



FST-Verhaltenskodex für Telefonmehrwertdienste

in der Fassung vom 11.01.2010

Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste e.V. (FST)

Birkenstraße 65 ▪ 40233 Düsseldorf ▪ Tel. 0211 / 31 12 09 – 0 ▪ Fax 0211 / 31 12 09 – 30

Email: info@fst-ev.org ▪ web: www.fst-ev.org

Verhaltenskodex für Telefonmehrwertdienste in der Fassung vom 11.01.2010

Inhaltsverzeichnis	Seite
Präambel	5
Abschnitt 1: Allgemeine Bestimmungen und allgemeine Verhaltensgrundsätze.....	5
1 Anwendungsbereich	5
2 Definitionen.....	6
2.1 Telefonmehrwertdienste im Sinne des Verhaltenskodex.....	6
2.2 Gesetzliche Definitionen	6
3 Unzulässige und strafbare Inhalte	6
4 Jugendschutz	7
4.1 Verhinderung der Beeinträchtigung und Gefährdung des Wohls von Kindern/Jugendlichen	7
4.2 Jugendzugangskontrollen.....	7
4.3 Dienste mit der Zielgruppe Minderjährige.....	7
5 Datenschutz.....	8
6 Anbieterkennzeichnung	8
7 Werbung	8
8 Unverlangte Werbung u.a. – Verhaltensgrundsätze im Direktmarketing.....	9
8.1 Briefkastenwerbung	9
8.2 Telefonwerbung	9
8.3 Werbung unter Verwendung von automatischen Anrufmaschinen, Faxgeräten oder elektronischer Post (z.B. E-Mail, SMS, MMS)	10
8.4 Anonyme Nachrichten	10
8.5 Verbot der Rufnummernunterdrückung - § 102 TKG.....	10
9 Dienstekennzahlen bei 0900er Diensten	11
10 Darstellung von Vanity Rufnummern in der Werbung	11
Abschnitt 2: Spezielle Verhaltensgrundsätze bei Telefonmehrwertdiensten.....	11
1 Preisangaben	11
1.1 Anwendbarkeit der PreisangabenVO	11
1.2 Gesetzliche Spezialregelungen im TKG – vgl. § 66a TKG	11
1.3 Welcher Preis ist anzugeben?	12
1.4 Form der Preisangabe und Schriftgrößen	12

2	Preisansagen – vgl. § 66b TKG, sonstige Ansagen	13
2.1	Sprachgestützte Premium-Dienste – Preisansage vor Beginn der Entgeltspflichtigkeit durch den VNB – vgl. § 66b TKG	13
2.2	Operatorgestützte Chat-Dienste	13
2.3	Sprachgestützte Auskunftsdienste	13
2.4	Kurzwahl-Sprachdienste	14
2.5	Sprachgestützte Neuartige Dienste	14
2.6	Massenverkehrs-Dienste (MABEZ) – Ansage am Ende des Dienstes	14
3	Preisanzeige bei Kurzwahl-Datendiensten und nicht sprachgestützten Neuartigen Diensten (Einmal-Dienste) – vgl. § 66c TKG	15
3.1	Grundsatz – Preisanzeige	15
3.2	Ausnahme – Dienst im öffentlichen Interesse oder Legitimationsverfahren	15
4	Preishöchstgrenzen – vgl. § 66d TKG	15
4.1	Service-Dienste	15
4.2	Premium-Dienste	15
4.3	Weitervermittlung durch Auskunftsdienste	15
4.4	Kombinationstarife	15
4.5	Ausnahmeregelungen – Legitimationsverfahren, weitere gesonderte Verfahren bzw. Festlegungen durch die Bundesnetzagentur	16
5	Verbindungstrennung bei zeitabhängig abgerechneten Rufnummern für Premium-Dienste und Kurzwahl-Sprachdienste – vgl. § 66e TKG	16
5.1	Premium-Dienste und Kurzwahl-Sprachdienste	16
5.2	Weitervermittlung zu Rufnummern für Premium-Dienste oder für Kurzwahl-Sprachdienste	16
5.3	Ausnahme – Legitimationsverfahren, weitere durch die Bundesnetzagentur geregelte Verfahren	16
6	Dauerschuldverhältnisse (ABOs)	16
6.1	Hinweis auf den Abschluss von Dauerschuldverhältnissen	16
6.2	Dauerschuldverhältnisse bei Kurzwahl-Diensten – vgl. § 45l TKG	16
7	Rufnummernübermittlung – vgl. § 66j TKG	17
7.1	Network-provided CLI	17
7.2	User-provided CLI (-> Verbot der Übermittlung von 0900-, 118xy-, 0137-Rufnummern für Kurzwahl-Sprachdienste sowie 012-Rufnummern zur Anzeige im Display)	18
8	Fehlendes bzw. vorgetäushtes Angebot	18
9	Warteschleifen	18
10	Umgehungsverbot – vgl. § 66l TKG	18
	Abschnitt 3: Spezielle Dienste und Inhalte	18
1	Dialer – vgl. § 66f TKG (Details s. Anlage 6)	18
1.1	Registrierungspflicht und schriftliche Versicherung der Rechtskonformität	18
1.2	Eigener Rufnummernbereich für Dialer (09009)	18
1.3	Je Rufnummer nur ein Dialer	19
1.4	Änderungen an registrierten Dialern	19
1.5	Befugnisse der Bundesnetzagentur	19
2	Fax-Dienste – Zusätzliche Informationen zum Umfang in der Werbung – vgl. § 66a TKG	19

3	Daten-Dienste – Zusätzliche Informationen zum Volumen in der Werbung – vgl. § 66a TKG	19
4	R-Gespräche – vgl. § 66i TKG	19
5	Chat-Dienste inklusive Premium-SMS-Chats	19
6	Mobile Payment – via TAN-Verfahren	20
6.1	Präambel	20
6.2	Äußere Gestaltung und notwendige Inhalte des Transaktionsfensters	21
6.3	Ablauf des TAN-Verfahrens	21
6.4	Preisinformation	21
6.5	Besondere Vorgaben für ABOs	22
6.6	(Kostenfreie) Probeabos	22
6.7	(Kostspflichtige) Kurzabos	22
6.8	Kostenkontrolle (Bill-Warning)	22
7	Mobile Payment – via WAP-Billing	22
7.1	Definition – WAP-Anwendungen/ WAP-Billing	22
7.2	Preistransparenz beim WAP-Billing	23
7.3	Besondere Vorgaben für ABOs/ Bill-Warning	23
8	Glücksspiele/ Lotterien	23
9	Gewinnspiele mit Mehrwertdienste-Rufnummern einschließlich Kurzwahlnummern	23
9.1	Präambel	23
9.2	Zulässigkeit von Gewinnspielen mit Mehrwertdienste-Rufnummern (nachfolgend einschließlich Kurzwahlnummern)	23
9.3	Definition Gewinnspiel	23
9.4	Maximale Entgelthöhe	23
9.5	Transparenz und Teilnehmerschutz	24
9.6	Unentgeltliche Angebote	24
10	Beratungsdienste	24
11	Spendendienste	24
	Abschnitt 4: Maßnahmen bei Verstößen gegen den Verhaltenskodex	24
1	Mitglieder	24
2	Nichtmitglieder	24
3	Abgrenzung	25
	Abschnitt 5: Schlussbestimmungen/ Inkrafttreten	25
	Anlagen	25
1	Begriffs-Definitionen – vgl. § 3 TKG	25
2	Übersicht Preisangabe, Preisanzeige, Preisansage	25
3	Übersicht nähere Ausgestaltungen zur Werbung - Schriftgrößen etc.	25
4	Übersicht verbraucherschützende Regelungen des TKG - allgemein	25
5	Übersicht zur Einordnung von Diensten unter die Dienstekennzahlen bei 0900	25
6	Dialer-Bestimmungen (insb. Verfügungen der Bundesnetzagentur)	25
7	Wegfall des Entgeltanspruchs – vgl. u.a. § 66g TKG	25
	Hintergründe zum Verband	26
	Impressum	26

Präambel

Die Mitglieder des FST e.V. (Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste e.V.) setzen sich aktiv zur Schaffung eines fairen, verantwortungsbewussten Marktes ein. Sie verpflichten sich zur Stärkung des lautereren Wettbewerbs und Achtung der schutzwürdigen Interessen der Nutzer sowie der Allgemeinheit insbesondere gegen die Diskriminierung wegen der Rasse, der ethnischen Herkunft, des Geschlechts, der Religion oder Weltanschauung, des Alters oder der sexuellen Identität sowie Gewaltverherrlichung, ferner den Jugendschutz auch auf eigenverantwortlicher Basis zu stärken. Der FST e.V. achtet den Freiheitsraum der Individualkommunikation in den Diensten und das Grundrecht der Nutzer auf Informationsfreiheit. Zugleich respektiert der FST e.V. das Grundrecht auf Medien-(Presse-)freiheit sowie das Grundrecht auf Wirtschaftsfreiheit (Angebot gewerblicher Dienstleistungen).

Ziel der freiwilligen Selbstkontrolle ist es, insbesondere Betreiber von Telekommunikationsnetzen und Anbieter von Telekommunikationsdienstleistungen (Service- und Inhaltenanbieter) mit dem Beitritt zum FST e.V. zur Beachtung der Grundsätze des Verhaltenskodex zu veranlassen. Der FST e.V. kann sich auch mit Inhalten befassen, die von Nichtmitgliedern angeboten bzw. zur Nutzung bereitgestellt werden. In seinen Maßnahmen bei von ihm festgestellten Verstößen unterscheidet der Verein zwischen Mitgliedern und Nichtmitgliedern (s. Abschnitt 4 des VK).

Dieser Verhaltenskodex soll einen allgemeingültigen Marktstandard setzen. Gleichzeitig soll der Verhaltenskodex auch den Anbietern von Telefonmehrwertdiensten einen Überblick über wesentliche, zu beachtende staatliche Regelungen im Bereich der Mehrwertdienste und damit Handlungs- und Planungssicherheit bei der Vermarktung und Ausgestaltung ihrer Dienstleistungen bieten. Die Mitglieder des FST e.V. verpflichten sich, den Verhaltenskodex in seiner jeweils gültigen Fassung in die Standardverträge mit ihren Kunden (Service- und Inhaltenanbieter) einzubeziehen.

Der FST e.V. strebt an, dem Nutzer und dem Anbieter der Dienste durch das Angebot von Informationen über die eigene Arbeit, die Anwendung technischer Schutzmechanismen als Präventionsmaßnahme gegen möglichen Missbrauch und durch die Einrichtung einer Informations- und Anlaufstelle für die Mitglieder sowie durch die Pflege des Verhaltenskodex selbst einen verantwortungsbewussten Umgang mit diesen Diensten zu vermitteln. Die Mitglieder verurteilen jedwedes Verhalten, mit dem in der Werbung oder mittels sonstiger Kommunikation Nutzer über Kosten und/ oder Inhalt von Telekommunikationsdienstleistungen getäuscht werden. Dabei ist zu beachten, dass teilweise die Dienste zur Erwachsenenunterhaltung von der - für den Kunden erkennbaren und akzeptierten - Illusion im Hinblick auf den erreichten Telekommunikationspartner leben. Ungeachtet dessen tragen die Anbieter dafür Sorge, dass der Nutzer stets eine umfassende Aufklärung über die Art des Dienstes – vor dessen Inanspruchnahme – erhält. Der FST e.V. wird mit anderen freiwilligen Selbst-Kontrolleinrichtungen - auch auf internationaler Ebene - zusammenarbeiten, um dem umfassenden Angebot an Diensten sowie der Internationalität der Netze und der Diensteanbieter gerecht zu werden.

Sofern im Verhaltenskodex Personenbezeichnungen in männlicher Form verwendet werden, sind mit diesen stets sowohl männliche als weibliche Personen gemeint.

Abschnitt 1: Allgemeine Bestimmungen und allgemeine Verhaltensgrundsätze

1 Anwendungsbereich

Gegenstand der freiwilligen Selbstkontrolle ist das gesamte Spektrum der Telefonmehrwertdienste, unabhängig davon welche Zugangstechnologie verwendet wird.

2 Definitionen

2.1 Telefonmehrwertdienste im Sinne des Verhaltenskodex

Telefonmehrwertdienste im Sinne des Verhaltenskodex sind alle Formen Telekommunikationsdienstleistungen, die über die Teilnehmerrechnung oder ein Kundenkonto abgerechnet werden und die über die reine Verbindungsleistung hinaus gehen.

2.2 Gesetzliche Definitionen

Es gelten im Übrigen die gesetzlichen Definitionen des TKG, insbesondere die des § 3 TKG – dort insbesondere zu nennen:

- Auskunftsdienste (insb. 118), § 3 Nr. 2a TKG
- Entgeltfreie Telefondienste (insb. 0800), § 3 Nr. 8a TKG
- Service-Dienste (insbes. 0180), § 3 Nr. 8b TKG
- Kurzwahl-Datendienste, § 3 Nr. 11a TKG
- Kurzwahldienste, § 3 Nr. 11b TKG
- Kurzwahl-Sprachdienste, § 3 Nr. 11c TKG
- Massenverkehrs-Dienste (insb. 0137), § 3 Nr. 11d TKG
- Neuartige Dienste (insb. 012), § 3 Nr. 12a TKG
- Premium-Dienste (insb. 0900), § 3 Nr. 17a TKG

3 Unzulässige und strafbare Inhalte

Die Mitglieder des FST e.V. leisten im Rahmen der gesetzlich bestimmten Verantwortlichkeit und soweit tatsächlich und rechtlich möglich und zumutbar ihren Beitrag dazu, dass Inhalte nicht angeboten und zur Nutzung vermittelt werden, die insbesondere gemäß

- § 130 StGB (Volksverhetzung)
- § 130 a StGB (Anleitung zu Straftaten)
- § 131 Abs.1 StGB (Gewaltdarstellung)
- § 86 StGB (Verbreitung von Propagandamitteln verfassungswidriger Organisationen)
- § 86a StGB (Verwenden von Kennzeichen verfassungswidriger Organisationen)
- § 87 StGB (Agententätigkeit zu Sabotagezwecken)
- §§ 184, 184c StGB (Verbreitung pornographischer Schriften)
- §§ 29 ff. Betäubungsmittelgesetz
- §§ 284, 286 StGB (unerlaubte Veranstaltung eines Glücksspiels/ -einer Lotterie und einer Ausspielung)

strafbar oder unzulässig sind.

Darüber hinaus tragen sie im Rahmen der gesetzlich bestimmten Verantwortlichkeit und soweit rechtlich möglich und zumutbar dazu bei, dass bei der Bewerbung bzw. dem Anbieten und Betreiben von Telefonmehrwertdiensten keine Verstöße gegen gesetzliche Bestimmungen erfolgen, insbesondere nicht solche, die gemäß

- § 263 StGB (Betrug) oder andere Bestimmungen des Strafgesetzbuches

- dem Gesetz zur Bekämpfung des Unlauteren Wettbewerbs (UWG), insbesondere gemäß der sogenannten Schwarzen Liste als Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG

strafbar oder unzulässig sind.

4 Jugendschutz

4.1 Verhinderung der Beeinträchtigung und Gefährdung des Wohls von Kindern/Jugendlichen

Die Mitglieder des FST e.V. leisten im Rahmen der gesetzlich bestimmten Verantwortlichkeit und soweit tatsächlich sowie rechtlich möglich und zumutbar ihren Beitrag dazu, dass Angebote bzw. Inhalte nicht gegenüber Kindern/Jugendlichen angeboten oder zur Nutzung vermittelt werden, die

- a. gemäß §§ 184 Abs.1, 184c StGB (Verbreitung pornographischer Schriften)
- b. gemäß § 27 JuSchG (insb. Abs.1 Nr. 3 u. 4, Abs.2 Nr.1, Abs. 3 Nr.2)
- c. gemäß § 4 JMStV

strafbar oder unzulässig sind.

Die Mitglieder des FST e.V. leisten im Rahmen der gesetzlich bestimmten Verantwortlichkeit und soweit tatsächlich sowie rechtlich möglich und zumutbar ferner Vorsorge dafür, dass Inhalte, die geeignet sind, das körperliche, geistige oder seelische Wohl von Kindern oder Jugendlichen zu beeinträchtigen, nur dann angeboten und zur Nutzung vermittelt werden, wenn

- a. Vorsorge getroffen ist, dass Kinder und Jugendliche die Angebote üblicherweise nicht wahrnehmen oder
- b. dem Nutzer technische Vorkehrungen angeboten werden, die ihm selbst die Sperrung der Angebote nach Maßgabe seiner spezifischen individuellen Bedürfnisse ermöglichen.

4.2 Jugendzugangskontrollen

Mehrwertdienste, die geeignet sein können, Kinder und Jugendliche sittlich schwer zu gefährden oder in ihrem Wohl zu beeinträchtigen, dürfen nur mit einer akustischen oder einer anderen wirksamen Zugangskontrolle angeboten werden. Die Zugangskontrolle muss spätestens erfolgen, bevor Anrufer in Teile von Angeboten gelangen, die geeignet sein können, Kinder und Jugendliche sittlich schwer zu gefährden oder in ihrem Wohl zu beeinträchtigen. Die Zugangskontrolle muss sicherstellen, dass nach Möglichkeit keine minderjährigen Anrufer Zugang zu den Angeboten erhalten. Die Gewährleistung einer permanenten Zugangskontrolle obliegt dem Dienstanbieter.

Diese Zugangskontrollpflicht besteht für alle Telefonmehrwertdienste, die geeignet sein können, Kinder und Jugendliche sittlich schwer zu gefährden oder in ihrem Wohl zu beeinträchtigen.

Dies gilt auch für derartige Dienste mit Selbstwählzugang, die in Kombination mit Telefonmehrwertdiensten betrieben werden.

4.3 Dienste mit der Zielgruppe Minderjährige

Bei dem Angebot von Diensten mit der Zielgruppe Minderjährige gegen Entgelt muss der Anbieter sicherstellen, dass durch die Gestaltung des Angebotes dasselbe nicht geeignet ist, die geschäftliche Unerfahrenheit, die Leichtgläubigkeit, die Angst oder die Zwangslage der Minderjährigen, insbesondere von Kindern, auszunutzen, vgl.

§ 4 Nr. 2 UWG. Nach Nr. 28 der sog. Schwarzen Liste (Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG) ist die in eine Werbung einbezogene unmittelbare Aufforderung an Kinder unzulässig, selbst die beworbene Ware zu erwerben oder die beworbene Dienstleistung in Anspruch zu nehmen oder ihre Eltern oder andere Erwachsene dazu zu veranlassen.

Die Inhalte des Dienstes dürfen nicht geeignet sein, Kinder und Jugendliche in irgendeiner Weise zu gefährden. Zusätzlich muss zu Beginn des Dienstes ein Hinweis, dass das Einverständnis des Erziehungsberechtigten vorausgesetzt wird, erfolgen.

5 Datenschutz

Es gelten die gesetzlichen Bestimmungen des Datenschutzes, insbesondere der Bundes- und Landesdatenschutzgesetze sowie des TKG (s. §§ 96 ff TKG zur Speicherung der Verkehrsdaten).

6 Anbieterkennzeichnung

Anbieter von Telekommunikationsdienstleistungen stellen sicher, dass die gesetzlichen Vorgaben zur Anbieterkennzeichnung (vgl. § 5 Telemediengesetz (TMG), §§ 312b ff. BGB i.V.m. BGB-InfoV) eingehalten werden. Hierzu zählen insbesondere der Name und die Anschrift, unter der sie niedergelassen sind, bei juristischen Personen auch der Name und die Anschrift des Vertretungsberechtigten.

Anbieter von Telekommunikationsdienstleistungen, die für die Angebote lediglich Telekommunikationsnetze bereitstellen, werden im Rahmen ihrer Möglichkeiten auf die Einhaltung der Vorschriften hinwirken.

Die erforderlichen Angaben müssen leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar sein. Sie können auch über einen ausgelagerten Dienst angeboten werden. Dabei dürfen weder Premium-Dienst- noch Auslandsrufnummern eingesetzt werden.

7 Werbung

Die Anbieter stellen stets sicher, dass die sich auf ihre Angebote beziehende Werbung in Einklang mit diesem Kodex steht.

Die Wörter Werbung oder Werbemaßnahmen bezeichnen alle Formen der aktiv veranlassten Veröffentlichungen.

Die Anbieter beachten insbesondere folgende Maßgaben:

Werbemaßnahmen dürfen keine herabsetzende oder entwürdigende Wirkung haben. Werbematerial darf keine Bilder oder Formulierungen enthalten, die Gewalt, Sadismus oder Grausamkeiten zeigen bzw. beschreiben, oder die anderweitig widerwärtiger Natur sind.

Werbemaßnahmen dürfen nicht so gestaltet werden, dass der Anrufer/Nutzer bezüglich des Inhalts oder der Kosten der Angebote irregeführt wird. Insbesondere dürfen Informationsangebote nicht dergestalt beworben werden, dass dem Anrufer/Nutzer ein Eindruck vermittelt wird, der mit dem Inhalt des Angebotes nicht übereinstimmt.

Anbieter von SMS-Chats oder Voice-Chats sorgen somit dafür, dass die Bewerbung der Dienste transparent gestaltet wird und keine Aussagen enthält, die den Anrufer/Nutzer irreführen. Daher sind beispielsweise Aussagen zu vermeiden, die suggerieren, dass die Möglichkeit bestehe, den Kommunikationspartner real zu treffen, wenn dies nicht Gegenstand des Dienstes bzw. nicht tatsächlich beabsichtigt ist.

Sofern der Dienst teilweise oder ganz über bezahlte Operator erbracht wird, ist dies sowohl in der Werbung als auch der sonstigen Darstellung des Dienstes (z.B. nähere Erläuterungen zum Dienst im Internet) allgemein verständlich und grafisch deutlich

kenntlich zu machen. Dazu reicht eine Beschreibung als „Operator-Chat“, „operator-gestützter Chat“ oder ähnlichem nicht aus, da die Bedeutung dieser Begriffe für den konkreten Dienstinhalt für den Endverbraucher regelmäßig nicht hinreichend verständlich ist. Unzulässig ist jedwede Produktbezeichnung oder sonstige Angabe, die den rein gewerblichen Charakter des Dienstes verdeckt oder relativiert, so etwa die Verwendung von Begriffen wie „Flirt“, „Partner-Chat“, „Date“, „Dating“, „Privat-Chat“ oder dergleichen. Der Hinweis kann vielmehr z.B. lauten: „Gewerbliche Animation, keine priv. Chat-Partner, keine realen Treffen“, bzw. „Gewerbliche Animation, keine privaten Telefon-Partner, keine realen Treffen“, „Bezahlte Operator, keine realen Kontaktpartner/Treffen“ oder „Rollenspiel mit bezahlten Operatoren, keine persönlichen Bekanntschaften, keine echten Treffen“.

Dieser Hinweis muss in unmittelbarem Zusammenhang mit der beworbenen Rufnummer zusammen mit der Preisangabe erfolgen. Ein Verweis auf Informationen, die über ein anderes Medium abzurufen sind, ist nicht ausreichend. Auch ein lediglich in Allgemeinen Geschäftsbedingungen vorgehaltener Hinweis reicht nicht aus. Der Hinweis ist mindestens in der gleichen Schriftgröße wie die der Preisangabe vorzunehmen, s. Abschnitt 2, 1.4 des Verhaltenskodex. Bei akustischer Bewerbung muss der Hinweis gut hörbar unmittelbar vor oder nach Nennung der Kurzwahlnummer oder sonstigen Rufnummer erfolgen.

Die Werbung ist insbesondere so zu gestalten, dass insbesondere nicht durch Fantasie-Individualisierungen der Eindruck erweckt wird, dass die Möglichkeit besteht, mit genau der beworbenen Person privat in Telefon-/SMS-Kontakt zu treten, d.h. einen persönlichen Kontakt aufzubauen.

Des Weiteren tragen die Anbieter Sorge dafür, dass nicht bereits durch die gewählte Rubrik der Werbung, z.B. im Printbereich, Fehlvorstellungen beim Nutzer über den Inhalt des Dienstes entstehen können. Operatorgestützte Dienste dürfen daher nicht in einer Rubrik wie z.B. „Kontakte“ oder „Privat-Chats“ beworben werden. Das gilt auch für teilweise operatorgestützte Dienste, soweit für den Kunden keine erkennbare Unterscheidung möglich ist, welcher Teilbereich des Dienstes operatorgestützt betrieben wird. Generell ist für teilweise operatorgestützte Dienste zu empfehlen, diese nicht in einer solchen Rubrik zu bewerben.

8 Unverlangte Werbung u.a. – Verhaltensgrundsätze im Direktmarketing

Unlauter und damit wettbewerbswidrig handelt, wer einen Marktteilnehmer (jedermann) in unzumutbarer Weise belästigt, s. § 7 Abs.1 UWG.

8.1 Briefkastenwerbung

Briefkastenwerbung ist wettbewerbswidrig, wenn sie gegen den erkennbaren Willen des Marktteilnehmers erfolgt, vgl. § 7 Abs.1 UWG. Unter dieser Voraussetzung ist allerdings jegliche Werbung wettbewerbswidrig.

8.2 Telefonwerbung

Telefonwerbung ist gegenüber einem Verbraucher wettbewerbswidrig, es sei denn sie erfolgt mit vorheriger ausdrücklicher (mündlicher oder schriftlicher) Einwilligung des Verbrauchers („opt-in“-Lösung). Telefonwerbung gegenüber sonstigen Marktteilnehmern ist wettbewerbswidrig, es sei denn, es kann von einer mutmaßlichen Einwilligung ausgegangen werden, s. § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG.

Telefonwerbung ist als unzumutbare Belästigung weiter wettbewerbswidrig, es sei denn die nachfolgenden Anrufzeiten werden über die vorstehenden Voraussetzungen hinaus

beachtet: MO-FR 8-20 Uhr, samstags 10-16 Uhr. Abweichende Anrufzeiten sind nur zumutbar, sofern der Marktteilnehmer diese ausdrücklich gewünscht hat.

In jedem Gespräch soll die Gesprächsbereitschaft erfragt werden. Ist der Kontakt seitens des Marktteilnehmers aktuell nicht erwünscht, ist das Gespräch sofort zu beenden. Ist der Kontakt jederzeit nicht mehr erwünscht, sind Adresse und Telefonnummer sofort zu löschen bzw. zu sperren.

8.3 Werbung unter Verwendung von automatischen Anrufmaschinen, Faxgeräten oder elektronischer Post (z.B. E-Mail, SMS, MMS)

Werbung unter Verwendung von automatischen Anrufmaschinen, Faxgeräten oder elektronischer Post ohne vorherige ausdrückliche Einwilligung der Adressaten ist eine unzumutbare Belästigung und somit grundsätzlich unzulässig, s. § 7 Abs.2 Nr.3 UWG.

Für das Opt-In im Sinne von § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG ist eine gesonderte, nur auf die Einwilligung in die Zusendung von Werbung mittels automatischen Anrufmaschinen, Faxgeräten und/oder elektronischer Post bezogene Zustimmungserklärung des Betroffenen erforderlich. Insbesondere darf die Einwilligung bei Formularverträgen und Allgemeinen Geschäftsbedingungen nicht zwischen anderen Erklärungen und Hinweisen bzw. im so genannten „Kleingedruckten“ derart versteckt werden, dass sie von dem Betroffenen leicht übersehen werden kann. Erforderlich ist vielmehr eine gesonderte Erklärung durch gesonderte Unterschrift, durch Ankreuzen eines entsprechenden Kästchens bzw. Feldes oder eine vergleichbar eindeutige Erklärung der Zustimmung.

Telefax-Werbung ist als unzumutbare Belästigung weiter wettbewerbswidrig, es sei denn die nachfolgenden Sendezeiten werden über die vorstehenden Voraussetzungen hinaus beachtet: MO-FR 8-20 Uhr, samstags 10-16 Uhr. Abweichende Sendezeiten sind nur zumutbar, sofern der Marktteilnehmer diese ausdrücklich gewünscht hat.

Ausnahmsweise ist Werbung mittels elektronischer Post davon abweichend keine unzumutbare Belästigung und damit zulässig, wenn die Voraussetzungen des § 7 Abs. 3 UWG gegeben sind („opt-out“-Lösung). Hat danach der Unternehmer die E-Mail-Adresse oder Handynummer durch eine Bestellung erhalten und der Kunde der Verwendung nicht widersprochen, so kann er dem Kunden eine Werbe-Mail für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen zuschicken. Voraussetzung ist allerdings, dass der Kunde bei Erhebung seiner Kontaktdaten und in jeder Werbe-Mail darauf hingewiesen wird, dass der Empfänger dieser Art der Werbung widersprechen kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

8.4 Anonyme Nachrichten

Anonyme Nachrichten, bei denen die Identität des Versenders verschleiert oder verheimlicht wird oder bei der keine vollständige und richtige Adresse angegeben wird, sind grundsätzlich wettbewerbswidrig. Der Empfänger muss die Möglichkeit haben, solche Nachrichten einstellen zu lassen, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen, s. § 7 Abs. 2 Nr. 4 UWG.

8.5 Verbot der Rufnummernunterdrückung - § 102 TKG

Gemäß § 102 Abs.2 TKG dürfen Anrufende bei Werbung mit einem Telefonanruf die Rufnummernanzeige nicht unterdrücken oder bei dem Dienstleister veranlassen, dass diese unterdrückt wird, s. § 102 Abs. 2 TKG.

Diese Vorschrift gilt nicht für Diensteanbieter, die ihre Dienste nur den Teilnehmern geschlossener Benutzergruppen anbieten, vgl. § 102 Abs. 3 TKG.

Welche Rufnummernarten übermittelt werden dürfen, ergibt sich aus § 66j TKG, s. Abschnitt 2, Ziffer 7 des Verhaltenskodex.

Verstöße gegen das Verbot der Rufnummernunterdrückung können durch die Bundesnetzagentur mit einem Bußgeld bis zu 300.000 Euro geahndet werden, s. § 149 Abs. 1, Ziffer 17c, Abs. 2 und 3 TKG.

9 Dienstekennzahlen bei 0900er Diensten

Die Diensteanbieter beachten zur Schaffung von Transparenz auch hinsichtlich der Inhalte der im Bereich 0900 angebotenen Premium-Dienste die nachfolgend aufgeführten Dienstekennzahlen. Damit ermöglichen insbesondere die Mitglieder des FST e.V. den Endnutzern bereits anhand der Gassenkennung Rückschlüsse auf die Art der angebotenen Dienste.

09001 - Information

Premium-Dienste, bei denen ein Informationsangebot im Vordergrund steht. Die Unterhaltung des Anrufenden darf nicht im Vordergrund stehen und das Angebot darf keinen sexuellen oder erotischen Inhalt oder Bezug haben und darf Kinder und Jugendliche nicht sittlich gefährden oder in ihrem Wohl beeinträchtigen.

09003 - Unterhaltung

Premium-Dienste, bei denen ein Unterhaltungsangebot im Vordergrund steht. Das Angebot darf keinen sexuellen oder erotischen Inhalt oder Bezug haben und darf Kinder und Jugendliche nicht sittlich gefährden oder in ihrem Wohl beeinträchtigen.

09005 - Übrige Dienste

Premium-Dienste, mit beliebigem Inhalt oder Bezug.

09009 - Dialer-Dienste (s. Abschnitt 3, 1.)

10 Darstellung von Vanity Rufnummern in der Werbung

Die Bewerbung von Premium-Diensten als Vanity-Nummer darf erst hinter der vorgenommenen Gassenkennzeichnung nach Inhalten (s. Abschnitt 1, 2.4 des VK) beginnen (Beispiel: 09003 - GEWINN für 09003 - 439466).

Abschnitt 2: Spezielle Verhaltensgrundsätze bei Telefonmehrwertdiensten

1 Preisangaben

1.1 Anwendbarkeit der PreisangabenVO

Soweit keine gesetzlichen Spezialregelungen bestehen, ist die PreisangabenVO anwendbar, wenn die Voraussetzungen der PreisangabenVO vorliegen.

1.2 Gesetzliche Spezialregelungen im TKG – vgl. § 66a TKG

Wer gegenüber Endnutzern Premium-Dienste, Auskunftsdienste, Massenverkehrsdienste, Service-Dienste, Neuartige Dienste oder Kurzwahldienste anbietet oder dafür wirbt, hat dabei den für die Inanspruchnahme des Dienstes zu zahlenden Preis zeitabhängig je Minute oder zeitunabhängig je Inanspruchnahme einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Bestandteile anzugeben.

Bei Anzeige der Rufnummer (z.B. in der TV-Werbung) darf die Preisangabe nicht zeitlich kürzer als die Rufnummer angezeigt werden.

1.3 Welcher Preis ist anzugeben?

Soweit für die Inanspruchnahme eines Dienstes nach 1.2 Satz 1 für Anrufe aus den Mobilfunknetzen Preise gelten, die von den Preisen für Anrufe aus den Festnetzen abweichen, ist der Festnetzpreis mit dem Hinweis auf die Möglichkeit abweichender Preise aus den Mobilfunknetzen bzw. bei Service-Diensten der Mobilfunkhöchstpreis anzugeben. Gemäß § 67 Abs. 2 Satz 1 TKG legt die BNetzA, soweit unterschiedliche Preise für Anrufe aus den Festnetzen gelten würden, den Festnetzpreis fest. Ferner legt die BNetzA gemäß § 67 Abs. 2 Satz 2 im Bereich der Service-Dienste fest, ob der Anruf aus dem Mobilfunk bezogen auf einen bestimmten Nummernteilbereich pro Minute oder pro Anruf abgerechnet wird.

1.4 Form der Preisangabe und Schriftgrößen

Bei Angabe des Preises ist der Preis gut lesbar, deutlich sichtbar und in unmittelbarem Zusammenhang mit der Rufnummer anzugeben.

1.4.1 Printwerbung

Die Preisangaben sind in Printmedien gut lesbar und in einer Mindestschriftgröße von 8 Punkt in unmittelbarem Zusammenhang mit der Rufnummer anzugeben, es sei denn es handelt sich um Werbung für die Zielgruppe Minderjährige. Bei Plakatwerbung o.ä. erhöht sich die Mindestschriftgröße entsprechend.

In der Werbung für Telefonmehrwertdienste mit der Zielgruppe Minderjährige sind die Preisangaben in der Printwerbung gut lesbar in einer Mindestschriftgröße von 10 Punkt in unmittelbarem Zusammenhang mit der beworbenen Rufnummer anzugeben.

1.4.2 Fernsehwerbung

In der Fernsehwerbung müssen die Preisangaben gut lesbar und während der Dauer der Einblendung der Rufnummer dauerhaft dargestellt sein. In Deutschland beträgt die Auflösung der Fernsehbilder 768x576 Bildpunkte. Bei den Preisangaben ist ein Seitenabstand von jeweils mindestens 50 Bildpunkten, sowie am oberen und unteren Rand ein Abstand von jeweils mindestens 40 Bildpunkten, einzuhalten. Die Mindestschriftgröße beträgt 20 Bildpunkte. Bis zu einer Schriftgröße von 30 Bildpunkten ist eine groteske (serifenfreie) Schrift mit einem von der Schriftfarbe deutlich abgehobenen Schatten zu verwenden. Die Preisangabe hat in horizontaler Schriftrichtung in unmittelbarem Zusammenhang mit der beworbenen Rufnummer zu erfolgen.

1.4.3 Teletext

Im Teletext müssen die Preisangaben in unmittelbarem Zusammenhang mit der Nummer (auf derselben Videotextseite) vorgehalten werden und sind farblich eindeutig abgesetzt vom Hintergrund zu gestalten.

1.4.4 Rundfunkwerbung

In der Rundfunkwerbung müssen die Preisangaben gut hörbar sein. Bei akustischen Werbemaßnahmen hat die Preisangabe unmittelbar vor oder nach der beworbenen Rufnummer zu erfolgen.

1.4.5 Internetwerbung

Im Internet und weiteren Onlinediensten sind die Preisangaben gut lesbar in unmittelbarem Zusammenhang mit der beworbenen Rufnummer in einer Mindestschriftgröße von 7 Punkt zu platzieren.

1.4.6 SMS-Werbung

In SMS-Texten sind die Preisangaben in unmittelbarem Zusammenhang mit der Rufnummer im laufenden Text ohne Zeilenumbruch anzugeben.

2 Preisansagen – vgl. § 66b TKG, sonstige Ansagen

2.1 Sprachgestützte Premium-Dienste – Preisansage vor Beginn der Entgeltspflichtigkeit durch den VNB – vgl. § 66b TKG

Für sprachgestützte Premium-Dienste hat derjenige, der den vom Endnutzer zu zahlenden Preis für die Inanspruchnahme dieses Dienstes festlegt, vor Beginn der Entgeltspflichtigkeit dem Endnutzer den für die Inanspruchnahme dieses Dienstes zu zahlenden Preis zeitabhängig je Minute oder zeitunabhängig je Datenvolumen oder sonstiger Inanspruchnahme einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile anzusagen. Die Preisansage ist spätestens drei Sekunden vor Beginn der Entgeltspflichtigkeit unter Hinweis auf den Zeitpunkt des Beginns derselben abzuschließen. Ändert sich dieser Preis während der Inanspruchnahme des Dienstes, so ist vor Beginn des neuen Tarifabschnitts der nach der Änderung zu zahlende Preis entsprechend der Sätze 1 und 2 anzusagen mit der Maßgabe, dass die Ansage auch während der Inanspruchnahme des Dienstes erfolgen kann. Die vorgenannten Preisansagen müssen auf Netzebene des Verbindungsnetzbetreibers realisiert werden.

2.2 Operatorgestützte Chat-Dienste

Im Fall des Angebotes von operatorgestützten Chat-Diensten im Rahmen von sprachgestützten Premium-Diensten wird dem Diensteanbieter empfohlen, zusätzlich zu dem in Abschnitt 1 Nr. 7 des Verhaltenskodex geregelten Hinweis in der Werbung mittels entsprechender Ansage nochmals ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass der Dienst durch professionelle Chat-Partner - als kostenpflichtiges Rollenspiel - erbracht wird und auch nicht auf reale Kontakte abzielt.

2.3 Sprachgestützte Auskunftsdienste

2.3.1 Kostenfreie Preisansage ab 2 Euro

Für sprachgestützte Auskunftsdienste mit einem Preis von 2 Euro pro Minute oder je Inanspruchnahme bei zeitunabhängiger Tarifierung gilt das unter 2.1 Gesagte ebenfalls.

2.3.2 Preisansage vor der Weitervermittlung

Im Falle der Weitervermittlung durch einen sprachgestützten Auskunftsdienst besteht die Preisansageverpflichtung für das weiterzuvermittelnde Gespräch für den Auskunftsdiensteanbieter. Die Ansage kann während der Inanspruchnahme des sprachgestützten Auskunftsdienstes erfolgen, ist jedoch vor der Weitervermittlung vorzunehmen; Ziffer 2.1 Satz 3 (Ansage Tarifwechsel) gilt entsprechend. Diese Ansage umfasst den Preis für Anrufe aus den Festnetzen zeitabhängig je Minute oder zeitunabhängig je Datenvolumen oder sonstiger Inanspruchnahme einschließ-

lich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile sowie einen Hinweis auf die Möglichkeit abweichender Preise aus dem Mobilfunk.

2.3.3 Operatorgestützte Dienste über Weitervermittlung durch Auskunftsdienste

Im Fall des Angebotes von operatorgestützten Chat-Diensten, die im Wege der Weitervermittlung durch Auskunftsdienste erreicht werden, wird dem Diensteanbieter empfohlen, **zusätzlich** zu dem in Abschnitt 1 Nr. 7 des Verhaltenskodex geregelten Hinweis in der Werbung mittels entsprechender Ansage nochmals ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass der Dienst durch professionelle Chat-Partner - als kostenpflichtiges Rollenspiel - erbracht wird und auch nicht auf reale Kontakte abzielt.

2.4 Kurzwahl-Sprachdienste

Für Kurzwahl-Sprachdienste ab einem Preis von 2 Euro pro Minute oder je Inanspruchnahme bei zeitunabhängiger Tarifierung gilt das unter 2.1 Gesagte ebenfalls, s. § 66b TKG.

Unabhängig von der Höhe des Preises wird dem Diensteanbieter empfohlen, im Fall des Angebotes von operatorgestützten Chat-Diensten im Rahmen von Kurzwahlsprach-Diensten **zusätzlich** zu dem in Abschnitt 1 Nr. 7 des Verhaltenskodex geregelten Hinweis in der Werbung mittels entsprechender Ansage nochmals ausdrücklich nochmals darauf hinzuweisen, dass der Dienst durch professionelle Chat-Partner - als kostenpflichtiges Rollenspiel - erbracht wird und auch nicht auf reale Kontakte abzielt.

2.5 Sprachgestützte Neuartige Dienste

2.5.1 Grundsatz

Grundsätzlich gilt das unter 2.1 Gesagte auch für sprachgestützte Neuartige Dienste ab einem Preis von 2 Euro pro Minute oder pro Inanspruchnahme bei zeitunabhängiger Tarifierung.

2.5.2 Ausnahme

Bei sprachgestützten Neuartigen Diensten kann die Bundesnetzagentur nach Anhörung der Fachkreise und Verbraucherverbände abweichende Anforderungen für eine Preisansage festlegen, sofern technische Entwicklungen, die diesen Nummernbereich betreffen, ein solches Verfahren erforderlich machen. Die Festlegungen sind von der Bundesnetzagentur zu veröffentlichen.

2.6 Massenverkehrs-Dienste (MABEZ) – Ansage am Ende des Dienstes

Bei Inanspruchnahme von Rufnummern für sprachgestützte Massenverkehrs-Dienste hat der Diensteanbieter dem Endnutzer den für die Inanspruchnahme dieser Rufnummer zu zahlenden Preis für Anrufe aus den Festnetzen einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile unmittelbar im Anschluss an die Inanspruchnahme des Dienstes anzusagen.

3 Preisanzeige bei Kurzwahl-Datendiensten und nicht sprachgestützten Neuartigen Diensten (Einmal-Dienste) – vgl. § 66c TKG

3.1 Grundsatz – Preisanzeige

Bei Kurzwahl-Datendiensten (z.B. Logos, Klingeltöne) hat außer im Falle des § 45l TKG (Dauerschuldverhältnisse → ABOs) derjenige, der den vom Endnutzer zu zahlenden Preis für die Inanspruchnahme dieses Dienstes festlegt, vor Beginn der Entgeltspflichtigkeit den für die Inanspruchnahme dieses Dienstes zu zahlenden Preis einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile ab einem Preis von 2 Euro pro Inanspruchnahme deutlich sichtbar und gut lesbar anzuzeigen und sich vom Endnutzer den Erhalt der Information zu bestätigen lassen. Gleiches gilt grundsätzlich für nicht sprachgestützte Neuartige Dienste ab einem Preis von 2 Euro pro Inanspruchnahme.

3.2 Ausnahme – Dienst im öffentlichen Interesse oder Legitimationsverfahren

Von den Verpflichtungen wie unter 3.1 beschrieben kann abgewichen werden, wenn der Dienst im öffentlichen Interesse erbracht wird oder sich der Endkunde vor Inanspruchnahme der Dienstleistung gegenüber dem Verpflichteten im Sinne 3.1 durch ein geeignetes Verfahren legitimiert. Die Einzelheiten regelt und veröffentlicht die Bundesnetzagentur.

4 Preishöchstgrenzen – vgl. § 66d TKG

4.1 Service-Dienste

Der Preis für Anrufe bei Service-Diensten darf aus Festnetzen 0,14 Euro je Minute oder 0,20 Euro je Anruf nicht übersteigen. Bei Anrufen aus Mobilfunknetzen betragen diese Preishöchstgrenzen 0,42 Euro je Minute und 0,60 Euro je Anruf.

4.2 Premium-Dienste

Der Preis für zeitabhängig über Rufnummern für Premium-Dienste abgerechnete Dienstleistungen darf grundsätzlich höchstens 3 Euro pro Minute betragen. Die Abrechnung darf höchstens im 60 Sekunden-Takt erfolgen. Der Preis für zeitunabhängig über Rufnummern für Premium-Dienste abgerechnete Dienstleistungen darf grundsätzlich höchstens 30 Euro pro Verbindung betragen.

4.3 Weitervermittlung durch Auskunftsdienste

Im Fall der Weitervermittlung durch einen Auskunftsdienst darf der Preis bei zeitabhängig abgerechneten Dienstleistungen ebenfalls grundsätzlich höchstens 3 Euro pro Minute betragen. Darüber hinaus verpflichten sich die Mitglieder des FST e.V. und diese ihre Kunden im Fall der Weitervermittlung durch einen Auskunftsdienst bei zeitunabhängig abgerechneten Dienstleistungen, den Preis grundsätzlich auf höchstens 30 Euro pro Verbindung zu begrenzen.

4.4 Kombinationstarife

Wird der Preis von Dienstleistungen aus zeitabhängigen und zeitunabhängigen Leistungsanteilen gebildet, so müssen diese Preisanteile entweder im Einzelbindungsnachweis, soweit dieser erteilt wird, getrennt ausgewiesen werden oder gesonderte, durch die Bundesnetzagentur bestimmte Verfahren zur Anwendung kommen. Weiter muss der Preis grundsätzlich höchstens 30 Euro pro Verbindung betragen. Alternativ zur getrennten Ausweisung kann die Bundesnetzagentur durch

Verfügungen im Amtsblatt Einzelheiten über zulässige Verfahren in Bezug auf Tarifierungen bei Kombinationstarifen regeln. Die Mitglieder des FST e.V. verpflichten sich und ihre Kunden ferner im Fall der Weitervermittlung durch einen Auskunftsdienst zu einem mittels eines Kombinationstarifes abgerechneten Dienst, den Gesamtpreis der Verbindung grundsätzlich auf höchstens 30 Euro pro Verbindung zu begrenzen.

- 4.5 Ausnahmeregelungen – Legitimationsverfahren, weitere gesonderte Verfahren bzw. Festlegungen durch die Bundesnetzagentur

Über die gesetzlichen Preishöchstgrenzen hinausgehende Preise dürfen nur erhoben werden, wenn sich der Kunde vor Inanspruchnahme der Dienstleistung gegenüber dem Diensteanbieter durch ein geeignetes Verfahren legitimiert. Einzelheiten regelt die Bundesnetzagentur. Ferner kann die Bundesnetzagentur abweichende Preishöchstgrenzen festsetzen, wenn die allgemeine Entwicklung der Preise oder des Marktes dies erforderlich macht.

5 Verbindungstrennung bei zeitabhängig abgerechneten Rufnummern für Premium-Dienste und Kurzwahl-Sprachdienste – vgl. § 66e TKG

- 5.1 Premium-Dienste und Kurzwahl-Sprachdienste

Der Diensteanbieter, bei dem die Rufnummer für Premium-Dienste oder Kurzwahl-Sprachdienste eingerichtet ist, hat jede zeitabhängig abgerechnete Verbindung zu dieser grundsätzlich nach 60 Minuten zu trennen.

- 5.2 Weitervermittlung zu Rufnummern für Premium-Dienste oder für Kurzwahl-Sprachdienste

Der vorstehende Grundsatz gilt auch bei der Weitervermittlung zu Rufnummern für Premium-Dienste oder für Kurzwahl-Sprachdienste.

- 5.3 Ausnahme – Legitimationsverfahren, weitere durch die Bundesnetzagentur geregelte Verfahren

Von den vorstehenden Verpflichtungen zur Verbindungstrennung kann abgewichen werden, wenn sich der Endnutzer vor der Inanspruchnahme der Dienstleistung gegenüber dem Diensteanbieter durch ein geeignetes Verfahren legitimiert. Einzelheiten regelt die Bundesnetzagentur. Die Bundesnetzagentur kann Einzelheiten über zulässige Verfahren zur Verbindungstrennung per Verfügung festlegen.

6 Dauerschuldverhältnisse (ABOs)

- 6.1 Hinweis auf den Abschluss von Dauerschuldverhältnissen

Wer Premium-Dienste, Auskunftsdienste, Massenverkehrsdienste, Service-Dienste, Neuartige Dienste oder Kurzwahl-Dienste anbietet oder dafür wirbt, muss bei Dauerschuldverhältnissen neben dem Preis auch auf den Abschluss eines Dauerschuldverhältnisses hinweisen. Hierfür gelten grundsätzlich die gleichen Maßgaben wie für die Preisangabe (s. Abschnitt 2, 1.).

- 6.2 Dauerschuldverhältnisse bei Kurzwahl-Diensten – vgl. § 45I TKG

Für Dauerschuldverhältnisse bei Kurzwahl-Diensten ist ferner Folgendes zu beachten.

6.2.1 Bill-Warning

Der Teilnehmer kann von dem Anbieter einer Dienstleistung, die zusätzlich zu einem Telekommunikationsdienst für die Öffentlichkeit erbracht wird, einen kostenlosen Hinweis verlangen, sobald dessen Entgeltansprüche aus Dauerschuldverhältnissen für Kurzwahldienste im jeweiligen Kalendermonat eine Summe von 20 Euro überschreiten. Der Anbieter ist nur zur unverzüglichen Absendung des Hinweises verpflichtet. Für Kalendermonate, vor deren Beginn der Teilnehmer einen Hinweis nach Satz 1 verlangt hat und in denen der Hinweis unterblieben ist, kann der Anbieter nach Satz 1 den 20 Euro überschreitenden Betrag nicht verlangen.

6.2.2 Kündigung von Dauerschuldverhältnissen bei Kurzwahl-Diensten

Der Teilnehmer kann ein Dauerschuldverhältnis für Kurzwahldienste zum Ende eines Abrechnungszeitraumes mit einer Frist von einer Woche gegenüber dem Anbieter kündigen. Der Abrechnungszeitraum darf die Dauer eines Monats nicht überschreiten. Abweichend von Satz 1 kann der Teilnehmer ein Dauerschuldverhältnis für Kurzwahldienste, das ereignisbasiert ist, jederzeit und ohne Einhaltung einer Frist gegenüber dem Anbieter kündigen.

6.2.3 Handshake-Verfahren

Vor dem Abschluss von Dauerschuldverhältnissen für Kurzwahldienste, bei denen für die Entgeltansprüche des Anbieters jeweils der Eingang elektronischer Nachrichten beim Teilnehmer maßgeblich ist, hat der Anbieter dem Teilnehmer eine deutliche Information über die wesentlichen Vertragsbestandteile anzubieten.

Zu den wesentlichen Vertragsbestandteilen gehören insbesondere:

- a. der zu zahlende Preis einschließlich Steuern und Abgaben je eingehender Kurzwahlsendung,
- b. der Abrechnungszeitraum,
- c. die Höchstzahl der eingehenden Kurzwahlsendungen im Abrechnungszeitraum, sofern diese Angaben nach Art der Leistung möglich sind,
- d. das jederzeitige Kündigungsrecht sowie
- e. die notwendigen praktischen Schritte für eine Kündigung.

Ein Dauerschuldverhältnis für Kurzwahldienste entsteht nicht, wenn der Teilnehmer den Erhalt der Informationen nach Satz 1 nicht bestätigt; dennoch geleistete Zahlungen des Teilnehmers an den Anbieter sind zurückzuzahlen.

7 Rufnummernübermittlung – vgl. § 66j TKG

7.1 Network-provided CLI

Anbieter von Telekommunikationsdiensten, die Teilnehmern den Aufbau von abgehenden Verbindungen ermöglichen (Teilnehmernetzbetreiber), müssen sicherstellen, dass beim Verbindungsaufbau als Rufnummer des Anrufers eine vollständige national signifikante Rufnummer übermittelt und als solche gekennzeichnet wird. Die Rufnummer muss dem Teilnehmer für den Dienst zugeteilt sein, im Rahmen dessen die Verbindung aufgebaut wird. Deutsche Rufnummern für Auskunftsdienste, Massverkehrsdienste, Neuartige Dienste oder Premium-Dienste sowie Nummern für Kurzwahl-Sprachdienste dürfen nicht als Rufnummer des Anrufers übermittelt werden. Andere an der Verbindung beteiligte Anbieter dürfen übermittelte Rufnummern nicht verändern.

- 7.2 User-provided CLI (-> Verbot der Übermittlung von 0900-, 118xy-, 0137-Rufnummern für Kurzwahl-Sprachdienste sowie 012-Rufnummern zur Anzeige im Display)

Teilnehmer dürfen weitere Rufnummern nur aufsetzen und in das öffentliche Telefonnetz übermitteln, wenn sie ein Nutzungsrecht an der entsprechenden Rufnummer haben. Deutsche Rufnummern für Auskunftsdienste, Massenverkehrsdienste, Neuartige Dienste oder Premium-Dienste sowie Nummern für Kurzwahl-Sprachdienste dürfen von Teilnehmern nicht als zusätzliche Rufnummer aufgesetzt und in das öffentliche Telefonnetz übermittelt werden.

8 Fehlendes bzw. vorgetäushtes Angebot

Die Nutzung einer Mehrwertdiensterrufnummer mit vorgetäushtem Angebot oder zum Zwecke des Rückrufs ohne Angebot ist unzulässig (z.B. Angebotsanfragen, Antworten auf Verkaufsinserate).

9 Warteschleifen

Warteschleifen sollen möglichst kurz gehalten werden. Sie dürfen nicht lediglich dem Zweck dienen, die Anrufer in der Verbindung zu halten.

10 Umgehungsverbot – vgl. § 66l TKG

Die Vorschriften der §§ 66a bis 66k TKG finden auch Anwendung, wenn sie durch anderweitige Gestaltungen umgangen werden. Eine Umgehung liegt insbesondere dann vor, wenn Rufnummern entgegen den Zuteilungsregeln der Bundesnetzagentur verwendet werden. Damit sind die Fälle gemeint, dass Rufnummern in einer Art eingesetzt werden, für die bereits Zuteilungsregeln besondere Gassen vorsehen, die in den §§ 66a ff. TKG mit besonderen Maßgaben versehen werden.

Abschnitt 3: Spezielle Dienste und Inhalte

1 Dialer – vgl. § 66f TKG (Details s. Anlage 6)

1.1 Registrierungspflicht und schriftliche Versicherung der Rechtskonformität

Anwählprogramme, die Verbindungen zu einer Nummer herstellen, bei denen neben der Telekommunikationsdienstleistung Inhalte abgerechnet werden (Dialer), dürfen nur eingesetzt werden, wenn sie

- a. vor Inbetriebnahme bei der Bundesnetzagentur registriert wurden,
- b. von ihr vorgegebene Mindestvoraussetzungen erfüllen und
- c. ihr gegenüber schriftlich versichert wurde, dass eine rechtswidrige Nutzung ausgeschlossen ist.

1.2 Eigener Rufnummernbereich für Dialer (09009)

Dialer dürfen nur über Rufnummern aus einem von der Bundesnetzagentur hierzu zur Verfügung gestellten Nummernbereich angeboten werden. Das Betreiben eines nicht registrierten Dialers neben einem registrierten Dialer unter einer Nummer ist unzulässig.

1.3 Je Rufnummer nur ein Dialer

Unter einer Zielrufnummer registriert die Bundesnetzagentur jeweils nur einen Dialer.

1.4 Änderungen an registrierten Dialern

Änderungen des Dialers führen zu einer neuen Registrierungspflicht.

1.5 Befugnisse der Bundesnetzagentur

Die Bundesnetzagentur regelt die Einzelheiten des Registrierungsverfahrens und den Inhalt der abzugebenden schriftlichen Versicherung. Sie kann Einzelheiten zur Verwendung des Tarifs für zeitunabhängig abgerechnete Dienstleistungen sowie zur Registrierung von Dialern nach 1.3 festlegen, soweit diese Verfahren in gleicher Weise geeignet sind, die Belange des Verbraucherschutzes zu gewährleisten, und durch Verfügung veröffentlichen.

2 Fax-Dienste – Zusätzliche Informationen zum Umfang in der Werbung – vgl. § 66a TKG

Bei Telefax-Diensten ist zusätzlich zur Preisangabe die Zahl der zu übermittelnden Seiten anzugeben.

3 Daten-Dienste – Zusätzliche Informationen zum Volumen in der Werbung – vgl. § 66a TKG

Bei Datendiensten ist zusätzlich, soweit möglich, der Umfang der zu übermittelnden Daten anzugeben, es sei denn, die Menge der zu übermittelnden Daten hat keine Auswirkung auf die Höhe des Preises für den Endnutzer.

4 R-Gespräche – vgl. § 66i TKG

Aufgrund von Telefonverbindungen, bei denen dem Angerufenen das Verbindungsentgelt in Rechnung gestellt wird (R-Gespräche), dürfen keine Zahlungen an den Anrufer erfolgen. Das Angebot von R-Gesprächsdiensten mit einer Zahlung an den Anrufer nach Satz 1 ist unzulässig. Die Bundesnetzagentur führt eine Sperr-Liste mit Rufnummern, die von R-Gesprächsdiensten für eingehende R-Gespräche zu sperren sind. Endkunden können ihren Anbieter von Telekommunikationsdiensten beauftragen, die Aufnahme ihrer Nummern in die Sperr-Liste unentgeltlich zu veranlassen. Eine Löschung von der Liste kann kostenpflichtig sein. Der Anbieter übermittelt den Endkundenwunsch sowie etwaig erforderliche Streichungen wegen Wegfalls der abgeleiteten Zuteilung. Die Bundesnetzagentur stellt die Sperr-Liste Anbietern von R-Gesprächsdiensten zum Abruf bereit.

5 Chat-Dienste inklusive Premium-SMS-Chats

Die Anbieter von Chat-Diensten mit erotischen und/oder sexuellen Bezug/Inhalt haben sicherzustellen, dass keine Minderjährigen diese Angebote nutzen. Im Übrigen gilt für Chat-Dienste ohne erotischen und/oder sexuellen Bezug/Inhalt Abschnitt 1, 4.4 dieses Verhaltenskodex (Dienste mit der Zielgruppe Minderjährige) entsprechend.

Konferenzschaltungen im Rahmen von Chat-Diensten dürfen für max. 10 aktive Personen je Konferenz angeboten werden. Der Anbieter hat sicherzustellen, dass bei Konferenzschaltungen ständig ein geschulter Operator anwesend ist. Primäre Aufgabe des Operators ist es, einzelne Anrufer bei Verstößen gegen Bestimmungen des Verhaltenskodex stumm- oder wegzuschalten.

Bei ganz oder teilweise operatorgestützten Premium SMS-Chats, die per Online-Opt-In gestartet werden können, müssen die Nutzer in der Online-Anwendung, die das

Schreiben der ersten SMS ermöglicht, in geeigneter und für den Kunden verständlicher Form darüber informiert werden, dass der SMS-Chat von professionellen Operatoren zur Unterhaltung der Nutzer betrieben wird. Der Hinweis kann z.B. lauten: „Bei diesem SMS-Chat handelt es sich um eine Dienstleistung zu deiner Unterhaltung. Dieser Dienst wird mit professionellen Operatoren als kostenpflichtiges Rollenspiel erbracht. Keine realen Kontakte.“ Die Erläuterungen zu Abschnitt 1 Ziff. 7 gelten hier entsprechend.

Dieser Hinweis muss deutlich erkennbar in unmittelbarem Zusammenhang mit dem Feld, in dem die Anwendung online gestartet werden kann, zusammen mit der Preisangabe erfolgen. Ein Verweis auf Informationen, die über ein anderes Medium abzurufen sind, ist nicht ausreichend. Der Hinweis ist mindestens in der gleichen Schriftgröße wie die der Preisangabe vorzunehmen, s. Abschnitt 2, 1.4 des Verhaltenskodex. Es empfiehlt sich, vor Beginn der Dienstleistung vom Kunden eine ausdrückliche Bestätigung der Kenntnisnahme von diesem Hinweis einzuholen.

Im Fall des Angebotes von operatorgestützten Chat-Diensten im Rahmen von SMS-, MMS- oder Premium-SMS-Diensten gelten diese inhaltlichen Anforderungen in gleicher Weise. Der Diensteanbieter stellt ferner sicher, dass **zusätzlich** zu dem in Abschnitt 1 Nr. 7 des Verhaltenskodex geregelten Hinweis, die Endkunden auch in einer Welcome-SMS nochmals ausdrücklich und allgemein verständlich darauf hingewiesen werden, dass der Dienst über bezahlte bzw. professionelle Chat-Partner als kostenpflichtiges Rollenspiel erbracht wird und nicht auf reale Kontakte abzielt.

6 Mobile Payment – via TAN-Verfahren

6.1 Präambel

Das TAN-Verfahren bezeichnet die Möglichkeit, Dienste, z.B. im Internet, mittels Eingabe der Mobilfunknummer anzufordern und über die Eingabe einer erhaltenen individualisierten TAN zu bezahlen. Über diese Verfahren können sowohl Verträge über Einzelleistungen als auch Dauerschuldverhältnisse (ABOs) abgeschlossen werden. Das TAN-Verfahren im Internet muss über ein übersichtlich gestaltetes gesondertes Transaktionsfenster angeboten werden. Bereits vor Erscheinen des Transaktionsfensters muss der Nutzer auf der Internetseite spätestens im Zusammenhang mit dem Angebot konkreter Dienstleistungen darüber informieren, dass es sich um ein kostenpflichtiges Angebot handelt. Insbesondere sind irreführende Hinweise wie „kostenloser Zugangscodex“ oder ähnliches, die auf ein kostenfreies Angebot schließen lassen, unzulässig. Ferner muss im Fall der Möglichkeit, Dauerschuldverhältnisse (ABOs) abzuschließen, ausdrücklich darauf hingewiesen werden, dass es sich um ein ABO handelt und wie dieses gekündigt werden kann.

6.2 Äußere Gestaltung und notwendige Inhalte des Transaktionsfensters

6.2.1 Platzierung: Zentriert in der jeweiligen Online-Anwendung

6.2.2 Grafik/ Schrift: Das Transaktionsfenster muss mindestens ein Viertel und darf maximal drei Viertel der Bildschirmfläche einnehmen. Sämtliche schriftlichen Informationen müssen dauerhaft sichtbar, leicht erkennbar und deutlich lesbar oder sonst gut wahrnehmbar dargestellt werden. Das Transaktionsfenster enthält grundsätzlich sowohl eine Eingabefläche für die Mobilfunknummer des Nutzers als auch für die TAN. Es ist jedoch auch zulässig, die TAN auch in einem späteren Zeitpunkt, in einem gesonderten Fenster einzusetzen, sofern sicher gestellt ist, dass auch dort die nachfolgenden Informationen für den Nutzer vorgehalten werden.

6.2.3 Notwendige Inhalte: Im Transaktionsfenster müssen in unmittelbarem räumlichen Zusammenhang mit dem Eingabefeld für die Mobilfunknummer des Nutzers folgende Informationen dauerhaft sichtbar platziert werden:

- a. Preis
- b. Hinweis auf den Abschluss eines ABOs – sofern es sich um ein solches handelt
- c. Hinweis auf eine jederzeitige Kündigungsmöglichkeit im Falle eines ABOs

6.3 Ablauf des TAN-Verfahrens

Das Mobile Payment via TAN-Verfahren im Internet muss mindestens folgende Schritte enthalten:

- a. Eingabe der Mobilfunknummer im Transaktionsfenster nebst Absendefunktion mit „O.K.“, „Weiter“ o.ä..
- b. Erhalt einer SMS mit Bezugnahme auf das Dienstleistungsangebot (www.XY.de) und dem Bezahlcode
- c. Eingabe des Bezahlcodes auf der Internetseite zur Freischaltung des Contents
- d. Optional: Erhalt einer SMS über die Bestätigung des Vertragsabschlusses mit Hinweis auf die Möglichkeit einer Kündigung, sofern ein ABO abgeschlossen wurde
- e. Bei ABO: Hinweis-SMS bei jeder Abbuchung unter Nennung der Internetseite des betreffenden Contents sowie gleichzeitigem Hinweis auf die Kündigungsmöglichkeit

6.4 Preisinformation

Der Preis für die in Anspruch zu nehmende Leistung muss dauerhaft sichtbar, leicht erkennbar und deutlich lesbar oder sonst gut wahrnehmbar (vgl. PAngV) in unmittelbarem Zusammenhang mit der Eingabefläche für die TAN des Nutzers angegeben werden. Die Herstellung des unmittelbaren Zusammenhangs mittels *-Symbol ist dabei nicht zulässig. Die entstehenden Kosten sind als Bruttopreise in Euro je Einzelleistung bzw. je Zeitintervall anzugeben. Die Währung darf dabei nur wie folgt dargestellt sein: „EURO“, „EUR“ oder „€“. Die Preisangabe selbst erfolgt mit 2 Dezimalstellen hinter dem Komma. Ausnahme hiervon sind runde Euro-Beträge. Beträge < 1 Euro dürfen in Cent angegeben werden mit der Darstellung „Cent“ oder „Ct“. Wenn der maximale Monatspreis 50,- Euro überschreitet, muss er ebenfalls an gleicher Stelle angegeben werden. Die Preisinformation muss mindestens in gleicher Schriftgröße gestaltet sein wie die Eingabe der Mobilfunknummer, mindestens aber 10 Punkt.

6.5 Besondere Vorgaben für ABOs

- 6.5.1 Im Transaktionsfenster muss in unmittelbarem Zusammenhang mit der Preisinformation eindeutig klargestellt werden, dass ein Vertrag über ein Abonnement abgeschlossen wird.
- 6.5.2 Bei Abschluss eines ABOs, muss dies durch Verwendung des Wortes „ABO“ und Nennung des Abbuchungsintervalls (Monatsabo, Wochenabo etc.) kenntlich gemacht werden.
- 6.5.3 Kündigung: Der Nutzer muss in unmittelbarem Zusammenhang mit der Preisinformation und dem Hinweis auf den Abschluss eines ABOs auf die jederzeitige Kündigungsmöglichkeit hingewiesen werden.
- 6.5.4 Dem Nutzer muss mindestens in der online-Anwendung, in der er das ABO bestellt hat, eine kostenlose Kündigungsfunktion zur Verfügung gestellt werden, über die er das ABO (also den Leistungsbezug) jederzeit zum Ende des jeweiligen Abrechnungszeitraums (per E-Mail) kündigen kann. Es wird empfohlen, eine zusätzliche Kündigungsmöglichkeit per SMS vorzuhalten.

6.6 (Kostenfreie) Probeabos

Verträge, die eine kostenfreie Inanspruchnahme einer Leistung vorsehen, dürfen sich nicht automatisch – bei fehlender Kündigung – in ein kostenpflichtiges ABO umwandeln.

6.7 (Kostenpflichtige) Kurzabos

Das Angebot von Kurzabos, die sich automatisch – bei fehlender Kündigung – in langfristige ABOs umwandeln, ist ebenfalls unzulässig.

6.8 Kostenkontrolle (Bill-Warning)

Der technische Dienstleister bzw. derjenige, der den Vertrag mit den Mobilfunkunternehmen hat, muss den Nutzer (Endkunden) per SMS-MT kostenfrei informieren, sobald er im Kalendermonat ein Gebührenaufkommen in Höhe von 50,00 Euro oder einem Vielfachen davon erreicht hat. Soweit individuell niedrigere Warngrenzen vereinbart sind, gelten diese. Ist der Diensteanbieter selbst unmittelbar vertraglich an die Mobilfunkunternehmen gebunden, übernehmen jene das Versenden der Warn-SMS nach Maßgabe der vorstehenden Regelung.

7 Mobile Payment – via WAP-Billing

7.1 Definition – WAP-Anwendungen/ WAP-Billing

WAP-Anwendungen sind über das WAP-Protokoll auf mobilen Endgeräten auf speziellen Seiten (WAP-Seiten) dargestellte Internetinhalte. Das WAP-Billing ermöglicht es dabei, dem Kunden die Nutzung bzw. den Bezug der über die aufgerufene(n) WAP-Seite(n) dargestellten oder dort per Download abrufbaren digitalen Güter in Rechnung zu stellen. Dabei wird über eine Bestätigung des Kunden mittels seines mobilen Endgeräts die Zahlung bzw. Abrechnung der Leistung ausgelöst. Diese erfolgen über eine Abbuchung von einem Prepaidguthaben bzw. über eine Abrechnung in der Mobilfunkrechnung bei Post-Paid-Verträgen.

7.2 Preistransparenz beim WAP-Billing

Im Rahmen der WAP-Anwendungen bzw. des WAP-Billings muss nach Auswahl des Dienstes und Authentifizierung des Nutzers der Preis des Dienstes durch den Diensteanbieter mittig in einer gesonderten Bestätigungs-WAP-Seite deutlich lesbar angegeben werden – und zwar so, dass die Preisangabe auf den Displays aller gängigen Handys ohne Scrollen zu erkennen ist. Diesen Preishinweis muss der Nutzer mittels seines mobilen Endgerätes bestätigen. Erst hierdurch darf die Bezahlung ausgelöst werden.

7.3 Besondere Vorgaben für ABOs/ Bill-Warning

Das unter 6.5 bis 6.8 Gesagte gilt im WAP-Billing entsprechend.

8 Glücksspiele/ Lotterien

Glücksspiele und Lotterien sind nur mit Erlaubnis der zuständigen (Landes-)Behörden zulässig.

9 Gewinnspiele mit Mehrwertdienste-Rufnummern einschließlich Kurzwahlnummern

9.1 Präambel

Beim Angebot von Gewinnspielen ist die vorherrschende Rechtsauffassung zu berücksichtigen.

9.2 Zulässigkeit von Gewinnspielen mit Mehrwertdienste-Rufnummern (nachfolgend einschließlich Kurzwahlnummern)

Telefongewinnspiele und Gewinnspielsendungen unter Verwendung von Mehrwertdienste-Rufnummern sind zulässig, soweit nicht ein gesetzliches Verbot bzw. sonstige rechtliche Rahmenbedingungen entgegenstehen. Für Telefongewinnspiele und Gewinnspielsendungen im Privatfernsehen gilt die Gewinnspielsatzung der Landesmedienanstalten vom 23.02.2009, die insbesondere Regelungen zum Jugendschutz und zur Transparenz enthält.

9.3 Definition Gewinnspiel

In Abgrenzung zum verbotenen Glücksspiel nach dem Strafrecht bzw. zum erlaubnispflichtigen Glücksspiel nach dem Glücksspielstaatsvertrag liegt ein Gewinnspiel dann vor, wenn im Rahmen eines Spiels für den Erwerb einer Gewinnchance, also die Teilnahme, kein erhebliches Entgelt verlangt wird oder die Entscheidung über den Gewinn nicht ganz oder überwiegend vom Zufall abhängt.

9.4 Maximale Entgelthöhe

Das Entgelt für Gewinnspiele über Mehrwertdienste–Rufnummern, die über Rundfunk oder dem Rundfunk vergleichbaren Telemedien angeboten werden, darf maximal 0,50 Euro pro Teilnahme betragen, vgl. § 8a Rundfunkstaatsvertrag (RfStV).

Für alle anderen Angebote von Telefongewinnspielen mit Mehrwertdienste-Rufnummern gelten die sich aus den allgemeinen Gesetzen ergebenden Grenzen.

9.5 Transparenz und Teilnehmerschutz

Die Mitglieder des FST e.V. verpflichten sich bzw. ihre Kunden, Gewinnspiele transparent und unter Beachtung des Teilnehmerschutzes durchzuführen, unabhängig davon, ob diese im privaten oder öffentlich-rechtlichen Rundfunk bzw. in dem Rundfunk vergleichbaren Telemedien angeboten werden. Einzelheiten zur Abwicklung von Gewinnspielen bzw. Gewinnspielsendungen regelt die Gewinnspielsatzung der Landesmedienanstalten.

9.6 Unentgeltliche Angebote

Angebote, bei denen für Nutzer bei telefonischem Kontakt maximal 0,14 Euro, für eine SMS maximal 0,20 Euro und bei postalischem Kontakt die Kosten einer Postkarte pro Teilnahme anfallen, gelten als unentgeltlich im Sinne der Gewinnspielsatzung. Für derartige Angebote gelten verminderte Anforderungen im Hinblick auf Transparenz und Teilnehmerschutz, s. § 3 Abs. 4 der Gewinnspielsatzung.

10 Beratungsdienste

Beratungsdienste sind nur zulässig, wenn eine entsprechende Qualifikation/ Quelle bekannt gegeben wird bzw. die erforderliche Erlaubnis (z.B. nach dem Rechtsberatungsgesetz) vorliegt. Im Übrigen sind Beratungsdienste (z.B. Arbeitsvermittlung, Wohnungsvermittlung, aber auch Schuldenregulierungs- oder Schuldenverwaltungsverträge) nur in soweit zulässig, wie diese ohne gesetzlich vorgeschriebene Erlaubnis betrieben werden dürfen. Eine erlaubnispflichtige Beratungsdienstleistung oder eine Beratungsdienstleistung, die erst nach Durchführung einer Eignungsprüfung durch eine Behörde durchgeführt werden darf, darf nur dann als Telefonmehrwertdienst vermittelt werden, wenn die Behörde die Zulässigkeit der Erbringung als kostenpflichtige Dienstleistung feststellt.

11 Spendendienste

Spendentelefone sind nur zu diesem, bestimmungsgemäß zu verwendenden Zweck erlaubt. Die teilweise Nutzung eines Angebotes als Spendentelefon im Übrigen ist ausgeschlossen.

Abschnitt 4: Maßnahmen bei Verstößen gegen den Verhaltenskodex

1 Mitglieder

Bei Verstößen gegen den Verhaltenskodex durch Mitglieder des FST e.V. werden diese informiert und zur Abhilfe aufgefordert.

Bei dennoch wiederholten Verstößen erfolgt die Abgabe der Angelegenheit an die Bundesnetzagentur bzw. andere zuständige Stellen.

Entsprechend der Satzung des FST e.V. ist auch ein Ausschluss aus dem Verein möglich.

2 Nichtmitglieder

Bei Verstößen durch ein Nichtmitglied wird die Angelegenheit unmittelbar an die Bundesnetzagentur bzw. andere zuständige Stellen zur weiteren Verfolgung abgegeben.

3 Abgrenzung

Ausschlaggebend ist der von der Bundesnetzagentur veröffentlichte Zuteilungsnehmer der Rufnummer bzw. der von den Mobilfunknetzbetreibern benannte Anbieter der Kurzwahlnummer.

Abschnitt 5: Schlussbestimmungen/ Inkrafttreten

Die in diesem Verhaltenskodex niedergelegten Verpflichtungen können keine Verantwortlichkeit gegenüber Dritten begründen oder den Nachweis einer solchen Verantwortlichkeit erleichtern. Eine Arbeitsgruppe des FST e.V. prüft aufgrund ihrer praktischen Erfahrung den Verhaltenskodex kontinuierlich und schreibt ihn unter Berücksichtigung des dazu geregelten Verfahrens gemäß der Satzung nach Bedarf fort.

Der Verhaltenskodex in dieser Fassung tritt zum 01.03.2010 in Kraft.

Die Verhaltenskodexkommission

Düsseldorf, den 11.01.2010

© 1997-2010 fst

Anlagen

- 1 Begriffs-Definitionen – vgl. § 3 TKG**
- 2 Übersicht Preisangabe, Preisanzeige, Preisansage**
- 3 Übersicht nähere Ausgestaltungen zur Werbung - Schriftgrößen etc.**
- 4 Übersicht verbraucherschützende Regelungen des TKG - allgemein**
- 5 Übersicht zur Einordnung von Diensten unter die Dienstekennzahlen bei 0900**
- 6 Dialer-Bestimmungen (insb. Verfügungen der Bundesnetzagentur)**
- 7 Wegfall des Entgeltanspruchs – vgl. u.a. § 66g TKG**

Hintergründe zum Verband

Der Fachverband Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste e.V. (FST) wurde 1997 in Düsseldorf gegründet. Als Interessenvertreter des deutschen Telefonmehrwertdienste(TMD)-Marktes verfolgt der FST das Ziel, bei der Standardisierung eines Verhaltenskodex gegen den Missbrauch von Mehrwertdienste-Rufnummern und bei der Ausgestaltung der politischen Rahmenbedingungen für die TMD-Branche maßgeblichen Einfluss zu nehmen. Etwa 40 Dienste-Anbieter, Netzbetreiber, Agenturen, Verbände und andere Organisationen aus dem Bereich Telefonmehrwertdienste sind Mitglied beim FST e.V. und vertreten das gebündelte Know-how der Branche. Sie repräsentieren die große Mehrheit des Kernmarktes TMD. Die Mitglieder des FST agieren freiwillig im Rahmen ihres Verhaltenskodex, der ohne staatliche Eingriffe und Regularien sowohl gesellschaftlichen als auch unternehmerischen Interessen Rechnung trägt. Die Sicherung und der Ausbau eines funktionierenden Mehrwertdienste-Marktes zur Zufriedenheit aller Marktteilnehmer ist das übergeordnete Anliegen des FST.

Impressum

Freiwillige Selbstkontrolle

Telefonmehrwertdienste e.V. (FST)

Verhaltenskodexkommission

Birkenstraße 65

40233 Düsseldorf

Tel.: 0211 – 31 12 09 – 0

Fax: 0211 – 31 12 09 – 30

Email: info@fst-ev.org

Web: www.fst-ev.org

Verhaltenskodexkommission

Katrin Ernst, IN-telegence GmbH & Co. KG,

Vorsitzende

Jan Petersen, mr.net group GmbH & Co. KG

Manfred Philippsen, NEXT ID GmbH

Torsten Thomsen-Bendixen, Beate Uhse AG