

Dienstleistungen von Hoppenstedt Firmeninformationen GmbH

Rechtliche Rahmenbedingungen

Sehr geehrter Interessent,

in diesem Informationsblatt finden Sie einige Hinweise zu den rechtlichen Rahmenbedingungen im Zusammenhang mit unserem Dienstleistungsangebot. Die Erläuterungen sollen eine Orientierungshilfe bei der Beantwortung häufig gestellter Fragen sein. Sie erheben jedoch keinen Anspruch auf Vollständigkeit und können eine individuelle Rechtsberatung nicht ersetzen. Die Verantwortung für die aus diesen Ausführungen abgeleiteten Interpretationen und Handlungen liegt daher ausschließlich beim Leser. Wir leisten dafür keinerlei Gewähr.

1. Datenschutzrecht und Wettbewerbsrecht

Einfluss auf unsere Dienstleistungen haben unter anderem sowohl datenschutzrechtliche als auch wettbewerbsrechtliche Vorschriften.

Das Wettbewerbsrecht regelt das Verhalten von Unternehmen im geschäftlichen Verkehr. Es betrifft Sie als Verwender von uns bezogener Daten beispielsweise bei der Frage, wie Sie bestimmte Daten für Werbung einsetzen dürfen.

Das Datenschutzrecht regelt dagegen den Umgang mit personenbezogenen Daten und betrifft daher beispielsweise die Frage, ob bestimmte personenbezogene Daten überhaupt erhoben, verarbeitet, genutzt und übermittelt werden dürfen.

2. Wichtige Aspekte des Wettbewerbsrechts

Verbot der unzumutbaren Belästigung

Die wichtigsten Regelungen zum Wettbewerbsrecht finden sich im „Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb“ (UWG). Für das Dialogmarketing ist vor allem § 7 UWG relevant. Diese Vorschrift verbietet unzumutbare Belästigungen. Eine solche ist nach der allgemeinen Formulierung in § 7 Abs. 1 UWG immer dann anzunehmen, wenn Werbung gegen den erkennbaren Willen des Angesprochenen betrieben wird.

Telefonwerbung

Für Telefonwerbung konkretisiert das Gesetz die Frage, wann eine unzumutbare Belästigung vorliegt, in § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG. Danach sind Werbeanrufe bei einem **Verbraucher** („b2c“) nur zulässig, wenn dieser zuvor ausdrücklich seine Einwilligung erteilt hat.

Gegenüber **sonstigen Marktteilnehmern** („b2b“) muss dagegen nicht unbedingt ein ausdrückliches Einverständnis vorliegen. Hier genügt auch eine mutmaßliche Einwilligung, das heißt ein aus den konkreten Umständen herzuleitendes Interesse an der Werbung. Eine solche mutmaßliche Einwilligung kann sich deshalb beispielsweise aus einer bereits bestehenden Geschäftsverbindung ergeben.

Werbung per Fax und E-Mail

Werbung mit automatischen Anrufmaschinen, per Telefax oder elektronischer Post (E-Mail, SMS, etc.) bedarf gemäß § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG grundsätzlich einer ausdrücklichen Einwilligung.

Für Werbung per **E-Mail** macht § 7 Abs. 3 davon eine wichtige Ausnahme: So kann ein Unternehmer, wenn er von einem Kunden im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung dessen E-Mailadresse erhalten hat, diese für Direktwerbung für eigene ähnliche Produkte oder Dienstleistungen verwenden. Der Kunde muss in diesen Fällen allerdings sowohl bei der Erhebung der Mailadresse als auch jeder Verwendung auf sein Recht zum Widerspruch gegen diese Art der Nutzung hingewiesen werden.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass die „nicht-elektronischen“ Werbeformen wie Hausbesuche und Postwurfsendungen in der Regel keine wettbewerbsrechtlichen Probleme aufwerfen während bei den „elektronischen“ Werbeformen gegebenenfalls eine Einwilligung zu beachten ist.

3. Wichtige Aspekte des Datenschutzrechts

Gegenstand unserer Produkte und Dienstleistungen sind Daten zu Unternehmen und den dort beschäftigten Entscheidern. Sofern diese Informationen personenbezogene Daten enthalten, erfolgt deren Erhebung, Verarbeitung, Nutzung und Übermittlung unter Beachtung der Vorschriften des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG).

Die zum 1. September 2009 in Kraft getretene Novellierung des Bundesdatenschutzgesetzes hat für das Dialogmarketing einige Neuerungen gebracht. Während nach altem Recht die Übermittlung und werbliche Nutzung der sogenannten „Listendaten“ (Name, Anschrift, Geburtsjahr, und Berufs-/Branchenbezeichnung) im Prinzip so lange zulässig war, bis der Betroffene widersprochen hat, gilt nunmehr ein grundsätzlicher Einwilligungsvorbehalt („opt-in“). Gleichzeitig wurden jedoch mehrere Ausnahmetatbestände eingeführt, unter denen die Übermittlung und Nutzung der Listendaten zu Werbezwecken nach wie vor ohne Einwilligung zulässig ist.

Zu diesen Ausnahmen zählt unter anderem die Datennutzung „für Zwecke der Werbung im Hinblick auf die berufliche Tätigkeit des Betroffenen und **unter seiner beruflichen Anschrift**“ gemäß § 28 Abs. 3 S. 2 Nr. 2 BDSG. Diese Ausnahmeregelung ist für unseren Bereich von zentraler Bedeutung, da alle von uns übermittelten Daten aus dem b2b-Bereich stammen. Mit der Novellierung des Bundesdatenschutzgesetzes ist also genau dieser Typ von Informationen und seine Nutzung für geschäftliche Werbung privilegiert worden.

4. Was wir leisten – und was nicht

Hoppenstedt Firmeninformationen GmbH recherchiert und verarbeitet alle personenbezogenen Daten im Einklang mit den Schutzbestimmungen des BDSG. Allerdings erhebt Hoppenstedt Firmeninformationen GmbH bei der Informationsrecherche keine Einwilligung der angesprochenen Unternehmen für jede Art der Werbung. Die Verantwortung für die rechtskonforme Nutzung der erhaltenen Daten liegt ausschließlich beim jeweiligen Verwender. Dies gilt insbesondere für die Prüfung, ob für bestimmte Werbemaßnahmen unter Umständen weitere Bedingungen wie eine gesonderte Einwilligung gemäß § 7 Abs. 2 Nr. 2 und Nr. 3 UWG erfüllt sein müssen.

© 2010 Hoppenstedt Firmeninformationen GmbH