



Werbung und Datenschutz

Wenn Sportvereine Mitglieder oder auch ehemalige Teilnehmer von Sportangeboten anschreiben, sind unterschiedliche rechtliche Aspekte zu beachten.

Da es sich um eine Datennutzung handelt, benötigt der Verein eine Rechtsgrundlage. In Betracht kommt eine Verarbeitung auf Basis einer Einwilligung, zur Erfüllung des Vertrages oder zur Wahrung der berechtigten Interessen.

Auch ohne Einwilligung dürften Mitglieder angeschrieben werden, da die Informationen über Vereinsangebote der Verwirklichung des Satzungszwecks dienen. In jedem Fall dient die Nutzung der Daten den berechtigten Interessen des Vereins.

Bei Nichtmitgliedern dürfte dagegen der Rechtsgrund der Vertragserfüllung nicht greifen, da es sich um zukünftige Angebote handelt, die beworben werden. In Betracht kommt allerdings auch hier die Wahrung der berechtigten Interessen des Vereins, solange überwiegende Interessen der betroffenen Personen nicht erkennbar sind. Allerdings ist in diesem Zusammenhang die betroffene Person auf das Widerspruchsrecht hinzuweisen.

In Deutschland sind neben den datenschutzrechtlichen Regelungen noch weitere Vorschriften bei der Direktwerbung zu beachten. Nach § 7 des Gesetzes über den unlauteren Wettbewerb (UWG) sind geschäftliche Handlungen, durch die Marktteilnehmer in unzumutbarer Weise belästigt werden, unzulässig. Eine unzulässige Belästigung liegt allerdings dann nicht vor, wenn

- ein Unternehmer im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung von dem Kunden dessen elektronische Postadresse erhalten hat
- der Unternehmer die Adresse zur Direktwerbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen verwendet
- der Kunde der Verwendung nicht widersprochen hat und
- der Kunde bei Erhebung der Adresse und bei jeder Verwendung klar und deutlich darauf hingewiesen wird, dass er der Verwendung jederzeit widersprechen kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

Die Direktwerbung ist damit auf die Bewerbung eigener Produkte und Dienstleistungen und auf die vorab aufgeklärten Bestandskunden beschränkt.

Da die Ausnahme nur bei Verwendung der elektronischen Adresse (z.B. E-Mail) gilt, ist in allen anderen Fällen der Direktwerbung aus wettbewerbsrechtlicher Sicht eine Einwilligung empfehlenswert und ggf. sogar erforderlich. #