



Anti-Spam-Erklärung



Anti-Spam-Erklärung

Was ist Spam?

Unter Spam wird eine E-Mail verstanden, die ohne Verlangen oder Zustimmung des Empfängers an diesen versandt wurde. Werden solche E-Mails zugleich an eine Vielzahl von Empfängern gesendet, wird von Spamming gesprochen. Der Versender solcher Botschaften wird als Spammer bezeichnet.

Man unterscheidet zwei Arten von SPAM:

- Unsolicited Commercial Email (UCE) - unverlangte kommerzielle Werbung per E-Mail
- Unsolicited Bulk Email (UBE) – unverlangte Massenmails.
- Die meisten Spams sind kommerziell und werden aufgrund der geringen Kosten für den Versender in grossen Massen verschickt (100.000 bis Millionen). Allein die Kosten für den Download werden weltweit auf 10 Mrd. Euro geschätzt.

Wie ist die gesetzliche Lage?

Der Bundestag hat am 01.04.2004 das novellierte Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) beschlossen. In §7 wird klargestellt, dass elektronische Werbung nur erlaubt ist, wenn vorab die Einwilligung der Empfänger eingeholt wurde:

UWG § 7 Absatz 3:

„Hat ein Unternehmer die elektronische Adresse eines Kunden im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung erhalten, kann er diese Adresse zur Direktwerbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen nutzen, es sei denn, der Kunde hat diese Nutzung untersagt. Die Nutzung ist außerdem nur zulässig, wenn der Kunde bei Erhebung der Adresse und bei jeder Nutzung klar und deutlich darauf hingewiesen wird, dass er diese Nutzung jederzeit untersagen kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen. In Deutschland gibt es inzwischen einige Gerichtsurteile, die Werbung per Fax oder Mail für illegal erklären, wenn keine regelmäßige Geschäftsbeziehung besteht oder kein ausdrückliches Einverständnis vorliegt. Die Empfänger können in Form einer Abmahnung vom Absender pauschale Kosten für Arbeitszeit, Material, Gebühren und ggf. auch für den Rechtsweg verlangen.“

esender Anti-Spam-Erklärung

Das E-Mail-Marketing-System esender unterstützt das Marketing mit Kundenerlaubnis über das Internet, bei dem Firmen persönlich angepasste Nachrichten an Kunden versenden. Wir setzen voraus, dass Firmen dieses System nur nach den Regeln des erwünschten Online-Direktmarketing einsetzen und die folgenden Richtlinien einhalten.

Der Versand regelmäßiger E-Mails (z.B. eines E-Mail-Newsletters) erfolgt

nur, nachdem vorab die Zustimmung des Empfängers eingeholt wurde. Sofort nach der Anmeldung wird der Bezug des Newsletters per E-Mail bestätigt (Confirmed Opt In). Wahlweise kann auch eine zweite Bestätigung eingeholt werden (Double Opt In). Jede E-Mail enthält Namen und Kontaktdaten des Versenders. Diese Anbieterkennzeichnung kann auch durch einen Hyperlink auf die Homepage realisiert werden. Diese enthält unter dem Stichwort „Impressum“ oder „Kontakt“ einen Verweis auf das Impressum. Es besteht die Möglichkeit zum Abbestellen des Newsletters via E-Mail oder WWW. Jede E-Mail eines Newsletters enthält einen Hinweis auf die Abbestellfunktion. Die Abbestellung ist bequem und zügig durchführbar. Die Abmeldung wird bestätigt und innerhalb von maximal 5 Werktagen realisiert.

Keine Adressweitergabe oder Drittnutzung ohne die Zustimmung des Empfängers. Bei Drittnutzung wird die Herkunft der Adresse genannt. Wenn eine grenzüberschreitende Adressweitergabe für die Erbringung der Kernleistung erfolgt, wird der Staat angegeben, in dem die Datenverarbeitung stattfindet. Der Umgang mit persönlichen Daten wird in einer Datenschutzrichtlinie erläutert. Der Hinweis auf diese Datenschutzrichtlinie erfolgt vor der Dateneingabe und kann durch einen Hyperlink realisiert werden.