

Darauf müssen Sie achten, wenn Sie sich als Konsument gegen Spamming zur Wehr setzen wollen

Checkliste im Kampf gegen Spamming

VON RECHTSANWALT LUKAS FÄSSLER

Wenn Sie als Konsument von einem Unternehmen mit unerbetenen Junk-Mails belästigt werden, gehen Sie schrittweise wie folgt vor:

1. Sammeln sie die zugesandten Werbeunterlagen, indem Sie diese ausdrucken (E-Mails), aufbewahren (Fax) oder speichern (SMS).
2. Mahnen Sie das entsprechende Unternehmen mit einem eingeschriebenen Brief klar und eindeutig ab. Untersagen Sie dem Unternehmen, Sie weiterhin mit unerbetener Werbepost zu bedienen. Berufen Sie sich auf den weiter unten publizierten Grundsatzentscheid der Schweizerischen Lauterkeitskommission vom 17. Mai 2000. Bewahren Sie eine Kopie dieser Abmahnung sowie den Beleg zur Einschreibesendung auf.
3. Orientieren Sie den Provider des absendenden Spammers schriftlich über das Spamming. Den Provider des Absenders können Sie aus der absendenden E-Mail-Adresse eruieren. Bei der Adresse `julia.spammerling@bluewin.ch` ist der Provider z.B. the blue window.

Wenn die unerbetenen Werbesendungen nicht sofort unterbunden werden, können Sie die im Fachtext **Unverlangte Werbe-Mails mit Rechtsfolgen** (abrufbar unter www.jurisnet.com) erläuterten rechtlichen Möglichkeiten ausschöpfen. Für diese zum Teil heiklen weiteren Schritte ist es aber in den meisten Fällen ratsam, einen spezialisierten Rechtsanwalt beizuziehen. Das spart Nerven und garantiert auf Anhieb das richtige Vorgehen.

Autor: Lic. iur. Lukas Fässler ist Mitglied des Fachgruppe E-Business des Schweizerischen Wirtschaftsinformatik-Verbandes SWIV und Partneranwalt von JurisNET GmbH.

Datum: 25. Mai 2000

Urteilsspruch der Schweizerischen Lauterkeitskommission vom 17. Mai 2000

In einem soeben vom Autor dieses Beitrages erwirkten Beschwerdeentscheid vom 17. Mai 2000 stellt die Schweizerische Lauterkeitskommission in ihrem Grundsatzentscheid gegen die Firma Somotrading SA, Genf fest, dass die unerbetene Zusendung von Fax-Werbung an Konsumenten unlauter ist und insbesondere gegen Art. 4.2. der Richtliniengrundsätze verstösst. Dieser Entscheid hat Signalwirkung für die gesamte Spamming-Szene in der Schweiz, lässt sich auf jede unerbetene Werbung über E-Mail und SMS anwenden und kann, gemäss Schritt 2 der obigen Checkliste, von jedem Konsumenten in der Schweiz gegen ein unlauter werbendes Unternehmen zitiert und ins Feld geführt werden.



Einschreiben

Beschwerdeführer:

Herrn Rechtsanwalt
Lic. iur. L. Fässler
Gämpi 29

6043 Adligenswil

Beschwerdegegnerin:

SOMOTRADING SA
Herren C. Stutz /J. Stutz
Postfach 2163

1211 Genf 1

Zürich, 17. Mai 2000/bu

Nr. 116/00

Lic. iur. L. Fässler c/ Somotrading SA
(Unlautere Fax-Werbung)

Sehr geehrte Damen und Herren

Die **Zweite Kammer** der Lauterkeitskommission hat,

- unter Mitwirkung von Alexander Brunner (Vorsitz), Urs Donatsch, Angela Kreis sowie Hanspeter Marti (Sekretär),
- und nach Kenntnisnahme und Würdigung der Beschwerde vom 17. Februar und Vernehmlassung vom 2. März 2000,

b e s c h l o s s e n :

1. Nach Massgabe von Grundsatz 4.2 erweist sich die beanstandete Faxwerbung an Private als aggressive Verkaufsmethode und damit als unlauter.
2. Der von der Beschwerdegegnerin gemäss Telefonbucheintrag reklamierte Stern ist zweifellos ein Indiz dafür, dass der betreffende Anschluss keinerlei Werbung wünscht. Dies will wiederum nicht heissen, dass Anschlüsse ohne diesen Stern und insbesondere Privatanschlüsse deswegen zur Faxwerbung freigegeben wären.
3. Es kann immerhin festgestellt werden, dass die Beschwerdegegnerin nach erfolgter Abmahnung bestrebt war, den Weisungen des

Beschwerdeführers gemäss zu handeln und heute die Bewerbung des Beschwerdeführers eingestellt hat, weshalb sich keine weiteren Ermahnungen aufdrängen.

Im Falle von Willkür kann die beschwerte Partei gegen diesen Beschluss **innert 20 Tagen** (Art. 19.1 lit. b des Geschäftsreglements) unter Angabe der Gründe an das Plenum der Lauterkeitskommission rekurrieren.

Mit freundlichen Grüssen

Schweizerische
Lauterkeitskommission



Beilagen an Beschwerdeführer:
Stellungnahme vom 2. März 2000