

per E-Mail: [fmg@bakom.admin.ch](mailto:fmg@bakom.admin.ch)

Bundesamt für Kommunikation  
Zukunftstrasse 44  
Postfach  
2501 Biel

Zürich, 26. September 2002  
ed/mf

## **Vernehmlassung zum Entwurf Änderung des Fernmeldegesetzes (FMG)**

Sehr geehrter Herr Bundesrat  
Sehr geehrte Damen und Herren

Wir danken Ihnen, dass Sie uns Gelegenheit gaben zum Revisionsvorschlag des Fernmeldegesetzes Stellung zu nehmen. Der Schweizer Automatik Pool vertritt rund 400 Unternehmen, welche Produkte und Dienstleistungen auf dem Gebiete der Automation, Elektronik, Informatik und Medizintechnik anbieten.

Der Schweizer Automatik Pool ist Mitglied der SICTA (Swiss Information and Communications Technology Assosiation). Wir kennen deren Meinung und schliessen uns in allen fehrmeldespezifischen Punkten der SICTA an. Im Folgenden beschränken wir uns auf die wettbewerbsrechtlichen Fragen.

### **Liberalisierung**

Grundsätzlich ist der Schweizer Automatik Pool mit den Liberalisierungstendenzen einverstanden. Wettbewerb liegt im Interesse der Wirtschaft.

## **Kein Verbot der Telekommunikation für Neuakquisitionen**

Die Einschränkung der Werbung mit Telekommunikationsmitteln ist höchst problematisch. Zum einen gehört diese Frage nicht in ein Fernmeldegesetz, welches sich mit der Informationsübertragung und deren Technik, nicht aber mit den Inhalten beschäftigen soll. Zum andern schiessen die Formulierungen zu den Entwürfen Art. 45a FMG sowie Art. 3 Bst. n UWG weit über das gewünschte Ziel hinaus. Der Vorschlag will das Spamming eindämmen, schüttet aber das Kind mit dem Bade aus!

Die vorgeschlagenen Art. 45a FMG sowie Art. 3 Bst. n UWG führen in ihrer praktischen Konsequenz zu einem Verbot der Telekommunikation für jede Neuakquisition. Das vorgeschlagene bedingungslose Opt-in-System ist wirklichkeitsfremd.

Würden die vorgeschlagenen Bestimmungen Gesetz, könnte ein Unternehmen Personen, mit denen es noch nicht in Kontakt war, nur mit der Briefpost ansprechen. Selbst die Annahme, der Ansprechpartner sei mit einer Kontaktaufnahme einverstanden wird ausgeschlossen, wenn dessen "ausdrückliche Zustimmung" verlangt wird. Wie soll da ein Verkaufs- oder Vertriebsverantwortlicher eines Industrieunternehmens mit einem möglichen neuen Kunden in Kontakt treten, wenn ihm Telefon und E-Mail vollständig verwehrt sind?

Beim Vorentwurf des Bundesrates für ein Bundesgesetz über den elektronischen Geschäftsverkehr wurde übrigens darauf verzichtet, Werbe-E-Mails und andere Werbeaktivitäten mit Telekommunikation zu unterbinden.

## **Europakonform**

Der Gesetzesvorschlag verträgt sich schlecht mit internationalen und europäischen Gepflogenheiten. Art. 7 der Europäischen Richtlinie über den elektronischen Geschäftsverkehr 2000/31/EG erlaubt die nicht angeforderte kommerzielle Kommunikation (u.a. Werbe-E-Mail) ausdrücklich. Die Werbesendungen müssen aber klar und unzweideutig als solche erkennbar sein. Zudem müssen die Anbieter regelmässig so genannte Robinson-Listen konsultieren, in die sich natürliche Personen eintragen können, die keine derartigen Zusendungen zu erhalten wünschen.

In der Europäischen Union ist zwar zur Zeit eine Ergänzung der Datenschutzrichtlinie in Diskussion. Der Entwurf sieht vor, dass die Verwendung von automatischen Anrufsystemen (Voice-Mail-System), Faxgeräten oder elektronischer Post für die Zwecke der Direktwerbung nur bei vorheriger Einwilligung der Teilnehmer gestattet werden soll. Ob dieser Vorschlag Rechtskraft erlangt, steht noch offen. Auf jeden Fall bezieht er sich auf Voice-Mail, Fax und E-Mail, nicht aber auf die üblichen Telefonanrufe. Zudem spricht der Text von "vorheriger Einwilligung", nicht aber von

"ausdrücklicher Zustimmung". Die Einwilligung kann also auch konkludent erfolgen. Zudem sieht der Richtlinienvorschlag weitere Differenzierungen vor.

Unverständlich im Revisionsentwurf zum FMG ist die allgemeine Pflicht der Fernmeldediensteanbieter, die Übermittlung von ungefragten Werbemitteilungen mit geeigneten und zumutbaren Massnahmen zu unterbinden (Art. 45a FMG). Eine solche Verpflichtung für Carrier und Provider ist nicht durchführbar. Die Praxis hat dafür eine differenziertere Lösung entwickelt. Weshalb reicht bei uns nicht aus, was im übrigen Europa gilt? Nach Art. 12 der Richtlinie 2000/31/EG ist der Vermittler für die übermittelten Informationen nicht verantwortlich, sofern er nicht aktiv in die Übermittlung eingreift, oder sofern nicht ein Gericht oder eine Verwaltungsbehörde im Einzelfall Anweisungen trifft.

### **Keine sachfremden Anliegen**

Bei der vorgegebenen Gesetzesrevision geht es um Marktöffnung und Wettbewerb. Es wäre fatal, gleichzeitig sachfremde Anliegen zu verfolgen, und dies erst noch unausgegoren und unsorgfältig. Die Frage der Werbung ist nicht primär eine Frage der technischen Mittel zur Übermittlung. Sie gehört in einen kaufmännischen Kontext und muss deshalb im Zusammenhang mit dem Bundesgesetz über den elektronischen Geschäftsverkehr oder mit vergleichbaren Gesetzesvorlagen behandelt werden.

Auf die vorgeschlagenen neuen Bestimmungen Art. 45a FMG sowie Art. 3 Bst. n UWG ist zu verzichten.

Mit freundlichen Grüßen

Schweizer Automatik Pool

---

Urs Zimmermann  
Präsident

---

Dr. Markus Edelmann  
Beauftragter für Wirtschaft und Recht

Kopie an: SICTA, Herr Hanspeter Lingg, Laupenstrasse 18a, Postfach 7860, 3001 Bern  
Herr Jürg Eberhard, Lexsys ag, Bubenbergrplatz 4, Postfach 7111, 3013 Bern  
economiesuisse, Hegibachstrasse 47, Postfach 1072, 8032 Zürich