Gesetzliche Bestimmungen zum Direktmarketing

§ 151 Gewerbeordnung 1994 (GewO 1994), BGBl. Nr. 194, idF. BGBl. I Nr. 111/2002:

„Adressverlage und Direktmarketingunternehmen

§ 151.(1) Auf die Verwendung von personenbezogenen Daten für Marketingzwecke Dritter durch die zur Ausübung des Gewerbes der Adressverlage und Direktmarketing-unternehmen berechtigten Gewerbetreibenden sind die Bestimmungen des DSG 2000 anzuwenden, soweit im Folgenden nicht Besonderes angeordnet ist.

(2) Die Tätigkeit als Mittler zwischen Inhabern und Nutzern von Kunden- und Interessentendateien (Listbroking) ist den in Abs. 1 genannten Gewerbetreibenden vorbehalten.

(3) Die in Abs. 1 genannten Gewerbetreibenden sind berechtigt, für ihre Tätigkeiten gemäß Abs. 1 und 2 Daten aus öffentlich zugänglichen Informationen, durch Befragung der Betroffenen, aus Kunden- und Interessentendateien Dritter oder aus Marketingdateien anderer Adressverlage und Direktmarketingunternehmen zu ermitteln, soweit dies unter Beachtung des Grundsatzes der Verhältnismäßigkeit für

1. die Vorbereitung und Durchführung von Marketingaktionen Dritter einschließlich der Gestaltung und des Versands für Werbemitteln oder
2. das Listbroking

erforderlich und gemäß Abs. 4 und 5 zulässig ist.

(4) Soweit gemäß § 9 DSG 2000 an sensiblen Daten (§ 4 Z 2 DSG 2000) ein schutz-würdiges Geheimhaltungsinteresse besteht, und soweit keine ausdrückliche Zustimmung gemäß § 4 Z 14 DSG 2000 vorliegt, dürfen sensible Daten von den in Abs. 1 genannten Gewerbetreibenden nur bei Vorliegen der ausdrücklichen Einwilligung des Betroffenen zur Verwendung seiner Daten für Marketingzwecke Dritter verwendet werden. Die Ermittlung und Weiterverwendung von sensiblen Daten aus Kunden- und Interessentendateien Dritter auf Grund einer solchen Einwilligung ist nur im Umfang des Abs. 5 und nur soweit zulässig, als der Inhaber der Datei gegenüber dem Gewerbetreibenden nach Abs. 1 schriftlich unbedenklich erklärt hat, dass die Betroffenen in die Verwendung ihrer Daten für Marketingzwecke Dritter ausdrücklich eingewilligt haben. Strafrechtlich relevante Daten im Sinne des § 8 Abs. 4 DSG 2000 dürfen von Gewerbetreibenden nach Abs. 1 für Marketingzwecke nur bei Vorliegen einer ausdrücklichen Zustimmung gemäß § 4 Z 14 DSG 2000 verwendet werden.

(5) Soweit keine Zustimmung der Betroffenen gemäß § 4 Z 14 DSG 2000 zur Übermittlung ihrer Daten für Marketingzwecke Dritter vorliegt, dürfen die in Abs. 1 genannten Gewerbetreibenden aus einer Kunden- und Interessentendatei eines Dritten nur die Daten

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

ermitteln. Voraussetzung hiefür ist – soweit nicht die strengeren Bestimmungen des Abs. 4 Anwendung finden –, dass der Inhaber der Datei dem Gewerbetreibenden nach Abs. 1 gegenüber schriftlich unbedenklich erklärt hat, dass die Betroffenen in geeigneter Weise

über die Möglichkeit informiert wurden, die Übermittlung ihrer Daten für Marketingzwecke Dritter zu untersagen, und dass keine Untersagung erfolgt ist.

(6) Gewerbetreibende nach Abs. 1 dürfen für Marketingzwecke erhobene Marketing-informationen und -klassifikationen, die namentlich bestimmten Personen auf Grund von Marketinganalyseverfahren zugeschrieben werden, nur für Marketingzwecke verwenden und sie insbesondere an Dritte nur dann übermitteln, wenn diese unbedenklich erklären, dass sie diese Analyseergebnisse ausschließlich für Marketingzwecke verwenden werden.

(7) Gewerbetreibende nach Abs. 1 haben Aussendungen im Zuge von Marketingaktionen, die sie mit von ihnen zur Verfügung gestellten oder von ihnen vermittelten Daten durchführen, so zu gestalten, dass durch entsprechende Kennzeichnung des ausgesendeten Werbematerials die Identität der Auftraggeber jener Dateien, mit deren Daten die Werbeaussendung adressiert wurde (Ursprungsdateien), nachvollziehbar ist; soweit Gewerbetreibende nach Abs. 1 an Werbeaussendungen nur durch Zurverfügung-stellung oder Vermittlung von Daten mitwirken, haben sie durch entsprechenden Hinweis an die für die Werbeaussendung Verantwortlichen darauf hinzuwirken, dass die Identität der Auftraggeber der benutzten Ursprungsdateien nachvollziehbar ist. Für Gewerbetreibende nach Abs. 1 gilt, wenn sie die Aussendung mit von ihnen zur Verfügung gestellten oder von ihnen vermittelten Daten selbst durchgeführt haben, – unbeschadet ihrer allfälligen Auskunftsverpflichtungen als Auftraggeber –, § 26 DSG 2000 mit der Maßgabe, dass sie auf Grund eines innerhalb von drei Monaten nach der Werbeaussendung gestellten Auskunftsbegehrens anhand der vom Betroffenen zur Verfügung gestellten Informationen über die Werbeaussendung zur Auskunftserteilung nur über die Auftraggeber der Ursprungsdateien verpflichtet sind; haben sie an der Aussendung nur durch Zurverfügungstellung oder Vermittlung von Daten mitgewirkt, so haben sie nach Möglichkeit zur Auffindung der Auftraggeber der Ursprungsdateien beizutragen Bei nicht ordnungs-gemäßer Erfüllung der Kennzeichnungspflicht durch Gewerbetreibende nach Abs. 1 genügt die Stellung eines fristgerechten Auskunftsbegehrens an den Werbenden zur Wahrung des Auskunftsrechts gegenüber dem Gewerbetreibenden nach Abs. 1.

(8) Stellt der Betroffene an einen Gewerbetreibenden nach Abs. 1 ein Begehren auf Löschung von Daten, die dieser für Zwecke von Marketingaktionen über ihn gespeichert hat, so hat dieser dem Begehren in jedem Fall innerhalb von acht Wochen kostenlos zu entsprechen. Soweit der Betroffene – nach entsprechender Information über die möglichen Folgen einer physischen Löschung seiner Daten – auf der physischen Löschung seiner Daten nicht besteht, hat die Löschung in Form einer Sperrung der Verwendung dieser Daten für Marketingaussendungen zu erfolgen.

(9) Der Fachverband Werbung und Marktkommunikation der Bundessparte „Gewerbe, Handwerk, Dienstleistung“ der Wirtschaftskammer Österreich hat eine Liste zu führen, in welche Personen kostenlos einzutragen sind, die die Zustellung von Werbematerial für sich ausschließen wollen. Die Liste ist mindestens monatlich zu aktualisieren und den Gewerbe-treibenden nach Abs. 1 zur Verfügung zu stellen. Gewerbetreibende nach Abs. 1 dürfen an die in dieser Liste eingetragenen Personen keine adressierten Werbemittel versenden oder verteilen und deren Daten auch nicht vermitteln. Die in der Liste enthaltenen Daten dürfen ausschließlich zum Zweck des Unterbindens der Zusendung von Werbemitteln verwendet werden.

(10) Inhaber von Kunden- und Interessentendateien dürfen Daten aus diesen Dateien an Gewerbetreibende nach Abs. 1 für Marketingzwecke Dritter nur übermitteln und insbesondere auch für Listbroking nur zur Verfügung stellen, wenn sie die Betroffenen in geeigneter Weise darüber informiert haben, dass sie die Verwendung dieser Daten für Marketingzwecke Dritter untersagen können, und wenn keine Untersagung erfolgt ist; sensible Daten und strafrechtlich relevante Daten dürfen unter den in Abs. 4 genannten Voraussetzungen an Gewerbetreibende nach Abs. 1 übermittelt und für Listbroking zur

Verfügung gestellt werden. Auf die Möglichkeit der Untersagung ist ausdrücklich und schriftlich hinzuweisen, wenn Daten schriftlich vom Betroffenen ermittelt werden. Die Untersagung der Übermittlung hat auf ein Vertragsverhältnis zwischen dem Betroffenen und dem Inhaber der Kunden- und Interessentendatei keinen Einfluss.

(11) Jedermann hat das Recht, für sich die Zustellung von adressiertem Werbematerial durch Untersagung der Verwendung seiner Daten für Werbezwecke auszuschließen. Dies kann gegenüber Gewerbetreibenden nach Abs. 1 insbesondere auch durch Eintragung in die im Abs. 9 bezeichnete Liste geschehen."

Die Robinson-Liste

Jedermann hat das Recht, die Verwendung seiner Daten für Werbezwecke durch Adressverlage und Direktmarketingunternehmen auszuschließen. Es gibt dazu eine spezielle Liste bei der Wirtschaftskammer Österreich, die so genannte "Robinson-Liste" (§ 151 Abs. 9 GewO 1994). Für eine Eintragung informieren Sie sich bitte auf der Seite des Fachverbandes Werbung & Marktkommunikation[1] und schicken Sie erforderlichen Informationen an den

Fachverband Werbung und Marktkommunikation

Wiedner Hauptstraße 73
1040 Wien

Bitte bedenken Sie, dass die Robinson-Liste erst an die Adressverlage und Direktwerbeunternehmen übermittelt werden muss und eine Eintragung daher nicht sofort wirkt.

An die Robinson-Liste sind weiters nur inländische Adressverlage und Direktmarketingunternehmen (Gewerbetreibende nach § 151 GewO 1994) gebunden. Andere Unternehmen, die Marketing für eigene Zwecke betreiben und zu diesem Zweck beispielsweise Werbebriefe an ihre Kunden und Interessenten, deren Daten sie verarbeiten, verschicken, müssen sich nicht daran halten.

---

§ 107 Telekommunikationsgesetz 2003 (TKG 2003), BGBl. I Nr. 70/2003 idF. BGBl. I Nr. 133/2005 (in der ab 1. März 2006 gültigen Fassung):

"Unerbetene Nachrichten

§ 107. (1) Anrufe - einschließlich das Senden von Fernkopien - zu Werbezwecken ohne vorherige Einwilligung des Teilnehmers sind unzulässig. Der Einwilligung des Teilnehmers steht die Einwilligung einer Person, die vom Teilnehmer zur Benützung seines Anschlusses ermächtigt wurde, gleich. Die erteilte Einwilligung kann jederzeit widerrufen werden; der Widerruf der Einwilligung hat auf ein Vertragsverhältnis mit dem Adressaten der Einwilligung keinen Einfluss.

(2) Die Zusendung einer elektronischen Post - einschließlich SMS - ist ohne vorherige Einwilligung des Empfängers unzulässig, wenn

1. die Zusendung zu Zwecken der Direktwerbung erfolgt oder
2. an mehr als 50 Empfänger gerichtet ist.

(3) Eine vorherige Zustimmung für die Zusendung elektronischer Post gemäß Abs. 2 ist dann nicht notwendig, wenn

[1] http://www.fachverbandwerbung.at/de-service-robinsonliste.shtml

3. der Absender die Kontaktinformation für die Nachricht im Zusammenhang mit dem Verkauf oder einer Dienstleistung an seine Kunden erhalten hat und
4. diese Nachricht zur Direktwerbung für eigene ähnliche Produkte oder Dienstleistungen erfolgt und
5. der Empfänger klar und deutlich die Möglichkeit erhalten hat, eine solche Nutzung der elektronischen Kontaktinformation bei deren Erhebung und zusätzlich bei jeder Übertragung kostenfrei und problemlos abzulehnen und
6. der Empfänger die Zusendung nicht von vornherein, insbesondere nicht durch Eintragung in die in § 7 Abs. 2 E-Commerce-Gesetz genannte Liste, abgelehnt hat.

(4) [Anm.: aufgehoben durch BGBl. I Nr. 133/2005]

(5) Die Zusendung elektronischer Post zu Zwecken der Direktwerbung ist jedenfalls unzulässig, wenn die Identität des Absenders, in dessen Auftrag die Nachricht übermittelt wird, verschleiert oder verheimlicht wird oder bei der keine authentische Adresse vorhanden ist, an die der Empfänger eine Aufforderung zur Einstellung solcher Nachrichten richten kann.

(6) Wurden Verwaltungsübertretungen nach Absatz 1, 2 oder 5 nicht im Inland begangen, gelten sie als an jenem Ort begangen, an dem die unerbetene Nachricht den Anschluss des Teilnehmers erreicht.

Diese Bestimmung bezieht sich auf Werbeanrufe und -telefaxe ("Junk Fax") und unerbetene E-Mail-Werbung (auch bekannt als "Spam", "UCE" oder "Unsolicited Commercial Advertising").

Wer entgegen

- *§ 107 Abs. 1 Anrufe zu Werbezwecken tätigt,*
- *§ 107 Abs. 2 oder 5 elektronische Post zusendet*

begeht eine Verwaltungsübertretung und ist mit einer Geldstrafe bis zu 37 000 Euro zu bestrafen (§ 109 Abs. 3 Z 19-20 TKG 2003).

---

§ 6 - 8 E-Commerce-Gesetz (ECG), BGBl. I Nr. 152/2001:

Informationen über kommerzielle Kommunikation

§ 6. (1) Ein Diensteanbieter hat dafür zu sorgen, dass eine kommerzielle Kommunikation, die Bestandteil eines Dienstes der Informationsgesellschaft ist oder einen solchen Dienst darstellt, klar und eindeutig

1. als solche erkennbar ist,
2. die natürliche oder juristische Person, die die kommerzielle Kommunikation in Auftrag gegeben hat, erkennen lässt,
3. Angebote zur Absatzförderung wie etwa Zugaben und Geschenke als solche erkennen lässt und einen einfachen Zugang zu den Bedingungen für ihre Inanspruchnahme enthält sowie
4. Preisausschreiben und Gewinnspiele als solche erkennen lässt und einen einfachen Zugang zu den Teilnahmebedingungen enthält.

(2) Sonstige Informationspflichten für kommerzielle Kommunikation sowie Rechtsvorschriften über die Zulässigkeit von Angeboten zur Absatzförderung und von Preisausschreiben und Gewinnspielen bleiben unberührt.

Nicht angeforderte kommerzielle Kommunikation

§ 7. (1) Ein Diensteanbieter, der eine kommerzielle Kommunikation zulässigerweise ohne vorherige Zustimmung des Empfängers mittels elektronischer Post versendet, hat dafür zu sorgen, dass die kommerzielle Kommunikation bei ihrem Eingang beim Nutzer klar und eindeutig als solche erkennbar ist.

(2) Die Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) hat eine Liste zu führen, in die sich diejenigen Personen und Unternehmen kostenlos eintragen können, die für sich die Zusendung kommerzieller Kommunikation im Weg der elektronischen Post ausgeschlossen haben. Die in Abs. 1 genannten Diensteanbieter haben diese Liste zu beachten.

(3) Rechtsvorschriften über die Zulässigkeit und Unzulässigkeit der Übermittlung kommerzieller Kommunikation im Weg der elektronischen Post bleiben unberührt.

Kommerzielle Kommunikation für Angehörige geregelter Berufe

§ 8. (1) Für Diensteanbieter, die berufsrechtlichen Vorschriften unterliegen, ist eine kommerzielle Kommunikation, die Bestandteil eines von ihnen bereitgestellten Dienstes der Informationsgesellschaft ist oder einen solchen darstellt, zulässig.

(2) Berufsrechtliche Vorschriften, die kommerzielle Kommunikation für die Angehörigen dieser Berufe insbesondere zur Wahrung der Unabhängigkeit, Würde und Ehre des Berufs, zur Sicherung des Berufsgeheimnisses und zur Einhaltung eines lauteren Verhaltens gegenüber Kunden und anderen Berufsangehörigen einschränken, bleiben unberührt.

Wertpapieraufsichtsgesetz 2007 (WAG 2007), BGBl. I Nr. 60/2007:

Unerbetene Nachrichten

§ 62. Die Zulässigkeit der Zusendung unerbetener Nachrichten zur Werbung für eines der in § 1 Z 6 genannten Finanzinstrumente und für Veranlagungen im Sinne des § 1 Abs. 1 Z 3 KMG richtet sich nach § 107 Telekommunikationsgesetz 2003 - TKG 2003, BGBl. I Nr. 70/2003.