FAQ 12 - Wahlmöglichkeit - Zeitpunkt des Widerspruchs

F: Hat eine Einzelperson im Rahmen des Grundsatzes der Wahlmöglichkeit lediglich zu Beginn des Kontakts eine Wahlmöglichkeit oder jederzeit?

A: Allgemein soll der Grundsatz der Wahlmöglichkeit gewährleisten, dass personenbezogene Daten in einer Weise genutzt und weitergegeben werden, die mit den Erwartungen und Entscheidungen des Betroffenen übereinstimmt. Dementsprechend sollte der Betroffene zu jeder Zeit entscheiden können, ob seine personenbezogenen Daten für das Direktmarketing verwendet werden dürfen oder nicht; hierfür können die Organisationen aber eine angemessene Frist festlegen, die sie zur effektiven Berücksichtigung eines Widerspruchs benötigen. Daneben kann die Organisation hinreichende Informationen anfordern, die die Identität der Person bestätigen, die Widerspruch einlegt. In den Vereinigten Staaten können Betroffene von der Wahlmöglichkeit Gebrauch machen, indem sie auf ein zentrales „Widerspruchsprogramm“ zurückgreifen, wie der Mail Preference Service der Direct Marketing Association. Organisationen, die an dem Mail Preference Service teilnehmen, sollten Verbraucher, die keine kommerziellen Informationen erhalten möchten, auf diesen Dienst hinweisen. Auf jeden Fall sollte den Betroffenen ein leicht zugänglicher und erschwinglicher Mechanismus zur Verfügung gestellt werden, um diese Möglichkeit nutzen zu können.

Gleichermaßen kann eine Organisation Daten für bestimmte Zwecke des Direktmarketing verwenden, wenn es unmöglich ist, dem Betroffenen vor Nutzung der Daten eine Widerspruchsmöglichkeit einzuräumen, sofern die Organisation dem Betroffenen unmittelbar danach (und auf Verlangen jederzeit) die Möglichkeit einräumt, den Erhalt weiterer Direktwerbung (ohne Kosten für den Verbraucher) abzulehnen, und die Organisation den Wünschen des Betroffenen nachkommt.