **vorher** seine Einwilligung gegeben hat. Gleiches gilt für Daten, die auf besondere Lebensumstände eines Bürgers, zum Beispiel Schulden, schließen lassen.

Bei der Nutzung von Tele- und Mediendiensten im Internet (z. B. Datenbanken, Internet-

Shopping) ist eine Weitergabe von personenbezogenen Daten zu Werbezwecken stets nur mit **ausdrücklicher** Einwilligung der betroffenen Person zulässig.

Die Einverständnis muss schriftlich erfolgen, soweit nicht eine andere Form ausreichend und angemessen ist. Das ist im Internet der Fall. Werden dort Daten zu Werbezwecken erhoben, reicht es aus, wenn der Betroffene z. B. in einem Kästchen bestätigt, dass er mit der Verwendung seiner Daten zu Werbezwecken einverstanden ist.

Die Einwilligung ist aber nur wirksam, wenn der Verbraucher vorher über den Zweck der Datenerhebung, -verarbeitung und -nutzung unterrichtet wurde. Außerdem muss der Betroffene darauf hingewiesen werden, dass die Einwilligung freiwillig ist und er sie jederzeit widerrufen kann.

### **Was können Sie gegen Datenweitergabe tun?**

Gegen kriminelle Energie ist niemand gewappnet. Dennoch können Sie als Verbraucher einiges unternehmen, um zumindest die Gefahr von Datenmissbrauch zu reduzieren. Folgende Tipps können Ihnen dabei helfen:

- **Oberstes Gebot: Üben Sie Zurückhaltung bei der Weitergabe von Daten.**
- Einige Unternehmen führen gezielt [Gewinnspiele](#) oder Verlosungen durch, um an relevante Daten zu kommen. Wollen Sie daran teilnehmen, streichen Sie die den Hinweis, dass Ihre Daten für Werbezwecke genutzt werden können oder deaktivieren Sie vorgesetzte Häkchen.
- Punkte sammeln mit [Rabatt- oder Kundenkarten](#)? Beantworten Sie Haushaltsumfragen am Telefon? Das sind in erster Linie Methoden, um an Ihre persönlichen Daten zu kommen.
- Sehen Vertragsformulare Angaben vor, die zur Abwicklung des Vertrages nicht unbedingt erforderlich sind, füllen Sie diese nicht aus.
- Sie können sich bei Unternehmen danach erkundigen, welche Daten sie über Sie gespeichert haben, woher sie die Daten haben und an welches Unternehmen sie die Daten weitergeleitet haben. Der [Musterbrief](#) des Verbraucherschutzes hilft Ihnen dabei.
- Sind Ihre Daten bereits im Umlauf, widersprechen Sie der Nutzung bei der verantwortlichen Stelle.
- Unerwünschter Werbeanruf: Trauen Sie sich, unhöflich zu sein und legen Sie einfach auf. [Werbeanrufe ohne Einwilligung](#) sind unzulässig. Lassen Sie sich nicht in Gespräche verwickeln. Können Sie das werbende Unternehmen identifizieren, wenden Sie sich mit der Information an die Verbraucherzentrale.
- Prüfen Sie regelmäßig Ihre Kontoauszüge. Sollten Sie Unregelmäßigkeiten feststellen, wenden Sie sich an Ihr Kreditinstitut. Widersprechen Sie einer unrechtmäßigen Abbuchung so schnell wie möglich..
- Stellen Sie Strafanzeige, wenn ohne Ihre Einwilligung eine Kontoabbuchung erfolgt ist.

Infos zum Datenschutz in Österreich:

<http://www.bka.gv.at/site/3462/default.aspx>, Stand: 22.08.2008