

Verhaltenskodex Premium SMS/Mobile Dienste und web-basierte Dienste

(Stand: Dezember 2007)

Präambel

Verbraucher- und Jugendschutz sind wichtige Themen für die Mobilfunkindustrie. Bereits im Jahr 2004 haben Mobilfunk- und Inhaltenanbieter eine Vielzahl von betreiberindividuellen Maßnahmen zur Verbesserung der Kosten- und Anbietertransparenz eingeleitet. Betreiberindividuelle Lösungen bergen jedoch den Nachteil, keinen Standard im Bereich des Verbraucherschutzes erzeugen zu können, der branchenweite Geltung beansprucht. Nur ein branchenweiter Ansatz ist in der Lage, das Vertrauen der Verbraucher in die Geschäftsmodelle zu gewährleisten, welches notwendig ist, damit sich ein in der Entstehung befindliches prosperierendes Marktsegment weiterhin positiv entwickeln kann.

Um in Zukunft die Akzeptanz dieser Dienste zu verbessern, haben sich die Unterzeichner entschlossen, in diesem Verhaltenskodex ein verbindliches Regelwerk für das Angebot von Premium SMS/MMS, web-basierten Diensten und die Versendung von unverlangt zugesandten SMS (Spam) festzulegen, das einen bundesweit einheitlichen Mindeststandard für das Angebot dieser Dienste darstellen soll. Der Verhaltenskodex ist in den relevanten Regelungen zum 1. September 2007 an die aktuelle Fassung des TKG 2007 angepasst worden.

Die Unterzeichner dieses Verhaltenskodex behalten sich vor, zu einem späteren Zeitpunkt, den Anwendungsbereich des Verhaltenskodex auf weitere Dienste auszudehnen. Insofern versteht sich der Verhaltenskodex als technologieoffen.

I. Allgemeines

1. Definitionen

1.1 Mobilfunkanbieter

Mobilfunkanbieter im Sinne dieses Verhaltenskodex sind sowohl Mobilfunknetzbetreiber mit Sitz in der Bundesrepublik Deutschland, die über eine eigene GSM- und/oder UMTS-Infrastruktur verfügen als auch Service Provider mit Sitz in der Bundesrepublik Deutschland, die Mobilfunkdienste der Mobilfunknetzbetreiber im eigenen Namen und auf eigene Rechnung weiterverkaufen, jedoch über keine eigene Netzinfrastruktur verfügen.

1.2 Mediatoren

Unternehmen mit Sitz in der Bundesrepublik Deutschland, das Inhalteanbieter im Rahmen der technischen Anbindung unterstützt. Er tritt als technischer, kommerzieller oder Vermarktungspartner für einen Inhalteanbieter auf.

1.3 Inhalteanbieter

Inhalteanbieter bieten Endkunden in eigenem Namen entgeltliche Inhalte, Informationen, Dienste und Applikationen zum Abruf in Form von Kurz- und Bildmitteilungen, sowie digitale, Internet-basierte Dienste zum Abruf per Download an.

1.4 Premium-SMS/MMS-Dienste

Premium-SMS/MMS-Dienste zeichnen sich dadurch aus, dass die über sie vermittelten Inhalte von Inhalteanbieter geliefert werden, mit denen das Vertragsverhältnis des Endkunden über die Leistung des Inhalteanbieters abgeschlossen wird. Die Abrechnung erfolgt jedoch über den jeweiligen Mobilfunkanbieter des Endkunden.

Der Mobilfunkkunde kann auf verschiedenen Wegen für die angebotenen Dienste bezahlen:

- Mobile Originierung (MO): Die Zahlungspflicht wird durch den Versand einer premium bepreisten SMS / MMS ausgelöst. In der Regel dient diese SMS / MMS gleichzeitig als Anforderung / Bestellung der Leistung. Die Erbringung der Leistung erfolgt technisch unabhängig von der Bezahlung (über die SMS-MO/MMS-MO) z.B. durch Zusendung des Inhalts oder Veröffentlichung der Nachricht in einem Chat-Board.
- Mobile Terminierung (MT) Der Endkunde bestellt über einen beliebigen Bestellkanal (z.B. Web und Anforderungs-SMS/MMS) einen mobilen Inhalt. Die Bezahlung erfolgt durch Zusendung einer premium-bepreisten SMS / MMS (MT) durch den Inhalteanbieter bzw. Mediator an den Endkunden. In der Regel wird mit dieser SMS / MMS auch die angeforderte Dienstleistung erbracht. Mit der erfolgreichen Zustellung der Inhaltelieferung (z.B. der Klingelton-SMS oder mit Herunterladen des bestellten Spiels etc.) wird die Zahlungspflicht ausgelöst.

1.5 Web-basierte Dienste

Bei Web-Diensten handelt es sich um Dienste, die Endkunden die Möglichkeit bieten, digitale, über Telekommunikationsnetzwerke ausgelieferte Inhalte und Informationen (z.B. Zugang zu entgeltpflichtigen Internet-Seiten, Versand von E-Mails mit Premium-Content, Download von Dokumenten, Software, etc.) zu erhalten. Die Portaldienste der Mobilfunknetzbetreiber sind hiervon nicht erfasst.

1.6 Einmal-Dienst ("Dienst mit einmaliger Zahlung")

Der Abruf einer Leistung durch den Endkunden führt zur einmaligen Auslieferung oder Abrufbarkeit der beauftragten Inhalte bzw. zur Auslieferung oder Abrufbarkeit einer vorab feststehenden oder auch ereignisbezogenen, daher variablen Anzahl von Inhalten. Die Bezahlung für den Dienst durch den Endkunden erfolgt einmalig. Der Endkunde zahlt entweder für die Abruf-SMS/MMS. In diesem Fall sind die einzelne(n) Auslieferung(en) des Inhalts kostenfrei für den Endkunden (ggf. anfallende Transportkosten). Oder der Endkunde zahlt einmalig für die zugestellte Leistung. In diesem Fall wird die Abruf-SMS/MMS entsprechend der jeweiligen Standard-SMS-Tarifplänen bepreist. Des Weiteren kennzeichnend für den Einmaldienst ist es, dass eine automatische Verlängerung nicht stattfindet.

1.7 Abonnement-Dienst ("Dienst mit mehrmaliger Zahlung")

Bei einem Abonnement hat der Endkunde nach der Anforderung des Dienstes mittels SMS/MMS Anspruch auf mehrere Einzelleistungen. Die Zahlungspflicht kann verschieden begründet werden:

- regelmäßige und wiederkehrende Zahlung für ein Leistungskontingent (z.B. jeden Monat alle Tore oder eine bestimmte Anzahl Klingeltöne zum Festpreis – Abrechnung monatsweise) (z.B. Budgetabos)
- Begründen eines Dauerschuldverhältnisses für eine bestimmte oder unbestimmte Anzahl von Einzelleistungen, die pro terminierter Einzelleistung abgerechnet werden (Eventbasierte Abos).

Eine besondere Form der Abonnements sind sog. Budgetabonnements. Bei diesen Abonnements hat der Endkunde die Möglichkeit, innerhalb eines bestimmten Zeitraums für einen Budgetpreis eine bestimmte Anzahl von Inhalten abzurufen.

1.8 Chat-Dienste

Der Endkunde stellt per SMS/MMS Nachrichten in ein Chat-Forum ein. Der Kunde erhält hierbei keine bestimmte angeforderte Leistung ausgeliefert, sondern gegebenenfalls SMS-Nachrichten von anderen Chat-Teilnehmern. Jede SMS/MMS, die der Endkunde verschickt, wird ihm zu dem vom Anbieter des Chat-Dienstes festgelegten und kommunizierten Preis berechnet.

2. **Beauftragung eines Treuhänders, Aufgaben**

2.1 Aufgaben des Treuhänders

Die unterzeichnenden Unternehmen haben einen Treuhänder mit der Verwaltung dieses Verhaltenskodex beauftragt. Der Treuhänder wird folgende Aufgaben wahrnehmen:

1. Annahme der Aufnahmeerklärungen nach Ziffer I.2.2
2. Überprüfung der Einhaltung des Verhaltenskodex (Stichproben)
3. Verwaltung und Überprüfung der Liste teilnehmender Unternehmen nach Ziffer I.6, ggfs. Streichung solcher Unternehmen, die den Verhaltenskodex trotz Abmahnung nicht einhalten.

2.2 Erklärung gegenüber dem Treuhänder

Die Unternehmen, die am Verhaltenskodex teilnehmen wollen, verpflichten sich durch Abgabe der in Annex 1 beigefügten Erklärung zur Einhaltung der Regelungen dieses Verhaltenskodex. Der Treuhänder nimmt diese Erklärung an, soweit das Unternehmen zum Kreis möglicher Parteien gemäß Ziffer I.1.1 bis 1.3 gehört (Aufnahme). Mit der Abgabe der Erklärung nach Satz 1 beauftragt die Partei den Treuhänder mit den diesem nach dem Verhaltenskodex zugewiesenen Aufgaben.

2.3 Verteilung der Kosten des Treuhänders

Die Kosten des Treuhänders werden unter den Parteien des Verhaltenskodex nach folgendem Schlüssel aufgeteilt:

4/10 durch die Mobilfunknetzbetreiber
2/10 durch die Service Provider
4/10 durch die Inhaltenanbieter/Mediatoren.

Innerhalb der jeweiligen Gruppen (Mobilfunknetzbetreiber, Service Provider, Inhaltenanbieter/Mediatoren) werden die Kosten wiederum zu gleichen Teilen verteilt.

2.4 Beitragszahlung und Beauftragung des Treuhänders

Bedingung für den Beitritt zum Verhaltenskodex ist, dass die jeweilige Partei die entsprechende beauftragung des Treuhänders durch gesonderten Vertrag und die Zahlung des jeweils zu 1.7. festzulegenden jährlichen Beitrags vorgenommen hat.

Bei unterjährigem Beitritt einer Partei ist der volle Beitrag entsprechend dem jeweils am 1.7. gemäß I.2.3 festgelegten Beitragsschlüssel zu entrichten.

3. Parteien

3.1 Kreis möglicher Parteien

An diesem Verhaltenskodex können Mobilfunkanbieter, Mediatoren sowie Inhaltenanbieter im Sinne von Ziffer I.1.1, 1.2 und 1.3 teilnehmen. Die Parteien erklären mit Unterzeichnung ihre Zustimmung zur Aufnahme weiterer Unternehmen, die die oben genannten Kriterien erfüllen.

3.2 Liste der Parteien

Eine Liste der Parteien des Verhaltenskodex enthält Annex 2. Annex 2 wird bei jeder Aufnahme einer neuen Partei aktualisiert.

Parteien, die den Verhaltenskodex trotz Abmahnung nicht einhalten, werden von der Liste durch den Treuhänder gestrichen.

3.3 Kein Kontrahierungszwang

Mit der Aufnahme als Partei des Verhaltenskodex entsteht kein Anspruch und keine Verpflichtung eines Mediators oder Inhalteanbieters, ein Vertragsverhältnis mit einer am Verhaltenskodex teilnehmenden Mobilfunkanbieter einzugehen.

4. Verbindlichkeit und Pflichten

4.1 Selbstverpflichtung

Die Parteien erklären, die im Verhaltenskodex festgelegten Regelungen bei ihrer unternehmerischen Tätigkeit einzuhalten.

4.2 Aufnahme als Vertragsklausel

Die am Verhaltenskodex teilnehmenden Mobilfunkanbieter werden die Regelungen dieses Teils des Verhaltenskodex, soweit anwendbar, in ihre Verträge mit Anbietern von Diensten, die Gegenstand dieses Verhaltenskodexes sind, aufnehmen. Altverträge werden sie, soweit rechtlich möglich, in einem angemessenen Zeitraum anpassen. Es bleibt jedem Mobilfunkanbieter überlassen, weitere über die durch den Verhaltenskodex festgelegten Mindeststandards hinausgehende verbraucherschützende Bestimmungen mit ihren Vertragspartnern zu vereinbaren.

Die Inhalteanbieter und Mediatoren, die Partei des Verhaltenskodex sind, verpflichten sich zugunsten der teilnehmenden Mobilfunkanbieter einer entsprechenden Vertragsanpassung zuzustimmen.

5. Maßnahmen bei Nichteinhaltung des Verhaltenskodexes

5.1 Verstöße gegen den Verhaltenskodex werden bilateral nach Maßgabe der gegenseitigen Vereinbarungen der Beteiligten geahndet.

5.2 Im Rahmen dieses Verhaltenskodex wird das betroffene Unternehmen zudem aufgefordert, den Verstoß in angemessener Frist zu beenden (Abmahnung). Die Abmahnung erfolgt durch den Treuhänder gemäß Ziffer I.2.1. Wird der Verstoß nicht innerhalb der gesetzten Frist beendet, wird das betroffene Un-

ternehmen vom Treuhänder gemäß Ziffer I.3.2 von der Liste der teilnehmenden Parteien gestrichen.

6. Veröffentlichung der Liste der teilnehmenden Parteien

Die Parteien werden die Liste derjenige Unternehmen, die diesen Verhaltenskodex ausweislich Annex 2 unterzeichnet haben, auf ihrer Website und in sonstigen Publikationsmitteln veröffentlichen und regelmäßig dem aktuellen Stand von Annex 2 anpassen.

7. Änderungen des Verhaltenskodex

7.1 Regelmäßige Überprüfung

Die Regelungen des Verhaltenskodex werden in Abständen von einem Jahr, gerechnet vom Zeitpunkt des Inkrafttretens an, durch je vier Vertreter der Mobilfunknetzbetreiber, zwei Vertreter der Service Provider, zwei Vertreter der Mediatoren und zwei Vertreter der Inhalteanbieter einer Überprüfung auf seine Aktualität hin unterzogen. Die Vertreter, welche die Überprüfung durchführen, erarbeiten im Konsens Änderungen des Verhaltenskodex, die Bestandteil des Verhaltenskodex werden. Soweit eine Partei mit der Änderung nicht einverstanden ist, ist sie berechtigt, die Teilnahme am Verhaltenskodex mit sofortiger Wirkung zu kündigen. Kündigt sie nicht innerhalb von 4 Wochen nach Zugang des Änderungsbeschlusses, gilt die Änderung als für die Partei verbindlich.

7.2 Änderungen außerhalb der regelmäßigen Überprüfung

Außerhalb des in Ziffer I.7.1 geregelten Verfahrens sind Änderungen möglich, sofern der Verhaltenskodex an gesetzliche Bestimmungen anzupassen ist. Für das Verfahren gelten die Regelungen in Ziffer I.7.1 entsprechend.

8. Einhaltung geltenden Rechts

8.1 Zulässigkeit, Vereinbarkeit mit kartellrechtlichen Bestimmungen

Die Parteien werden keine Regelungen zum Gegenstand des Verhaltenskodex machen, die nicht im Einklang mit dem in der Bundesrepublik Deutschland geltenden Recht stehen. Abschluss und Durchführung des Verhaltenskodex stehen unter der Bedingung seiner rechtlichen, insbesondere seiner kartellrechtlichen Zulässigkeit. Sollte die Vereinbarkeit mit geltendem Recht nicht durch eine Änderung des Verhaltenskodex gemäß Ziffer I.7.1 und 7.2 herbeigeführt werden können, werden die Parteien den Verhaltenskodex unverzüglich beenden.

Die Parteien des Verhaltenskodex behalten sich vor, ihre Zusammenarbeit bei Zweifeln an der kartellrechtlichen Zulässigkeit jederzeit einzustellen. Dies gilt insbesondere dann, wenn ein Gericht oder eine Behörde entscheiden sollten, dass die Kooperation mit kartellrechtlichen Vorschriften nicht vereinbar ist.

8.2 Anpassung an geltendes Recht

Sollte sich herausstellen, dass einzelne Bestimmungen dieses Verhaltenskodex ganz oder teilweise gegen in der Bundesrepublik Deutschland geltendes Recht verstoßen, gilt für die Anpassung des Verhaltenskodex die Regelung in Ziffer I.7.1 und 7.2 entsprechend.

9. Beendigung der Teilnahme

Entscheidet eine Partei, dass sie nicht mehr am Verhaltenskodex teilnehmen will, so kann sie dies jederzeit ohne Einhaltung einer Frist gegenüber dem Treuhänder erklären. In diesem Fall löscht der Treuhänder das Unternehmen unverzüglich von der Liste der teilnehmenden Parteien.

10. Inkrafttreten

10.1 Dieser Verhaltenskodex tritt am 1. Juli 2006 in Kraft. Die Unterzeichner verpflichten sich, die in diesem Verhaltenskodex enthaltenen Maßnahmen bis spätestens 3 Monate nach Inkrafttreten umzusetzen.

10.2 Mit Wirkung zum 1. September 2007 wird der Verhaltenskodex in den relevanten Vorschriften an die aktuelle Fassung des TKG 2007 angepasst.

11. Anwendbares Recht, Rechtsweg, Gerichtsstand

Die Rechtsverhältnisse im Zusammenhang mit diesem Verhaltenskodex regeln sich nach dem für inländische Parteien geltenden deutschen Recht. Für Streitigkeiten aus diesem Verhaltenskodex, insbesondere im Zusammenhang mit dem Beitritt, sind die ordentlichen Gerichte zuständig. Gerichtsstand ist der Sitz des Beklagten.

II. Besondere Regelungen zum Leistungsangebot bei Premium-SMS/MMS

1. Maßnahmen zum Kunden- und Verbraucherschutz bei Premium-SMS-/MMS-Leistungen

1.1 Abonnement-Dienst ("Dienst mit mehrmaliger Zahlung")

Zur Verbesserung des Kundenschutzes verpflichten sich die Anbieter von Inhalten bei Abonnement-Diensten zu folgenden Maßnahmen:

Wenn der Endkunde dem Inthalteanbieter die Anforderung des Inhalts mittels SMS, MMS zugesandt (Anforderungs-SMS/MMS) hat, fordert der Inthalteanbieter oder der Mobilfunkanbieter den Endkunden durch eine Rück-SMS auf, den Abschluss des nachgefragten Abonnement-Dienstes durch ein einheitliches Keyword zu bestätigen. In der Rück-SMS werden insbesondere Angaben zum Preis einschließlich Steuern und Abgaben und zum jeweiligen Anbieter gemacht. Erst nach Eingang der Bestätigungs-SMS beim Inthalteanbieter kommt das Vertragsverhältnis zustande (sog. „Handshake-Verfahren“). Ein Hinweis auf die Kündigungsmöglichkeit kann mit der Rück-SMS, muss aber spätestens nach Eingang der Bestätigungs-SMS beim Inthalteanbieter in einer weiteren SMS erfolgen.

Für die Anforderungs- und Bestätigungs-SMS wird der tarifplanabhängige SMS-Standard-Preis des jeweiligen Anbieters erhoben. Ein Premium-SMS-Preis wird für die Anfrage und Bestätigungs-SMS nicht erhoben.

Bei SMS-/MMS-basierten Abonnements gelten einheitlich folgende „Keywords“:

„START“, „GO“, „JA“, „OK“	- Start eines Abonnementdienstes
„STOP <Dienstename>“	- Beendet einen Abonnementdienst
„STATUS“	- Liefert eine Liste der aktiven Abonnementdienste, die über diese Kurzwahl bestellt wurden.
„STOP ALLE“	- Beendet alle Abonnements, die über diese Kurzwahl bestellt wurden.
„INFO“	- Inländische Anschrift (Name, Adresse, Hotlinenummer) des Inthalteanbieters oder des Mediators.

1.2 Chat-Dienste

Der Anbieter von Chat-Diensten verpflichtet sich, spätestens nach Eingang der ersten SMS/MMS-Nachricht des Kunden eine sog. „Welcome-SMS“ bzw. „Welcome-MMS“ zu verschicken, die folgenden (Mindest-) Inhalt haben muss:

- Name des Inhaltenanbieters
- Leistungsbeschreibung
- Preis je SMS/MMS MO des Mobilfunkkunden

Die „Welcome-SMS/MMS“ beinhaltet des Weiteren die Informationen an den Kunden, dass die Versendung von SMS/MMS-Nachrichten in ein Chat-Forum bepreist wird.

Die Dienstleistung gegenüber Mobilfunkkunden darf nur nach erfolgreicher Terminierung der „Welcome SMS/MMS“ beim Mobilfunkkunden beginnen. Der Inhaltenanbieter ist verpflichtet, nach einer Inaktivität des Chats von mehr als 7 Tage dann dem Mobilfunkkunden erneut eine „Welcome SMS/MMS“ zuzusenden, wenn dieser den Chat erneut in Anspruch nimmt.

2. Leistungsanforderung und Abrechnung

Die Anforderung eines Dienstes nach I.1.4 kann grundsätzlich über verschiedene Bestellwege erfolgen (Bsp.: SMS, MMS, Web).

Der Inhaltenanbieter verpflichtet sich bei Einmal-Diensten und bei Abonnement-Diensten nur dann Leistungen gegenüber dem Endkunden zu erbringen und abzurechnen, wenn der Endkunde die Auslieferung des Inhalts angefordert und/oder autorisiert hat.

Der Inhaltenanbieter informiert den Endkunden gemäß den gesetzlichen Bestimmungen vor der rechtswirksamen Bestellung eindeutig über den Inhalt der Leistung sowie über den Preis der Leistung.

3. Kommunikation der Leistung und der Preise

Der Inhaltenanbieter wird in seinem Leistungsangebot gegenüber Endkunden deutlich darauf hinweisen, dass ein Vertrag über die Erbringung der Leistung ausschließlich mit dem Inhaltenanbieter zustande kommt.

Die Parteien des Verhaltenskodex verpflichten sich beim Angebot von Premium-SMS/MMS folgende Regeln zu beachten:

- Der Preis für die Leistung wird bis auf zwei Stellen nach dem Komma genau angegeben.
- Ggfs. ist ein Hinweis auf anfallende Transportkosten aufzunehmen (z.B.: zzgl. SMS/WAP/GPRS-Kosten).
- Die Währungseinheit Euro wird angegeben.
- Es wird deutlich angegeben, ob die Leistung in Form eines Abonnement-Dienstes angeboten wird.

- Die Schriftgröße hat proportional zur Größe der Werbeanzeige bzw. zur Schriftgröße der Kurzwahlrufnummer zu sein, muss aber mindestens 8 Punkt betragen.
- Die Farbe der Schrift hebt sich deutlich vom Hintergrund ab, so dass die Lesbarkeit der Informationen sichergestellt ist. Die Preisangabe darf nicht durch Unterstreichung oder die Wahl einer uneindeutig erkennbaren Schrifttype undeutlich gemacht werden.
- Der Preis ist in unmittelbarer Nähe zur Kurzwahlnummer anzugeben.
- Preisangaben haben in horizontaler Schrift zu erfolgen.
- Der Preis für die jeweilige Leistung ist gut sichtbar hinter der Produktbeschreibung (ggf. hinter Kurzwahlnummer) zu nennen (z.B. keine Leerzeilen in der SMS vor Preisangabe). Die Preisangabe darf nicht zeitlich kürzer als der Hinweis auf die Bestellmöglichkeit angezeigt werden.
- Die Preisangaben sind in Printmedien und bei Plakatwerbung gut lesbar in unmittelbarem Zusammenhang mit der Leistung anzugeben.
- In Fernsehsendungen müssen die Preisangaben gut lesbar und während der Dauer der Einblendung des Leistungsangebotes dargestellt sein.
- Im Videotext müssen die Angaben im unmittelbarem Zusammenhang mit der Leistung auf der selben Videotextseite vorgehalten werden.
- In Rundfunksendungen müssen die Preisangaben gut hörbar sein.
- Bei akustischen Werbemaßnahmen hat die Preisangabe unmittelbar vor oder nach der beworbenen Leistung zu erfolgen.
- Im Internet und weiteren Online-Diensten sind die Tarifangaben gut lesbar in unmittelbarem Zusammenhang mit der beworbenen Leistung zu platzieren.

4. Leistungskündigung

Der Mobilfunkkunde kann das Abonnement jederzeit kündigen. Die Kündigung wird bei eventbasierten Abonnements sofort und bei Budgetabonnements zum Ende des mit dem Inthalteanbieter vereinbarten Abrechnungszeitraums wirksam.

Die Kündigung eines Abonnement-Dienstes durch den Endkunden erfolgt mittels des unter Ziffer II.1.1 genannten Keywords. Der Dienstename, mit der die Einrichtung des Dienstes initiiert wird, muss identisch sein mit dem Dienstnamen, der gemeinsam mit dem Keyword STOP angegeben werden soll. Kündigungen können mittels SMS und MMS des Endkunden an die Kurzwahlnummer, über die der Dienst angefordert wurde oder an die ihm vorher mitgeteilte Kurzwahl erfolgen. Anderweitige zusätzliche Kündigungsprocedere (zB über die Hotline des Inthalteanbieters/Mediators) sind ebenfalls möglich. Bei Abonnement-Diensten wird die Kurzwahl und das Keyword zur Kündigung mit der Versendung einer Bestätigungs-SMS (Handshake) bei Vertragsabschluss dem Endkunden mitgeteilt.

5. Kostenkontrolle

Hinsichtlich der Kosten bisher genutzter Premium-SMS/MMS-Dienste wird der Mobilfunkkunde vom jeweiligen Inhaltenanbieter über eine oder mehrere sog. "Bill-Warning-SMS" informiert, wenn innerhalb eines Kalendermonats

- (1) bei Einzel- oder Chat-Diensten ein Betrag von mindestens 50 Euro pro Inhaltenanbieter und Rufnummer des Endkunden sowie jedem weiteren Vielfachen erreicht wird.
- (2) bei Abonnement-Diensten ein Betrag von mindestens 20 Euro pro Inhaltenanbieter und Rufnummer des Endkunden sowie jedem weiteren Vielfachen erreicht wird.

III. Besondere Regelungen zu unverlangt zugesandte SMS/MMS

Unzumutbare Belästigungen

Die Inhaltenanbieter und Mediatoren verpflichten sich, Endkunden keine unverlangte SMS/MMS (z.B. SMS-Spam) zuzusenden.

Werbung unter Verwendung elektronischer Post (zB SMS oder MMS) ohne vorherige Einwilligung der Adressaten ist eine unzumutbare Belästigung und somit grundsätzlich unzulässig (vgl. § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG). Ausnahmsweise ist Werbung mittels elektronischer Post davon abweichend keine unzumutbare Belästigung, wenn die Voraussetzungen des § 7 Abs. 3 UWG gegeben sind („opt-out“-Lösung). Hat danach der Unternehmer die Mobilfunknummer durch eine Bestellung erhalten und der Kunde der Verwendung nicht widersprochen, so kann er dem Kunden eine Werbe-SMS/MMS für ähnliche Waren oder Dienstleistungen zuschicken. Voraussetzung ist allerdings, dass der Kunde bei der Erhebung seiner Kontaktdaten und in jeder Werbe-SMS darauf hingewiesen wird, dass der Empfänger dieser Art der Werbung widersprechen kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

IV. Besondere Regelungen zu Web-basierte Diensten

1. Web-basierte Einzeltransaktionen und Abonnements

1.1 Informationspflichten bei Web-basierten Abonnements

Im Zuge der MSISDN Eingabe durch den Mobilfunkkunden sind dem Mobilfunkkunden zusätzlich folgende Daten deutlich zu kommunizieren:

- Inhalt des Abos

- Preis in direktem Zusammenhang mit der Auslösung des Bezahlvorgangs (Bezahlbutton)
- Laufzeit und Abrechnungs-Intervalle/ Anzahl Transaktionen je Zeiteinheit
- Kündigungsmöglichkeiten
- Customer Care Kontakt des Inhalteanbieters

1.2 Informationspflichten bei Web-basierten Einzeltransaktionen

Im Zuge der MSISDN Eingabe durch den Mobilfunkkunden sind dem Mobilfunkkunden zusätzlich folgende Daten zu kommunizieren:

- Inhalt des Dienstes
- Preis in direktem Zusammenhang mit der Auslösung des Bezahlvorgangs (Bezahlbutton)
- Customer Care Kontakt des Inhalteanbieters

1.3 Versendung des Bezahlcodes

Im Zuge der Versendung des Bezahlcodes (Zahlungsautorisierung) wird der Inalteanbieter oder der Mobilfunkanbieter dem Mobilfunkkunden einen Hinweis „*Mit der Eingabe des nachfolgenden Bezahlcodes lösen Sie einen Zahlungsvorgang aus*“ (o.ä.) auf die erfolgte Bestellung zukommen lassen. Der Hinweis auf einen Bezahlvorgang sowie bei Web-basierten Abonnements die Abo-Eigenschaften, Preis, Laufzeit und Abrechnungs-Intervalle/ Anzahl

Transaktionen je Zeiteinheit sowie bei Web-basierten Einzeltransaktionen der Preis, müssen ebenfalls eindeutig auf der Website in direktem Zusammenhang mit der Eingabe des Bezahlcodes kommuniziert werden.

Beispiel:



Der Inhaltenanbieter ist verpflichtet, eine zusätzliche Notifizierung per SMS nach Einrichtung eines Abonnements an den Kunden zu versenden.

Beispiel:



1.4 Information per SMS über die Höhe des jeweiligen Entgeltanspruches

Bei Web-basierten Diensten wird der Inhaltenanbieter einem Mobilfunkkunden eine Information per SMS-MT zukommen lassen, und zwar sobald der jeweilige Mobilfunkkunde eine Summe von 50 € Brutto/Kalender-Monat pro Inhaltenanbieter und Rufnummer des Endkunden sowie jedem weiteren Vielfachen für Web-basierte Abonnements sowie 50 € Brutto/Kalender-Monat pro Inhaltenanbieter und Rufnummer des Endkunden sowie jedem weiteren Vielfachen für Web-basierte Einzeltransaktionen erreicht hat.

Zwingender Bestandteil dieser Information ist darüber hinaus die Information über den aufgelaufenen Betrag sowie die URL, unter der der Dienst wieder abbestellbar ist. Die URL, auf der die Kündigung des Abos möglich, ist muss selbstsprechend sein und höchstens auf der 2. Unterebene der Domain liegen. Die URL muss zudem eine Übersicht aller über die Website bestehenden Abonnements enthalten.

1.5 Beendigung des Web-basierten Abonnements

Klargestellt wird, dass der Mobilfunkkunde jederzeit die Möglichkeit haben muss, den Subskriptionsdienst zu kündigen und die Auslieferung der Inhalte zu stoppen.

Die Inhaltenanbieter stellen sicher, dass ein web-basiertes Abonnement mit der Beendigung des Mobilfunkvertrages ebenfalls endet. Als eindeutiger Hinweis für die Beendigung des Mobilfunkvertrages gilt der Erhalt entsprechender Fehlercodes durch die Mobilfunkanbieter.

V. Beschwerdemanagement

Die Mobilfunkanbieter, die Mediatoren und die Inhalteanbieter betreiben Kundenhotlines. Endkunden, die Fragen zu Leistungen von Mediatoren und Inhalteanbietern haben, können sich an die jeweilige Kundenhotline der Mediatoren und Inhalteanbieter wenden. Die Hotlines der Mobilfunkanbieter können dem Kunden die Hotline-Nummern der Inhalteanbieter und Mediatoren benennen.

Die Mobilfunkanbieter veröffentlichen im Internet auf ihren jeweiligen Homepages eine Liste aller Mediatoren und Inhalteanbieter mit deren Hotline, die über das Netz des Mobilfunkanbieters Inhalte anbieten.

Die Mobilfunkanbieter haben Ansprechpartner für die Bundesnetzagentur sowie den vzbv eingerichtet, um Beschwerdefällen schnellst möglich nachzugehen.

ANNEX 1 Beitrittserklärung

**Beitrittserklärung zum
Verhaltenskodex Premium SMS/Mobile Dienste und web-basierte Dienste**

Hiermit erklärt die _____ verbindlich ihren Beitritt zum Verhaltenskodex Premium SMS / Mobile Dienste und web-basierte Dienste mit Wirkung zum _____.

Die _____ verpflichtet sich durch diese Erklärung die gemeinsam gefundenen Regelungen für Premium SMS/Mobile Dienste und web-basierte Dienste einzuhalten.

Die Beitrittserklärung wird wirksam sobald die beiliegende Beauftragung des Treuhänder unterzeichnet bei ihm eingereicht wird

Ort, Datum

Unterschrift

ANNEX 2 Teilnehmende Unternehmen (in alphabetischer Reihenfolge)

1.	Arvato Mobile GmbH
2.	Bob Mobile GmbH
3.	Burda Wireless GmbH
4.	Carmunity.com GmbH
5.	conVISUAL AG
6.	debitel AG
7.	Digame mobile GmbH
8.	Drillisch AG
9.	Earnmobile GmbH (früher Materna GmbH)
10.	E-Plus Mobilfunk GmbH & Co.KG
11.	Ericsson Internet Payment Exchange AG
12.	Jamba GmbH
13.	Mega Satellitenfernsehen GmbH
14.	Midray GmbH
15.	Mindmatics AG
16.	Minick AG
17.	MintNet GmbH
18.	Mobilcom Communicationstechnik GmbH
19.	Mobileview AG
20.	net mobile AG
21.	Netsize Deutschland GmbH
22.	o2 (Germany) GmbH & Co. OHG
23.	Rate One GmbH
24.	Sybase 365 GmbH
25.	Talkline GmbH & Co.KG
26.	T-Mobile Deutschland GmbH
27.	Vodafone D2 GmbH
28.	Whatever Mobile GmbH
29.	Zed Germany GmbH