
RECHTSINFO

OBERÖSTERREICH TOURISMUS

E-MAIL-WERBUNG AN KONSUMENTEN UND UNTERNEHMER

Im Zuge der Novelle des Telekommunikationsgesetzes (TKG) 2006 wurden u. a. die Regelungen für Werbung per E-Mail an Unternehmer an jene für Konsumenten angepasst. Aufgrund der dadurch erzielten Gleichstellung erfordert eine rechtmäßige Zustellung von E-Mails das Einverständnis sämtlicher Empfänger - Konsumenten wie Unternehmer.

Wie die aktuelle Judikatur der Höchstgerichte erneut zeigt, finden in der Praxis trotz mittlerweile verschärfter Voraussetzungen hinsichtlich erbetener Nachrichten immer wieder E-Mail-Kontakte ohne Zustimmung der Adressaten Gebrauch.

-
- Gem. § 107 Abs. 2 TKG ist die Übermittlung von E-Mails ohne vorherige Einwilligung des Adressaten unzulässig, wenn diese entweder zum Zwecke der direkten Werbung oder in Form von Massenmails (an mehr als 50 Empfänger) erfolgt. Von einer Zustimmung kann nur dann abgesehen werden, wenn nachstehend angeführte Punkte kumulativ vorliegen:
 - Der Absender hat die Kontaktinformation für die Nachricht im Zusammenhang mit dem Verkauf oder einer Dienstleistung an seine Kunden erhalten,
 - die Direktwerbung erfolgt für eigene ähnliche Produkte oder Dienstleistungen,
 - der Empfänger erhält klar und deutlich die Möglichkeit, die Nutzung der elektronischen Kontaktinformation bei deren Erhebung und zusätzlich bei jeder Übertragung kostenfrei und problemlos abzulehnen und
 - der Empfänger hat die Zusendung nicht von vornherein, insbesondere nicht durch Eintragung in die ECG-Liste bei der RTR-GmbH („Robinsonliste“) gem. § 7 Abs. 2 E-Commerce-Gesetz (ECG) abgelehnt.

- Wie zwei aktuelle Judikate wiederholt aufzeigen, ist bei Verwendung von vorliegenden E-Mail-Adressen äußerste Vorsicht geboten sowie auf das Erfordernis von Zustimmungserklärungen besonders Bedacht zu nehmen.
- Gemäß den Ausführungen des VwGH¹ wurde einem Unternehmen im Zuge einer allgemeinen Anfrage einer Interessentin deren E-Mail-Adresse bekannt und in der Folge für Werbezwecke verwertet. Mangels vorheriger Zustimmung gem. § 107 Abs. 2 TKG sowie Vorliegen der in Abs. 3 normierten Kriterien konstatierte der VwGH die Kontaktnahme als unrechtmäßige Werbung. Er führte dazu aus, dass eine ledigliche Möglichkeit zur Abbestellung in den Werbezusendungen nicht ausreicht, da nach dem klaren Gesetzeswortlaut die Ablehnung der Nutzung der elektronischen Kontaktinformation bereits bei deren Erhebung zu ermöglichen ist.
- Ähnlich auch der OGH in einer aktuellen Entscheidung² in der ein gerichtlich beeideter Sachverständiger etwa zehn Rechtsanwälte über die erweiterte gerichtliche Zertifizierung seiner Tätigkeit informierte. Da der Kläger einen Eintrag in die „Robinsonliste“ aufweisen konnte, erübrigte sich die Frage nach einer erteilten Zustimmung.

Aufgrund der unterschrittenen Anzahl von 50 Empfängern liegt keine Massensendung im Sinne des § 107 Abs. 2 Z 2 TKG vor. Der OGH misst jedoch den Informationsmails Werbecharakter bei und qualifiziert diese somit als Direktwerbung gem. Z 1. Wiederholt weist er auf die weite Auslegung dieser Begrifflichkeit hin und hält fest, dass jede elektronische Post, die für bestimmte Produkte oder Ideen wirbt sowie Maßnahmen, die auf ein eigenes Bedürfnis und auf die Möglichkeit seiner Befriedigung hinweisen, als Direktwerbung erfasst wird. In der Vorgangsweise des Beklagten sieht er nicht nur ein Informations- sondern auch ein wirtschaftliches Interesse.

Weiters hält der OGH fest, dass auf Homepages angeführte Kontaktadressen weder als ausdrückliche noch als konkludente Zustimmung zum Empfang von Werbesendungen zu werten sind.

Jänner 2010

Mag. Alexandra Fally

Diese Rechtsinformation erhebt trotz gewissenhafter Ausarbeitung keinen Anspruch auf Richtigkeit und Vollständigkeit, eine Haftung für den Inhalt ist ausdrücklich ausgeschlossen.

¹ VwGH 2008/03/0008, 0009

² OGH 7 Ob 168/09w