

Informationen betreffend unerwünschte Werbung mittels elektronischer Post (Spam)

RTR-GmbH

Dieter Kronegger

Elisabeth Riccabona

Stand: Februar 2004

Rechtslage nach dem TKG 2003

Inhaltsverzeichnis

1	Überblick.....	3
2	Was kann ich gegen störende E-Mail- oder SMS-Werbung (Spam) tun?	3
2.1	Vorbeugung	3
2.2	E-Mail.....	4
2.2.1	Spamfilter	4
2.2.2	Störende E-Mail-Werbung von einem seriösen Unternehmen	4
2.2.3	Störende E-Mail-Werbung/Spam von einem unseriösen oder schwer feststellbaren Absender.....	5
2.3	Was kann ich gegen unerwünschte SMS tun?	6
2.4	Welche Behörde kann mir gegen Spam helfen?	7
2.5	Wo finde ich weitere Informationen?	8
3	Wie sieht die österreichische Rechtslage betreffend unerwünschte Werbung mittels elektronischer Post (Spam) aus?.....	8
3.1	Überblick.....	8
3.2	Was bewirken diese Bestimmungen?.....	8
3.2.1	Unerbetene E-Mails und SMS an Verbraucher	8
3.2.2	Unerbetene E-Mails und SMS an Unternehmen	9
3.2.3	Grenzüberschreitende Werbung mittels E-Mail und SMS	9
3.2.4	SMS-Werbung	9
4	Liste nach § 7 E-Commerce-Gesetz (ECG)	9
4.1	Was ist die von der RTR-GmbH geführte Liste?	9
4.2	Wie kann man sich in diese Liste eintragen?	10
4.3	Wer sollte sich in die Liste eintragen?	10
4.4	Bin ich durch das Eintragen in die Liste vor weiteren Spam-E-Mails geschützt?	10
4.5	Wer kann die Liste der RTR-GmbH abrufen?.....	10
4.6	Wie kann ein Diensteanbieter die Liste der RTR-GmbH abrufen?	11
4.7	Was ist der Unterschied zwischen der Liste der RTR-GmbH und der Robinson-Liste des Fachverbands Werbung?	11
5	Hinweise für Diensteanbieter, der mittels unerbetener Nachrichten werben wollen.....	11
5.1	Werbung mittels Anrufen und Fax	11
5.2	Werbung mittels E-Mail.....	12
5.3	Werbung mittels SMS	14
6	Anhang	14
6.1	§ 107 Telekommunikationsgesetz 2003 (in Kraft seit 20.08.2003).....	14
6.2	§ 12 Abs. 3 Wertpapieraufsichtsgesetz (in Kraft seit 01.04.2002).....	15
6.3	§ 7 E-Commerce-Gesetz (in Kraft seit 01.01.2002).....	15
6.4	Auszug aus den Verfahrensrichtlinien für ISP für die Behandlung von Spam (Code of Conduct) beschlossen am 03.12.2003	16

1 Überblick

Unerbetene Nachrichten (Anrufe, Faxe, E-Mail, SMS) 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-Regelungen (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 der europäischen Ebene (Kommunikations-Datenschutzrichtlinie 2002/58/EG) als auch im Telekommunikationsgesetz 2003 (TKG 2003) wurden nun komplizierte Mischformen aus Opt-in-Regelungen und Opt-out-Regelungen etabliert.

In der Praxis zeigt sich, dass das Hauptproblem des Spams von Personen verursacht wird, denen die rechtlichen Regelungen aber ohnehin egal sind und die ihre Identität verschleiern, um rechtlicher Verfolgung zu entkommen. Spam wird überdies zum Großteil aus dem Ausland versandt, was die rechtliche Verfolgung erschwert oder überhaupt unmöglich macht. Technische Maßnahmen (Spamfilter) erweisen sich daher zur Abwehr von Spam als effizienter als die rechtliche Verfolgung der Spammer.

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

2.1 Vorbeugung

- 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 an 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 meier at abc.at“ statt max.meier@abc.at oder verwenden Sie eine Grafik an Stelle von Text.
- Geben Sie in Bestellformularen oder dergleichen im Zweifel nicht Ihre echte E-Mail-Adresse an, sondern eine Gratisadresse, die Sie leicht wechseln können, wenn Sie zu viel Spam erhalten. Es gibt zahlreiche Anbieter von kostenlosen Mail-Accounts und auch 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.
- 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 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 Filtern:

- 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 oder nicht. Sie können dabei schwarze Listen für E-Mails definieren, die jedenfalls blockiert werden sollen, oder weiße Listen, 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 E-Mails generell löschen, oder ob 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

Am einfachsten ist es, die E-Mail zu ignorieren bzw. zu löschen.

Möglicherweise waren Sie einmal mit diesem Unternehmen in Kontakt und haben dabei der Werbung mittels E-Mail zugestimmt (vielleicht war die Zustimmungserklärung in allgemeinen Geschäftsbedingungen oder auf einem Vertragsformblatt enthalten). Gemäß § 107 Abs. 3 TKG 2003 können Unternehmen – unter gewissen Rahmenbedingungen – an ihre eigenen Kunden E-Mails auch ohne vorherige Zustimmung senden.

Sie können eine einmal erteilte Zustimmung aber jederzeit widerrufen. Wenn Nachrichten ohne vorherige Zustimmung versandt werden, muss auch jedenfalls in der Nachricht selbst die kostenfreie und problemlose Möglichkeit eingeräumt werden, 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 mehr wünschen.

Wenn dies nichts nützt, können Sie das Unternehmen beim Fernmeldebüro (wenn es sich um einen Finanzdienstleister handelt bei der Finanzmarktaufsichtsbehörde) anzeigen.

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 Störende E-Mail-Werbung/Spam von einem unseriösen oder schwer feststellbaren Absender

Die einfachste Maßnahme gegen Spam ist jedenfalls, die lästige E-Mail einfach zu löschen und eventuell dafür zu sorgen, dass der Spamfilter gleichartige E-Mails in Zukunft automatisch erkennt. Diese Formen von Spam sind zwar besonders lästig, aber man kann nicht viel dagegen tun.

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 auf die E-Mail antworten, ist das für den Spammer eine Bestätigung, dass die E-Mail-Adresse noch aktiv ist. Er wird umso mehr spammen.

Aus demselben Grund sollten Sie auch nicht versuchen, von angebotenen Möglichkeiten Gebrauch zu 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 falsch.

In vielen Fällen ist in der E-Mail ein individueller URL eingetragen (z. B. <http://www.werde-schnell-reich.xy/232187362>). Dabei wurde die Nummer vom Spammer Ihrer E-Mail-Adresse zugeordnet. Wenn Sie auf diesen Link 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 beim 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.

Was Sie tun können

Finden Sie heraus, über welche Rechner der Spam tatsächlich abgesandt wurde. In den meisten Fällen ist dies nicht die im üblichen Absenderfeld angegebene Adresse. Den tatsächlichen Absender herauszufinden, erfordert einige Kenntnisse über die Funktionsweise des E-Mail-Verkehrs im Internet.

Sie müssen die E-Mail-Header analysieren (Informationen dazu bietet <http://abuse.net/>, eine gute Beschreibung finden Sie auch unter <http://www.rahul.net/falk/mailtrack.html>), diese geben Aufschluss über die wahre Herkunft. Die Tools bei <http://samspade.org/t/> oder <http://www.geektools.com/> können bei der Suche nach dem wahren Absender helfen. Suchen Sie jedenfalls nicht nach E-Mail-Adressen oder Servernamen – diese können leicht gefälscht werden – sondern nach den IP-Adressen in der untersten Received-Zeile des Headers und stellen Sie fest, wer für diese Adressen verantwortlich ist.

Wenn Sie herausgefunden haben, über welchen Server die E-Mail gesandt wurde, können Sie eine E-Mail an `abuse@<Rechnername bzw. Domain>` bzw. an

postmaster@<Rechnername bzw. Domain> senden. Verfassen Sie diese E-Mail in englischer Sprache und schließen Sie die Spam-E-Mail mit allen Headern an. Spam gilt weltweit als Verstoß gegen die Netiquette und die Internet-Service-Provider sind daran interessiert, keine Spammer als Kunden zu haben. Wenn Sie den richtigen Internet-Service-Provider kontaktiert haben und er aufgrund Ihrer Informationen herausfinden konnte, welcher seiner Kunden gespammt hat, wird er den Kunden wahrscheinlich sperren.

2.3 Was kann ich gegen unerwünschte SMS tun?

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

Im Einzelfall gegen unerwünschte SMS vorzugehen, ist schwierig, da für den Empfänger schwer feststellbar ist, woher die SMS stammt. Jede SMS wird über ein Short Message Service Center (SMSC, auch SMS-Servicecenter genannt) 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.

Wenn Sie beispielsweise SMS-Werbung erhalten, die über ein Internet-Portal im Ausland abgesandt wird, 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.

Die Betreiber haben wenig Möglichkeiten, 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 behindern, die den Dienst ordnungsgemäß in Anspruch nehmen. Die Betreiber können daher eigentlich nur Maßnahmen durch temporäre Sperren setzen, wenn auffällt, dass ein Spammer plötzlich eine Vielzahl von SMS versendet. 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.

Wiederholt sind Fälle aufgetreten, bei denen SMS offenbar in Betrugsabsicht über Internet-Portale abgesandt wurden. Die Betrüger haben dabei jeweils die vom Portalbetreiber gesetzten Maximalanzahlen nicht überschritten, sondern nur über einige Zeit verteilt einige hundert SMS versandt, in denen die Empfänger dazu verleitet wurden, Mehrwertdienstnummern anzurufen. Die Anrufer wurden dann während der Telefonate möglichst lange hingehalten und dabei finanziell geschädigt.

Weiters gab es einige Fälle von pyramidenspielartigen Ketten-SMS. In diesen Fällen haben Unternehmen nicht selbst SMS versandt, sondern ihre Kunden aufgefordert, Werbe-SMS an möglichst viele Freunde und Bekannte zu versenden.

Gegen unerwünschte SMS können Sie Folgendes tun:

- 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 es sich um eine Mehrwertdienstnummer handelt, dann kann man auf der Homepage der RTR-GmbH unter <http://www.rtr.at/rufnummernabfrage> den Dienstenetzbetreiber bzw. den Diensteanbieter elektronisch abfragen.
- Wenn der Absender bekannt und ein an sich seriöses Unternehmen ist: Kontaktieren Sie das Unternehmen, am besten schriftlich (z. B. per E-Mail), und teilen Sie mit, dass die SMS unerwünscht ist (vgl. oben 2.2.2).
- Nützt dies nichts oder ist der Absender ein offenbar unseriöses Unternehmen, dann können Sie Anzeige beim Fernmeldebüro erstatten. Das ist aber nur sinnvoll, wenn der Absender aus dem Inhalt der SMS feststellbar ist. Bevor Sie eine Anzeige erstatten, sollten Sie 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?
- Wenn die SMS über ein Internet-Portal versandt wurde und Sie den Eindruck haben, der Portalbetreiber unternehme zu wenig gegen den Missbrauch seines Portals, können Sie den Portalbetreiber kontaktieren.
- Wenn es sich um Betrug handelt: Erstellen Sie Anzeige bei der Staatsanwaltschaft oder bei den Sicherheitsbehörden.
- Leiten Sie keine Ketten-SMS (Glücksspiele,...) weiter.

2.4 Welche Behörde kann mir gegen Spam helfen?

In den meisten Fällen kommt Spam 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. 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 beim zuständigen Fernmeldebüro (<http://www.bmvit.gv.at/sixcms/detail.php?template=query&vt=fernmeldeb%FCro&t=ALLE>) 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 4.4). Darüber hinaus hat die RTR-GmbH keine behördliche Zuständigkeit

2.5 Wo finde ich weitere Informationen?

Übersicht über Spamfilter: <http://spamlinks.port5.com/filter-client.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://samspade.org/d/>

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

3.1 Überblick

Das am 20.08.2003 in Kraft getretene Telekommunikationsgesetz 2003 brachte eine Änderung der Rechtslage. Seit dem 20.08.1999 gab es in § 101 TKG 1997 (Telekommunikationsgesetz 1997) ein generelles Verbot, elektronische Post als Massensendung oder zu Werbezwecken ohne vorherige Zustimmung des Empfängers zu versenden. Nach der Rechtslage des § 107 TKG 2003 gibt nun Formen von Werbemails bzw. Werbe-SMS, die nicht strafbar sind. Zusätzlich sind aber privatrechtliche Vereinbarungen zu beachten, nach denen Spammen untersagt ist. Die meisten Internet-Service-Provider verbieten ihren Kunden in den AGB das Versenden von Spam. Die ISPA, in der über 200 Internet Service Provider vertreten sind, hat im Dezember 2003 einen „Code of Conduct“ gegen Spam (Verhaltensrichtlinien) beschlossen (siehe unten 6.4 und den "Code of Conduct"). In diesem verpflichtet sie ihre Mitglieder, gegen Spam vorzugehen.

Im Wesentlichen unterscheidet die Neuregelung zwischen unerbetenen E-Mails an Verbraucher im Sinne des Konsumentenschutzgesetzes und unerbetenen E-Mails an andere Empfänger.

Am 01.01.2002 ist das E-Commerce-Gesetz (ECG) in Kraft getreten. § 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 versenden, müssen diese Liste beachten.

3.2 Was bewirken diese Bestimmungen?

3.2.1 Unerbetene E-Mails und SMS an Verbraucher

Gegenüber Verbrauchern bedürfen Werbemails weiterhin grundsätzlich der vorherigen Zustimmung des Empfängers. § 107 Abs. 2 TKG 2003 verlangt die vorherige Einwilligung sowohl für Fälle, in denen die Zusendung zu Zwecken der Direktwerbung erfolgt, als auch für alle anderen Fälle (also auch solche, die nicht der Werbung dienen), wenn die elektronische Post an mehr als 50 Empfänger gerichtet ist.

Eine wichtige Ausnahme ist aber in § 107 Abs. 3 TKG 2003 vorgesehen. Eine vorherige Zustimmung ist nicht erforderlich, wenn der Absender die Kontaktinformation 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 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 Kunde muss aber die Möglichkeit haben, dies von vornherein abzulehnen. Und der Kunde muss auch bei jeder einzelnen Werbesendung die Möglichkeit erhalten, weitere Werbung kostenfrei und problemlos abzulehnen. Für SMS-Werbung ist die Ausnahme des Abs. 3 daher schwer zu realisieren.

Diensteanbieter, die Werbung mittels elektronischer Post (E-Mail oder SMS) zulässigerweise ohne vorherige Einwilligung versenden, müssen die Liste nach § 7 ECG beachten. Dies gilt also insbesondere, 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.

3.2.2 Unerbetene E-Mails und SMS an Unternehmen

Gegenüber Unternehmen hat der neue § 107 TKG 2003 unerbetene E-Mails und SMS weitgehend straffrei gestellt. Der Absender muss dem Empfänger nur in der Nachricht die Möglichkeit einräumen, den Empfang weiterer Nachrichten abzulehnen (Abs. 4), und er darf seine Identität nicht verschleiern (Abs. 5). Zusätzlich sind aber privatrechtliche Vereinbarungen zu beachten, nach denen Spammen untersagt ist. Die meisten Internet-Service-Provider verbieten ihren Kunden in den AGB das Versenden von Spam. Die ISPA, in der über 200 Internet Service Provider vertreten sind, hat im Dezember 2003 einen „Code of Conduct“ gegen Spam (Verhaltensrichtlinien) beschlossen (siehe unten 6.4 und den "Code of Conduct"). In diesem verpflichtet sie ihre Mitglieder, gegen Spam vorzugehen.

Fraglich ist die Abgrenzung bei E-Mail-Werbung an Adressen von einzelnen Mitarbeitern eines Unternehmens (vorname.nachname@firma.at) und bei SMS-Werbung an Firmenhandys. Hier wird man wohl nach dem Inhalt der übersandten Nachricht urteilen müssen: Wird der Empfänger als Verbraucher angesprochen – insbesondere wenn ihm ein Produkt oder eine Dienstleistung angeboten wird, die er nur privat nutzen kann –, dann wird die Rechtslage für elektronische Post an Verbraucher anzuwenden sein.

3.2.3 Grenzüberschreitende Werbung mittels E-Mail und SMS

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 nun ausdrücklich, dass Werbeanrufe und Werbefaxe, die vom Ausland aus getätigt oder abgesandt werden, jenem Ort zuzurechnen sind, an dem der Anruf den Anschluss des Teilnehmers erreicht. Da sich die Bestimmung ausdrücklich auf Absatz 1 (Anrufe und Faxe) bezieht und nicht auf die Absätze 2 bis 5 (elektronische Post, einschließlich SMS) ist im Umkehrschluss wohl zu folgern, dass E-Mails und SMS, die aus dem Ausland gesandt werden, straffrei bleiben.

3.2.4 SMS-Werbung

Im neuen Gesetzestext ist klargestellt, dass SMS ein Fall der „elektronischen Post“ sind.

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 versenden, müssen diese Liste beachten.

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 dies für jede Adresse wiederholen.

Es können nur einzelne E-Mail-Adressen eingetragen werden, keine ganzen Domains, da wir nicht nachprüfen können, 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 einzutragende 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 Ihre E-Mail-Adresse gelöscht.

4.3 Wer sollte sich in die Liste eintragen?

Aufgrund der Neuregelung im Telekommunikationsgesetz 2003 sollte man sorgfältig überlegen, ob man sich in die Liste eintragen sollte. Die RTR-GmbH kann nicht beurteilen, ob eine Eintragung in die Liste zu einer Verringerung oder zu einer Vermehrung von Spam führen wird.

Einerseits müssen alle Diensteanbieter die Liste beachten. Andererseits ist Spam vor allem ein Problem jener Anbieter, die sich um rechtliche Vorschriften nicht kümmern. Unabhängig davon, in welcher Form die RTR-GmbH die Liste den Diensteanbietern zur Verfügung stellt, wird die Liste auch unseriösen Anbietern in die Hände fallen, die sie weiterverkaufen und dazu benutzen werden, an alle E-Mail-Adressen in der Liste zu spammen.

Wenn Sie etwas gegen E-Mail-Werbung von an sich seriösen Unternehmen tun wollen, empfehlen wir, zunächst direkt diesem Unternehmen mitzuteilen, dass seine E-Mail-Werbung unerwünscht ist. Gegen unseriöse E-Mail-Werbung nützt die Eintragung auf der Liste nichts.

4.4 Bin ich durch das Eintragen in die 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 Unternehmen, das die Liste dazu missbraucht, erst recht E-Mails an die Adressen auf der Liste zu versenden.

Bis zum In-Kraft-Treten des TKG 2003 ist die RTR-GmbH restriktiv vorgegangen und hat die Liste Diensteanbietern, die ihren Sitz in Österreich haben oder von Österreich aus E-Mail-Werbung versenden wollen (mit Ausnahme von Finanzdienstleistern) nicht bekannt gegeben, da E-Mail-Werbung ohne vorherige Zustimmung des Empfängers unzulässig war (§ 101 TKG 1997). Aufgrund der Neuregelung im § 107 TKG 2003 muss die Liste tatsächlich so gut wie jedem Unternehmen bekannt gegeben werden. Es ist daher davon auszugehen, dass die Liste auch dazu missbraucht wird, Spam an die E-Mail-Adressen auf der Liste zu senden.

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 (+43/1/58058-9191). Die RTR-GmbH hat ein Musterformular für ein solches Fax aufgelegt (abrufbar unter <http://www.rtr.at/ecg>).

Nach Erhalt des Fax wird Ihre 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.

4.7 Was ist der Unterschied zwischen der 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 sie durch die Fernmeldebüros als Verwaltungsstrafbehörden und durch die Gerichte bei Klagen nach § 1 des Bundesgesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb angewendet) und 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 Anrufen (einschließlich Fax) und elektronischer Post (einschließlich SMS).

5.1 Werbung mittels Anrufen und Fax

Anrufe und Faxe zu Werbezwecken sind wie bisher 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, die eigenen Kunden ohne vorherige Zustimmung anzurufen oder ihnen Faxe zu senden.

Die entscheidenden Kriterien nach § 107 TKG 2003 sind „zu Werbezwecken“ und „ohne vorherige Einwilligung des Teilnehmers“. Es kommt nicht darauf an, wie viele Anrufe man tätigt bzw. wie viele Faxe man versendet. Und es kommt auch nicht darauf an, ob man es „seriöser“ oder „unseriöser“ macht oder ob es sich um Konsumenten oder Unternehmer handelt.

Die RTR-GmbH empfiehlt daher, bei Werbung mittels Anrufen und Fax sehr exakt darauf zu achten, dass die 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, auf versandten Werbefaxen 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

Für die Werbung mittels E-Mail ist das TKG 2003 der Werbewirtschaft entgegengekommen und hat das strenge Verbot des § 101 TKG 1997 gelockert. Die neuen Regelungen sind komplizierter, am sichersten ist die Versendung von E-Mails sicherlich dann, wenn die Zustimmung der Adressaten eingeholt wird.

Zunächst einmal muss nach der neuen Rechtslage zwischen Verbrauchern im Sinne des § 1 Abs. 1 Z 2 Konsumentenschutzgesetz (KSchG) und anderen Empfängern unterschieden werden. Da die Rechtslage für E-Mail-Werbung an Verbraucher strenger ist, sollte man im Zweifel davon ausgehen, dass der Empfänger Verbraucher ist. Zu beachten ist, dass das KSchG den Verbraucher als jemanden definiert, der kein Unternehmer ist. Also sollte man nichtkommerzielle Organisationen ebenfalls als Verbraucher einstufen. Fraglich ist die Abgrenzung bei E-Mail-Werbung an Adressen von einzelnen Mitarbeitern eines Unternehmens (vorname.nachname@firma.at) und bei SMS-Werbung an Firmenhandys. Hier wird man wohl nach dem Inhalt der übersandten Nachricht urteilen müssen: wird der Empfänger als Verbraucher angesprochen – insbesondere wenn ihm ein Produkt oder eine Dienstleistung angeboten wird, die er nur privat nutzen kann –, dann wird die Rechtslage für elektronische Post an Verbraucher anzuwenden sein.

Für E-Mail-Werbung an Verbraucher gilt § 107 Abs. 2, 3 und 5 TKG 2003:

- Grundsätzlich ist die vorherige Einwilligung des Empfängers erforderlich (Abs. 2).
- Die vorherige Zustimmung ist dann 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.

Für Finanzdienstleister ist nicht ganz klar, welche Regelung vorgeht: Die spätere Regelung in § 107 TKG 2003 oder die speziellere Regelung in § 12 Abs. 3 Wertpapieraufsichtsgesetz (WAG) - oder ist die Ausnahme des § 107 Abs. 3 TKG 2003 nun die lex specialis zu § 12 Abs. 3 WAG?). Nach § 12 Abs. 3 WAG bedarf E-Mail-Werbung von Finanzdienstleistern an Verbraucher jedenfalls immer der vorherigen Einwilligung des Empfängers. Bis diese Rechtsfrage durch Rechtsprechung der Finanzmarktaufsichtsbehörde geklärt ist, sollten Finanzdienstleister die Ausnahme des § 107 Abs. 3 TKG 2003 daher im Zweifel nicht nutzen.

- Die Identität des Absenders, in dessen Auftrag die Nachricht übermittelt wird, darf nicht verschleiert oder verheimlicht werden, und es muss eine authentische Adresse angegeben werden, an die der Empfänger eine Aufforderung zur Einstellung solcher Nachrichten richten kann (Abs. 5).
- Wenn E-Mail-Werbung ohne vorherige Einwilligung des Empfängers versendet wird, muss die Liste nach § 7 Abs. 2 ECG beachtet werden.

Für E-Mail-Werbung an andere Empfänger als Verbraucher gilt § 107 Abs. 4 und 5 TKG 2003:

- Eine vorherige Einwilligung des Empfängers ist nicht erforderlich, wenn dem Empfänger in der E-Mail ausdrücklich die Möglichkeit eingeräumt wird, den Empfang weiterer Nachrichten abzulehnen (Abs. 4).
- Die Identität des Absenders, in dessen Auftrag die Nachricht übermittelt wird, darf nicht verschleiert oder verheimlicht werden, und es muss eine authentische Adresse angegeben werden, an die der Empfänger eine Aufforderung zur Einstellung solcher Nachrichten richten kann (Abs. 5).

Wenn E-Mail-Werbung ohne vorherige Einwilligung des Empfängers versendet wird, muss die Liste nach § 7 Abs. 2 ECG beachtet werden. Wir weisen weiters daraufhin, dass Verstöße gegen § 7 ECG zwar straffrei sind, sie 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 wurde von manchen Anwälten als ein Geschäftsmodell entdeckt, von Unternehmen, die diesbezüglich gegen das TKG 2003 verstoßen, eine Unterlassungserklärung zu verlangen und dafür hohe Honorare zu verrechnen. Die RTR-GmbH kann in solchen Rechtsstreiten 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 wird.

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). Österreichische Diensteanbieter, die E-Mail-Werbung ins Ausland versenden wollen, müssen daher auch die jeweilige ausländische Rechtsordnung beachten.

Die meisten Internet-Service-Provider sehen in ihren Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) vor, dass das Versenden von Spam - unabhängig vom vorher gesagten – untersagt ist (siehe auch Kapitel 6.4 und den Code of Conduct). Die größte Rechtssicherheit und den

geringsten Aufwand hat der Werbende daher weiterhin dann, wenn er die E-Mail-Werbung nur an Personen sendet, die dem zugestimmt haben.

5.3 Werbung mittels SMS

Für SMS gilt dasselbe wie oben unter 5.2 ausgeführt. Die durch § 107 TKG 2003 eingeräumten Möglichkeiten, unerbetene E-Mails und SMS an eigene Kunden und an Empfänger, die nicht Verbraucher im Sinne des KSchG sind, zu senden, sind aber wahrscheinlich für SMS-Werbung nicht praktikabel. Bei der SMS-Werbung an eigene Kunden muss nach § 107 Abs. 3 Z 3 TKG 2003 bei „jeder Übertragung“ – also 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 mehr als die Hälfte des zur Verfügung stehenden Platzes einnehmen. Auch bei der SMS-Werbung an Personen, die keine Verbraucher sind, muss nach § 107 Abs. 4 TKG 2003 in der SMS selbst die Möglichkeit eingeräumt werden, den Empfang weiterer Nachrichten abzulehnen.

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 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 seit 20.08.2003)

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 – an Verbraucher im Sinne des § 1 Abs. 1 Z 2 Konsumentenschutzgesetz ohne vorherige Einwilligung des Empfängers ist 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 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 einer elektronischen Post – einschließlich SMS – an andere als die in Abs. 2 genannten Empfänger ist ohne vorherige Einwilligung des Empfängers zulässig, wenn der Versender dem Empfänger in der elektronischen Post oder in der SMS ausdrücklich die Möglichkeit einräumt, den Empfang weiterer Nachrichten abzulehnen.
- (5) Die Zusendung elektronischer Nachrichten zu Zwecken der Direktwerbung ist auch bei Vorliegen der Voraussetzungen der Abs. 2, 3 und 4 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.
- (6) Wurden Verwaltungsübertretungen nach Abs. 1 nicht im Inland begangen, gelten sie als an jenem Ort begangen, an dem der Anruf den Anschluss des Teilnehmers erreicht.

6.2 § 12 Abs. 3 Wertpapieraufsichtsgesetz (in Kraft seit 01.04.2002)

(3) Anrufe, das Senden von Fernkopien und die Zusendung von elektronischer Post 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 ist gegenüber Verbrauchern verboten, sofern der Verbraucher nicht zuvor sein Einverständnis erklärt hat. Dem Einverständnis des Verbrauchers steht eine Einverständniserklärung jener Person gleich, die vom Verbraucher zur Benützung seines Anschlusses oder Empfangsgerätes ermächtigt wurde. In allen Fällen kann die erteilte Einwilligung jederzeit widerrufen werden.

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 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).

[...]“