

## **Arbeitspapier zum grenzüberschreitenden Telemarketing**

*41. Sitzung, 12.-13. April 2007, St. Peter Port (Guernsey)*

### **Hintergrund**

Gestützt auf frühere Arbeiten dieser Arbeitsgruppe haben zahlreiche Länder nunmehr legislative Maßnahmen ergriffen, die das Recht des Einzelnen respektieren, den Empfang unverlangter Telemarketing-Anrufe zu verhindern. Zu diesen Maßnahmen zählen die Telekommunikations-Richtlinien der Europäischen Union von 1997 und 2002, die in der Schaffung von Sperr-Registern in einigen Mitgliedstaaten der Europäischen Union mündeten, und in der Einrichtung der US-amerikanischen Sperrliste durch die Federal Trade Commission, während in anderen Rechtsordnungen auf der Einwilligung basierende Regelungen oder Mischungen aus Einwilligungs- und Widerspruchslösungen geschaffen wurden.

Diese Register und die damit verbundenen Durchsetzungsbefugnisse nationaler Behörden haben sich im Großen und Ganzen als recht effektiv zur Verhinderung des Empfangs unverlangter Telemarketing Nachrichten erwiesen, die aus dem selben Land oder Territorium herrühren, in dem sich der Angerufene befindet, waren jedoch weitgehend unwirksam hinsichtlich der Verhinderung von Anrufen aus dem Ausland.

Durch die fallenden Kosten internationaler Telefonanrufe und besonderes die Nutzung des Voice over Internet Protocol ist zu erwarten, dass die Häufigkeit grenzüberschreitender Telemarketing-Anrufe zunehmen wird.

Diese Situation wird verschärft durch die Tatsache, dass viele Werbeanrufe, insbesondere solche aus dem Ausland, häufig keinerlei Informationen über die Rufnummer des Anrufenden enthalten, die ihre Identifikation durch den Anrufer erlauben würden. Darüber hinaus scheint es, dass die Information zur Rufnummernanzeige nicht immer zwischen nationalen und internationalen Netzwerken übertragen wird.

Es scheint gegenwärtig keine Mechanismen zur Zusammenarbeit der Betreiber von nationalen Sperr-Registern zu geben, die eine datenschutzfreundliche Nutzung ihrer Datenbanken durch international operierende Telemarketing-Unternehmen ermöglichen würden.

Jedenfalls wird es sich ohne die Schaffung bindender internationaler Instrumente als sehr schwierig erweisen, das Recht durchzusetzen, keine unverlangten Werbeanrufe aus dem Ausland zu erhalten. Daher müssen alternative technische und organisatorische Maßnahmen erwogen werden.

## Empfehlungen

Die Arbeitsgruppe empfiehlt:

- Telemarketing-Unternehmen sollten sich über die anwendbaren Regelungen (Einwilligung und/oder Widerspruch) in den Ländern, in denen sie tätig sind, informieren und diese Regelungen respektieren.
- Telemarketing-Unternehmen sollten verpflichtet werden, ihre Rufnummern bei allen Werbeanrufen zu übertragen, so dass der Angerufene den Anrufer identifizieren und die Löschung von der Anrufliste des Werbetreibenden fordern kann, soweit dies vorgesehen ist, oder sich – zum Beispiel in Rechtsordnungen, die eine Einwilligung vorsehen – bei den zuständigen Behörden beschweren kann.
- Anbieter von Telekommunikationsdienstleistungen sollten zusammenarbeiten, um die Übermittlung der Rufnummer des Anrufenden im Bezug auf Werbeanrufe zwischen nationalen, internationalen und Voice over IP-Netzwerken zu gewährleisten.
- Anbieter von Telekommunikationsdienstleistungen sollten ihren Nutzern ein Verfahren anbieten, in dem diese sich über unverlangte Werbeanrufe beschweren können, und sicher stellen, dass solche Beschwerden an die zuständigen Behörden in dem Land weitergeleitet werden, aus dem der Anruf herrührt.
- Anbieter von Telekommunikationsdienstleistungen sollten den Nutzern eine einfache technische Möglichkeit eröffnen, die Zurückweisung eines ankommenden Werbeanrufs zu signalisieren und, soweit der Angerufene dies wünscht, sollte dieses Signal an den Anrufer übertragen und als Hinweis genutzt werden, dass weitere Anrufe bei diesem Nutzer zu unterbleiben haben.

Die Internationale Arbeitsgruppe ruft die Datenschutzbehörden weltweit auf, ihre Anstrengungen zur Zusammenarbeit untereinander und mit Aufsichtsbehörden im Bereich der Telekommunikation zu intensivieren, um die Aktivitäten von Organisationen, die über Landesgrenzen hinweg unverlangte Werbeanrufe durchführen, zu begrenzen.