



Vernehmlassung zur geplanten Änderung des Fernmeldegesetzes und seiner Ausführungsbestimmungen

Ausgangslage

Erklärtes Ziel dieser Revision ist eine Anpassung der schweizerischen Fernmeldegesetzgebung an jene der EU-Rechtsordnung. Teile dieser Revision sehen ebenfalls Änderungen zur Verbesserung des Konsumenten- und Datenschutzes vor. Vor allem soll in Zukunft der Absender von Werbemitteilungen „aller Arten elektronischer Kommunikation wie Telefon, Fax, SMS und Email“ vorgängig die Einwilligung der Konsumenten einholen (Opt-in-Modell). Dies unabhängig, ob es sich um einen Massenversand oder um individuelle Nachrichten handelt.

Gesetzgebung in der EU

Das EU Parlament hat mit den massgebenden Bestimmungen der Richtlinie 2002/58/EG vom 12.7.2002 „Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation“ eine mit Bezug auf die Versendung von Werbebotschaften auf elektronischem Weg überzeugende und klare Lösung gefunden. Dieser Punkt findet in unserem Verband ungeteilte Zustimmung.

Art. 13 Abs. 4

Auf jeden Fall verboten ist die Praxis des Versendens elektronischer Nachrichten zu Zwecken der Direktwerbung, bei der die Identität des Absenders, in dessen Auftrag die Nachricht übermittelt wird, verschleiert oder verheimlicht wird oder bei der keine gültige Adresse vorhanden ist, an die der Empfänger eine Aufforderung zur Einstellung solcher Nachrichten richten kann.

Es wird in keinem EU-Recht verlangt, dass der Empfänger seine Zustimmung zur Kontaktaufnahme geben muss oder in einer Geschäftsbeziehung mit dem Absender stehen muss. Unaufgeforderte Kontakte mit menschlichem Eingriff sind in der EU grundsätzlich erlaubt.

Aktuelle Situation in der Schweiz

Wir verfügen in der Schweiz über ein gut funktionierendes Opt-out-Modell. Unser Verband betreibt, unterhält und finanziert diverse Robinsonlisten, welches dieses Opt-out-Modell unterstützen. Die aktuellen Robinsonlisten sind:

- o Briefpost
- o Fax
- o eMail
- o Call

Die in verschiedenen Fachverbänden zusammengeschlossenen Mitglieder respektieren diese Grundsätze, welche auch im entsprechenden Ehrenkodex festgehalten sind. Der grösste Teil aller in der Schweiz in Auftrag gegebenen Direktmarketing Kampagnen werden durch die Mitglieder des SDV (Schweizerischen Direktmarketing Verband) realisiert.

Von diesen realisierten Kampagnen sind diesbezüglich keine Fälle rechtlicher Auseinandersetzungen bekannt.

Konsequenzen

Aus unserer Sicht verfehlt die Revision in den beschriebenen Punkten ganz klar ihr primäres Ziel einer Anpassung an das EU-Recht. Zudem sind die vorgeschlagenen Texte zum heutigen Zeitpunkt nicht nachvollziehbar, wenn man bedenkt, dass Telefonieren und Email- sowie Fax-Versand und SMS im privaten wie geschäftlichen Leben heute eine Selbstverständlichkeit darstellen. In den letzten Jahren haben grosse Wachstumsimpulse in diesen Märkten einen positiven Trend gesetzt, welcher sich auch in Zukunft fortsetzen wird. Allein die Call-Center Branche verfügt mit über 500 Firmen und Organisationen und mehr als 30'000 ArbeitnehmerInnen über beachtliche Ressourcen, welche durch diese äusserst restriktive Rechtsprechung massiv beeinträchtigt würde. Ausserdem würde diese Einschränkung der direkten Kontakte auch einen klaren Wettbewerbsnachteil für die „elektronische Kommunikation“ gegenüber der Direktwerbung mittels Postversand darstellen.

Anträge

Die aufgeführten Erläuterungen führen uns zu folgenden Anträgen :

1. Der vorgesehene Art. 45a FMG ist ersatzlos zu streichen.
2. Der beschriebene Punkt aus dem EU-Recht (Art 13, Abs. 4) sollen im UWG aufgenommen werden.

René Koller
Vize-Präsident