

E-Mails versenden - aber richtig

Welche Arten von E-Mails können erlaubter Weise versendet werden und wie muss eine solche Versendung gestaltet sein

Inhaltsübersicht:

- [Welche Arten von E-Mails sind erlaubt?](#)
- [Was versteht das Gesetz unter Direktwerbung?](#)
- [Ab wann gilt elektronische Post als zugesandt?](#)
- [Die drei erlaubten Fallgruppen](#)
 - [Zusendung von E-Mails zu Zwecken der Direktwerbung mit Einwilligung des Empfängers](#)
 - [Zusendung von Werbe-E-Mails ohne Einwilligung an Kunden](#)
 - [Zusendung von E-Mails ohne Einwilligung, wenn die E-Mails nicht der Direktwerbung dienen](#)
- [Was muss noch beachtet werden?](#)
 - [Verbot anonymer Absendeadressen](#)
 - [Kennzeichnungspflicht für Werbung](#)
 - [Notwendige Angaben auf E-Mails \(nicht nur auf Werbe-E-Mails\)](#)
 - [Newsletter - Impressum und Offenlegung](#)
- [Welche Rechtsfolgen können sich an das unerlaubte Versenden von E-Mails knüpfen?](#)
- [Anhang](#)

E-Mails können in Österreich nicht uneingeschränkt versendet werden. Zum Schutz der Internetnutzer sind bestimmte Arten der E-Mailversendung verboten, andere jedoch erlaubt. Dieses Merkblatt stellt dar, welche Arten von E-Mails erlaubter Weise versendet werden können und wie eine solche Versendung gestaltet sein muss.

Wichtiger Hinweis:

Die [Datenschutz-Grundverordnung \(DSGVO\)](#) enthält neben anderen Bestimmungen auch neue detaillierte Informationspflichten sowie neue Spielregeln für allenfalls erforderliche Einwilligungserklärungen für die Datenverarbeitung.

Für den E-Mail-Versand gelten zusätzlich die Bestimmungen des Telekommunikationsgesetzes (§ 96 TKG). Diese Bestimmungen stammen nicht aus der DSGVO, sondern aus der E-Privacy-Richtlinie, die derzeit auf EU-Ebene überarbeitet wird und in eine eigene E-Datenschutzverordnung (E-DSVO) bzw E-Privacy-Verordnung (E-Privacy-VO) münden soll. Da derzeit noch nicht absehbar ist, wie die Änderungen im Detail aussehen werden und wann sie in Kraft treten werden, werden hier noch die derzeit geltenden Bestimmungen des TKG dargestellt.

Das konkrete Zusammenspiel zwischen DSGVO und der künftigen E-DSVO ist noch nicht geklärt. Da im Hintergrund eines Newsletter-Systems idR eine Datenverarbeitung steht, wird empfohlen, die Bestimmungen der DSGVO beim Newsletter-Versand bzw bei Werbe-E-Mails zu beachten. Dies betrifft insbesondere das sogenannte „Koppelungsverbot“ bei [Einwilligungserklärungen](#) und die [Informationspflichten](#) bei der Datenerhebung inkl dem Hinweis, dass die Einwilligung jederzeit widerrufen werden kann und dass durch den Widerruf die Rechtmäßigkeit der aufgrund der Einwilligung bis zum Widerruf erfolgten Verarbeitung nicht berührt wird.

- Mit der DSGVO abgestimmter Formulierungsvorschlag:
[Einwilligungserklärung für Newsletter nach dem Telekommunikationsgesetz \(TKG\) und der Datenschutz-Grundverordnung \(DSGVO\)](#)

1. Welche Arten von E-Mails sind erlaubt?

E-Mails, die zu Zwecken der Direktwerbung (Werbe-E-Mail) versendet werden, bedürfen grundsätzlich der vorherigen Einwilligung des Empfängers, es gibt aber Ausnahmen. Prinzipiell können drei Gruppen unterschieden werden, die eine Zusendung von E-Mails möglich machen. Erlaubt sind:

- die Zusendung von E-Mails zu Zwecken der Direktwerbung mit Einwilligung des Empfängers; oder
- die Zusendung von E-Mails zu Zwecken der Direktwerbung ohne Einwilligung an Kunden, wenn bestimmte Voraussetzungen erfüllt sind; oder
- die Zusendung von (anderen) E-Mails ohne Einwilligung, wenn die E-Mails nicht der Direktwerbung dienen.

2. Was versteht das Gesetz unter Direktwerbung?

Der Begriff Direktwerbung ist weit auszulegen. Er erfasst jeden Inhalt, der für ein bestimmtes Produkt, aber auch für eine bestimmte Idee einschließlich bestimmter politischer Anliegen wirbt, oder dafür Argumente liefert.

Nach der weiten Definition des Obersten Gerichtshofs fallen unter das Werbeverbot alle auf Absatz ausgerichteten Aktivitäten im Zusammenhang mit Werbenachrichten. Das bedeutet, dass „jede Äußerung bei der Ausübung des Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem Ziel, den Absatz der Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen zu fördern“ Werbung darstellt.

Daher gilt auch das unaufgeforderte Zusenden eines bloßen Angebots schon als Werbung.

Auch sonstige Marketingmaßnahmen per E-Mail fallen unter den Begriff der Direktwerbung.

Bereits der Versand eines einzigen E-Mails zu Werbezwecken erfüllt den Verwaltungsstraftatbestand, sofern weder eine Einwilligung dazu vorliegt noch eine Ausnahme zur Anwendung kommt.

Beispiel:

Ohne Einwilligung versendet werden können daher zum Beispiel E-Mails zu Zwecken der bloßen Meinungsforschung ohne jeden Werbecharakter.

3. Ab wann gilt elektronische Post als zugesandt?

Mit Einlangen der Sendung ist der Verwaltungsstraftatbestand verwirklicht, dh sobald die Nachricht für den Empfänger abrufbar ist. Ein E-Mail ist dann abrufbar, wenn es beim Provider am E-Mail-Server zum Download bereit liegt bzw über eine webbasierte Applikation direkt am E-Mail-Server abgerufen werden kann.

4. Die drei erlaubten Fallgruppen

4.1. Zusendung von E-Mails zu Zwecken der Direktwerbung mit Einwilligung des Empfängers

Liegt eine vorherige Einwilligung vor, können an jene E-Mail-Adressen, die von der Einwilligung erfasst sind, E-Mails zu Zwecken der Direktwerbung (Werbe-E-Mails) versendet werden.

Beispiel:

Ein Unternehmer versendet einen E-Mail-Newsletter, in dem er über seine neuesten Produkte informiert. Für jede E-Mail-Adresse, an die der Newsletter verschickt wird, hat der Unternehmer eine Einwilligungserklärung in seiner Datenbank gespeichert.

4.1.1. Ist die Einwilligung an eine bestimmte Form gebunden?

Die Einwilligung ist an keine Form gebunden. Sie kann ausdrücklich (z.B. schriftlich, per E-Mail oder mündlich) oder sogar schlüssig erteilt werden. Sie muss nur vor der erstmaligen Zusendung eines Werbe-E-Mails erteilt werden. Sie ist jederzeit widerruflich.

Empfohlen wird das Einholen einer ausdrücklichen Einwilligung, da eine solche im Streitfall bessere Beweiskraft hat.

Beispiel:

Ein Unternehmensberater bietet einen Informationsdienst auf seiner Website an. Über ein Onlineformular können Besucher der Website einen Newsletter durch Angabe ihrer E-Mail-Adresse und Anklicken einer entsprechenden Optionsbox bestellen. Dabei ist aus dem Begleittext klar ersichtlich, dass eine Einwilligung zum Empfang des Newsletters gegeben wird.

4.1.2. Was bedeutet das Koppelungsverbot der DSGVO?

Das Koppelungsverbot bedeutet, dass Einwilligungen zu Datenverarbeitungsvorgängen von anderen Vertragserklärungen unabhängig sein müssen.

Positives Beispiel:

- Ja, ich möchte die Ware XYZ zum Preis von AB kaufen.
- Ja, ich stimme dem Erhalt eines wöchentlichen E-Mail Newsletters des Unternehmens XY, gesendet an folgende E-Mail-Adresse zu. Ich kann diese Einwilligung jederzeit und auch bei jedem Erhalt des Newsletters, widerrufen. Durch den Widerruf wird die Rechtmäßigkeit der aufgrund der Einwilligung bis zum Widerruf erfolgten Verarbeitung nicht berührt.

So nicht:

- Ja, ich möchte die Ware XYZ zum Preis von AB kaufen und stimme zu, den wöchentlichen E-Mail-Newsletter des Unternehmens XY an folgende E-Mail-Adresse zugestellt zu erhalten und nehme zur Kenntnis, dass ich diese Einwilligung jederzeit, auch bei jedem Erhalt des Newsletters, widerrufen kann.

Die Einwilligung muss jedenfalls ausreichend transparent (klar) und bestimmt sein und insbesondere Angaben darüber enthalten, gegenüber wem die Einwilligung erteilt wird und welche Informationen (z.B. Newsletter oder Produktinformationen) von wem zugesendet werden.

4.1.3. Ist eine Einwilligung auch über AGB möglich?

Nach den Kriterien der DSGVO ist (insbesondere wegen des Koppelungsverbot) die Einholung einer wirksamen Einwilligung über AGB faktisch kaum möglich. Es wird daher empfohlen, die Einwilligungserklärung nicht über AGB, sondern durch eine gesonderte textlich abgehobene Erklärung, die extra angekreuzt wird, einzuholen.

4.1.4. Was versteht man unter einer schlüssigen Einwilligung?

Möglich ist auch eine schlüssige Einwilligung. Dafür ist keine ausdrückliche Einwilligungserklärung des Empfängers notwendig; die Einwilligung wird aus seinem Handeln erschlossen. Hier sind sehr strenge Maßstäbe anzulegen. Eine schlüssige Einwilligung ist daher nur dann möglich, wenn kein vernünftiger Grund verbleibt, daran zu zweifeln, dass der Empfänger eine Einwilligung erteilen wollte. Dies ist etwa im Zuge eines aufrechten Vertragsverhältnisses denkbar, wenn mittels E-Mail Vertragspflichten (z.B. Legung eines Zusatzangebots in einem laufenden Vertragsverhältnis) erfüllt werden.

Gemäß den Erläuterungen des Gesetzgebers zum TKG kann eine schlüssige Einwilligung auch dann angenommen werden, wenn ein Unternehmer auf seiner Website ein eigenes Postfach für die Übersendung von Werbe-E-Mails bekannt gibt.

Achtung:

Dieses Postfach muss eigens für die Übersendung von Massen-E-Mails und Werbenachrichten eingerichtet sein. Eine im Impressum oder auf einer Kontaktseite der Website angegebene allgemeine E-Mail-Adresse stellt keine Einwilligung dar. In der Praxis wird diese Variante daher kaum vorkommen.

Ebenso kann gemäß den Erläuterungen des Gesetzgebers zum TKG von der Mitgliedschaft in einem Verein abgeleitet werden, dass dem Empfang von E-Mails des Vereins zugestimmt wird.

Tipp:

Am sichersten ist es, vor der Versendung von Werbe-E-Mails eine ausdrückliche Einwilligung einzuholen.

Vorsichtig sollte mit schlüssigen Einwilligungserklärungen umgegangen werden. Im Zweifel ist davon auszugehen, dass durch eine schlüssige Handlung keine Einwilligung erklärt wurde. Insbesondere kann nach der DSGVO eine bloße Unterlassung nicht zu einer gültigen Einwilligung führen. Die „Schlüssigkeit“ muss sich nach der DSGVO immer aus einem aktiven Verhalten ergeben.

4.1.5. Wie kann die Einwilligung zulässig erhoben werden?

Die Einwilligung kann durch jede Art der Kontaktaufnahme eingeholt werden, die nicht den oben genannten Verboten widerspricht. So etwa durch:

- Brief an den Empfänger
- persönlicher Kontakt, bei dem eine zumindest schlüssige (besser schriftliche) Einwilligung des Empfängers für künftigen E-Mailkontakt erteilt und dokumentiert wird

- durch regelmäßigen Kontakt in aufrechten Geschäftsbeziehungen
- jede andere Form einer aktiven schlüssigen Einwilligung des Empfängers für künftigen Mailkontakt (aus Beweisgründen nur bei ausreichender Dokumentationsmöglichkeit empfehlenswert)
- jede aktive Einwilligung, die vom (künftigen) Empfänger ausgeht (z.B. anzukreuzendes Einwilligungsfeld auf einem Webformular, beim Download oder sonstigen Konsum von Angeboten, anlässlich eines Telefon-/ E-Mail-Kontakts, der vom Empfänger ausgeht.)

Die Einwilligung darf jedoch durch folgende Erstkontakte nicht eingeholt werden:

- Telefonanruf an den (künftigen) Empfänger des Werbe-E-Mails (verbotene Telefonwerbung!)
- E-Mail an den (künftigen) Empfänger des Werbe-E-Mails (verbotene E-Mail-Werbung!)
- Fax an den (künftigen) Empfänger des Werbe-E-Mails (verbotene Fax-Werbung!)

4.2. Zusendung von Werbe-E-Mails ohne Einwilligung an Kunden

Liegt keine Einwilligung vor, können Werbe-E-Mails nur dann an Kunden versendet werden, wenn sämtliche der folgenden fünf Voraussetzungen vorliegen:

1. die E-Mail-Adresse des Kunden wird beim Verkauf einer Ware oder einer Dienstleistung erhoben; **und**
2. der Kunde erhält bei Erhebung der E-Mail-Adresse die Möglichkeit, den Empfang kostenfrei und problemlos abzulehnen; **und**
3. der Kunde erhält bei jeder Zusendung die Möglichkeit, den Empfang kostenfrei und problemlos abzulehnen; **und**
4. die Zusendung erfolgt zur Direktwerbung für eigene, ähnliche Produkte; **und**
5. der Kunde ist nicht in die sog „ECG-Liste“ eingetragen.

Beispiel:

Ein Unternehmer verkauft Produkte über eine Website. Die notwendigen Kundeninformationen werden über ein Onlineformular abgefragt. Dabei ist ein Feld für die E-Mail-Adresse sowie ein Optionsfeld vorgesehen, in dem der Empfang von weiterer Information zu ähnlichen Produkten des Unternehmers abgelehnt werden kann.

Wird der Verkauf abgeschlossen und hat der Kunde den Empfang nicht abgelehnt, kann der Unternehmer an die angegebene E-Mail-Adresse Direktwerbung für eigene Produkte versenden, die dem verkauften Produkt ähnlich sind.

Der Unternehmer muss dabei bei jeder Versendung die ECG-Liste berücksichtigen und in jedem E-Mail die Möglichkeit der Abbestellung (etwa durch Link) geben. Dem Kunden dürfen durch die Abbestellung keine Kosten entstehen.

Die ECG-Liste wird bei der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Rundfunk (RTR-GmbH - www.rtr.at/ecg) geführt. Sie enthält jene E-Mail-Adressen, an die keine E-Mails gesendet werden dürfen.

Tipp:

In die ECG-Liste können sich all jene eintragen, die keine unerbetenen E-Mails erhalten wollen. Die Eintragung erfolgt per E-Mail an eintragen@ecg.rtr.at, wobei die einzutragende E-Mail-Adresse als Absender aufscheinen muss. In die Liste können nur einzelne E-Mail-Adressen eingetragen werden.

Die E-Mail-Adressen eines geplanten Verteilers können anhand der sog „ECG-Liste“ von der RTR-GmbH geprüft werden. Details finden Sie unter www.rtr.at/ecg.

Achtung:

Dabei handelt es sich nur um die österreichische ECG-Liste. Bei Mails ins Ausland sind die jeweiligen ausländischen Listen zu beachten. Ausländische Versender von Massen- und Werbe-Mails an österreichische Empfänger unterliegen ebenfalls dieser Rechtslage. Einen (unverbindlichen) Überblick über die Rechtslage weltweit finden Sie unter www.spamlaws.com.

Achtung:

Hat der Empfänger dem Absender gegenüber eine **ausdrückliche** Einwilligung zum Empfang von E-Mails gegeben, so kann er sich nicht mehr auf seinen Eintrag in der ECG-Liste berufen. Zu beachten ist jedoch der Umfang der Einwilligung. Hat der Empfänger etwa nur bezüglich eines bestimmten Werbemails eingewilligt, entfällt auch nur bei diesem die Berücksichtigungspflicht des Absenders.

Achtung:

Die Versendung **anonymer** elektronischer Post (z.B. verschleierte E-Mail-Adressen) ist generell verboten. Daher muss bei jeder Versendung elektronischer Post ersichtlich sein, von welcher Adresse diese abgesendet wurden. Darüber hinaus ist es empfehlenswert, E-Mails von einer Adresse zu versenden, die Antworten empfangen kann. Der Empfänger muss nämlich immer die Möglichkeit haben, weitere Zusendungen abzubestellen.

Tipp:

Empfehlenswert ist es, den Kunden zusätzlich auch in den AGB und/oder in der Datenschutzerklärung nach der DSGVO davon in Kenntnis zu setzen, dass und wie er in solchen Fällen die E-Mail-Zusendung jederzeit ablehnen kann. Dies könnte etwa durch folgende Formulierung geschehen:

„Wenn wir Ihnen E-Mails bezüglich ähnlicher Produkte oder Dienstleistungen, die Sie bei uns bestellt haben, zusenden, können Sie die Zusendung solcher E-Mails jederzeit und bei jedem E-Mail-Empfang ablehnen (§ 107 Abs 3 TKG).“

4.3. Zusendung von E-Mails ohne Einwilligung, wenn die E-Mails nicht der Direktwerbung dienen

E-Mails, die nicht der Direktwerbung dienen, sind auch ohne Einwilligung zulässig. Die frühere Beschränkung auf maximal 50 Empfänger gibt es seit Dezember 2018 nicht mehr. Damit sind E-Mails ohne Werbecharakter unabhängig von der Empfängerzahl zulässig (z.B. übliche Korrespondenz innerhalb eines Vertragsverhältnisses).

4.3.1. Berücksichtigung der ECG-Liste

Handelt es sich um „kommerzielle Kommunikation“ (dieser Begriff umfasst zusätzlich zur Werbung auch solche Kommunikation, die bloß mittelbar dem Absatz von Waren und Dienstleistungen dient), muss aufgrund einer Bestimmung des E-Commerce Gesetzes (ECG) die sog „ECG-Liste“ berücksichtigt werden. Diese Liste wird bei der Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Rundfunk (RTR-GmbH - www.rtr.at/ecg) geführt. Sie enthält jene E-Mail-Adressen, an die keine E-Mails gesendet werden dürfen. Da die Judikatur aber den Begriff „Direktwerbung“ ohnehin sehr weit interpretiert, wird es in der Praxis kaum Anwendungsfälle für „kommerzielle Kommunikation“ geben, die nicht gleichzeitig „Direktwerbung“ ist.

Tipp:

Die E-Mail-Adressen eines geplanten Verteilers können anhand der sog ECG-Liste der RTR-GmbH überprüft werden. Dies ist grundsätzlich auch ohne ausdrückliche gesetzliche Verpflichtung sinnvoll, um unerwünschte Zustellungen zu vermeiden.

5. Was muss noch beachtet werden?

5.1. Verbot anonymer Absendeadressen

Die Versendung von anonymen oder verschleierten E-Mail-Adressen ist generell verboten. Daher muss bei jeder Versendung von E-Mails ersichtlich sein, von welcher Adresse diese abgesendet wurden.

Tipp:

Empfehlenswert ist es, Werbe-E-Mails von einer Adresse zu versenden, die Antworten empfangen kann. So kann der Empfänger eine Aufforderung zur Einstellung der Zusendung an die absendende Adresse richten. Ist dies nicht der Fall, sollte eine eigene Reply-Adresse angegeben, oder im Text des E-Mails eine Möglichkeit zur Abbestellung eröffnet werden (z.B. durch einen Link auf eine Website, auf der man sich vom Verteiler streichen kann).

Werden Werbe-E-Mails ohne Einwilligung an Kunden verschickt, muss im Text jedes E-Mails ausdrücklich die Möglichkeit zur Abbestellung gegeben werden.

5.2. Kennzeichnungspflicht für Werbung

Darüber hinaus ist (Direkt-) Werbung als solche zu kennzeichnen. Die Kennzeichnung sollte in der Betreffzeile des E-Mails vorgenommen werden. Die Wortwahl kann frei gewählt werden, jedoch sollte für den Empfänger ersichtlich sein, dass es sich um Direktwerbung handelt.

Beispiel:

Die Beispiel AG verschickt eine Massenaussendung zur Bewerbung eines neuen Produkts per E-Mail an Empfänger, deren Einwilligung vorliegt. Die Betreffzeile des E-Mails lautet: „Für Sie aktuell: Neues Produkt der Beispiel AG“.

Weiters müssen Angebote zur Absatzförderung wie z.B. Zugaben, Geschenke und Gewinnspiele als solche erkennbar sein; die Bedingungen für deren Inanspruchnahme bzw. die Teilnahmebedingungen müssen einfach zugänglich sein. Ein Verweis (Link) auf eine Website, die diesen Bestimmungen widerspricht, ist verboten.

5.3. Notwendige Angaben auf E-Mails (nicht nur auf Werbe-E-Mails)

Nach dem Unternehmensgesetzbuch (UGB) und nach der Gewerbeordnung (GewO) haben „Geschäftspapiere“ jeder Art (also auch E-Mails) folgende Angaben zu enthalten:

- Name/Firma (bei Einzelunternehmen beides, falls nicht ident)
- Rechtsform (nur bei im Firmenbuch eingetragenen Unternehmen notwendig; dann aber allenfalls mit Zusatz „in Liquidation“)
- Sitz laut Firmenbuch bzw. Standort der Gewerbeberechtigung
- Firmenbuchnummer (falls vorhanden)
- Firmenbuchgericht (falls vorhanden)
- falls Angaben über das Geschäftskapital gemacht werden: Stammkapital und Betrag nicht einbezahlter Einlagen

Achtung:

Bei GmbH & Co KGs müssen die Angaben sowohl für die KG als auch für die GmbH gemacht werden.

5.4. Newsletter – Impressum und Offenlegung

Für Aussendungen, die mindestens viermal im Kalenderjahr in vergleichbarer Gestaltung elektronisch verbreitet werden (z.B. E-Mail Newsletter) ist nach dem Mediengesetz direkt im Newsletter ein Impressum anzugeben. Das Impressum enthält:

- Name / Firma
- Anschrift

des Medieninhabers und des Herausgebers, wenn dieser vom Medieninhaber verschieden ist.

Darüber hinaus sind **Offenlegungsvorschriften** zu beachten, die direkt im Newsletter oder durch einen Link auf eine Website erfüllt werden können. Auch diese sind für den Medieninhaber und den Herausgeber zu machen, wenn diese verschiedene Personen sind. Die jeweiligen Angaben sind abhängig von der Rechtsform des Unternehmens. Anzugeben sind:

- Firma, Sitz, Unternehmensgegenstand
- Grundlegende Richtung des Newsletter (Blattlinie)

- Bei allen juristischen Personen und Personengesellschaften: Vertretungsbefugte Organe (z.B. Geschäftsführer/Vorstandsmitglieder) sowie Mitglieder des Aufsichtsrates
- Bei Gesellschaften: Beteiligungsverhältnisse der Gesellschafter inkl deren Höhe, inkl Treuhandverhältnissen und stillen Beteiligungen (gilt grundsätzlich auch für AG)
- Bei Vereinen: vertretungsbefugte Organe und Vereinszweck
- Bei Stiftungen: Stifter und Begünstigte
- Sind die anzugebenden Gesellschafter ihrerseits wieder Gesellschaften, so sind auch deren Gesellschafter entsprechend anzuführen. Sind auch dies wieder Gesellschaften, so sind auch deren Gesellschafter entsprechend anzugeben usw.
- Nähere Informationen für jede Rechtsform: Das korrekte E-Mail-Impressum

Tipp:

Wir empfehlen, ein E-Mail oder einen Newsletter auch zu nutzen, um durch einen Link auf die Datenschutzerklärung den Informationspflichten der DSGVO nachzukommen.

6. Welche Rechtsfolgen können sich an das unerlaubte Versenden von E-Mails knüpfen?

- Durch das Versenden von E-Mails entgegen der oben genannten Vorschriften begeht der Absender eine Verwaltungsübertretung und kann nach dem Telekommunikationsgesetz mit einer Geldstrafe in der Höhe von bis zu EUR 37.000 bestraft werden. Die Verhängung der Höchststrafe ist jedoch unwahrscheinlich und kommt nur bei extremen Formen des E-Mail-Missbrauchs in Betracht. Zuständig für den Vollzug ist das jeweilige regionale Fernmeldebüro.
- Eine Verletzung der Impressums- bzw Offenlegungspflicht kann als Verwaltungsübertretung nach dem Mediengesetz mit einer Geldstrafe in der Höhe von bis zu EUR 20.000 bestraft werden. Zuständig für den Vollzug ist die jeweils örtlich zuständige Bezirksverwaltungs- bzw Bundespolizeibehörde.
- Ein Verstoß gegen das Kennzeichnungsgebot für Werbung nach dem E-Commerce Gesetz kann zusätzlich mit bis zu EUR 3.000 von der zuständigen Bezirksverwaltungsbehörde bestraft werden.
- Ein Verstoß gegen die Bestimmungen des UGB kann vom Firmenbuchgericht mittels Zwangsstrafen (bei juristischen Personen: Zwangsstrafen gegen das vertretungsbefugte Organ, z.B. Geschäftsführer) bis zu EUR 3.600 durchgesetzt werden. Ein Verstoß gegen die GewO kann von der Gewerbebehörde mit bis zu EUR 1.090 Geldstrafe geahndet werden.
- Die Rechtsprechung legt die rechtswidrige Zusendung von unerwünschten E-Mails in den meisten Fällen als Verstoß gegen das Bundesgesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) aus. Auf dieser Grundlage kann aufgrund einer unerwünschten Zusendung, die im Wettbewerb getätigt wurde, auf Unterlassung und Schadenersatz geklagt werden.
- Bei Verstößen gegen die DSGVO kann die Datenschutzbehörde eine Verwarnung aussprechen oder eine Geldstrafe in der Höhe von bis zu EUR 20 Mio. verhängen.

Anhang

Anhang 1

Ablaufdiagramm Entscheidungsfindung Versendung von E-Mails

(unter Heranziehung des obigen Texts zu benutzen)

Anhang 2: Auszug aus dem Telekommunikationsgesetz, § 107 TKG

§ 107 Unerbetene Nachrichten

(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.

(1a) Bei Telefonanrufen zu Werbezwecken darf die Rufnummernanzeige durch den Anrufer nicht unterdrückt oder verfälscht werden und der Diensteanbieter nicht veranlasst werden, diese zu unterdrücken oder zu verfälschen.

(2) Die Zusendung einer elektronischen Post - einschließlich SMS - ist ohne vorherige Einwilligung des Empfängers unzulässig, wenn die Zusendung zu Zwecken der Direktwerbung erfolgt.

(3) Eine vorherige Einwilligung für die Zusendung elektronischer 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) (aufgehoben)

(5) Die Zusendung elektronischer Post zu Zwecken der Direktwerbung ist jedenfalls unzulässig, wenn

1. die Identität des Absenders, in dessen Auftrag die Nachricht übermittelt wird, verschleiert oder verheimlicht wird, oder
2. die Bestimmungen des § 6 Abs 1 E-Commerce-Gesetz verletzt werden, oder
3. der Empfänger aufgefordert wird, Websites zu besuchen, die gegen die genannte Bestimmung verstoßen oder
4. keine authentische Adresse vorhanden ist, an die der Empfänger eine Aufforderung zur Einstellung solcher Nachrichten richten kann.

(6) 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.

Auszug aus dem E-Commerce-Gesetz, § 6 ECG

§ 6 Informationen über kommerzielle Kommunikation

(1) Ein Diensteanbieter hat dafür zu sorgen, dass eine kommerzielle Kommunikation, die Bestandteil eines Dienstes der Informationsgesellschaft ist oder einen solchen Dienst darstellt, klar und eindeutig

1. als solche erkennbar ist,
2. die natürliche oder juristische Person, die die kommerzielle Kommunikation in Auftrag gegeben hat, erkennen lässt,
3. Angebote zur Absatzförderung wie etwa Zugaben und Geschenke als solche erkennen lässt und einen einfachen Zugang zu den Bedingungen für ihre Inanspruchnahme enthält sowie
4. Preisausschreiben und Gewinnspiele als solche erkennen lässt und einen einfachen Zugang zu den Teilnahmebedingungen enthält.