



VERHALTENSKODEX

in der Fassung vom 19.12.2003, geändert durch Beschlüsse der Verhaltenskodexkommission vom 22.01.2004, 04.06.2004, 19.01.2005, 28.02.2005 und 15.09.2005

Inhaltsverzeichnis:

Präambel	S. 5
Allgemeines	S. 5-6

**1. Teil: Gesetzliche Vorschriften und Vorgaben höchstrichterlicher
Rechtsprechung S. 6-15**

I.	Verhaltensgrundsätze – Unzulässige Inhalte	S. 6
II.	Verhaltensgrundsätze - Beeinträchtigung und Gefährdung des Wohls von Kindern/Jugendlichen	S. 6-7
III.	Anbieterkennzeichnung	S. 7
IV.	Preisangaben bei 0190er und 0900er Diensten	S. 7
	1. Preisangaben in der Werbung - § 43b Abs. 1 TKG a.F.	
	2. Preisansagen im Dienst - § 43b Abs. 2 TKG a.F.	
V.	Preisobergrenzen, Zwangstrennung - Abweichungen bei gesonderter Legitimation - § 43b. Abs. 3 und 4 TKG a.F.	S. 8
VI.	Spezielle Dienste	S. 8-14
	1. Glückspiele/ Lotterien	S. 8
	2. Beratungsdienste	S. 8
	3. Onlinedienste	S. 8-14
	a. Dialer-Begriff und Mindestvoraussetzungen	S. 8-14
	b. Registrierungspflicht und Registrierungsverpflichteter/ Schriftliche Versicherung	S. 14
	c. Dialer-Gasse 09009	S. 14
VII.	Werbung für Telefonmehrwertdienste	S. 14-15
VIII.	Auskunftsrufrnummern - Preisangaben in der Werbung	S. 15
IX.	Einhaltung des Datenschutzes	S. 15

2. Teil - Weitergehende Regelungen - Präzisierung gesetzlicher S. 15-18 Regelungen

I.	Inhalte bezüglich 0190 und 0900 – Zuordnung in verschiedenen Gassen	S. 15-16
II.	Ausgestaltung der Anbieterkennzeichnung gemäß § 6 TDG, §§ 312b ff BGB i.V.m. BGB-InfoV	S. 16
III.	Werbung	S. 16-17
IV.	Ausgestaltung der Preisangaben in der Werbung	S. 17
V.	Darstellung von Vanity-Nummern in den Gassen 0900x und 0190x	S. 17
VI.	Dienste mit der Zielgruppe Minderjährige	S. 17-18
VII.	Chat-Dienste	S. 18
VIII.	Jugendzugangskontrollen	S. 18

3. Teil - Weitergehende Regelungen – Empfehlungen S. 18-23

I.	Preisangaben bei anderen Telefonmehrwertdiensten	S. 19
	1. Shared Cost Dienste 0180x	S. 19
	2. Freephone Angebote 0800, 00800	S. 19
	3. MABEZ-Anwendungen (Massenverkehr zu bestimmten Zielen)	S. 19
	4. Auskunftsdienste	S. 19
	5. R-Gespräche	S. 19
II.	Mobile Payment	S. 19-23
	1. Definition Mobile Payment	S. 19-20
	2. Premium-SMS-Dienste	S. 20-23
	a. Definition	
	b. Arten	
	c. Dienstinhalte	S. 20
	d. Kostenkontrolle (Bill-Warning)	S. 21
	e. Kündigung von Abonnement-Verträgen	S. 21
	f. Werbung für Premium-SMS-Dienste	S. 21-22
	aa. Allgemeine Vorgaben (alle Arten)	S. 21-22

bb. Besondere Vorgaben für die Werbung bei SMS-Abo-Diensten	S. 22
g. Weitere Informationspflichten des Diensteanbieters bei SMS-Abo-Diensten – Inhalte der sog. Hand- Shake-SMS	S. 22-23
3. TAN-Verfahren	S. 23-25
a. Präambel	S. 23
b. Äußere Gestaltung und notwendige Inhalte des Transaktionsfensters	S. 23
c. Preisinformation	S. 24
d. Besondere Vorgaben für Abonnements	S. 24
e. Vorgaben zum Ablauf des TAN-Verfahrens im Internet	S. 24-25
f. (Kostenfreie) Probeabos	S. 25
g. (Kostspflichtige) Kurzabos	S. 25
h. Kosten-Kontrolle (Billi-Warning)	S. 25
III. Weitere spezielle Dienste	S. 25
1. Gewinnspiele	
2. Spendentelefone	
3. Lockanrufe	
IV. Fehlendes bzw. vorgetäushtes Angebot	S. 25
4. Teil - Maßnahmen bei Nichteinhaltung des Verhaltenskodex	S. 26
5. Teil - Schlussbestimmungen	S. 26

Verhaltenskodex für Telefonmehrwertdienste

Präambel

Die "Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste" e.V. will ihren Beitrag zur Stärkung der Freiheitsrechte der Diensteanbieter, des lautereren Wettbewerbs und der Achtung der schutzwürdigen Interessen der Nutzer und der Allgemeinheit insbesondere gegen Rassendiskriminierung sowie Gewaltverherrlichung leisten und den Jugendschutz auf selbstverantworteter Basis stärken. Jede Form der Zensur wird abgelehnt. Gegenstand der freiwilligen Selbstkontrolle ist dabei das gesamte Spektrum der Telefonmehrwertdienste (Festnetz und Mobilfunk) einschließlich der Fax- und Internet-Dienste. Telefonmehrwertdienste im Sinne des Verhaltenskodex sind alle Formen Telekommunikationsdienstleistungen, die über die Telefonrechnung oder ein Guthabenkonto abgerechnet werden und die über die reine Verbindungsleistung hinaus gehen.

Die "Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste" e.V. achtet den Freiheitsraum der Individualkommunikation in den Diensten und das Grundrecht der Nutzer auf Informationsfreiheit. Zugleich respektiert die "Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste" e.V. das Grundrecht auf Medien-(Presse-) freiheit und 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 zu dem Verein "Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste" e.V. zur Beachtung der Grundsätze des Verhaltenskodex zu veranlassen. Die "Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste" e.V. kann sich auch mit Inhalten, die von Nichtmitgliedern angeboten bzw. zur Nutzung bereitgestellt werden, befassen. In seinen Maßnahmen bei von ihm festgestellten Verstößen unterscheidet der Verein zwischen Mitgliedern und Nichtmitgliedern (s. 4. Teil).

Die "Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste" e.V. strebt an, dem Nutzer und 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 einen verantwortungsbewussten Umgang mit diesen Diensten zu vermitteln. Die "Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste" 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.

Dieser Verhaltenskodex soll einen allgemeingültigen Marktstandard setzen.

Allgemeines

Der Verhaltenskodex gliedert sich im Folgenden zunächst in drei Teile:

1. Wiedergabe gesetzlicher Vorschriften (1. Teil),
2. Präzisierung gesetzlicher Vorschriften und/ oder kartellrechtlich anerkannte Vorschriften (2. Teil),

3. Empfehlungen (3. Teil).

Die Aufgaben bestehender Selbstkontrollgremien sowie der Selbstkontrollmaßnahmen der einzelnen Mitglieder im Bereich der Dienstangebote bleiben unberührt.

1. Teil - Gesetzliche Vorschriften und Vorgaben höchstrichterlicher Rechtsprechung. Verhaltensgrundsätze - Unzulässige Inhalte

Die Mitglieder der "Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste" 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)
- § 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.

II. Verhaltensgrundsätze - Beeinträchtigung und Gefährdung des Wohls von Kindern/Jugendlichen

1. Die Mitglieder der "Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste" 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.

2. Die Mitglieder der "Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste" e.V. leisten im Rahmen der gesetzlich bestimmten Verantwortlichkeit und soweit tatsächlich sowie rechtlich möglich und zumutbar 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.

III. Anbieterkennzeichnung

Anbieter von Telekommunikationsdienstleistungen stellen sicher, dass die gesetzlichen Vorgaben zur Anbieterkennzeichnung (vgl. § 6 TDG, §§ 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.

IV. Preisangaben bei 0190er und 0900er Diensten

Hinsichtlich der Preisangaben in Werbung und Dienst von 0190er/ 0900er Mehrwertdiensterufnummern gelten die gesetzlichen Bestimmungen des § 43b TKG und der Preisangaben-Verordnung.

1. Preisangaben in der Werbung - § 43b Abs.1 TKG a.F.

Wer gegenüber Letztverbrauchern gewerbs- oder geschäftsmäßig oder in sonstiger Weise regelmäßig 0190er- oder 0900er-Mehrwertdienste anbietet oder dafür gegenüber Letztverbrauchern wirbt, hat den für die Inanspruchnahme dieser 0190er- oder 0900er-Mehrwertdiensterufnummer aus dem deutschen Festnetz je Minute oder je Inanspruchnahme zu zahlenden Preis einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile zusammen mit der Rufnummer anzugeben. Soweit für die Inanspruchnahme einer 0190er- oder 0900er-Mehrwertdiensterufnummer nicht einheitliche Preise gelten, sind diese in einer Von-bis-Preisspanne anzugeben. Bei der Preisangabe ist darauf hinzuweisen, dass es ein deutscher Festnetzpreis ist. Bei Telefaxdiensten ist zusätzlich die Zahl der zu übermittelnden Seiten anzugeben. Bei Datendiensten ist zusätzlich der Umfang der zu übermittelnden Daten anzugeben.

2. Preisansagen im Dienst - § 43b Abs. 2 TKG a.F.

Bei Inanspruchnahme von 0190er- oder 0900er- Mehrwertdiensterufnummern, ausgenommen Telefaxdiensterufnummern, hat derjenige, der den vom Letztverbraucher zu zahlenden Preis für die Inanspruchnahme dieser Rufnummer festlegt, vor Beginn der Entgeltspflichtigkeit dem Letztverbraucher den für die Inanspruchnahme dieser Rufnummer zu zahlenden Preis je Minute oder je Inanspruchnahme einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile nach Maßgabe des Satzes 3 anzusagen. Ändert sich dieser Preis während der Inanspruchnahme des Mehrwertdienstes, so ist wiederum vor Beginn des neuen Tarifabschnitts der nach der Änderung zu zahlende Preis nach Maßgabe des Satzes 3 mitzuteilen. Die Mitteilung muss spätestens 3 Sekunden vor Beginn der Entgeltspflichtigkeit unter Hinweis auf den Zeitpunkt des Beginns derselben erfolgt sein. Die Verpflichtung nach Satz 1 gilt auch bei der Weitervermittlung von einer Rufnummer zu einer 0190er- oder 0900er- Mehrwertdiensterufnummer. Ein Anspruch auf das vertraglich vereinbarte Entgelt besteht nur, wenn der Kunde vor Beginn der Inanspruchnahme der Dienstleistung nach Maßgabe dieses Absatzes über den erhobenen Preis informiert wurde.

V. Preisobergrenzen, Zwangstrennung - Abweichungen bei gesonderter Legitimation – § 43b Abs.3 und 4 TKG a.F.

Der Preis für zeitabhängig über 0190er- oder 0900er-Mehrwertdiensternummern abgerechnete Dienstleistungen darf höchstens 2 Euro pro Minute betragen. Die Abrechnung darf höchstens im Sechzigsekundentakt erfolgen. Der Preis für zeitunabhängig über 0190er- oder 0900er-Mehrwertdiensternummern abgerechnete Dienstleistungen (Blocktarife) wird auf 30 Euro pro Verbindung begrenzt. Über die Preisgrenzen der Sätze 1 und 3 hinausgehende Preise für 0190er- oder 0900er-Mehrwertdiensternummern dürfen nur erhoben werden, wenn sich der Kunde vor Inanspruchnahme der Dienstleistung gegenüber dem Diensteanbieter durch ein geeignetes Verfahren legitimiert; die Einzelheiten regelt die Regulierungsbehörde.

Der Diensteanbieter, bei dem die 0190er oder 0900er-Mehrwertdiensternummer eingerichtet ist, hat alle Verbindungen zu 0190er oder 0900er-Mehrwertdiensternummern, die zeitabhängig abgerechnet werden, nach einer Stunde automatisch zu trennen. Von dieser Verpflichtung kann abgewichen werden, wenn sich der Kunde vor Inanspruchnahme der Dienstleistung gegenüber dem Diensteanbieter durch ein geeignetes Verfahren legitimiert; die Einzelheiten regelt die Regulierungsbehörde.

VI. Spezielle Dienste

1. Glücksspiele/ Lotterien (§§ 284, 286 StGB)

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

2. 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.

3. Onlinedienste – Verfügung Nr. 54/2003 der RegTP (Mindestvoraussetzungen für Anwahlprogramme, § 43b Abs.5 TKG) unter Berücksichtigung der Verfügung Nr. 4/2005

a. Dialer-Begriff und Mindestvoraussetzungen

Anwahlprogramme (Dialer) im Sinne des § 43b Abs. 5 TKG sind Programme oder Teilprogramme, welche direkt oder mittelbar eine Telekommunikationsverbindung zu einem Mehrwertdienst (MWD) herstellen oder herstellen und kontrollieren. Anwahlprogramme im obigen Sinne sind auch solche Programme oder Teilprogramme, die direkt oder mittelbar die Konfiguration des Endgeräts des Nutzers zur Herstellung einer Telekommunikationsverbindung beeinflussen oder verändern.

aa. Generelle Anforderungen an die explizite Zustimmung

Zur Erreichung des Ziels erfordern bestimmte Aktionen jeweils explizite Zustimmungen des Nutzers. Für die Einholung solcher Zustimmungen gelten generell die für die jeweiligen Bereiche nachfolgend aufgeführten generellen Anforderungen bzw. Eigenschaften.

(1) Um diese bewusste Handlung durch den Nutzer herbeizuführen, soll er mehr als nur einen, möglicherweise versehentlichen oder unbedachten z.B. Tastendruck oder Mausklick, ausführen müssen, um dem Herunterladen, der Installation oder der Aktivierung eines Anwählprogramms zuzustimmen (z.B. durch die Aufforderung zur bewussten Texteingabe "OK").

Für eine explizite Zustimmung ist es also erforderlich, dass der Nutzer eine Zeichenfolge, mittels der Tastatur, durch Mausklicks auf einer am Bildschirm angezeigten Tastatur oder durch Verwendung sonstiger Vorrichtungen zur Zeichenabgabe am Endgerät, eingibt. Nicht ausreichend ist es, wenn der Nutzer seine Zustimmung durch das Anklicken, auch mehrerer, Buttons, selbst wenn diese standardmäßig nicht auf Zustimmung eingestellt sind, zum Ausdruck bringt.

(2) Die Einholung der Zustimmung zum Bezug, der Installation oder der Aktivierung eines Anwählprogramms muss in deutscher Sprache erfolgen.

(3) Die Bedingungen zur Nutzung eines Anwählprogramms müssen dem Nutzer entgeltfrei vollständig mitgeteilt und für den Nutzer in seinem Besitz verfügbar gemacht werden. Z.B. müssen diese Bedingungen bei einer elektronischen Übermittlung in Textform vollständig lesbar und druckbar sein.

(4) Informations- oder Zustimmungsfenster graphischer Benutzeroberflächen Unter „Fenster“ wird hier ein zusammenhängender und abgegrenzter Teil einer graphischen Benutzeroberfläche eines Endgeräts verstanden, wo in Textform Informationen oder Erklärungen angeboten werden.

(a) Sofern der Bezug, die Installation oder die Aktivierung mittels eines Endgeräts mit graphischer Benutzeroberfläche erfolgt, z.B. durch „Herunterladen“ (Download) von einem Web-Server, muss die Zustimmung in Textform mittels eines Zustimmungsfensters erfolgen. In einem Zustimmungsfenster wird in Textform die explizite Zustimmung zur Nutzung zum Bezug, der Installation oder der Aktivierung eines Anwählprogramms zur Herstellung einer Verbindung zur Nutzung eines Mehrwertdienstes angeboten.

(aa) Im Zustimmungsfenster muss die Zustimmungserklärung ohne Veränderung des Darstellungsbereichs direkt sichtbar sein.

(bb) Das Zustimmungsfenster muss eine „Abbrechen“-Schaltfläche beinhalten. Die „Abbrechen“-Schaltfläche muss als solche deutlich kenntlich sein. Bei Betätigung der „Abbrechen“-Schaltfläche müssen das aktive Fenster geschlossen und alle damit im Zusammenhang stehenden verbundenen Anwendungen und hergestellten Verbindungen abgebrochen werden. Es dürfen auch keine neuen Fenster geöffnet oder Verbindungen hergestellt werden.

(b) Sofern bei Endgeräten mit graphischer Benutzeroberfläche Informationen, z.B. zu Tarifen bzw. Entgelten bekannt gegeben werden, muss dies in Textform mittels eines Informationsfensters erfolgen.

(c) Im Informations- oder Zustimmungsfenster müssen Informationen bzw. die Zustimmungserklärung

- so dargestellt werden, dass sie sich nicht im übrigen Text bzw. den üblichen Allgemeinen Geschäftsbedingungen verstecken.
- in einer Schriftgröße angezeigt werden, die der größten Zeichengröße im Zustimmungsfenster entspricht und mindestens 10 Punkt groß ist.

- in einer klar lesbaren und zum Hintergrund kontrastreichen Schriftart und –farbe angezeigt werden.

bb. Gestaltungs- und Verhaltensweise für die Bereitstellung/ Bereithaltung von Anwählprogrammen

(1) Explizite Zustimmung

Der Bezug von Dialern bedarf der expliziten Zustimmung durch den Nutzer. Die explizite Zustimmung darf dabei nicht mittels der Zeichenfolge „JA“ abgefragt werden.

(2) Anwählprogramme müssen sich dem Nutzer als solche Anwählprogramme klar zu erkennen geben.

(3) Die Versionsnummer des für den Nutzer bereitgestellten Anwählprogramms muss offensichtlich und eindeutig erkennbar dargelegt sein. Die derart dargestellte Versionsnummer entspricht dabei exakt der im Registrierungsantrag verwendeten Versionsnummer.

(4) Der elektronische „Fingerabdruck“ (Hashwert) dient der eindeutigen Verifizierung eines Anwählprogramms und muss dem Nutzer beim Bezug des bereitgestellten Anwählprogramms ohne Anforderung durch den Nutzer entgeltfrei mitgeteilt werden. Der elektronische Fingerabdruck ist vom Anbieter mit Hilfe des „RIPEMD-160“-Algorithmus zu erstellen. Dem Nutzer müssen weiterhin Informationen entgeltfrei zur Verfügung gestellt werden, wie er diesen Fingerabdruck überprüfen kann.

(5) Die Mehrwertdiensterufnummer, zu der die entgeltpflichtige Verbindung zur Nutzung des Mehrwertdienstes hergestellt werden soll, muss bei der Bereitstellung offensichtlich und eindeutig erkennbar sein, eine Netzbetreibervorwahl darf dieser Mehrwertdiensterufnummer nicht vorangestellt werden.

(6) Eine Beschreibung der Wirkungsweise des Anwählprogramms ist dem Nutzer vom Anbieter entgeltfrei zur Verfügung zu stellen.

(7) Zur Darstellung von Informationen bei graphischen Benutzeroberflächen sind die im 1. Teil, VI., 3. a. aa. (4) dargelegten Anforderungen bzw. Eigenschaften anzuwenden.

(8) Tarif- bzw. Entgeltinformationen

Die aktuellen Informationen über die bei Nutzung des betreffenden Mehrwertdienstes zur Anwendung kommenden Tarife/Entgelte müssen vor Bezug des Dialers dem Nutzer durch den Mehrwertdiensteanbieter in geeigneter Weise entgeltfrei mitgeteilt werden.

(a) Tarif- bzw. Entgeltinformationen müssen in Euro pro Abrechnungseinheit (Zeittakt, Datenvolumen, Ereignis) jeweils summiert über alle genutzten Kanäle mitgeteilt werden.

(b) Bei graphischen Benutzeroberflächen müssen die Tarif- bzw. Entgeltinformationen in Euro pro Abrechnungseinheit (Zeittakt, Datenvolumen, Ereignis) in geeigneter Weise permanent dargestellt werden.

(c) Zur Darstellung von Informationen bei graphischen Benutzer Oberflächen sind die in 1. Teil, VI., 3. a. aa. (4) dargelegten Anforderungen bzw. Eigenschaften anzuwenden.

(9) Gestaltung des Fensters

Die Größe, Gestaltung, Farbgebung und Platzierung des Fensters, in welchem die explizite Zustimmung zum Bezug abgefragt wird, muss sich von dem Fenster, in welchem die explizite Zustimmung zur Verbindungsherstellung abgefragt wird, deutlich unterscheiden.

(10) Verbot der Irreführung über die Kosten

Eine Kostenfreiheit des Angebotes darf nicht suggeriert werden. Insbesondere dürfen Formulierungen wie „durch die Aktivierung entstehen Ihnen keine Kosten“, „kostenloses Zugangstool“ und „der Download ist für Sie kostenlos“ nicht verwendet werden.

cc. Eigenschaften, Gestaltungs- und Verhaltensweise der Installation und/oder Aktivierung des Anwählprogramms

(1) Explizite Zustimmung

Die Installation und/oder Aktivierung eines Dialers bedarf der expliziten Zustimmung durch den Nutzer. Die explizite Zustimmung darf dabei nicht mittels der Zeichenfolge „JA“ abgefragt werden.

(2) Die Versionsnummer des Anwählprogramms sowie der Name und die ladungsfähige Anschrift des Anbieters des über die Zielrufnummer erreichbaren Mehrwertdienstes, sofern dieser Anbieter nicht identisch ist mit dem Registrierungsverpflichteten, müssen im Programm selbst verankert sein, so dass sie sich mit Hilfe eines digitalen „Fingerabdrucks“ eindeutig verifizieren lassen kann.

(3) Anwählprogramme dürfen weder die Einstellungen noch die Funktionsweise anderer Programme des genutzten Endgerätes beeinträchtigen oder dauerhaft verändern. Insbesondere dürfen vorhandene Sicherheitseinstellungen der Endgeräte und der beteiligten Programme nicht beeinträchtigt oder verändert werden.

(a) Die Installation und/oder die Aktivierung des Anwählprogramms muss sich jederzeit und unmittelbar durch den Nutzer dauerhaft abbrechen lassen.

(b) Anwählprogramme dürfen Tasten, die üblicherweise für das Abbrechen und die Unterbrechung von Verbindungen vorgesehen sind, nicht abschalten. Sie dürfen deren vom Nutzer erwartetes Verhalten nicht verändern.

(c) Anwählprogramme dürfen insbesondere eine vom Nutzer gewollte Verbindungsunterbrechung nicht automatisch erneut aufbauen.

(4) Anwählprogramme dürfen keinerlei „Spyware“-Funktionen enthalten. Anwählprogramme dürfen ohne eine explizite Zustimmung des Nutzers außer für die im Datenschutzgesetz genannten Gründe keine anwenderbezogenen Daten des Nutzers erfassen, auf dem Endgerät des Nutzers auslesen, verwerten oder übermitteln.

(5) Anwählprogramme dürfen keine schädigende Software (wie z. B. Viren, Würmer, Trojaner usw.) installieren oder aktivieren und auch nicht eine solche Installation oder Aktivierung veranlassen.

(6) Tarif- bzw. Entgeltinformationen

Die aktuellen Informationen über die bei Nutzung des betreffenden Mehrwertdienstes zur Anwendung kommenden Tarife/Entgelte müssen vor Aktivierung des Dialers dem Nutzer durch den Mehrwertdiensteanbieter in geeigneter Weise entgeltfrei mitgeteilt werden.

(a) Tarif- bzw. Entgeltinformationen müssen in Euro pro Abrechnungseinheit (Zeittakt, Datenvolumen, Ereignis) summiert über alle genutzten Kanäle entgeltfrei mitgeteilt werden.

(b) Bei graphischen Benutzeroberflächen müssen die Tarif- bzw. Entgeltinformationen in Euro pro Abrechnungseinheit (Zeittakt, Datenvolumen, Ereignis) in geeigneter Weise permanent dargestellt werden.

(c) Zur Darstellung von Informationen bei graphischen Benutzeroberflächen sind die in 1. Teil, VI., 3. a. aa. (4) dargelegten Anforderungen bzw. Eigenschaften anzuwenden.

(7) Deaktivierung, Deinstallierung

Dialer müssen sich auf einem Endgerät in [einen] nicht flüchtigen Speicher installieren. Sie müssen sich auf Wunsch des Nutzers (inkl. z.B. der Einträge in der „Registry“) ohne besondere Software-Fachkenntnisse, dauerhaft, automatisch, entgeltfrei und vollständig entfernen lassen. Die Entfernung von dem Endgerät darf nicht ohne Zustimmung des Nutzers erfolgen. Die Abfrage der Zustimmung zur Entfernung darf dem Nutzer nicht aktiv, z.B. in einem Pop-up-Fenster angeboten werden. Bei der Deinstallation und einer eventuell nachfolgenden Neu-Installation muss sicher gestellt werden, dass ein vom Nutzer aktivierter Passwortschutz nicht aufgehoben bzw. umgangen wird.

(8) Anwählprogramme müssen so gestaltet werden, dass die betreffende Mehrwertdiensterufnummer nicht dauerhaft in die Standard-Einstellungen für die Datenfernübertragung (DFÜ) des Endgerätes des Nutzers eingetragen wird.

(9) Die Mehrwertdiensterufnummer, zu der die entgeltpflichtige Verbindung zu dem Mehrwertdienst hergestellt werden soll, muss im Anwählprogramm selbst fest verankert sein („monolithisches Anwählprogramm“).

(10) Es ist unzulässig, der Mehrwertdiensterufnummer eine Netzbetreibervorwahl voranzustellen.

(11) Zusätzlich zur verankerten Zielrufnummer müssen die möglichen weiteren Adressierungsmerkmale zur eindeutigen Auswahl eines Zieles eines MWD-Angebots im Anwählprogramm selbst fest verankert sein („monolithisches Anwählprogramm“).

(12) Gestaltung des Fensters

Die Größe, Gestaltung, Farbgebung und Platzierung des Fensters, in welchem die explizite Zustimmung zur Installation bzw. Aktivierung abgefragt wird, muss sich von dem Fenster, in welchem die explizite Zustimmung zur Verbindungsherstellung abgefragt wird, deutlich unterscheiden.

(13) Verbot der Irreführung über die Kosten

Eine Kostenfreiheit des Angebotes darf nicht suggeriert werden. Insbesondere dürfen Formulierungen wie „durch die Aktivierung entstehen Ihnen keine Kosten“, „kostenloses Zugangstool“ und „der Download ist für Sie kostenlos“ nicht verwendet werden.

dd. Eigenschaften, Gestaltungs- und Verhaltenweise zur, während und nach der Verbindungsherstellung

(1) Explizite Zustimmung vor Verbindungsherstellung

Die tatsächliche Herstellung der Verbindung mittels des Anwählprogrammes bedarf der vorherigen, expliziten Zustimmung durch den Nutzer, die in dem im folgenden dargestellten Zustimmungsfenster und der im folgenden dargestellten Art und Weise, abweichend von den Regelungen unter 1. Teil, VI., 3. a. aa. (4) (a) (bb) und 1. Teil, VI., 3. a. aa. (4) (c), abzufragen ist.

(a) Zur Herstellung der Verbindung muss der Nutzer in das Eingabefeld neben den Worten „Tippen Sie Ja“ die Buchstaben J und A eingeben.

(b) Bei Betätigung der mit „Nein“ gekennzeichneten Schaltfläche oder der Escapetaste muss das aktive Fenster ohne weitere Nachfrage geschlossen und alle damit in Zusammenhang stehenden verbundenen Anwendungen abgebrochen werden.

(c) Das Fenster muss wie folgt dargestellt werden:

Dieses Angebot ist kostenpflichtig!

Es wird mit

[Preis] Euro pro [Abrechnungseinheit]

über Ihre Telefonrechnung abgerechnet.

Ich stimme der Verbindung über diesen Dialer zu:

Tippen Sie Ja

Angewählte Rufnummer: 09009-1234567
 1234567890ABCDEFABCD1234567890ABCDEFABCE (Hashwert)
 Dialer-Version: 1.4.3.4.3485

Das Fenster muss auf dem Bildschirm zentriert dargestellt werden und so erscheinen, wie es aus der Abbildung ersichtlich ist. Das Fenster muss mindestens ein Drittel und höchstens zwei Drittel der Bildschirmfläche einnehmen und ein Verhältnis Höhe zu Breite von 5 zu 9 haben. Das Fenster muss ohne Veränderung des Darstellungsbereichs direkt sichtbar und dauerhaft im Vordergrund zu sehen sein. Die Hintergrundfarbe des Fensters ist weiß, die Textfarbe schwarz. Die ersten fünf Zeilen des Textes sind zentriert darzustellen, die restlichen Textelemente wie aus der Abbildung ersichtlich. Anstelle des Textes in den eckigen Klammern ist der Preis und der Abrechnungstakt (pro Minute oder pro Verbindung) einzufügen. Anstelle der jeweiligen Platzhalter sind die vollständige Rufnummer, der Hashwert und die Versionsnummer einzufügen. Der Hashwert muss markierbar und kopierbar sein.

(d) Nach Betätigung der mit „Weitere Informationen“ bezeichneten Schaltfläche muss ein Fenster erscheinen. In diesem müssen dem Nutzer zumindest die ladungsfähige Anschrift des Registrierungsverpflichteten und Inhaltenanbieters, Hinweise zur Überprüfung des Hashwertes, zur Deinstallation und die Beschreibung der Wirkungsweise angezeigt werden.

(2) Durch Anwählprogramme hergestellte entgeltpflichtige Verbindungen müssen sich jederzeit und unmittelbar durch den Nutzer dauerhaft unterbrechen lassen. Jedwede Art von Haltefunktion durch die hergestellte Verbindung ist auszuschließen.

(3) Beim Schließen oder Verlassen des entgeltpflichtigen Angebots muss die entgeltpflichtige Verbindung beendet werden.

(4) Über Anwählprogramme hergestellte entgeltpflichtige Verbindungen müssen bei Nutzung von Angeboten, die entweder nicht entgeltpflichtig bzw. niedriger bepreist sind, beendet oder die Vermittlung zu solchen Angeboten verhindert werden (z.B. „Wegsurfsperr“).

(5) Bei Mehrwertdiensten, die eine grafische Nutzeroberfläche bereitstellen, muss in jedem Fenster dieses Mehrwertdienstes eine permanent und deutlich sichtbare, als „Abbrechen“ bezeichnete Schaltfläche bereitgestellt werden. Bei Betätigung dieser „Abbrechen“-Schaltfläche müssen die zugehörigen aktiven Fenster geschlossen und alle damit verbundenen Anwendungen und hergestellten

Verbindungen abgebrochen werden. Es dürfen auch keine neuen Fenster geöffnet oder Verbindungen hergestellt werden.

(6) Tasten, die üblicherweise für das Abbrechen und die Unterbrechung von Verbindungen vorgesehen sind, dürfen nicht abgeschaltet werden. Deren vom Nutzer erwartetes Verhalten darf nicht verändert werden.

(7) Tarif- bzw. Entgeltinformationen

Die aktuellen Informationen über die bei Nutzung des betreffenden Mehrwertdienstes zur Anwendung kommenden Tarife/Entgelte müssen nach Herstellung einer entgeltpflichtigen Verbindung dem Nutzer durch den Mehrwertdiensteanbieter in geeigneter Weise entgeltfrei mitgeteilt werden.

(a) Tarif- und Entgeltinformationen müssen in Euro pro Abrechnungseinheit (Zeittakt, Datenvolumen, Ereignis) jeweils summiert über alle genutzten Kanäle mitgeteilt werden.

(b) Bei graphischen Benutzeroberflächen müssen die Tarif- und Entgeltinformationen in Euro pro Abrechnungseinheit (Zeittakt, Datenvolumen, Ereignis) in geeigneter Weise permanent dargestellt werden.

(c) Zur Darstellung von Informationen bei graphischen Benutzeroberflächen sind die im 1. Teil, VI., 3., a. aa. (4) dargelegten Anforderungen bzw. Eigenschaften anzuwenden.

b. Registrierungspflicht und Registrierungsverpflichteter/ Schriftliche Versicherung

Nach § 43b Abs.5 TKG dürfen Dialer nur eingesetzt werden, wenn diese vor Inbetriebnahme bei der Regulierungsbehörde registriert werden, von ihr vorgegebene Mindestvoraussetzungen erfüllt sind und ihr gegenüber schriftlich versichert wird, dass eine rechtswidrige Nutzung ausgeschlossen ist. Programmänderungen führen zu einer neuen Registrierungspflicht. Einzelheiten hierzu sind geregelt in den Abschnitten A. (I.-III.) und C. der Verfügung Nr.54/2003 der RegTP vom 03.12.2003.

c. Dialer-Gasse – 09009

Nach § 43b Abs.6 TKG dürfen kostenpflichtige Dialer, bei denen neben der Telekommunikationsdienstleistung Inhalte abgerechnet werden, nur über Rufnummern aus einer von der RegTP hierzu zur Verfügung gestellten Gasse angeboten werden. Gemäß der Verfügung Nr. 49/2003 der RegTP wird ab dem 14.12.2003 ausschließlich die Rufnummerngasse 09009 zur Verfügung gestellt.

VII. Werbung für Telefonmehrwertdienste

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

Briefkastenwerbung

ist wettbewerbswidrig, wenn sie gegen den erkennbaren Willen des Empfängers erfolgt, vgl. § 7 Abs.2 Nr. 1 UWG. Unter dieser Voraussetzung ist allerdings jegliche Werbung wettbewerbswidrig.

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.

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

ohne vorherige Einwilligung der Adressaten ist eine unzumutbare Belästigung und somit **grundsätzlich** unzulässig, s. § 7 Abs.2 Nr.3 UWG. **Ausnahme** 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 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.

Anonyme Nachrichten

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 ferner die Möglichkeit haben, solche Nachrichten einstellen zu lassen, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen

VIII. Auskunftsrufnummern - Preisangaben in der Werbung (Print- und Bildschirmwerbung)

Bei Auskunftsdiensten ist der aus dem deutschen Festnetz je Minute und/oder je Inanspruchnahme zu zahlende Preis einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile in der Werbung in unmittelbarem Zusammenhang mit der Rufnummer zu nennen und darauf hinzuweisen, dass es sich um den deutschen Festnetzpreis handelt. Dies gilt nicht, wenn es sich um mündliche Werbung wie z.B. Radiowerbung handelt. Solange es ein marktbeherrschendes Unternehmen gibt, kann auch der Preis dieses Unternehmens angegeben werden.

IX. Einhaltung des Datenschutzes

Die Anbieter stellen sicher, dass aus Datenschutzgründen persönliche Daten nicht ohne Ermächtigung des Betroffenen bekannt gemacht werden. Im Übrigen gelten die gesetzlichen Bestimmungen zum Datenschutz.

2. Teil Weitergehende Regelungen - Präzisierung gesetzlicher Regelungen

I. Inhalte bezüglich 0190 und 0900 – Zuordnung in verschiedene Gassen

Die Inhalte der Angebote dürfen nur entsprechend der Rufnummerngassen gestaltet sein.

1. 09001

Information

Premium Rate-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.

2. 09003

Unterhaltung

Premium Rate-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.

3. 09005

Übrige Dienste

Premium Rate-Dienste, mit beliebigem Inhalt oder Bezug

4. 09009 (s. 1. Teil, VI. 3. c.)

Dialer-Dienste

5. 0190

Premium Rate-Dienste mit beliebigem Inhalt oder Bezug mit Ausnahme von Dialerprogrammen (Anwählprogramme).

II. Ausgestaltung der Anbieterkennzeichnung gemäß § 6 TDG, §§ 312b ff. BGB i.V.m. BGB-InfoV

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 Rate- noch Auslandsrufnummern eingesetzt werden.

III. Werbung

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

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

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.

IV. Ausgestaltung der Preisangaben in der Werbung

Die Preisangaben sind in **Printmedien** gut lesbar und in einer Mindestschriftgröße von 7 Punkt in unmittelbarem Zusammenhang mit der Rufnummer anzugeben. Bei Plakatwerbung o.ä. erhöht sich die Mindestschriftgröße entsprechend.

In der **Fernsehwerbung** müssen die Preisangaben gut lesbar und während der Dauer der Einblendung der Rufnummer 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.

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.

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

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.

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

Bei der Verwendung von Servicernummern als **Postkartenalternative** ist auch die Nennung des Gesamtpreises pro Anruf zulässig, sofern sicher gestellt ist, dass der angegebene Tarif durch Zwangstrennung eingehalten wird.

Bei **Fax- und Filediensten** sind die Pflichtangaben auf dem ersten Viertel der 1. Faxseite bzw. in der Logon-Zeile in einem vom Inhalt deutlich abgesetzten Teil zu übertragen. Ebenfalls ist auf die Zahl der Seiten bzw. die Größe des Files hinzuweisen (Mindestgröße 12 Punkt).

V. Darstellung von Vanity-Nummern in den Gassen 0900x und 0190x

Die Bewerbung von Premium Rate Diensten als Vanity-Nummer darf erst hinter der vorgenommenen Gassenkennzeichnung (wie im 2. Teil, I.) nach Inhalten beginnen (Beispiel: 09003 - GEWINN für 09003 - 439466)

VI. 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.

Die Inhalte dürfen nicht geeignet sein, Kinder und Jugendliche in irgendeiner Weise zu gefährden. Eine Animation zu Wiederholungsanrufen darf nicht erfolgen, es sei denn es handelt sich um eine kostenfreie Rufnummer. Zusätzlich muss zu Beginn des Dienstes ein Hinweis, dass das Einverständnis des Erziehungsberechtigten vorausgesetzt wird, erfolgen.

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. Für die Werbung in anderen Medien gelten die Vorschriften des 2. Teils III., IV. des Verhaltenskodex entsprechend.

VII. Chat-Dienste

Die Inhalte- und Service-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 Teil 2, VI. (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.

VIII. 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.

3. Teil - Weitergehende Regelungen - Empfehlungen

Die nachfolgenden Regelungen stellen auf Basis der Erfahrungen der „Freiwillige Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste“ e.V. ebenfalls erstrebenswerte Standards

dar, die zwar grundsätzlich Empfehlungscharakter haben, aber im Sinne des Ziels eines einheitlichen Marktstandards seitens der Mitglieder eingehalten werden und von diesen als bindende Regelungen an ihre Kunden weitergegeben werden sollen.

I. Preisangaben bei anderen Telefonmehrwertdiensten

1. Shared Cost Dienste 0180 X

Bei shared cost Diensten ist der aus dem deutschen Festnetz je Minute oder je Inanspruchnahme zu zahlende Preis einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile in der Werbung in unmittelbarem Zusammenhang mit der Rufnummer anzugeben. Solange es ein marktbeherrschendes Unternehmen gibt, kann auch der Preis dieses Unternehmens angegeben werden.

2. Freephone Angebote 0800, 00800

Bei freephone Angeboten, mit denen entgeltliche Folgeverträge verbunden sind (z.B. Weckdienste), insbesondere bei automatisierten Angeboten, sind vom Anbieter die Folgekosten, d.h. die zusätzlichen Kosten, die dem Anrufer entstehen, vor Abschluss des Folgevertrages anzukündigen. Ebenso muss auf die Folgekosten in der Werbung hingewiesen werden.

3. MABEZ- Anwendungen (Massenverkehr zu bestimmten Zielen)

Bei MABEZ- Anwendungen z.B. unter dem Prefix 0137 (z.B. Vote Calls und Teledialog Rufnummern) muss der Anbieter in der Werbung den aus dem deutschen Festnetz je Inanspruchnahme zu zahlenden Preis einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Preisbestandteile in unmittelbarem Zusammenhang mit der Rufnummer angeben. Solange es ein marktbeherrschendes Unternehmen gibt, kann auch der Preis dieses Unternehmens angegeben werden.

4. Auskunftsdienste 118XY

Bei Auskunftsdiensten hat im Falle der Weitervermittlung zu Diensten, die üblicherweise direkt über Premium-Rate-Rufnummern angewählt werden, der Hinweis auf den Preis der Inanspruchnahme in Euro je Minute oder je Inanspruchnahme einschließlich der Umsatzsteuer und sonstiger Vertragsbestandteile zu erfolgen (Preisansage). (Zu den Preisangaben in der Werbung, s. 1. Teil, VIII.)

5. R-Gespräche

Bei Diensten, die mit einer Entgeltspflichtigkeit des Angerufenen verbunden sind, ist dem Angerufenen die Höhe der zu übernehmenden Kosten vor Abschluss des Vertrages anzukündigen. Die Kostenübernahme muss vom Angerufenen beweiskräftig z.B. mit den Ziffern "1" und "9" bestätigt werden.

II. Mobile Payment

1. Definition Mobile Payment

Unter Mobile Payment versteht man sämtliche Bezahlvarianten über die Mobilfunkrechnung bzw. ein Guthabenkonto.

Diese sind zurzeit:

- Premium-SMS

- TAN-Verfahren
- WAP-Billing

2. Premium-SMS

a. Definition

Premium-SMS-Dienste sind Dienste, die über eine Kurzwahlnummer angeboten werden und bei denen weitere Kosten für über die reine Verbindungsleistung hinausgehende Mehrwertdienstleistungen entstehen, und die über die Telefonrechnung bzw. eine Guthabekarte abgerechnet werden.

b. Arten

Im Rahmen von Abonnement (Abo)-Diensten kann grundsätzlich unterschieden werden zwischen Abos, bei denen die Auslieferung der Leistung automatisch erfolgt und solchen, bei denen die Auslieferung der Einzelleistungen vom Endkunden aktiv abgerufen werden muss.

Folgende Arten von Premium-SMS-Diensten können aktuell grundsätzlich unterschieden werden:

aa. Einmal-Dienste – Dienste, bei denen der Abruf einer Leistung durch den Kunden zur einmaligen Auslieferung der beauftragten Leistung bzw. zur einmaligen Auslieferung einer feststehenden Anzahl von Auslieferungen führt und eine einmalige Bezahlung über SMS erfolgt (z.B. einmaliger Download eines Klingeltons, ggf. auch über mehrere SMS)

bb. Abonnement („Abo“)-Dienste – Dienste, bei denen die Auslieferung der Leistung nach dem Abruf durch den Endkunden regelmäßig erfolgt.

- (1.) Klassische Abo-Dienste – Dienste, bei denen eine regelmäßige, automatische Auslieferung von Leistungen erfolgt, die einzeln bei Auslieferung abgerechnet werden
- (2.) Paket-Abo-Dienste – Dienste, bei denen eine feststehende Anzahl von Leistungen zu einem regelmäßigen Preis pro Bezugszeitraum abgerufen werden können
- (3.) Rabatt-Abo-Dienste – Dienste, bei denen Leistungen (zumeist eine feststehende Anzahl) zu einem regelmäßigen Preis pro Bezugszeitraum verbilligt abgerufen werden können

c. Dienstinhalte

Insbesondere folgende Inhalte werden aktuell über Premium-SMS-Dienste angeboten:

- Informationsdienste (z.B. Börsen-, Wetter-, Sport-, allgemeine Informations-Dienste)
- Logos/ Klingeltöne/ Spiele
- Gewinnspiele/ Votings
- Chat-Dienste

Bei Chat-Diensten wird dem Endkunden jede versandte SMS berechnet.

d. Kosten-Kontrolle (Bill-Warning)

Jeder Premium-SMS-Anbieter (hier: der Betreiber des SMSC) informiert den Endkunden jeweils per SMS, wenn im Kalendermonat Kosten von mindestens 50,00 Euro oder einem Vielfachen davon je Kurzwahlnummer angefallen sind. Diese Warn-SMS erhält der Endkunde kostenlos.

e. Kündigung von Abonnement-Verträgen

Bei Premium-SMS-Diensten im Abo muss der Endkunde die Möglichkeit haben, jederzeit per SMS zu kündigen. Der Diensteanbieter hat bei Abos die Erbringung der Leistung unverzüglich nach Erhalt der Kündigung zu beenden. Bei Abos, bei denen ein regelmäßiger Preis pro Bezugszeitraum anfällt (z.B. Paket-Abos und Rabatt-Abos), ist ausnahmsweise der Einzel-Leistungsbezug bis zum Ablauf des jeweiligen Bezugszeitraums, in dem die Kündigung erfolgt ist, zulässig.

f. Werbung für Premium-SMS-Dienste

aa. Allgemeine Vorgaben (für alle Arten):

- (1.)**Präambel:** Ziel der Vorgaben für die Werbung ist es, im Sinne eines wirksamen Verbraucherschutzes auch die Preistransparenz im Zusammenhang mit Premium-SMS-Diensten zu gewährleisten. Dies gilt insbesondere für die komplexe Preisstruktur im Mobilfunk. Die Informationen in der Werbung sollten im Sinne einer vernünftigen Wahrnehmbarkeit für den Endkunden auf die wesentlichen Elemente der Vertragsbeziehung beschränkt werden.
- (2.)Der Anbieter wird Preisangaben in **Printmedien und im Internet** gut lesbar in horizontaler Schriftrichtung in einer Mindestschriftgröße von 10 Punkt in unmittelbarem Zusammenhang mit der Kurzwahlnummer angeben. Bei Plakatwerbung und sonstiger großflächiger Kommunikation erhöht sich die Mindestschriftgröße entsprechend.
- (3.)Der Anbieter wird die Preise bei allen **akustischen Werbemaßnahmen** (z.B. Rundfunkwerbespots) gut hörbar und in der gleichen Lautstärke angeben, wie den übrigen Teil der Werbspots. Die Preisangabe erfolgt unmittelbar vor oder unmittelbar nach der beworbenen Kurzwahlnummer.
- (4.)Der Anbieter wird die Preisangaben in **Fernsehwerbespots** gut lesbar und während der gesamten Dauer der Einblendung der Kurzwahlnummer darstellen. Die Preisangabe erfolgt in horizontaler Schriftrichtung in unmittelbarem Zusammenhang mit der kommunizierten Kurzwahlnummer. In Deutschland beträgt die Auflösung der Fernsehbilder gegenwärtig 768 X 576 Bildpunkte. Bei den Preisangaben wird ein Seitenabstand von jeweils mindestens 50 Bildpunkten eingehalten. Die Mindestgröße beträgt 30 Bildpunkte. Der Anbieter wird eine groteske (serifenfreie) Schrift mit einem von der Schriftfarbe deutlich abgehobenen Schatten verwenden.
- (5.)Der Anbieter wird die Preisangaben im **Teletext** gut lesbar in horizontaler Schriftrichtung in unmittelbarem Zusammenhang mit der Kurzwahlnummernummer auf derselben Teletextseite darstellen.
- (6.)Bei **SMS-Texten** hat die Preisangabe im laufenden Text in unmittelbarem Zusammenhang mit der Kurzwahlnummer zu erfolgen, so dass die Preisangabe vom Empfänger nicht aufgrund eines Zeilenumbruchs am

Ende des SMS-Textes vor der Nennung des Betrages oder ähnliche redaktionelle Maßnahmen übersehen werden kann. Der Hinweis auf den Preis darf nicht am Ende des SMS-Textes erfolgen.

- (7.) Der Anbieter hat sicherzustellen, dass sich die **Schriftfarbe** bei allen Preisangaben in allen optischen Werbemaßnahmen jeweils deutlich von dem Hintergrund unterscheidet.
- (8.) Sämtliche der zu beziffernden Kosten für die beworbene Leistung sind als Brutto-Preise in **Euro** je SMS bzw. 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“.
- (9.) Bei **Einmal-Premium-SMS-Diensten**, die **über mehrere Premium-SMS** abgerechnet werden, ist der Gesamtpreis in der Werbung deutlich lesbar in unmittelbarem Zusammenhang mit der Kurzwahlnummer anzugeben.
- (10.) Auf evtl. anfallende **Zusatzkosten** im Rahmen des Leistungsbezugs, z.B. WAP-/GPRS-Gebühren, ist hinzuweisen.

bb. Besondere Vorgaben für die Werbung bei SMS-Abo-Diensten:

- (1.) Bei Abo-Diensten gelten für die Werbung zunächst die unter III. 6.a. dargestellten allgemeinen Vorgaben.
- (2.) Bei Abo-Diensten ist in der Werbung darüber hinaus die Formulierung „Abo“ zu verwenden. Sofern Leistungen durch den Endkunden im Abruf erfolgen, muss der Hinweis lauten „zum Abruf“ oder „zum Download“. Fallen regelmäßige Kosten, unabhängig von den für die Inanspruchnahme der abrufbaren Leistung anfallenden Kosten an, sind diese ebenfalls ausdrücklich zu benennen und mit zwar mit Hinweis auf deren Häufigkeit z.B. Monats-Abo).
- (3.) Beim sog. klassischen Abo ist der vom Endkunden zu zahlende Bruttopreis je Einzel-Leistungsauslieferung sowie ein entsprechender maximaler Monatspreis, wenn dieser 50,- € überschreitet, anzugeben.

g. Weitere Informationspflichten des Anbieters bei SMS-Abo-Diensten- Inhalte der sog. Hand-Shake-SMS:

aa. Vor dem Abschluss von Abonnement-Verträgen ist der Kunde durch eine sog. Hand-Shake-SMS deutlich über die wesentlichen Vertragsbestandteile zu informieren, die er dann per SMS bestätigen muss. Erst durch diese kommt es zum Vertragsabschluss.

bb. Als Wesentliche Vertragsbestandteile bei den **sog. klassischen Abos** sind anzusehen:

- (1.) die Angaben zum Anbieter
- (2.) der vom Endkunden zu zahlende Bruttopreis je Einzel-Leistungsauslieferung sowie ein entsprechender maximaler Monatspreis, wenn dieser 50 € überschreitet
- (3.) der Bezugszeitraum und – sofern dies möglich ist – die maximale Anzahl der zu empfangenen SMS
- (4.) die Kündigungsmöglichkeiten

cc. Bei **sog. Paket- oder Rabatt-Abos** sind als wesentliche Vertragsbestandteile anzusehen:

- (1.) die Angaben zum Anbieter
- (2.) der regelmäßige Preis pro Bezugszeitraum sowie evtl. anfallende Kosten für den Abruf von Einzelleistungen
- (3.) die Kündigungsmöglichkeiten

3. TAN-Verfahren

a) 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 Zugangscode“ 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.

b) Äußere Gestaltung und notwendige Inhalte des Transaktionsfensters

- Platzierung: Zentriert in der jeweiligen online-Anwendung
- 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.

- Notwendige Inhalte: Im Transaktionsfenster müssen in unmittelbarem räumlichen Zusammenhang mit dem Eingabefeld für die Mobilfunknummer des Nutzers folgende Informationen dauerhaft sichtbar platziert werden:
 - (1.)Preis
 - (2.)Hinweis auf den Abschluss eines ABOs – sofern es sich um ein solches handelt
 - (3.)Hinweis auf eine jederzeitige Kündigungsmöglichkeit im Falle eines ABOs

c) Preisinformationen

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.

d) Besondere Vorgaben für Abonnements (ABOs):

- Im Transaktionsfenster muss in unmittelbarem Zusammenhang mit der Preisinformation eindeutig klargestellt werden, dass ein Vertrag über ein Abonnement abgeschlossen wird.
- Bei Abschluss eines ABOs, muss dies durch Verwendung des Wortes „ABO“ und Nennung des Abbuchungsintervalls (Monatsabo, Wochenabo etc.) kenntlich gemacht werden
- Kündigung: Der Nutzer muss in unmittelbarem Zusammenhang mit der Preisinformation und dem Hinweis auf den Abschluss eines ABOs auf die jederzeitige Kündigungsmöglichkeit hingewiesen werden.
- 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.

e) Vorgaben zum Ablauf des TAN-Verfahrens im Internet

Das Mobile Payment muss mindestens folgende Schritte enthalten:

- (1.) Eingabe der Mobilfunknummer im Transaktionsfenster nebst Absendefunktion mit „O.K.“, „Weiter“ o.ä..
- (2.) Erhalt einer SMS mit Bezugnahme auf das Dienstleistungsangebot (www.XY.de) und dem Bezahlcode
- (3.) Eingabe des Bezahlcodes auf der Internetseite zur Freischaltung des Contents
- (4.) Optional: Erhalt einer SMS über die Bestätigung des Vertragsabschlusses mit Hinweis auf die Möglichkeit einer Kündigung, sofern ein ABO abgeschlossen wurde

- (5.) Bei ABO: Hinweis-SMS bei jeder Abbuchung unter Nennung der Internetseite des betreffenden Contents sowie gleichzeitiger Hinweis auf die Kündigungsmöglichkeit

f. (Kostenfreie) Probeabos

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

g. (Kostenpflichtige) Kurzabos

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

h. Kosten-Kontrolle (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.

III. Weitere spezielle Dienste

1. Gewinnspiele

Beim Angebot von Gewinnspielen ist die vorherrschende Rechtsauffassung zu berücksichtigen.

2. Spendentelefone

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

3. Lockanrufe

Das Vortäuschen eines Anrufs mit dem Ziel des Rückrufs unter einer Mehrwertdienstnummer (sämtliche Nummerngruppen) ist untersagt. Eine 0137-Rufnummer darf nicht als Absenderkennung verwendet werden. Es ist dem Diensteanbieter untersagt, die CLI zugunsten einer 0137-Rufnummer zu verändern.

IV. Fehlendes bzw. vorgetäushtes Angebot

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

4. Teil - Maßnahmen bei Nichteinhaltung des Verhaltenskodex

Aufgrund eines Verstoßes gegen den 1. und 2. Teil dieses Verhaltenskodex sind die nachfolgenden Maßnahmen vorgesehen:

1. Hinweis mit Abhilfeaufforderung
2. Abgabe an die Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post oder andere zuständige Stellen

Bei Verstößen gegen den Verhaltenskodex durch Mitglieder der „Freiwilligen Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste“ werden diese informiert und zur Abhilfe aufgefordert. Bei dennoch wiederholten Verstößen erfolgt die Abgabe der Angelegenheit an die Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post bzw. andere zuständige Stellen.

Bei Verstößen durch ein Nichtmitglied wird die Angelegenheit unmittelbar an die Regulierungsbehörde für Telekommunikation und Post bzw. andere zuständige Stellen zur weiteren Verfolgung abgegeben.

Ausschlaggebend ist der von der Regulierungsbehörde veröffentlichte Zuteilungsnehmer der Rufnummer bzw. der von dem Mobilfunknetzbetreiber benannte Anbieter der Kurzwahlnummer.

5. Teil - Schlussbestimmungen

Die in diesem Verhaltenskodex niedergelegten Verpflichtungen sollen und können keine Verantwortlichkeit gegenüber Dritten begründen oder den Nachweis einer solchen Verantwortlichkeit erleichtern. Der Rechtsweg wird durch das Verfahren der Anlaufstelle nicht ausgeschlossen. Eine Arbeitsgruppe, der "Freiwilligen Selbstkontrolle Telefonmehrwertdienste" 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.

Die Verhaltenskodexkommission
Düsseldorf, den 15.09.2005
© 1997-2005 fst