

JPM Information März 2014 II

Verbraucherkommunikation - Aggressive Geschäftspraktiken und Datenschutz

Händler, im weitesten Sinne dieses Wortes (Einzelhandelsobjekte, Banken, Versicherungsgesellschaften, Leasingunternehmen usw.) nutzen zum Anbieten ihrer Waren und/oder Dienstleistungen Anzeigemittel wie verschiedene Flyer, Kataloge, Glückwunschkarten usw., die sie den Verbrauchern, die bereits ihre Kunden sind, wie auch potentiellen Kunden, zukommen lassen. Ebenso gibt es Fälle, in denen die Händler mit den Verbrauchern per Telefon, Fax, E-Mail oder anderen Kommunikationsmitteln Kontakt aufnehmen.

In den meisten Fällen wird das ohne vorher eingeholte Zustimmung der Personen getan, an die sich die Händler wenden.

Durch die Bestimmungen des Verbraucherschutzgesetzes wird diese Art der Geschäftstätigkeit als aggressive Geschäftspraktik angesehen, die verboten und strafbar sind.

Das Gesetz legt klare Kriterien fest, aufgrund derer das Bestehen aggressiver Geschäftspraktiken in jedem Einzelfall festgestellt wird. Es bestehen jedoch auch Formen der Geschäftspraktiken, die ungeachtet der Umstände des Einzelfalles als aggressiv angesehen werden. Die meist vorkommenden Formen solcher Geschäftspraktiken sind Hausbesuche bei den Verbrauchern ohne vorher eingeholte Zustimmung, sowie wiederholte Kontaktversuche mit dem Verbraucher per Telefon, Fax, E-Mail oder anderen Kommunikationsmitteln. In solchen Fällen kann der Händler für die Ordnungswidrigkeit mit einer Geldstrafe von 300.000 bis 2.000.000 Dinar bestraft werden.

Die Frage eines korrekten Verhältnisses in der Korrespondenz mit den Verbrauchern steht in enger Verbindung mit der Beachtung des Rechts auf Privatsphäre.

Das Datenschutzgesetz sieht vor, dass die Durchführung der Marketingtätigkeit die sog. informierte Zustimmung des Verbrauchers voraussetzt. Die informierte Zustimmung bedeutet die Pflicht des Datenbearbeiters bzw. der Unternehmen, die verpflichtet sind, das Verbraucherschutzgesetz anzuwenden, dass sie, bevor die Verbraucher ihre Zustimmung zur Datenverarbeitung zu Marketingzwecken erteilen, diese informieren über:

- 1) ihre Identität, bzw. Name und Adresse des Sitzes;
- 2) Zweck der Datenerhebung und weiterer -verarbeitung;
- 3) Art und Weise der Datennutzung;
- 4) Identität der Person oder Art der Person, die die Daten nutzt;
- 5) Freiwilligkeit der Erteilung der Daten und Verarbeitung;
- 6) Recht, die Zustimmung zur Verarbeitung zu widerrufen, sowie Rechtsfolgen im Falle des Widerrufs;
- 7) Rechte, die ihnen bei unerlaubter Verarbeitung zustehen;
- 8) andere Umstände, deren Nichtmitteilung an die Person, auf die sich die Angaben beziehen, gewissenhaftem Verhalten zuwiderläuft. Erst nach Erhalt dieser Informationen können die Verbraucher eine schriftliche vollgültige Zustimmung für die Verarbeitung der Personendaten erteilen. Die Schriftform setzt im konkreten Fall voraus, dass die Verbraucher die Zustimmung, die alle mit dem Gesetz vorgesehenen Elemente enthält, unterschreiben. Die Zustellung gescannter Unterlagen oder Nutzung der elektronischen Signatur ist ausgeschlossen.

Eine Ausnahme bildet die Erhebung von Daten durch Online-Applikationen; in diesem Fall ist es erlaubt, dass die Information auf die Web-Applikation gesetzt wird und die Verbraucher durch Anklicken eines bestimmten Kästchens bestätigen, dass sie mit dem Inhalt der Information bzw. Verarbeitung der Personendaten einverstanden sind.

Händler, Banken, Versicherungsgesellschaften, Leasingunternehmen u. ä. sind gesetzlich dazu verpflichtet, Personendatensammlungen intern zu erfassen und entsprechende Verfahren vor dem Datenschutzbeauftragten durchzuführen. Besondere Aufmerksamkeit schenkt der Datenschutzbeauftragte der Kontrolle der Durchführung von organisatorischen und technischen Maßnahmen zwecks Personendatenschutzes vor Verlust, Vernichtung, unerlaubtem Zugang, Änderung, Veröffentlichung und jeglichem anderen Missbrauch, sowie Festsetzung der Pflicht von Personen, die bei der Verarbeitung beschäftigt sind, die Daten geheim zuhalten.

Ein Vorgehen, das dem Personendatenschutzgesetz zuwiderläuft, ist strafbewehrt und kann zur Verhängung der Maßnahme des Verbots der Personendatenverarbeitung und zur Geldstrafe bis zu 1.000.000,00 Dinar je verübter Ordnungswidrigkeit führen. Neben der Strafverantwortung riskieren die Händler und Finanzinstitutionen, die dieses Gesetz nicht anwenden, ihr geschäftliches Ansehen und die Möglichkeit des Eintritts eines Reputationsschadens.

Ivan Milošević & Bojan Šunderić

Kontakt: Tel. +381 11 207-6850

ivan.milosevic@jpm.rs

bojan.sunderic@jpm.rs