

## Information zur TKG-Novelle 2005 „Unerbetene Nachrichten“ (Spamverbot)

### Allgemeines:

Seit dem Inkrafttreten der Novelle des Telekommunikationsgesetzes 2003 (TKG 2003) BGBl I Nr. 133/2005 im Bereich von „unerbetenen Nachrichten“ (Spam) am 01.03.2006, tauchen vermehrt Fragen über den Umgang mit elektronischer Post und Direktwerbung auf. Das Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie (BMVIT) möchte mit diesem Informationspapier einen Beitrag zu dieser Diskussion leisten und die tatsächlichen Änderungen den Interessierten näher bringen.

Bisher galten die Regelungen über unerbetene Nachrichten (Spam) lediglich für Verbraucher im Sinne des Konsumentenschutzgesetzes als Empfänger. Die Europäische Kommission hat am 16.03.2005 in einem Vertragsverletzungsverfahren gegen Österreich festgestellt, dass Österreich mit § 107 TKG 2003 durch die Unterscheidung zwischen Verbrauchern und Business-Empfängern die Reichweite des Spam Verbotes gegenüber dem EU-Recht (Art. 13 Datenschutzrichtlinie) unzulässig einschränkt. Dadurch wurden die nun in Kraft befindlichen Änderungen notwendig.

Die Änderung des TKG betrifft nur die Neufassung bezüglich Unternehmen:

*Während bisher zwischen Unternehmen elektronische Post ohne vorherige Zustimmung versendet werden durften bedarf es nunmehr einer Zustimmung. **Damit wurden die Regelungen – wie von der Datenschutzrichtlinie gefordert – den bereits bisher bestehenden Regelungen für Nichtunternehmer angeglichen.** Die Zusendung einer elektrischen Post – einschließlich SMS – ohne vorherige Einwilligung des Empfängers ist nunmehr auch für den Unternehmensbereich – so wie bisher schon im Nichtunternehmerbereich – unzulässig, wenn die Zusendung zu Zwecken der Direktwerbung erfolgt oder an mehr als 50 Empfänger gerichtet ist.*

### Nähere Erläuterungen:

*Was ist Direktwerbung und elektronische Post?*

Um den Umfang der Regelung zu erfassen ist es notwendig, sich mit den Begriffen „Direktwerbung“ und „elektronische Post“ auseinanderzusetzen. Direktwerbung ist als weiter Begriff zu verstehen. Jegliches elektronisch versendete Angebot, sich beispielsweise eine Website anzusehen oder sich in einen Newsletter einzutragen erfüllt den Tatbestand der Direktwerbung ebenso wie Werbung für Produkte und Dienstleistungen. Unter elektronischer Post ist jegliche Kontaktaufnahme mit Dritten auf elektronischem Wege (E-Mail, SMS) zu verstehen. Nicht unter elektronische Post fallen Mitteilungen die von Firmen oder Organisationen etwa an die Mitarbeiter oder Mitglieder verteilt werden.

### *Ist eine Einwilligung immer notwendig?*

Eine Einwilligung bzw. Zustimmung zum Empfang von elektronischer Post ist nicht notwendig, wenn der Absender die Kontaktinformation im Zusammenhang mit dem Verkauf oder einer Dienstleistung an seine Kunden erhalten hat und die Nachricht zur Direktwerbung für eigene ähnliche Produkte oder Dienstleistungen erfolgt. In einem solchen Fall ist dem Kunden jedoch klar und deutlich die Möglichkeit einzuräumen, eine solche Nutzung der Kontaktinformationen bei der Erhebung der selbigen und zusätzlich bei jeder Übertragung kostenfrei und problemlos abzulehnen. Die Zusendung von Werbemails an eigene Kunden ist damit wie bisher weiterhin erlaubt.

### *Welche Anforderungen werden an die Zustimmung gestellt?*

Von einer vorherigen zwar nicht ausdrücklichen aber konkludenten Zustimmung wäre beispielsweise auch bei Rundschreiben innerhalb von Firmen und Organisationen, Mitgliedsinformationen in Vereinen oder politischen Organisationen und Parteien auszugehen, wenngleich dies oft auch nicht als elektronische Post anzusehen ist.

Unternehmen sind überwiegend an verhältnismäßiger Kontaktaufnahme durch Geschäftspartner im jeweiligen Geschäftsbereich interessiert. Daher ist sicherzustellen, dass der Erstkontakt zwischen Unternehmen im Wege des elektronischen Geschäftsverkehrs im jeweiligen Geschäftsbereich nicht verunmöglicht oder unverhältnismäßig eingeschränkt wird. Das Interesse eines Unternehmens, im jeweiligen Geschäftsbereich in verhältnismäßiger Art und Weise kontaktiert zu werden, wird insbesondere durch die willentliche Veröffentlichung eigener Kontaktinformationen auf Websites oder in anderer öffentlich zugänglicher Form bekundet. Eine gesetzlich vorgeschriebene Veröffentlichung von Kontaktdaten, etwa im Impressum einer Website, ist nicht als Zustimmung zu klassifizieren.

Diese Regelungen waren schon vor der Änderung in Kraft. Sie wurden mit der vorliegenden Änderung lediglich auch auf Unternehmen als Empfänger erweitert. Änderungen sind daher nur im Verkehr von Unternehmen untereinander (B2B) zu erwarten.

### *Welche Vorgangsweise ist bei Newslettern zu wählen?*

Für Unternehmen als Herausgeber von Newslettern bietet sich folgender Weg an:

Grundsätzlich werden Newsletter abonniert. Wird diese Praxis bei Unternehmen lückenlos gepflegt, ist davon auszugehen, dass der Datenbestand von der Zustimmung zur Zusendung des Newsletters getragen ist. Die Sammlung von Daten ohne Zustimmung – sofern dies nach den Bestimmungen des Datenschutzgesetzes nicht bereits unzulässig war – berechtigt nicht zur Zusendung eines Newsletters. Eine Zustimmung kann auch nicht daraus abgeleitet werden, dass der bisherigen Zusendung eines Newsletters ohne Zustimmung nicht widersprochen wurde.

Es wird daher empfohlen, nur jene Zusendungen von Newslettern fortzusetzen, bei denen eine ausdrückliche oder stillschweigende Zustimmung anzunehmen ist. Gleichzeitig sollte auf der jeweiligen Website die Möglichkeit zur Bestellung eines Newsletter eingeräumt werden.

*Verbot der Verschleierung:*

Wie schon bisher ist die Zusendung von elektronischer Post zu Zwecken der Direktwerbung 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.

*Weiterführende Informationen:*

[Gegenüberstellung des § 107 TKG 2003 alt – neu](#)

[Datenschutzrichtlinie 2002/58/EG vom 12. Juli 2002](#)

[Erläuternde Bemerkungen zur TKG-Novelle 2005](#)

[Spam Infoblatt der RTR-GmbH](#)