



Unerwünschte Werbung per Briefpost– was tun?

Wieso werde ich überhaupt angeschrieben?

Für die (Werbe)Wirtschaft werden so genannte qualifizierte Adressen immer wichtiger. Dabei handelt es sich nicht nur um die reine Adresse, sondern um ein „Paket“ in dem auch zusätzliche Informationen wie z.B. das Alter, besondere Interessen (Hobbies, Autos, Restaurants etc.), Familienstand (verheiratet, 2 Kinder unter 2 Jahren, Single,...), Gehaltsklasse und weitere Informationen enthalten sind. Es ist nämlich wesentlich Erfolg versprechender, die Werbung für den teuren, zweisitzigen Luxuswagen an Singles (über 30 Jahre, mindestens 80.000 EUR Jahresverdienst) zu schicken als an die vierköpfige junge Familie mit einem Jahreseinkommen von 40.000 EUR.

Da durch gezielte Bewerbung der (aus Sicht des Anbieters) am meisten geeigneten Bevölkerungsgruppe viel Geld für „sinnlose“ Werbung gespart werden kann, hat sich ein regelrechter Markt rund um qualifizierte Adressen gebildet. So genannte Adressverlage tun nichts anderes, als Adressen und möglichst viele öffentlich zugängliche Zusatzinformationen zu sammeln, um ihren Kunden die für Werbebriefe geeigneten Adressen verkaufen zu können. Je treffender und spezieller die Qualifizierungen sind, desto mehr kostet eine Adresse dann. So ist eine Liste der Bewohner eines bestimmten Stadtteils wesentlich billiger (pro Adresse) zu haben als eine Liste Alleinerziehender mit mindestens zwei Kinder aus dem gleichen Stadtteil.

Woher kommen die Informationen?

Die Informationen kommen aus den unterschiedlichsten, öffentlich zugänglichen Quellen und häufig auch vom Betroffenen selber. Zwar kommt es auch vor, dass Daten unrechtmäßig erhoben, verarbeitet und genutzt werden, aber sehr häufig gibt man im Laufe der Zeit an den verschiedensten Stellen Informationen preis, ohne sich über die weitere Verwendung Gedanken zu machen oder man unterschreibt Datenschutz-Klauseln, die den Namen nicht verdient haben.

Unter öffentlich zugängliche Quellen fallen beispielsweise Telefon-, Telefax-, und Branchenbücher, Internet-Seiten, Handelsregister, Teile der Melderegister, Schuldnerverzeichnisse, öffentliche Bekanntmachungen aller Art und viele mehr..

Die Bekanntgabe durch eigenes Zutun geschieht beispielsweise durch Visitenkarten (Messebesuch o.ä.), Teilnahme an Preisausschreiben, Aufgabe von Zeitungsanzeigen, Beauftragung von Nachsendeanträgen, Teilnahme an Kundenbindungsprogrammen (wie z.B. der Payback-Karte), Abschluss von Telefonverträgen, Bestellung über Versandhandel, Buchung einer Reise u.s.w. Oftmals wird dabei versäumt, die mit der jeweiligen Vertragsgestaltung verbundenen Datenschutzklauseln genau zu lesen (und unerwünschte Zwecke zu streichen) oder den Zweck von vorneherein zu begrenzen.

Was kann ich tun?

- ✓ Die Adresse und sonstige Informationen sollten nur zweckgebunden angegeben werden. Wenn Sie z.B. eine Reise buchen, sollten Sie schriftlich unter den Vertrag setzen „Keine Adressweitergabe an Dritte“ oder zumindest „Keine Verwendung dieser Daten für Werbezwecke oder Zwecke der Markt- und Meinungsforschung“.
- ✓ Widersprechen Sie der Weitergabe Ihrer Daten zu Werbezwecken auch gegenüber der Meldebehörde in Bezug auf die Weitergabe von Wählerlisten an die Parteien vor Wahlen oder die Weitergabe von Meldeangaben an Adressbuchverlage.

- ✓ Verändern Sie Ihre Adresse bei verschiedenen Gelegenheiten (Teilnehmerlisten von Tagungen, Warenbestellung, Reisebuchung o.ä.) geringfügig, z.B. durch Einfügung eines Mittelnamens „Helga M. Mustermann“. Wenn Sie sich notieren, wo Sie die jeweils veränderte Adresse abgegeben haben, können Sie bei so mancher Werbung erkennen, wer Ihre Adresse weitergegeben hat.
- ✓ Schicken Sie die Werbung mit dem Vermerk „Zurück an Absender“ wieder zurück.
- ✓ Nehmen Sie Ihr Recht auf Auskunft gemäß §34 Bundesdatenschutzgesetz wahr und fordern Sie den Absender der Werbung auf, Ihnen Auskunft zu erteilen:
 - über alle zu Ihrer Person gespeicherten Daten, auch soweit sie sich auf Herkunft und Empfänger beziehen
 - über den Zweck der Speicherung und
 - im Fall automatisierter Datenverarbeitung über Personen und Stellen, an die Ihre Daten regelmäßig übermittelt werden.
 Herkunft und Empfänger müssen von Adressunternehmen jedoch nur dann genannt werden, wenn Sie begründete Zweifel an der Richtigkeit der Daten geltend machen.
- ✓ Sie können beim speichernden Unternehmen (also jedem, der Sie mit Werbebriefen angeschrieben hat, aber auch bei Adresshändlern, von denen Sie wissen, dass sie Ihre Adresse speichern) der Nutzung Ihrer Daten für Zwecke der Werbung oder Markt- und Meinungsforschung gemäß § 28 Abs. 3 Bundesdatenschutzgesetz jederzeit widersprechen - also bereits bei Abgabe der Adresse oder Abschluss eines Vertrages, aber auch zu jedem späteren Zeitpunkt. Die weitere Verwendung Ihrer Daten durch die speichernde Stelle wäre dann strafbar.
- ✓ Wollen Sie Ihren Widerspruch im kommerziellen Bereich möglichst effizient gestalten und breit streuen, so bietet sich die Aufnahme in die so genannte Robinson-Liste an. Es handelt sich hierbei um eine von der deutschen Werbewirtschaft geführte Liste „werbeunwilliger BürgerInnen“, die von den Mitgliedern des Deutschen Direktmarketing-Verbands beachtet wird, d.h. von diesen wird Ihre Adresse gesperrt. Allerdings erzielt man hierdurch keinen vollständigen Erfolg, denn nur ein Teil der Adresshändler ist dem Verband angeschlossen und die Aktualisierung der Liste erfolgt nicht eben häufig. Zwischen Eintragung und erstem Erfolg kann daher einige Zeit vergehen, denn erst bei der jeweils nächsten Aktualisierung von Adressbeständen wird Ihre Anschrift ausgefiltert. Die Eintragung muss alle fünf Jahre erneut beantragt werden.

Beantragen Sie die Aufnahme in die Robinson-Liste unter:

Deutscher Direktmarketing-Verband e.V.
 Robinson-Liste
 Postfach 1401
 71243 Ditzingen

- ✓ Haben Sie das Gefühl, dass in einem Sie betreffenden Fall ein Datenschutzverstoß vorliegt, so wenden Sie sich bitte an die jeweils zuständige Datenschutz-Aufsichtsbehörde. Die Zuständigkeit richtet sich dabei nach dem Bundesland, in dem das beschuldigte Unternehmen seinen Sitz hat. Die Anschriften der Aufsichtsbehörden finden Sie im Internet unter www.datenschutz.de (Stichwort: Institutionen) oder Sie können sie telefonisch bei der DVD-Geschäftsstelle erfragen.

Weitere Informationen

Infos und Tips des Niedersächsischen Landesdatenschutzbeauftragten zum Adressenhandel:
www.lfd.niedersachsen.de/functions/downloadObject/0,,c422168_s20,00.pdf

Infos des Bundesbeauftragten für den Datenschutz zur Werbung:
www.bfd.bund.de/dsvonaz/w4.html

Das Datenschekheft des Berliner Datenschutzbeauftragten mit Musterschreiben:
<http://www.datenschutz-berlin.de/infomat/datensch/inhalt.htm>