

Telefonwerbung

nach vermeintlicher Zustimmung

Andreas Pascher

Werden Ihre Abende durch Telefonwerbung vermehrt? Das muss nicht sein. Denn Unternehmer benötigen für diese Werbung Ihre Zustimmung.

OGH 29.11.2005, 4 OB 192/05x

Die Beklagte versandte im großen Umfang Gewinnankündigungen. Den schriftlichen Verständigungen folgte jeweils eine telefonische Mitteilung, in der auf das Einlangen der Verständigung und deren Wichtigkeit hingewiesen wurde. Zum Kundenkreis, den die Beklagte dabei ansprach, war sie über Adressmakler („Listbroker“) gelangt. Die Beklagte hatte beim Listbroker Adressen für „Precall“ angefordert. Bei Adressen für „Precall“ handelt es sich um Adressen, deren Inhaber die nach dem Telekommunikationsgesetz erforderliche (vorherige) Zustimmung zu Telefonanrufen zu Werbezwecken erteilt haben.

Die Beklagte sendete an etwa 30.000 Adressaten eine schriftliche Gewinnankündigung und ließ diese danach anrufen. Bei 3 Adressaten, die sich über den Werbeanruf beschwert haben, konnte nicht festgestellt werden, ob und in welcher Form diese oder eine ihrer Haushaltsmitglieder vor dem Anruf der telefonischen Übermittlung der Werbebotschaft zugestimmt haben.

Das Erstgericht wies die Klage im Wesentlichen mit der Begründung ab, dass der Beklagten eine Überprüfung der für „Precall“ übermittelten Adressen weder möglich noch zumutbar gewesen wäre. Das Rekursgericht gab dem Unterlassungsbegehren zur Gänze statt. Der Oberste Gerichtshof bestätigte die Entscheidung des Rekursgerichtes.

Anmerkung

Ein Unternehmen welches Adressen von einem Adressmakler für „Telefonmarketing“ erwirbt, darf sich nicht darauf verlassen, dass die notwendigen Zustimmungserklärungen auch vorliegen. Er muss nach dem Telekommunikationsgesetz die Zustimmung für Telefonanrufe zu Werbezwecken für jede Adresse selbst kontrollieren.

Benötigen Sie mehr Informationen über die Zulässigkeit von Telefonmarketing, dann kontaktieren Sie Dr. Ing. Werner Schostal und Dr. Ing. Andreas Pascher, Rechtsanwälte der Pascher & Schostal Rechtsanwälte OEG

01/513 86 28

100 Ausgaben PCNEWS

Franz Fiala, Werner Krause

Wir feiern auf den folgenden Seiten 20 Jahre und 100 Ausgaben PCNEWS mit einer Gesamtdarstellung. (insgesamt 116 Ausgaben, inklusive Sonderausgaben)

Die wichtigsten Daten zu den einzelnen Ausgaben stehen am Beginn. Danach folgen alle **Herausgeber, Inserenten und Autoren und Autorinnen**, die zum Gelingen der Ausgaben beigetragen haben. Die Daten bei jedem Eintrag wurden bei der jeweils letzten Publikation PCNEWS aktualisiert.

Die ersten Ausgaben der PCNEWS waren rein textbasiert; ihr einziges Grafik-Element war die Titelzeile, zusammengesetzt aus einem Blockgrafikzeichen des IBM-Zeichensatzes.



Erst durch die Integration von Text und Grafik, die durch die PCNEWS-Schrift und durch die professionelle Gestaltung der Titelseite zum Ausdruck kam, wurde aus dem Mitteilungsblatt eines Vereins ein eine Zeitschrift für viele Interessen.



Wir laden alle Leserinnen und Leser ein, sich auch in Zukunft an unserem gemeinsamen Projekt PCNEWS zu beteiligen.

Für die bisherige Zusammenarbeit danken

Frau Fiala

(Redaktion) und

Werner Krause (Grafik)

PCNEWS-1 bis 100 im Überblick

17	Herausgeber
20	Jahre
116	Ausgaben
101	Inserenten
617	Autoren
5.045	Artikel
8.105	Seiten
474.153	Hefte verteilt
33.468.976	Seiten verteilt

Aktuelle Daten

A4 hoch	Format
5 Euro	Preis
4000	Auflage
1022-1611	ISSN
5	Hefte/Jahr
CCCMCCA	Herausgeber
PCCPCNEWS	
WUG	
ClubDigitalHome	Themen
ClubDev	
ClubSystem	
ClubPocketPC	
ClubEducation	
ClubOffice	
ClubComputer	
PCNEWS-Eigenverlag	Medieninhaber
Franz Fiala	Redaktion
Werner Krause	Grafik

100 Ausgaben PCNEWS

