

Informationen betreffend unerwünschte Werbung mittels elektronischer Post (Spam)

RTR-GmbH

RTR

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|-------|--|----|
| 1 | Überblick..... | 3 |
| 2 | Was kann ich gegen störende E-Mail- oder SMS-Werbung (Spam) tun? | 3 |
| 2.1 | Vorbeugung | 3 |
| 2.2 | Unerwünschte Nachrichten per E-Mail | 4 |
| 2.2.1 | Spamfilter | 4 |
| 2.2.2 | Störende E-Mail-Werbung von einem seriösen Unternehmen | 5 |
| 2.2.3 | Spam von einem unseriösen oder schwer/nicht feststellbaren Absender | 5 |
| 2.3 | Unerwünschte SMS – was kann ich dagegen tun? | 6 |
| 2.4 | Welche Behörde kann mir gegen Spam helfen? | 8 |
| 2.5 | Wo finde ich weitere Informationen? | 9 |
| 3 | Wie sieht die österreichische Rechtslage betreffend unerwünschte Werbung mittels elektronischer Post (Spam) aus?..... | 9 |
| 3.1 | Überblick..... | 9 |
| 3.2 | Unerbetene E-Mails und SMS | 10 |
| 3.3 | Besonderheiten bei unerbetenen Nachrichten im Unternehmensbereich | 10 |
| 3.4 | SMS-Werbung | 11 |
| 3.5 | Grenzüberschreitende Werbung..... | 11 |
| 4 | Liste nach § 7 E-Commerce-Gesetz (ECG) | 11 |
| 4.1 | Was ist die von der RTR-GmbH geführte Liste? | 11 |
| 4.2 | Wie kann man sich in diese Liste eintragen? | 12 |
| 4.3 | Soll ich meine E-Mail-Adresse in die Liste eintragen?..... | 12 |
| 4.4 | Bin ich durch das Eintragen in die ECG-Liste vor weiteren Spam-E-Mails geschützt? | 13 |
| 4.5 | Wer kann die Liste der RTR-GmbH abrufen?..... | 13 |
| 4.6 | Wie kann ein Diensteanbieter die Liste der RTR-GmbH abrufen? | 13 |
| 4.7 | Was ist der Unterschied zwischen der ECG-Liste der RTR-GmbH und der „Robinson-Liste“ des Fachverbands Werbung? | 13 |
| 5 | Hinweise für Diensteanbieter, der mittels unerbetener Nachrichten werben wollen..... | 14 |
| 5.1 | Werbung mittels Anrufen und Fax | 14 |
| 5.2 | Werbung mittels E-Mail..... | 14 |
| 5.2.1 | Was ist gemäß § 107 TKG 2003 zu beachten?..... | 15 |
| 5.2.2 | Was bringt § 7 ECG?..... | 16 |
| 5.3 | Werbung mittels SMS | 17 |
| 6 | Anhang | 18 |
| 6.1 | § 107 Telekommunikationsgesetz 2003 (in Kraft ab 01.03.2006) | 18 |
| 6.2 | § 12 Abs. 3 Wertpapieraufsichtsgesetz (in Kraft seit 01.10.2004) | 19 |
| 6.3 | § 7 E-Commerce-Gesetz (in Kraft seit 01.01.2002)..... | 19 |
| 6.4 | Kommunikationsparameter-, Entgelt und Mehrwertdienstverordnung (KEM-V, in Kraft seit 12.05.2004)..... | 19 |
| 6.5 | Auszug aus den Verfahrensrichtlinien für ISP für die Behandlung von Spam (Code of Conduct) beschlossen am 03.12.2003 | 21 |
| 6.6 | Fernmeldebüros..... | 22 |
| 6.7 | Sonstige Kontaktstellen | 23 |

1 Überblick

Unerbetene Nachrichten (Anrufe, Faxe, E-Mail, SMS; englisch: „Spam“) sind zu einem großen Problem geworden. In der Rechtsordnung gibt es verschiedene Ansätze zur Regelung dieses Problems. Im Wesentlichen unterscheidet man dabei zwischen „Opt-in“ (Unerbetene Nachrichten sind verboten, wenn der Empfänger nicht im Vorhinein zugestimmt hat.) und „Opt-out“-Regelungen (Unerbetene Nachrichten sind erlaubt, wenn dem Empfänger die Möglichkeit gegeben wird, weitere Nachrichten abzulehnen.). Sowohl auf europäischer Ebene (Kommunikations-Datenschutzrichtlinie 2002/58/EG) als auch in der ursprünglichen Regelung im Telekommunikationsgesetz 2003 (TKG 2003) wurden Mischformen aus Opt-in- und Opt-out-Regelungen etabliert. Durch die mit 01.03.2006 in Kraft tretende Novellierung des § 107 TKG 2003 wird die in Österreich bestehende Regelung wieder verschärft: Es wird die Rechtslage wieder der vor dem TKG 2003 herrschenden angeglichen. Das bisher für den Business-to-Business-Bereich bestehende „Opt-out“ weicht einem „Opt-in“ wie es für Verbraucher schon vorgesehen ist.

In der Praxis zeigt sich, dass Spam hauptsächlich von Personen verursacht wird, denen die rechtlichen Regelungen offensichtlich gleichgültig sind und die ihre Identität verschleiern, um rechtlicher Verfolgung zu entkommen. Spam wird überdies zum Großteil aus dem Ausland nach Österreich versandt, was die rechtliche Verfolgung erschwert bzw. überhaupt unmöglich macht. Technische Maßnahmen (Spamfilter) erweisen sich daher zur Abwehr von Spam in der Regel effizienter als die rechtliche Verfolgung.

Den von den Internet-Service-Providern (ISP) ergriffenen bzw. angebotenen Maßnahmen gegen Spam und den verschiedenen international abrufbaren Sperrlisten (Black lists) kommt inzwischen in der Praxis größere Bedeutung zu als den jeweiligen nationalen Rechtsvorschriften. In Österreich gibt es kaum noch Formen von legaler unerbetener E-Mail-Werbung. Aber auch in den wenigen legalen Fällen ist es inzwischen sehr wahrscheinlich, dass jemand, der massenhaft unerbetene Werbe-E-Mails versendet, rasch auf Sperrlisten eingetragen bzw. von seinem Internet-Service-Provider gesperrt oder gekündigt wird.

2 Was kann ich gegen störende E-Mail- oder SMS-Werbung (Spam) tun?

2.1 Vorbeugung

Vorbeugung ist sicherlich die beste Möglichkeit, um sich vor unerwünschten Nachrichten zu schützen. Nachstehend finden Sie dazu einige Tipps.

- Gehen Sie sorgsam mit Ihrer E-Mail-Adresse und Ihrer Mobiltelefonnummer um. Veröffentlichen Sie diese nicht auf Websites. Posten Sie nicht mit Ihrer normalen Adresse in Newsgroups. Achten Sie in Chatforen darauf, dass Ihre E-Mail-Adresse nicht (z. B. in einem Mitgliederverzeichnis) veröffentlicht wird.
- Wenn Sie Ihre E-Mail-Adresse auf Ihrer Website angeben wollen, tarnen Sie die Adresse, damit sie für Programme, die das Netz durchsuchen, nicht erkennbar wird. Schreiben Sie z. B. „max dot mustermann at testdomain.at“ statt max.mustermann@testdomain.at oder verwenden Sie eine Grafik an Stelle von Text.

- Geben Sie in Bestellformularen oder dergleichen im Zweifel nicht Ihre echte (z.B. berufliche) E-Mail-Adresse an, sondern eine Gratisadresse, die Sie im Falle von zuviel Spam leicht wechseln können. Es gibt zahlreiche Anbieter von kostenlosen Mail-Accounts bzw. auch die Möglichkeit von Kurzzeit-Adressen, bei denen nur einige E-Mails an Sie weitergeleitet werden und die Adresse danach automatisch gelöscht wird.
- Geben Sie Ihre Mobiltelefonnummer nach Möglichkeit nicht in Webformulare ein. Wenn Sie über ein Webformular Handylogos bestellen, achten Sie darauf, dass es sich um einen seriösen Anbieter handelt, der Ihnen zusichert, Ihre Daten nicht weiterzugeben. Wenn Sie SMS über das Internet versenden, achten Sie im Interesse des Empfängers darauf, dass es sich um einen seriösen Anbieter handelt.
- Sollten Sie kein Interesse an kostenpflichtigen SMS-Diensten haben, kann Ihnen Ihr Mobilfunkbetreiber auch kostenlos eine Sperre für kostenpflichtige Mehrwert-SMS eingerichtet werden. Diese verhindert das Zu- und Absenden von kostenpflichtigen Mehrwert-SMS an 09xx.
- Antworten Sie nicht auf Spam-Mails. Der Absender weiß dann, dass Ihre Adresse existiert. Klicken Sie auch nicht auf Links in Spam-Mails und achten Sie darauf, dass Ihr Mailprogramm Grafiken, die in HTML-Mails enthalten sind, nicht automatisch lädt. Links in Mails (z. B. Links auf Grafiken) enthalten oft personenbezogene Nummern, aus denen der Spammer erkennen kann, welche seiner Mails angekommen ist.

2.2 Unerwünschte Nachrichten per E-Mail

2.2.1 Spamfilter

Privatkunden sollten bei der Auswahl ihres Internet-Service-Providers darauf achten, dass der Provider ihnen Spamfilter anbietet. Geschäftskunden werden es wahrscheinlich vorziehen, selbst Spamfilter zu installieren.

Es gibt verschiedene Arten von Filter:

- Manche Filter vergleichen die IP-Adressen der Server, über welche die E-Mails abgesandt wurden, mit Datenbanken, in denen die IP-Adressen bekannter Spammer und Open Relays (Mailserver, die so konfiguriert sind, dass sie auch E-Mails weiterleiten, die nicht aus dem eigenen Netz stammen) gesammelt werden. E-Mails von solchen Servern werden als Spam erkannt.
- Manche Filter analysieren den Inhalt der E-Mails und sortieren Mails aus, in denen z. B. bestimmte Wörter vorkommen, die auf Spam hindeuten, oder Mails, die an zahlreiche Adressaten gesandt wurden.
- Viele Filterprogramme erlauben es Ihnen aktiv zu beeinflussen, ob E-Mails als Spam erkannt werden sollen oder nicht. Sie können dabei schwarze Listen für E-Mails definieren, die jedenfalls blockiert werden sollen, oder weiße Listen, für E-Mails die jedenfalls durchgelassen werden sollen.
- Es gibt Filterprogramme, die in gewissem Maße lernfähig sind und z. B. aus Ihrer persönlichen schwarzen Liste auch ableiten, welche anderen E-Mails als Spam eingestuft werden sollen. Manche Programme sind überdies vernetzt und tauschen Informationen mit zentralen Datenbanken aus: Inhalte, die von vielen anderen Usern bereits als Spam eingestuft wurden, werden dann auch bei Ihnen gefiltert.

- Achten Sie darauf, ob die angebotenen Filtermöglichkeiten die erkannten Spam-E-Mails generell löschen oder ob vorerst der Spam nur in einem eigenen Ordner landet. In letzterem Fall können Sie gelegentlich in diesen Ordner schauen und darauf achten, dass der Filter nichts als Spam markiert, was Ihnen wichtig ist.

2.2.2 Störende E-Mail-Werbung von einem seriösen Unternehmen

Sollten Ihnen nachstehende Anregungen für diesen Fall von Spam zu aufwendig sein, so ist es sicherlich am einfachsten die E-Mail zu ignorieren bzw. zu löschen.

Erhalten Sie E-Mails von einem bekannten Unternehmen (als Absender), könnte natürlich der Fall vorliegen, dass die Zusendung rechtlich zulässig ist. Möglicherweise waren Sie einmal mit diesem Unternehmen in Kontakt und haben dabei der Werbung mittels E-Mail zugestimmt (vielleicht war die Zustimmungserklärung auch in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder auf einem Vertragsformblatt enthalten). Gemäß § 107 Abs. 3 TKG 2003 können Unternehmen – unter Einhaltung gewisser Rahmenbedingungen – an ihre eigenen Kunden Werbe-E-Mails auch ohne vorherige Zustimmung senden.

Sie können eine einmal erteilte Zustimmung aber jederzeit widerrufen. Auch wenn Nachrichten zulässigerweise ohne vorherige Zustimmung versandt wurde, muss jedenfalls in der Nachricht selbst die Möglichkeit eingeräumt werden, kostenfrei und problemlos weitere E-Mails abzulehnen (§ 107 Abs. 3 Z 3 TKG 2003).

Antworten Sie auf die E-Mail und weisen Sie das Unternehmen darauf hin, dass Sie keine Werbung per E-Mail wünschen bzw. eine eventuell erteilte Zustimmung von Ihnen zurückgezogen wird.

Wenn dies nichts nützt, können Sie das Unternehmen beim zuständigen Fernmeldebüro (wenn es sich um einen Finanzdienstleister handelt, bei der Finanzmarktaufsichtsbehörde) schriftlich anzeigen. Die Kontaktadressen finden Sie am Ende des Informationsblattes.

Wurde die Werbung von einem ausländischen Diensteanbieter mit Sitz in einem EU- oder EWR-Staat abgesandt, dann können Sie sich über das Bundesministerium für Justiz an die zuständige ausländische Aufsichtsstelle wenden.

2.2.3 Spam von einem unseriösen oder schwer/nicht feststellbaren Absender

Diese Formen von Spam sind zwar besonders ärgerlich und sicherlich die am häufigsten vorkommende Art. In Wirklichkeit kann man aber nicht viel dagegen tun. Die einfachste Maßnahme gegen diesen Spam ist jedenfalls, das Löschen der lästigen E-Mails und eventuell dafür zu sorgen, dass der Spamfilter gleichartige E-Mails in Zukunft automatisch erkennt.

Rechtlich gegen die Versender von diesen unseriösen E-Mails vorzugehen ist praktisch nicht möglich. Hinzu kommt, dass es schwierig ist, den wirklich Verantwortlichen zu eruieren.

Was Sie nicht tun sollten

Antworten Sie nicht direkt auf die E-Mail. Spammer versenden große Anzahlen von E-Mails an Adressen, von denen die meisten nicht mehr aktuell sind. Wenn Sie antworten, ist das für den Spammer eine Bestätigung, dass die E-Mail-Adresse noch aktiv ist. Er wird umso mehr die aktiven Adressen bespammen.

Aus demselben Grund sollten Sie auch nicht von den angebotenen Möglichkeiten Gebrauch machen, sich von einer angeblichen „Opt-in-Liste“ streichen zu lassen. Viele Spammer behaupten fälschlich, Sie würden die E-Mail erhalten, weil Sie sich auf eine Liste eintragen haben lassen und dass Sie sich jederzeit von der Liste streichen lassen könnten. In den meisten Fällen ist dies eine falsche Information. Durch das Antworten wird ebenfalls das Bestehen der Adresse bestätigt.

In vielen Fällen ist in der E-Mail ein individueller URL eingetragen (z. B. <http://www.werdeschnell-reich.xy/232187362>). Dabei wurde die Nummer vom Spammer Ihrer E-Mail-Adresse zugeordnet. Wenn Sie auf diesen Link in der E-Mail klicken und die entsprechende Webseite ansehen, dann weiß der Spammer, dass Sie die E-Mail gelesen haben. Er wird dies als Interesse deuten und Ihnen umso mehr E-Mails senden.

Oft wird Spam als HTML-Seite formatiert, wobei durch das Öffnen der E-Mail Grafiken mit individueller URL nachgeladen werden. Der Spammer weiß dann schon beim Öffnen der E-Mail, dass die E-Mail-Adresse aktiv ist und die E-Mail gelesen wurde. Vielfach ist es also am Sinnvollsten, offenkundige Spam-Mails ungelesen zu löschen.

Informationen und Tipps (zB Was kann wie aus dem E-Mail-Kopf herausgelesen werden?) findet man unter:

<http://abuse.net/>

<http://www.rahul.net/falk/mailtrack.html>

<http://samspade.org>

<http://www.geektools.com/>

2.3 Unerwünschte SMS – was kann ich dagegen tun?

Im Großen und Ganzen können Sie eigentlich nur vorbeugen (siehe Kapitel 2.1). Achten Sie darauf, wem Sie Ihre Mobiltelefonnummer geben und tragen Sie diese insbesondere nicht in (unseriöse) Webformulare ein.

Im Einzelfall gegen unerwünschte SMS vorzugehen, ist schwierig, da für den Empfänger meist schwer feststellbar ist, woher die SMS stammt. Jede SMS wird über ein Short Message Service Center (SMSC) versandt. Die Nummer des absendenden SMSC ist zwar Bestandteil der SMS, wird aber nicht von jedem Endgerät angezeigt. Häufig werden SMS über Internet-Portale versandt. Die SMS wird dabei in ein Webformular eingegeben und vom Portalbetreiber an das SMSC eines Mobilfunkbetreibers weitergesandt. Dass eine SMS über ein Internet-Portal versandt wurde, erkennt man häufig daran, dass der Portalbetreiber seine Internet-Adresse sowie manchmal auch Werbung an den Text der SMS anhängt.

Erhalten Sie beispielsweise SMS-Werbung, die über ein Internet-Portal im Ausland abgesandt wurde, dann wird die SMS vom Betreiber des Internet-Portals an das SMS-Servicecenter eines ausländischen Mobilfunkbetreibers gesandt und von dort direkt über das Mobilfunknetz des österreichischen Betreibers an Ihr Handy. Die beiden Mobilfunkbetreiber leiten das SMS nur durch, sie können daher nicht angeben, wer der Absender war.

Die Betreiber haben wenig Möglichkeit etwas gegen Missbrauch zu unternehmen. Natürlich besteht die Möglichkeit, dass Ihr österreichischer Netzbetreiber ein ausländisches SMS-Servicecenter als solches sperrt. Damit würde er aber Millionen von Kunden daran hindern, SMS aus dem Ausland in sein österreichisches Netz zu senden. Der ausländische Netzbetreiber könnte in seinem SMS-Servicecenter das Internet-Portal sperren. Auch diese Maßnahme würde aber viele Tausend Kunden, die den Dienst ordnungsgemäß in Anspruch nehmen, behindern. Die Betreiber können daher eigentlich nur Maßnahmen durch temporäre Sperren setzen, wenn auffällt, dass plötzlich eine Vielzahl von SMS versendet wird. Am sinnvollsten sind solche Sperren an der „Quelle“. Der Betreiber eines Internet-Portals kann z. B. den Versand blockieren, wenn von einem bestimmten Rechner sehr viele SMS innerhalb kurzer Zeit abgesandt werden. Ein Mobilfunkbetreiber wiederum kann die Betreiber der an sein SMSC angeschalteten Internet-Portale in den abgeschlossenen Verträgen zu solchen Vorsichtsmaßnahmen anhalten. Wirklich verhindern können diese Maßnahmen das Spamproblem nicht, sie können es aber beschränken bzw. kann reagiert werden.

Wiederholt sind Fälle aufgetreten, bei denen SMS offenbar in Betrugsabsicht über Internet-Portale abgesandt wurden. Die Betrüger haben dabei die von den Portalbetreibern gesetzten Maximalanzahlen nicht überschritten, sondern über einige Zeit verteilt einige hundert SMS versandt, in denen die Empfänger dazu verleitet wurden, Mehrwertdienstnummern anzurufen. Die Anrufer wurden dann während den Telefonaten zu diesen Mehrwertnummern möglichst lange hingehalten und dabei finanziell geschädigt.

Kostenpflichtige unerwünschte SMS

Sollten Sie solche erhalten, besteht die Möglichkeit bei Ihrem Mobilfunkbetreiber die Einrichtung einer Sperre von Mehrwertdienst-SMS beantragen. Diese schützt zwar nicht vor (kostenfreien) Spam-SMS, aber zumindest vor unerwünschten Kosten. Die Sperre verhindert, dass von Ihrem Mobiltelefon Mehrwertdienst-SMS an 09xx geschickt werden können bzw. kostenpflichtige Mehrwertdienst-SMS an Sie gesandt werden. Auch im Falle eines Diebstahls ist diese Sperre sinnvoll. Zu beachten ist aber, dass dann auch keine gewünschten Mehrwertdienste (Klingeltöne etc.) genutzt werden können.

Beim Empfang von unangeforderten (Werbe-)SMS ist Folgendes zu beachten

- Nicht die in der SMS angegebene Telefonnummer anrufen und keine SMS an diese Nummer senden, insbesondere dann nicht, wenn es sich um eine teure Mehrwertdienstnummer (09xx) oder eine ausländische Telefonnummer handelt.
- Wenn eine Mehrwertdienstnummer beworben wird, kann auf der Homepage der RTR-GmbH unter <http://www.rtr.at/rufnummernabfrage> der Dienstenetzbetreiber bzw. der Diensteanbieter abgefragt werden, der wahrscheinlich in irgendeinem Zusammenhang mit der Werbe-SMS steht.
- Ist der Absender bekannt und ein an sich seriöses Unternehmen: Kontaktieren Sie das Unternehmen am besten schriftlich (z. B. per E-Mail) und teilen Sie mit, dass die Zusendung von weiteren Werbe-SMS unerwünscht ist. (vgl. oben Kapitel 2.2.2).
- Nützt dies nichts oder ist der Absender ein offenbar unseriöses österreichisches Unternehmen, dann können Sie schriftlich Anzeige beim zuständigen Fernmeldebüro erstatten. Das ist aber nur sinnvoll, wenn der Absender feststellbar ist. Bevor Sie eine Anzeige erstatten, sollten Sie daher prüfen, von wo die SMS tatsächlich kommt: Wurde Ihnen die SMS von einem Bekannten weitergeleitet? Ist die in der SMS angegebene Internet-Adresse die Adresse des Absenders oder die Adresse eines Portalbetreibers, über den die SMS verschickt wurde? In diesen Fällen ist die Anzeige beim Fernmeldebüro nicht zwingend zielführend.

- Wenn die SMS über ein Internet-Portal versandt wurde und Sie den Eindruck haben, der Portalbetreiber unternimmt zu wenig gegen den missbräuchlichen Versand von SMS über seine Portal, kontaktieren Sie den Portalbetreiber.
- Bei Verdacht von Betrugsfällen: Erstellen Sie Anzeige bei der Staatsanwaltschaft oder melden Sie es den Sicherheitsbehörden.
- Leiten Sie keine Ketten-SMS (Glücksspiele,...) weiter.
- Ist der Absender nicht erkennbar, löschen Sie die SMS einfach.

Stoppen von Mehrwertdienst-SMS-Abonnements

Diese Tipps können in den Fällen weiterhelfen, in denen statt einzelnen Klingeltönen etc. ein Abonnement bestellt wurde bzw. ein zwar bestelltes Abonnement (Sportnachrichten, etc.) nun aber nicht mehr gewollt wird.

- Schreiben Sie ein SMS mit „Stopp“ oder „Ende“ an die Absendernummer. Diese SMS muss nach den gesetzlichen Vorgaben entgeltfrei sein.
- Informieren Sie Ihren Mobilfunk-Betreiber unter Angabe der Absendernummer über den Empfang. Dieser hat die Möglichkeit mit dem Diensteanbieter in direkten Kontakt zu treten und die Beendigung des Abonnements zu veranlassen.
- Überdenken Sie Ihr SMS-Verhalten: Haben Sie oder ein Mitbenutzer des Mobiltelefons einen Dienst (z.B. ein Klingeltonabo) bestellt und nicht abbestellt?
- Beeinspruchen Sie die Telefonrechnung mit der die Entgelte für die unerwünschten und kostenpflichtigen SMS in Rechnung gestellt werden, schriftlich bei Ihrem Betreiber, wenn der Dienst nicht bestellt wurde.
- Überlegen Sie die Einrichtung einer Mehrwertdienst-SMS-Sperre. Diese unterbindet sowohl den Versand als auch den Empfang von kostenpflichtigen SMS. Für die Einrichtung setzen Sie sich bitte mit Ihrem Mobilfunkbetreiber direkt in Verbindung. Wenn Sie es schriftlich machen, haben Sie einen Beleg, dass die Sperre beantragt wurde.
- Sollte die Belästigung fort dauern, können Sie die Daten (Absenderrufnummer, Inhalt der SMS, Datum/Uhrzeit des Empfangs etc) dem zuständigen Fernmeldebüro bekannt geben. Bei Verstößen gegen das TKG 2003 oder die Kommunikationsparameter-, Entgelt- und Mehrwertdienstverordnung (KEM-V) hat das Fernmeldebüro die Möglichkeit, gegen den Inhaber der Absenderrufnummer ein Verwaltungsstrafverfahren einzuleiten. Dies bedeutet aber nicht unbedingt das Ende der Belästigung.

2.4 Welche Behörde kann mir gegen Spam helfen?

In den meisten Fällen kommt Spam per E-Mail aus dem Ausland und der Absender ist schwer feststellbar. Der Internet-Service-Provider, über dessen Server gespammt wurde, ist meist leichter feststellbar und kann effizienter eingreifen als die zuständige Behörde. Auch wird Spam durch Anzeigen bei Behörden nicht aufhören. Dies muss bewusst sein. In diesen Fällen helfen die unter 2.2. genannten Möglichkeiten am ehesten.

Wenn der Absender unerwünschter E-Mail-Werbung ein Unternehmen mit Sitz in Österreich ist, können Sie Anzeige (am Besten schriftlich) beim zuständigen Fernmeldebüro erstatten. Wenn Sie Verbraucher sind und die E-Mail-Werbung von einem Finanzdienstleister abgesandt wurde, dann erstatten Sie Anzeige bei der Finanzmarktaufsichtsbehörde (<http://www.fma.gv.at/>).

Kommt unerwünschte E-Mail-Werbung aus einem anderen Staat der EU (bzw. des EWR), dann können Sie sich an das Bundesministerium für Justiz wenden, welches Ihre Beschwerde an die zuständige ausländische Aufsichtsstelle weiterleiten wird.

Die Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) hat gemäß § 7 E-Commerce-Gesetz (ECG) eine Liste der Personen zu führen, die keine E-Mail-Werbung wünschen. Gegen unerwünschte E-Mail-Werbung nützt diese Liste nur sehr beschränkt (siehe Kapitel 4.4). Darüber hinaus hat die RTR-GmbH keine behördliche Zuständigkeit zur Unterbindung von Missbrauch bzw. keine Möglichkeit gegen Spam jeglicher Art vorzugehen.

2.5 Wo finde ich weitere Informationen?

Übersicht über Spamfilter: <http://spamlinks.net/filter.htm>
White Paper von David Harris: <ftp://ftp.usm.maine.edu/pegasus/misc/spam.zip>
<http://abuse.net/> und <http://spam.abuse.net/>
<http://members.aol.com/emailfaq/emailfaq.html>
<http://heise.de>

3 Wie sieht die österreichische Rechtslage betreffend unerwünschte Werbung mittels elektronischer Post (Spam) aus?

3.1 Überblick

Durch die Novellierung des § 107 TKG 2003 gibt es nur noch stark eingeschränkt Möglichkeiten, Werbemails bzw. Werbe-SMS zuzusenden. Im Wesentlichen wird bei der unerbetenen Zusendung von elektronischer Post nicht mehr in Verbraucher im Sinne des Konsumentenschutzgesetzes und in andere Empfänger unterschieden. Sondern die bestehende Rechtslage für Verbraucher wird nun auch für Unternehmer gelten. Das bisher nur für Verbraucher vorgesehene „Opt-in“ (Zusendung ist nur nach vorheriger Zustimmung zulässig) wird in Zukunft auch für den Business-to-Business-Bereich gelten.

Zusätzlich sind privatrechtliche Vereinbarungen zu beachten, nach denen Spammen untersagt ist. Die meisten Internet-Service-Provider verbieten ihren Kunden in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) das Versenden von Spam. Die ISPA (Internet Service Providers Austria), in der über 200 Internet Service Provider vertreten sind, hat im Dezember 2003 einen „Code of Conduct“ gegen Spam (Verhaltensrichtlinien) beschlossen (siehe Kapitel 6.5). In diesem verpflichtet sie ihre Mitglieder gegen Spam vorzugehen.

Das E-Commerce-Gesetz (ECG) verpflichtet in § 7 ECG die RTR-GmbH eine Liste zu führen, in die sich diejenigen Personen und Unternehmen kostenlos eintragen können, die für sich die Zusendung kommerzieller Kommunikation im Weg der elektronischen Post ausgeschlossen haben. Diensteanbieter, die E-Mail-Werbung zulässigerweise ohne vorherige Zustimmung des Empfängers versenden, müssen diese Liste beachten. Dies gilt auch für ausländische Versender von Werbemails.

3.2 Unerbetene E-Mails und SMS

Die Novellierung des § 107 TKG 2003 bringt nun eine Gleichstellung von Verbraucher und Unternehmer in den vorhandenen gesetzlichen Bestimmungen bzw. wurde das bisherige „Opt-out“ Prinzip für den Business-Bereich wieder gestrichen.

Generell werden unter unerbetenen Nachrichten einerseits Werbemails und andererseits Massenmails (an mehr als 50 Adressaten) verstanden. Gegenüber Verbrauchern bedürfen Werbemails grundsätzlich weiterhin der vorherigen Zustimmung des Empfängers. § 107 Abs. 2 TKG 2003 verlangt die vorherige Einwilligung sowohl für die Fälle der Direktwerbung, als auch für Massenmails. Das „Opt-in“ Prinzip des § 107 Abs. 2 TKG 2003 gilt nun aber für **alle** Adressaten, dass heißt auch für den B2B-Bereich.

Die Ausnahme für den Bereich des „Customer Relationships“ in § 107 Abs. 3 TKG 2003 hat nun für alle Empfänger von elektronischer Post Gültigkeit. Die vorherige Zustimmung zur Zusendung von elektronischer Post ist dann nicht erforderlich, wenn der Absender die Kontaktdaten im Zusammenhang mit einem Verkauf oder einer Dienstleistung erhalten hat und die Nachricht zur Direktwerbung für eigene ähnliche Produkte oder Dienstleistungen erfolgt. Unternehmen dürfen also ihren eigenen Kunden (Verbraucher oder Unternehmer) E-Mail- und SMS-Werbung zusenden, wenn sie die E-Mail-Adresse oder Telefonnummer im Zusammenhang mit dem Vertrag mit dem Kunden erhalten haben und ähnliche Produkte oder Dienstleistungen bewerben wollen. Der Empfänger muss aber klar und deutlich die Möglichkeit haben, dies von vornherein (dh schon bei der Erhebung er Kontaktdaten) abzulehnen. Weiters muss der Kunde auch bei jeder einzelnen Werbesendung die Möglichkeit erhalten, weitere Werbung kostenfrei und problemlos abzulehnen. Für SMS-Werbung ist die Ausnahme des Abs. 3 daher wohl schwer zu realisieren.

Diensteanbieter, die Werbung mittels elektronischer Post (E-Mail oder SMS) zulässigerweise ohne vorherige Einwilligung versenden, müssen ergänzend aber auch die Liste nach § 7 ECG beachten, auf die nun in § 107 Abs. 3 Ziffer 4 explizit verwiesen wird. Dies gilt also insbesondere, dann wenn ein Unternehmen die Ausnahme nach Abs. 3 nutzt, um seinen eigenen Kunden E-Mails zu senden. Ein solches Unternehmen wird vorher die Liste nach § 7 ECG konsultieren müssen (siehe auch Kapitel 5.). Andere Fälle als den des „Customer Relationships“ wird es nach der Novellierung des § 107 TKG 2003 für österreichische Unternehmer wohl nicht geben, da für alle Adressaten das „Opt-in“ gilt.

Weiters ist elektronische Post jedenfalls dann unzulässig, wenn der Absender verschleiert oder verheimlicht wird bzw. man ihm keine Aufforderung zur Beendigung der Zusendung zu kommen lassen kann.

3.3 Besonderheiten bei unerbetenen Nachrichten im Unternehmensbereich

Die nachstehenden Probleme könnten nach Einschätzung von Fachleuten nach der Novellierung des § 107 TKG 2003 auftreten, da der Bericht des Verkehrsausschusses (1127 der Beilagen zu den Stenographischen Protokollen des Nationalrates XXII GP) eine vom Gesetzestext abweichende Möglichkeit für den Business-to-Business-Bereich erwähnen.

Im oben angeführten Bericht des Verkehrsausschusses zu § 107 TKG 2003 ist angeführt, dass sicherzustellen ist, dass der Erstkontakt zwischen Unternehmen nicht unmöglich oder unverhältnismäßig gemacht wird. Daher sei anzunehmen, dass die Veröffentlichung von Kontaktinformationen auf der Website als Zustimmung iSd des § 107 TKG 2003 zu werten ist; außer die Veröffentlichung erfolgt aufgrund einer gesetzlichen Verpflichtung (zB Informationspflichten des § 5 ECG). Die Anwendung dieser Bestimmung kann aus Sicht der RTR-GmbH zu Unklarheiten führen, da der Ausschussbericht im Widerspruch zum Gesetzestext steht.

3.4 SMS-Werbung

Die Formulierung im TKG 2003 stellt klar, dass SMS ein Fall der „elektronischen Post“ und somit dem E-Mail gleichgestellt sind.

3.5 Grenzüberschreitende Werbung

Gemäß § 2 Verwaltungsstrafgesetz sind Verwaltungsübertretungen strafbar, wenn der Täter im Inland gehandelt hat oder wenn der zum Tatbestand gehörende Erfolg im Inland eingetreten ist. § 107 Abs. 6 TKG 2003 regelt nach der Novellierung nunmehr ausdrücklich, dass nicht nur Werbeanrufe und Werbefaxe, die vom Ausland aus getätigt oder abgesandt werden, jenem Ort zuzurechnen sind, an dem der Anruf den Anschluss des Teilnehmers erreicht, sondern bezieht sich zusätzlich auch auf Abs. 2 und 5 (elektronische Post inkl. SMS). Dazu ist aber anzumerken, dass die Durchsetzung von Strafbescheiden oftmals nur beschränkt oder gar nicht möglich ist.

4 Liste nach § 7 E-Commerce-Gesetz (ECG)

4.1 Was ist die von der RTR-GmbH geführte Liste?

§ 7 ECG verpflichtet die Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH dazu, eine Liste zu führen, in die sich diejenigen Personen und Unternehmen kostenlos eintragen können, die für sich die Zusendung kommerzieller Kommunikation im Weg der elektronischen Post ausgeschlossen haben. Diensteanbieter, die E-Mail-Werbung zulässigerweise ohne vorherige Zustimmung des Empfängers (dh TKG 2003-konform) versenden, müssen diese Liste beachten. Durch das In-Kraft-Treten der Novelle des § 107 TKG 2003 ist anzunehmen, dass die ECG-Liste an Bedeutung verlieren wird, da nur mehr sehr eingeschränkt mittels elektronischer Post geworben werden kann.

Grundlage für die Bestimmung im österreichischen E-Commerce-Gesetz ist eine Bestimmung der europäischen E-Commerce-Richtlinie 2000/31/EG. Als diese Richtlinie erlassen wurde, gab es in Europa unterschiedliche Ansätze zur Regelung des Spam-Problems. Neben Staaten, die durch eine strenge Opt-in-Regelung (erst nach Zustimmung ist Zusendung erlaubt) Spam weitgehend verboten haben, gab es auch Staaten, die versucht haben, durch Opt-out-Regelungen seriöse E-Mail-Werbung zu ermöglichen. Die E-Commerce-Richtlinie wurde Ende der Neunziger Jahre beraten und Frühjahr 2000 beschlossen. Inzwischen sind auch auf europäischer Ebene immer strengere Regelungen gegen Spam beschlossen worden (vgl. Art. 13 der Kommunikations-Datenschutzrichtlinie 2002/58/EG), sodass die Opt-out-Listen zunehmend an Bedeutung verlieren.

4.2 Wie kann man sich in diese Liste eintragen?

Senden Sie eine E-Mail, bei der die einzutragende E-Mail-Adresse als Absender aufscheint, an eintragen@ecg.rtr.at. Sie erhalten kurz darauf eine E-Mail, in der Sie zur Bestätigung aufgefordert werden. Wenn Sie diese E-Mail beantworten, wird Ihre E-Mail-Adresse eingetragen.

Wenn Sie mehrere E-Mail-Adressen eintragen lassen wollen, müssen Sie dieses Procedere für jede Adresse wiederholen.

Es können nur einzelne E-Mail-Adressen eingetragen werden, keine ganzen Domains, da die RTR-GmbH nicht nachprüfen kann, ob der Domaininhaber für alle Personen vertretungsbefugt ist, die eine E-Mail-Adresse dieser Domain haben.

Wenn Sie eine E-Mail-Adresse, die auf der Liste eingetragen ist, von der Liste entfernen wollen, senden Sie eine E-Mail bei der die zu löschende E-Mail-Adresse als Absender aufscheint, an entfernen@ecg.rtr.at. Sie werden kurz darauf per E-Mail zur Bestätigung aufgefordert. Wenn Sie diese E-Mail beantworten, wird die betroffene E-Mail-Adresse gelöscht.

4.3 Soll ich meine E-Mail-Adresse in die Liste eintragen?

Aufgrund der bisherigen Erfahrungen kann klar ausgesprochen werden, dass eine Eintragung Ihrer E-Mail-Adresse in die Liste keinen ausreichenden Schutz vor Spam darstellt und die Anzahl der von Ihnen erhaltenen Spam-Mails sich nicht verringern wird.

Die überwiegende Masse an Spam wird aus dem Ausland von Absendern versandt, die ihre Identität verschleiern, um einer Rechtsverfolgung zu entgehen. Eine Eintragung Ihrer E-Mail-Adresse in die Liste ändert nichts daran, dass Sie weiterhin solchen Spam erhalten werden. Was Sie gegen diese Formen von Spam (Werbung für Viagra, Kreditangebote etc) tun können, ist in Kapitel 2. beschrieben. Der Großteil des aus dem Inland versandten Spam ist auf Grund verschiedener rechtlicher Bestimmungen auch dann rechtswidrig, wenn die E-Mail-Adresse des Empfängers nicht auf der Liste eingetragen ist.

Rechtlich hat die Liste nur in den Fällen Bedeutung, in denen Unternehmen trotz der verschiedenen gesetzlichen Verbote legal unerbetene E-Mail-Werbung versenden. Wenn Sie rechtlich gegen Spammer vorgehen wollen, verbessert die Eintragung auf der Liste Ihre Rechtsposition.

Inzwischen wird die Liste von über 2076 Diensteanbietern (Stand: Jänner 2006) regelmäßig abgerufen. Obwohl davon auszugehen ist, dass diese Diensteanbieter die österreichischen Gesetze einhalten, kann die RTR-GmbH nicht verhindern, dass ein Unternehmen die Liste rechtswidrig weitergibt und die E-Mail-Adressen auf der Liste für die Versendung von Spam verwendet werden.

Es gibt mehrere Unternehmen und Rechtsanwälte, die Unterstützung bei Spam anbieten und dabei auffordern sich in die Liste gemäß § 7 ECG einzutragen, um sich „vor Spam zu schützen“. Wenn bei den in der Liste eingetragenen E-Mail-Adressen dennoch Spam einlangt, werden die Versender anwaltlich abgemahnt. Die Rechtsanwälte stellen dem Versender dafür ein Honorar in Rechnung.

Die RTR-GmbH legt Wert auf die Feststellung, dass sie mit diesen Unternehmen und Rechtsanwälten in keiner rechtlichen Beziehung steht. Die RTR-GmbH gibt zu bedenken, dass rechtliche Schritte gegen Spam nur dann ergriffen werden können, wenn der Absender feststellbar ist. Dies ist aber, da der meiste Spam aus dem Ausland versandt wird, nicht bzw. kaum möglich. Weiters ist zu beachten, dass Ihnen – auch dann, wenn Ihnen eine kostenlose Rechtsverfolgung der Absender angeboten wird – Zeitaufwand für die Kommunikation mit dem Rechtsanwalt und allfällige Zeugenaussagen vor Gericht entstehen können.

Eine Eintragung in die ECG-Liste ist also dann sinnvoll, wenn Sie rechtliche Schritte gegen Spammer ergreifen und Ihre Rechtsposition in diesen Gerichtsverfahren verbessern wollen. Die Anzahl der von Ihnen erhaltenen Spam-E-Mails wird die Eintragung auf der Liste aber nicht beeinflussen.

4.4 Bin ich durch das Eintragen in die ECG-Liste vor weiteren Spam-E-Mails geschützt?

Nein. Spam wird überwiegend von Personen versandt, denen die rechtlichen Vorschriften egal sind. Diese Personen werden die Liste auch nicht beachten.

4.5 Wer kann die Liste der RTR-GmbH abrufen?

Die RTR-GmbH muss die Liste jedem „Diensteanbieter der Informationsgesellschaft“ zur Verfügung stellen. Das ist - vereinfacht ausgedrückt - jeder, der im Internet wirtschaftlich tätig ist – also ein Großteil aller Unternehmen in Europa. Die RTR-GmbH hat keine Möglichkeit, zu überprüfen, ob es sich dabei um ein seriöses Unternehmen handelt oder um ein unseriöses, das die Liste dazu missbraucht, erst recht E-Mails an die Adressen auf der Liste zu versenden.

4.6 Wie kann ein Diensteanbieter die Liste der RTR-GmbH abrufen?

Senden Sie ein firmenmäßig gezeichnetes Fax an die Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (+43/1/58058-9490). Die RTR-GmbH hat ein Musterformular für ein solches Fax aufgelegt (abrufbar unter <http://www.rtr.at/ecg>).

Nach Erhalt des Fax wird die angegebene E-Mail-Adresse von der RTR-GmbH freigeschaltet. Sie können die Liste dann jederzeit abrufen, indem Sie eine leere E-Mail an abrufen@ecg.rtr.at senden. **Die Liste wird Ihnen nicht automatisch zugeschickt!**

4.7 Was ist der Unterschied zwischen der ECG-Liste der RTR-GmbH und der „Robinson-Liste“ des Fachverbands Werbung?

Manchmal wird die Liste nach § 7 E-Commerce-Gesetz mit der „Robinsonliste“ des Fachverbands Werbung der Wirtschaftskammer Österreich verwechselt. Die Liste nach § 7 ECG, die von der RTR-GmbH elektronisch geführt wird, betrifft Werbung mittels elektronischer Post und ist von allen Diensteanbietern zu beachten, die unerbetene Werbung mittels elektronischer Post versenden. Die Robinsonliste des Fachverbands Werbung ist von Adressverlagen und Direktmarketingunternehmen zu beachten, betrifft also die von diesen Unternehmen verwalteten und verkauften Adressen und ist vor allem für die per Post versandte Direktwerbung relevant.

Die Rechtsgrundlage für die Robinsonliste findet sich in der gewerberechtlichen Bestimmungen für Adressverlage und Direktmarketingunternehmen (§ 151 Abs. 9 GewO).

Wenn Sie auf die Robinsonliste des Fachverbands Werbung eingetragen werden wollen, senden Sie eine E-Mail mit Ihrem Namen (Vorname, Nachname, evtl. Titel) und Ihrer genauen Anschrift an werbung@wko.at oder senden Sie eine Postkarte mit diesen Daten an den Fachverband Werbung und Marktkommunikation, Wiedner Hauptstraße 63, 1045 Wien.

5 Hinweise für Diensteanbieter, der mittels unerbetener Nachrichten werben wollen

Zunächst sei darauf hingewiesen, dass in diesem Kapitel nur ein Überblick über einige wichtige Aspekte des § 107 TKG 2003 gegeben werden kann. Die RTR-GmbH vollzieht diese Bestimmung nicht (Im Wesentlichen wird § 107 TKG 2003 durch die Fernmeldebüros als Verwaltungsstraßenbehörden und durch die Gerichte bei Klagen nach § 1 des Bundesgesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb angewendet.). Die RTR-GmbH leistet keine Rechtsberatung. Für unklare Fragen im Einzelfall raten wir Ihnen daher, sich anwaltlich beraten zu lassen.

§ 107 TKG 2003 unterscheidet zwischen Werbeanrufe (einschließlich Fax) und Werbung mittels elektronischer Post (E-Mail einschließlich SMS).

5.1 Werbung mittels Anrufen und Fax

Anrufe und Faxe zu Werbezwecken sind ohne vorherige Einwilligung des Teilnehmers unzulässig und verwaltungsbehördlich strafbar. Es hat in diesem Punkt keine Änderung gegenüber der Rechtslage nach dem TKG 1997 gegeben. Insbesondere wurde es nicht zulässig, zu Werbezwecken die eigenen Kunden ohne vorherige Zustimmung anzurufen oder ihnen Faxe zu senden. Auch Anrufe, um eine Einwilligung für die Zusendung einzuholen, sind unzulässig. Anrufe zum Zwecke der Marktforschung oder Telefonumfrage werden nach Ansicht der RTR-GmbH wohl nicht unter § 107 Abs. 1 TKG 2003 fallen, da kein Werbezweck vorhanden ist.

Die entscheidenden Kriterien nach § 107 Abs. 1 TKG 2003 sind „zu Werbezwecken“ und „ohne vorherige Einwilligung des Teilnehmers“. Es kommt also nicht darauf an, wie viele Anrufe man tätigt oder wie viele Faxe versendet werden oder ob es „seriös“ oder „unseriös“ gemacht wird oder ob es sich um Konsumenten oder Unternehmer handelt.

Die RTR-GmbH empfiehlt daher bei Werbung per Anruf und Fax sehr genau darauf zu achten, dass eine vorherige Einwilligung des Teilnehmers vorliegt und dass die Kundendatenbank umgehend aktualisiert wird, wenn ein Teilnehmer die erteilte Einwilligung widerruft. Um Missverständnisse und Streitfälle zu vermeiden, wäre auch empfehlenswert, beim Versand darauf hinzuweisen, woraus sich die Zustimmung des Teilnehmers ergibt und wie der Empfänger auf einfache Weise zukünftige Faxe unterbinden kann.

5.2 Werbung mittels E-Mail

Die Novellierung des § 107 TKG 2003 bringt nun eine Gleichstellung von Verbraucher und Unternehmer und damit nun ein „Opt-in“ (Einwilligung zur Zusendung) für alle Adressaten. Das hat zur Folge, dass ohne die vorherige Zustimmung des Empfängers - außer in Fällen des „Customer Relationships“ – keine Direktwerbung bzw. keine Massenmails möglich sind. Zusätzlich gibt es eine Reihe weiterer gesetzlicher (wie z.B. § 7 ECG) und privatrechtlicher Vorschriften, welche die Versendung unerbetener E-Mails untersagen.

Außerdem haben die meisten Internet-Service-Provider Bestimmungen in ihre Allgemeinen Geschäftsbedingungen, welche deutlich strenger sind als die gesetzlichen Verbote (siehe auch Kapitel 6.5 und den „Code of Conduct“). Wenn jemand massenweise unerbetene E-Mails versendet, dann ist sehr wahrscheinlich, dass er von seinem Internet-Service-Provider gesperrt oder gekündigt wird.

Neben den gesetzlichen oder vertraglichen Bestimmungen ist auch zu berücksichtigen, dass die international verfügbaren Sperrlisten („Black lists“) immer effizienter werden. Wenn jemand durch seine E-Mail-Aussendungen Beschwerden auslöst, wird sein Mailserver auf diese Listen gesetzt. Ein Gutteil der Mailserver weltweit blockiert daraufhin weitere Zustellungen von E-Mails dieses Mailservers. Die Betreiber der Sperrlisten orientieren sich dabei an der Anzahl der Beschwerden und nicht daran, ob die Versendung gesetzwidrig war oder nicht.

Beachtet werden sollte weiters, dass für die „Zulässigkeit nicht angeforderter kommerzieller Kommunikation mittels elektronischer Post“ das Binnenmarktprinzip der E-Commerce-Richtlinie 2000/31/EG nicht anwendbar ist (Art. 3 Abs. 3 iVm dem Anhang der Richtlinie). Das heißt, dass österreichische Diensteanbieter, die E-Mail-Werbung ins Ausland versenden wollen, daher auch die jeweilige ausländische Rechtsordnung beachten müssen.

Die RTR-GmbH empfiehlt:

- Senden Sie E-Mail-Werbung ausschließlich an solche Adressen, bei denen Sie belegen können, dass der Inhaber der E-Mail-Adresse Ihnen gegenüber der Werbung zugestimmt und diese Zustimmung nicht widerrufen hat.
- Verschleiern Sie nicht Ihre Identität und räumen Sie in jeder E-Mail die Möglichkeit ein, künftige E-Mail-Werbung abzubestellen (siehe dazu unten).
- Wenn Sie E-Mail-Werbung ausschließlich an Adressen senden, deren Inhaber der Zusendung von Werbung zugestimmt und nicht widerrufen haben, brauchen Sie die Liste nach § 7 Abs. 2 ECG nicht zusätzlich zu beachten.
- Beachten Sie bei Zusendungen ins Ausland, die dortige Rechtslage.

5.2.1 Was ist gemäß § 107 TKG 2003 zu beachten?

Durch die Novellierung wurde die Rechtslage strenger. Das bisher herrschende „Opt-in“ für Verbraucher, dh die Zusendung ist erst bei Vorliegen einer vorherigen Zustimmung zulässig, gilt nun auch für Unternehmer. Die Ausnahme des „Customer Relationships“ (schon bestehende Kundenbeziehung) hat ab dem 01.03.2006 auch im Business-to-Business Bereich Gültigkeit. Weiters sind und bleiben Massensendungen (mehr als 50 Mails) unzulässig. Der Inhalt eines Massenmails muss nicht Werbung sein. Unklarheit über die Rechtslage bei Unternehmen können die Erläuternden Bemerkungen zu der Novellierung bringen.

Im Bericht des Verkehrsausschusses zu § 107 TKG 2003 ist angeführt, dass sicherzustellen ist, dass der Erstkontakt zwischen Unternehmen nicht unmöglich oder unverhältnismäßig wird. Daher sei anzunehmen, dass die Veröffentlichung von Kontaktinformationen auf der Website als Zustimmung iSd des § 107 TKG 2003 zu werten ist; außer die Veröffentlichung erfolgt aufgrund einer gesetzlichen Verpflichtung (zB § 5 ECG). Diese Bestimmung könnte bei der Anwendung zu Unklarheiten führen, da der Ausschussbericht im Widerspruch zum Gesetzestext steht.

Für die Zusendung elektronischer Post zu Werbezwecken gilt Folgendes

- Grundsätzlich ist die vorherige Einwilligung des Empfängers erforderlich (Abs. 2), wenn es sich um
 1. Direktwerbung oder
 2. ein Massenmail handelt.
- Die vorherige Zustimmung ist in Fällen einer schon bestehenden Kundenbeziehung („Customer Relationship“) nicht erforderlich (Abs. 3), wenn
 1. der Absender die Kontaktinformation für die Nachricht im Zusammenhang mit dem Verkauf oder einer Dienstleistung an seine Kunden erhalten hat und
 2. diese Nachricht zur Direktwerbung für eigene ähnliche Produkte oder Dienstleistungen erfolgt und
 3. der Kunde klar und deutlich die Möglichkeit erhalten hat, eine solche Nutzung der elektronischen Kontaktinformation von vornherein bei deren Erhebung und zusätzlich bei jeder Übertragung kostenfrei und problemlos abzulehnen.
 4. die Zusendung nicht durch Eintrag in die Liste gemäß § 7 ECG abgelehnt hat.
- Für Finanzdienstleister gelangen ebenfalls die Bestimmungen des § 107 TKG 2003 zur Anwendung.
- Die Identität des Absenders, in dessen Auftrag die Nachricht übermittelt wird, darf nicht verschleiert oder verheimlicht werden. Es muss eine authentische Adresse angegeben werden, an die der Empfänger eine Aufforderung zur Einstellung solcher Nachrichten richten kann (Abs. 5).

5.2.2 Was bringt § 7 ECG?

Wenn E-Mail-Werbung ohne vorherige Einwilligung des Empfängers versendet wird, muss die Liste nach § 7 Abs. 2 ECG beachtet werden. Da durch die Novellierung des § 107 TKG 2003 kaum mehr geworben werden kann, wird die ECG-Liste für österreichische Diensteanbieter wahrscheinlich an Bedeutung verlieren. Die RTR-GmbH weist daraufhin, dass Verstöße gegen § 7 ECG zwar eine *lex imperfecta* und daher straffrei sind, die Verstöße aber trotzdem eine Rechtsverletzung darstellen und unter Umständen zivilrechtliche Klagen z. B. nach dem Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) nach sich ziehen können.

Die einschlägige Rechtsprechung ist ziemlich streng. Inzwischen sind einige Anwälte dazu übergegangen, von Unternehmen, die gegen das TKG 2003 bzw. § 7 ECG verstoßen, unter Klagsandrohung eine Unterlassungserklärung zu verlangen und dafür hohe Honorare zu verrechnen. Die RTR-GmbH kann in solchen Rechtsstreitigkeiten keine Beratung leisten. Für offene Rechtsfragen (z. B. ob die Höhe der anwaltlichen Honorarforderung gerechtfertigt ist) kann dem jeweiligen Unternehmen nur empfohlen werden, sich seinerseits anwaltlich beraten zu lassen. Der vom Rechtsanwalt angedrohten Anzeige kann man durch Selbstanzeige beim Fernmeldebüro zuvorkommen, was im Verwaltungsstrafverfahren als tätige Reue und daher als strafmildernd gewertet werden kann.

Der RTR-GmbH sind auch Einzelfälle bekannt, in denen jemand Newsletter nur an Personen versandte, die sich subskribiert haben, und dennoch anwaltlich abgemahnt wurde, weil die E-Mail-Adressen auch auf der Liste nach § 7 Abs. 2 ECG eingetragen waren. Die RTR-GmbH hält diese Rechtsansicht nicht für vertretbar. § 7 ECG bezieht sich ausdrücklich auf „nicht angeforderte kommerzielle Kommunikation“. Wenn sich jemand auf einer Website subskribiert und daraufhin vom Betreiber dieser Website Informationen zugesandt erhält, dann handelt es sich eindeutig nicht um eine „nicht angeforderte“ E-Mail-Werbung im Sinne des § 7 ECG und daher nicht um „unerbetene Nachrichten“ im Sinne des § 107 TKG 2003. Die Fälle zeigen aber wie wichtig es ist, im Streitfall beweisen zu können, dass sich der Empfänger eines Newsletters tatsächlich subskribiert hat (z. B. durch geeignete Ausgestaltung des Subskriptionsvorgangs).

5.3 Werbung mittels SMS

Für SMS gilt dasselbe wie für E-Mails. Die durch § 107 TKG 2003 eingeräumten Möglichkeiten, Werbe-E-Mails und Werbe-SMS an eigene Kunden zu senden, sind aber wahrscheinlich für SMS-Werbung nicht praktikabel.

Bei SMS-Werbung an eigene (schon bestehende) Kunden muss nach § 107 Abs. 3 Z 3 TKG 2003 bei „jeder Übertragung“ – also bei jeder einzelnen SMS – dem Kunden die Möglichkeit gegeben werden, weitere Werbung kostenfrei und problemlos abzulehnen. Der Satz „Wenn Sie keine weitere SMS-Werbung erhalten wollen, senden Sie ein SMS an 0800123456.“ ist 85 Zeichen lang und würde daher in der Regel mehr als die Hälfte des zur Verfügung stehenden Platzes einnehmen.

Praktikabel ist daher bei SMS-Werbung wohl nur die Variante, die vorherige Einwilligung des Teilnehmers einzuholen (§ 107 Abs. 2 TKG 2003).

Zu beachten ist, dass es nach § 107 Abs. 5 TKG 2003 jedenfalls bei allen Varianten der SMS-Werbung unzulässig ist, die Identität des Absenders, in dessen Auftrag die Nachricht übermittelt wird, zu verschleiern oder zu verheimlichen. Es muss auch in jedem Fall eine authentische Adresse vorhanden sein, an die der Empfänger eine Aufforderung zur Einstellung solcher Nachrichten richten kann. Wenn als „authentische Adresse“ eine Telefonnummer verwendet wird, wird der Absender also Sorge tragen müssen, dass er an diese Telefonnummer gesandte SMS-Antworten auch erhält und entsprechend bearbeitet.

6 Anhang

6.1 § 107 Telekommunikationsgesetz 2003 (in Kraft ab 01.03.2006)

Unerbetene Nachrichten

§ 107 (1) Anrufe – einschließlich das Senden von Fernkopien – zu Werbezwecken ohne vorherige Einwilligung des Teilnehmers sind unzulässig. Der Einwilligung des Teilnehmers steht die Einwilligung einer Person, die vom Teilnehmer zur Benützung seines Anschlusses ermächtigt wurde, gleich. Die erteilte Einwilligung kann jederzeit widerrufen werden; der Widerruf der Einwilligung hat auf ein Vertragsverhältnis mit dem Adressaten der Einwilligung keinen Einfluss.

(2) Die Zusendung einer elektronischen Post – einschließlich SMS – ist ohne vorherige Einwilligung des Empfängers unzulässig, wenn

1. die Zusendung zu Zwecken der Direktwerbung erfolgt oder
2. an mehr als 50 Empfänger gerichtet ist.

(3) Eine vorherige Zustimmung für elektronische Post gemäß Abs. 2 ist dann nicht notwendig, wenn

1. der Absender die Kontaktinformation für die Nachricht im Zusammenhang mit dem Verkauf oder einer Dienstleistung an seine Kunden erhalten hat und
2. diese Nachricht zur Direktwerbung für eigene ähnliche Produkte oder Dienstleistungen erfolgt und
3. der Empfänger klar und deutlich die Möglichkeit erhalten hat, eine solche Nutzung der elektronischen Kontaktinformation bei deren Erhebung und zusätzlich bei jeder Übertragung kostenfrei und problemlos abzulehnen und
4. der Empfänger die Zusendung nicht von vornherein, insbesondere nicht durch Eintragung in die in § 7 Abs. 2 E-Commerce-Gesetz genannte Liste, abgelehnt hat

(4) (Anm.: aufgehoben durch BGBl. I Nr. 133/2005)

(5) Die Zusendung elektronischer Post zu Zwecken der Direktwerbung ist jedenfalls unzulässig, wenn die Identität des Absenders, in dessen Auftrag die Nachricht übermittelt wird, verschleiert oder verheimlicht wird oder bei der keine authentische Adresse vorhanden ist, an die der Empfänger eine Aufforderung zur Einstellung solcher Nachrichten richten kann..

(5) Wurden Verwaltungsübertretungen nach Absatz 1, 2 oder 5 nicht im Inland begangen, gelten sie als an jenem Ort begangen, an dem die unerbetene Nachricht den Anschluss des Teilnehmers erreicht.

6.2 § 12 Abs. 3 Wertpapieraufsichtsgesetz (in Kraft seit 01.10.2004)

§ 12 (3) Die Zulässigkeit der Zusendung unerbetener Nachrichten zur Werbung für eines der in § 1 Abs. 1 Z 7 lit. b bis f BWG genannten Instrumente und für Instrumente, Verträge und Veranlagungen gemäß § 11 Abs. 1 Z 3 richtet sich nach § 107 des TKG 2003, BGBl. I Nr. 70/2003.

6.3 § 7 E-Commerce-Gesetz (in Kraft seit 01.01.2002)

Nicht angeforderte kommerzielle Kommunikation

§ 7 (1) Ein Diensteanbieter, der eine kommerzielle Kommunikation zulässigerweise ohne vorherige Zustimmung des Empfängers mittels elektronischer Post versendet, hat dafür zu sorgen, dass die kommerzielle Kommunikation bei ihrem Eingang beim Nutzer klar und eindeutig als solche erkennbar ist.

(2) Die Rundfunk und Telekom Regulierungs-GmbH (RTR-GmbH) hat eine Liste zu führen, in die sich diejenigen Personen und Unternehmen kostenlos eintragen können, die für sich die Zusendung kommerzieller Kommunikation im Weg der elektronischen Post ausgeschlossen haben. Die in Abs. 1 genannten Diensteanbieter haben diese Liste zu beachten.

(3) Rechtsvorschriften über die Zulässigkeit und Unzulässigkeit der Übermittlung kommerzieller Kommunikation im Weg der elektronischen Post bleiben unberührt.

6.4 Kommunikationsparameter-, Entgelt und Mehrwertsteuerordnung (KEM-V, in Kraft seit 12.05.2004)

Bewerbung

§104 (1) Bei Diensten in den Bereichen gemäß § 103 Abs. 1 stellt der Dienstleister sicher, dass alle Formen der Bewerbung, derer er sich bedient, folgende Informationen deutlich erkennbar enthalten:

1. die Rufnummer des Dienstes,
2. Angaben über das für die Inanspruchnahme des Dienstes zu zahlende Entgelt gemäß Abs. 2 bis 4,
3. eine korrekte Kurzbeschreibung des Dienstehalts und
4. allenfalls bestehende Einschränkungen hinsichtlich der Erbringung des Dienstes.

(2) Die Entgeltinformation muss bei zeitabhängig tarifierten Diensten das Entgelt in Euro pro Minute enthalten. Falls die Dauer der Verbindung oder der Gesamtumfang des Dienstes auf Grund der Art des Dienstes abschätzbar ist, sind zusätzlich die zu erwartenden Gesamtkosten für die vollständige Inanspruchnahme des Dienstes anzugeben.

(3) Bei eventtarifierten Diensten muss die Entgeltinformation das Entgelt in Euro pro Event enthalten.

(4) Textliche Entgeltinformationen müssen gut lesbar sein und in direktem Zusammenhang mit der Rufnummer dargestellt werden. Akustische Entgeltinformationen müssen unmittelbar nach der Nennung der Rufnummer erfolgen und leicht verständlich sein.

Entgeltinformation unmittelbar vor der Dienstenutzung

§ 105 (1) Bei Diensten in den Bereichen 900, 901, 930 und 931 sowie im Zugangskennzahlbereich 118 stellt der Kommunikationsdienstebetreiber, von dessen zugehörigem Kommunikationsnetz aus der Dienst erbracht wird, sicher, dass dem Nutzer die Höhe des pro Minute oder pro Event anfallenden Entgeltes in Euro unmittelbar nach Herstellen der Verbindung oder bei Nachrichtendiensten unmittelbar vor jeder Inanspruchnahme des Dienstes in geeigneter Weise mitgeteilt wird.

(2) Dem Teilnehmer darf für die gesamte Information gemäß Abs. 1 kein Entgelt in Rechnung gestellt werden und es muss dem Nutzer ermöglicht werden, die Inanspruchnahme des Dienstes nach Erhalt der Information entgeltfrei ablehnen zu können.

(3) Die Entgeltinformation gemäß Abs. 1 muss bei zeittarifierten Diensten innerhalb von 10 Sekunden erfolgen.

(4) Wird bei einem Nachrichtendienst für jede an den Nutzer gesendete oder vom Nutzer gesendete Nachricht ein Entgelt verrechnet, entspricht dies grundsätzlich jedes Mal einer Inanspruchnahme eines Dienstes im Sinne von Abs. 1. Davon ausgenommen ist ein solcher Nachrichtendienst, wenn:

1. der Nachrichtendienst das Senden oder Empfangen von mehreren Nachrichten bedingt und die Zahl der Nachrichten im Vorhinein nicht festgelegt ist,
2. ein pro verrechneter Nachricht im Vorhinein einheitlich festgelegtes Entgelt zur Anwendung gelangt,
3. das pro verrechneter Nachricht zur Anwendung gelangende Entgelt gemäß Z 2 erstmalig im Rahmen einer einmaligen Entgeltinformation vor Beginn eines Dienstes gemäß Abs. 1 dem Nutzer kommuniziert wird,
4. der Nutzer über das innerhalb einer Zeitspanne von einem Monat kumulierte Entgelt zumindest in Schritten von EUR 10,00 zusätzlich mit einer ausschließlich dafür genutzten Nachricht informiert wird,
5. jederzeit die Möglichkeit besteht, den Dienst kostenfrei zu beenden und die dazu notwendige einfache Handlung des Nutzers in jeder Nachricht an den Nutzer erläutert wird, sofern dies nach der Art des Dienstes erforderlich ist,
6. bei einem interaktiven Dienst dieser mit einer für den Dienst untypisch langen Inaktivität des Nutzers beendet ist,
7. bei einem Dienst, bei dem hintereinander mehrere verrechnete Nachrichten ohne Aktivität des Nutzers gesendet werden, der Dienst jeweils erst dann fortgesetzt wird, wenn die Entgeltinformation gemäß Z 4 vom Nutzer bestätigt wurde und
8. der Nutzer vor Beginn der Dienstenutzung einer Erbringung in dieser Form zugestimmt hat.

(5) Erfolgt im Zuge eines Telefonauskunftsdienstes gemäß § 30 oder ähnlicher Dienstleistungen eine Weitervermittlung, so ist der Nutzer vom Erbringer des Telefonauskunftsdienstes vor Inanspruchnahme einer solchen Weitervermittlung über das im Anschluss an die Weitervermittlung zur Anwendung gelangende Entgelt in Euro pro Minute entsprechend zu informieren.

(6) Bei eventtarifierten Diensten kann eine Entgeltinformation gemäß Abs. 1 entfallen, sofern das Entgelt für den gesamten Dienst maximal EUR 0,70 beträgt und

1. sich das maximale Entgelt aus den ersten beiden Ziffern der Teilnehmernummer im Bereich 901 oder 931 gemäß § 77 Abs. 3 ergibt, oder

2. der Dienst durch eine Nachricht des Nutzers angefordert wird und im Anschluss einmalig erbracht wird, sowie mit der ersten an den Nutzer gesendeten Dienstenachricht eindeutig über das angefallene Entgelt informiert wird.

(7) Bei einem zeittarifierten Faxabrufdienst kann eine Entgeltinformation gemäß Abs. 1 entfallen, wenn der Dienstleister eine Entgeltinformation dadurch sicherstellt, dass er am Anfang der ersten übermittelten Seite das zur Anwendung kommende Entgelt sowie die Anzahl der zu übermittelnden Seiten deutlich lesbar anführt.

6.5 Auszug aus den Verfahrensrichtlinien für ISP für die Behandlung von Spam (Code of Conduct) beschlossen am 03.12.2003

Der nachstehend auszugsweise zitierte Code of Conduct der Internet Service Providers Austria (ISPA) ist eine freiwillige Serviceverpflichtung der in der ISPA vertretenen Internet-Service-Provider. Ähnliche Klauseln finden sich auch in zahlreichen Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) von Internet-Service-Providern.

„Unter Spam verstehen wir vom Empfänger unverlangte und unerwünschte, vom Verursacher massenweise oder zum Zwecke der Direktwerbung versandte E-Mail.

Dabei handelt es sich um eine international anerkannte Definition, die mit den Bestimmungen des § 107 TKG (Telekommunikationsgesetz) nicht notwendigerweise übereinstimmt. Insbesondere ist nichts darüber ausgesagt, ob durch die als Spam qualifizierten Formen des Mailversands eine Strafbarkeit nach dem TKG oder eine Rechtswidrigkeit nach dem UWG (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb) vorliegt. Internet Service Provider (ISP) können aus technischen Gründen, aber auch aus Gründen des Datenschutzes und des Kommunikationsgeheimnisses, nicht nach dem Inhalt der Nachricht unterscheiden und können auch nicht unterscheiden, ob es sich um Nachrichten handelt, die an Unternehmer oder an Verbraucher gerichtet sind.

[...]

Maßnahmen gegen Outgoing Spam:

Der ISP wird bei aktiven Spammern in seinem Netzbereich, auch durch Open Relays oder Open Proxys, den jeweiligen Kunden auffordern dies sofort einzustellen und bei vergeblicher Aufforderung oder bei Gefahr in Verzug die Spam Quelle unmittelbar sperren. Der ISP wird bestrebt sein, das jeweils gelindeste Mittel zur Beendigung des Outgoing Spam zu treffen (Aufforderung zur sofortigen Problembeseitigung, Sperren von Ports, des MTA (Mail Server) bis zur Sperre von IP Adresse oder Adressräumen).

[...]"

6.6 Fernmeldebüros

Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie
Oberste Post- und Fernmeldebehörde
1030 Wien, Ghegastraße 1
Tel. 01/797 31-0

Fernmeldebüro für Oberösterreich und Salzburg
(Fernmeldebehörde I. Instanz)
4020 Linz, Freinbergstrasse 22
Tel: 0732/7485-10
Fax: 0732/7485-19
E-Mail: fb.linz@bmvit.gv.at

Fernmeldebüro für Steiermark und Kärnten
(Fernmeldebehörde I. Instanz)
8010 Graz, Marburger Kai 43-45
Tel: 0316/8079-100, 101
Fax: 0316/8079-199
E-Mail: fb.graz@bmvit.gv.at

Fernmeldebüro für Tirol und Vorarlberg
(Fernmeldebehörde I. Instanz)
6020 Innsbruck, Valiergasse 60
Tel: 0512/2200-150
Fax: 0512/29 49 18
E-Mail: fb.innsbruck@bmvit.gv.at

Fernmeldebüro für Wien, Niederösterreich und Burgenland
(Fernmeldebehörde I. Instanz)
1200 Wien, Höchstädtplatz 3
Tel: 01/331 81-170
Fax: 01/334 27 61
E-Mail: fb.wien@bmvit.gv.at

6.7 Sonstige Kontaktstellen

Finanzmarktaufsicht (FMA, www.fma.at)

Bereich Wertpapieraufsicht
1020 Wien, Praterstrasse 23
Tel: 01/24959-0
Fax:01/24959-3099

Internet Service Provider Österreich (ISPA, www.ispa.at)

1090 Wien, Währingerstrasse 3/18
Tel: 01/409 55 76
Fax: 01/409 55 76 21
Email: office@ispa.at

Bundesministerium für Justiz (BMJ, www.BMJ.gv.at)

1070 Wien, Museumstraße 7
Palais Trautson
Tel: 01/52 1 52-0