

Rechtliche Empfehlungen für SPAM – Opfer

Berlin/Düsseldorf, den 12.02.2008

Rechtliche Empfehlungen für SPAM – Opfer

1. Definitionen - Rechtsrahmen
2. aktuelle Rechtsprechung
3. erste Handlungsempfehlungen
4. Möglichkeiten der rechtlichen Abwehr: Abmahnung, Klage auf Unterlassung
5. Schadensersatzansprüche
6. Die Regeln im Überblick
7. Exkurs: Änderungen nach Handelsrecht für geschäftliche Kommunikation

dann: Fragen möglich!

Rechtsrahmen:

- Gesetze:
 - Bundesdatenschutzgesetz (BDSG)
 - Telemediengesetz (TMG)
 - Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)
 - ...

- Nur wenige und strikte Ausnahmen vom Erlaubnisprinzip („Opt-In“)

Rechtsrahmen:

▪ **Telemediengesetz (TMG)**

- gültig ab dem 1. März 2007
- Zusammenführung der Regelungen für Tele- und Mediendienste (TDG, MDStV und TDDSG)
- Anwendungsbereich: alle Informations und Kommunikationsdienste, die nicht ausschließlich dem Telekommunikations- oder Rundfunkbereich zuzuordnen sind (Online-Shops, Auktionshäuser, Weblogs und private Websites)
- Auch Regelungen für E-Mails enthalten:
- bisher schon: Verschleierung oder Verheimlichung der Identität des Absenders wettbewerbswidrig (§ 7 UWG)
- § 6 Abs. 2 TMG: Gestaltung der Kopf- und Betreffzeile: Kennzeichnung als Werbung (kommerzieller Charakter der E-Mail)
- „bewusst irreführende Aussagen“ des Absenders: Verschleierung oder Verheimlichung dann, wenn Kopf- und/oder Betreffzeile so gestaltet sind, dass der Empfänger vor dem Öffnen der E-Mail keine oder irreführende Informationen über den tatsächlichen Inhalt des Absenders oder den „kommerziellen Charakter“ der E-Mail erhält.

▪ Telemediengesetz (TMG)

Verschleierung der Absenderinformation bei

- Die Absenderzeile im Header ist nicht ausgefüllt
- Absenderangaben suggerieren einen anderen als den tatsächlichen Absender (Postbank)
- Versender der Werbe-E-Mail trägt falsche oder nicht existente IP-Adressen in die Absenderinformation seiner E-Mail ein
- in der Absenderinformationen wird die Adresse des Absenders durch die Adresse des Empfängers oder einer sonstigen Person ersetzt

Verheimlichung der Absenderinformation bei

- Die Absenderzeile im Header ist nicht ausgefüllt
- Der Header ist vollständig entfernt
- Die Nachricht wird durch Versendung über einen sog. „Remailer“ anonymisiert

Beachte: Gilt nicht für Bagatellfälle (amtliche Begründung)

Rechtsrahmen:

- **Telemediengesetz (TMG)**

- **Sanktionen:**

- wie bisher: Abmahnungen von Mitbewerbern oder klagebefugten Verbänden
- zusätzlich: Ordnungswidrigkeitenverfahren mit Bußgeldern bis 50.000,-- €. (beachte: nach UWG: Ordnungsgeld bis 250.000,-- EUR oder ersatzweise Haft)

Rechtsrahmen:

▪ **Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)**

- Der Gesetzgeber hat mit der Novellierung des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) besondere Vorschriften für die Werbung mit E-Mails erlassen:
- Werben mittels elektronischer Post
- Voraussetzung ist die vorherige Einwilligung des Empfängers
- Liegt keine Einwilligung des Adressaten vor, dann ist E-Mail-Werbung als so genannte „unzumutbare Belästigung“ grundsätzlich wettbewerbswidrig!

= **SPAM.**

- **Definition SPAM:**

- unverlangt zugesandte Werbung per elektronischer Post (E-Mail)

Im Gegensatz dazu: „Permission Marketing“:

- Einsatz des Kommunikationsmediums E-Mail, um mit Kunden oder Interessenten in den direkten Dialog zu treten.
- auf dem Einverständnis des Empfängers basierende Direktmarketingstrategie
- Voraussetzung ist das vorherige Einholen der Einwilligung des Empfängers, § 7 UWG.
- Erlaubnis kann vom Empfänger jederzeit widerrufen werden (§ 7 UWG).
- Beweislast für Opt-In beim Versender (Opt-In speichern / dokumentieren)

Ablauf:

- Interessent fordert aktiv einen (Informations-)Dienst durch Eingeben einer elektronischen Adresse an.
- Sicherstellung, dass der angeforderte Dienst vom Empfänger selbst gewollt ist.
- Jeder User stimmt aktiv dem Erhalt des Newsletters zu (Opt-In).
- „Generaleinwilligung“ zum Erhalt von Werbung oder als „Kontakt“ nicht ausreichend
- Verfahren: Confirmed oder Double Opt In
 - Confirmed Opt-In (Versand einer Bestätigungs-Email)
 - Double Opt-In (Versand einer Bestätigungs-Aufforderung und weitere Bestätigung des Nutzers/Berechtigten)

Confirmed Opt-In (Versand einer Bestätigungs-Email)

- Bestätigung der Anforderung
- Kein Nachweis für eine Einwilligung des Empfängers!
- Darf selbst keine ausufernde Werbung enthalten, da bereits dies von einigen Gerichten als "Spam" bewertet worden ist.
- Im Streitfalle trägt das werbetreibende Unternehmen die Beweislast

Double Opt-In (Versand einer Bestätigungs-Aufforderung)

- Bestätigung der Anforderung und Aufforderung zur nochmaligen Bestätigung durch Klick auf individuellen Link
- Eintrag in der Datenbank ist Nachweis für eine Einwilligung des Empfängers!
- Darf selbst keine ausufernde Werbung enthalten, da bereits dies von einigen Gerichten als "Spam" bewertet worden ist.

Formulierungsvorschlag zur Erhebung der Daten:

"Ich willige ein, dass der Anbieter meine personenbezogenen Daten für eMarketing-Maßnahmen wie z. B. zur Versendung von Emails mit allgemeinen Informationen oder werbendem Charakter (Newsletter), interessante Gewinnsspiele und Angebote verarbeitet und nutzt".

- Aktiver „Haken“ des Nutzers (Klick in Kästchen)
- aber: jederzeitige Widerrufsmöglichkeit:
„Jeder Nutzer kann der Nutzung seiner Daten zu Werbezwecken (Widerspruch) jederzeit ohne Angabe von Gründen per Email an die Adresse xx@yyzz.de oder telefonisch unter 01805-12345 wider-sprechen. Einen entsprechender Hinweis dazu findet sich in jeder E-Mail.“
- gilt nicht für Partner und Sponsoren! Partner etc. müssen konkret benannt werden – mit Detailinformationen (vollständige Anschrift etc.) sowie Hinweis auf jederzeitigen Widerruf beim Partner

Formulierungsvorschlag zur Erhebung der Daten zu Email- und Telefonmarketingzwecken:

"Ich willige ein, dass der Anbieter meine personenbezogenen Daten für eMarketing-Maßnahmen wie z. B. zur Versendung von Emails mit allgemeinen Informationen oder werbendem Charakter (Newsletter), interessante Gewinnsspiele und Angebote sowie zu Telefonmarketingzwecken verarbeitet und nutzt".

- aber: jederzeitige Widerrufsmöglichkeit
- gilt nicht für Partner und Sponsoren! Partner etc. müssen konkret benannt werden – mit Detailinformationen (vollständige Anschrift etc.) sowie Hinweis auf jederzeitigen Widerruf beim Partner

Bundesgerichtshof, Urteil vom 11.03.2004

„Die Zusendung einer unverlangten E-Mail zu Werbezwecken verstößt grundsätzlich gegen die guten Sitten im Wettbewerb. Eine solche Werbung ist nur dann ausnahmsweise zulässig, wenn der Empfänger ausdrücklich oder konkludent sein Einverständnis zu dem Erhalt der E-Mail-Werbung erklärt hat oder wenn bei der Werbung gegenüber Gewerbetreibenden aufgrund konkreter tatsächlicher Umstände ein sachliches Interesse des Empfängers vermutet werden kann. Die Beweislast dafür, dass eine der vorstehenden Ausnahmen vorliegt, trägt der Versender.“

Landgericht Rostock, Beschluss vom 24.06.2003

Ein Portal-Betreiber haftet als Mitstörer, wenn er Dritten unkontrolliert die Möglichkeit zur Verfügung stellt, E-Cards zu versenden. Gleiche Ansicht: LG München, Urteil vom 05.11.2002, durch das OLG München mit Urteil vom 12.02.2004 bestätigt)

Landgericht Karlsruhe, Urteil vom 25.10.2001

„Das unverlangte Zusenden von Werbe-Emails stellt sowohl unter Privatleuten als auch im Geschäftsverkehr eine Beeinträchtigung des Persönlichkeitsrechtes des Empfängers dar und ist daher ohne vorherige Einwilligung rechtswidrig.“

Landgericht Berlin, Urteil vom 13.10.1998

„Die unaufgeforderte Zusendung von Werbe-E-mails ist unzulässig. Sie stellt einen Eingriff in den eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb bzw. das allgemeine Persönlichkeitsrecht des Empfängers dar.“

Landgericht Berlin, Urteil vom 19.09.2002

„Email-Werbung unter Geschäftsleuten, die unaufgefordert, ohne Einverständnis des Empfängers und nicht im Rahmen einer bestehenden Geschäftsbeziehung übersandt wird, stellt einen Eingriff in den eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb dar. Dabei ist als Werbung auch die Anfrage anzusehen, ob ein Newsletter übersandt werden soll.“

Landgericht Berlin, Urteil vom 23.01.2007

Die Check-Mail bei einem Double-Opt-In-Verfahren für eine Newsletter-Bestellung ist kein Spam. "Es ist der Antragsgegnerin nicht zuzumuten, in jedem Einzelfall sicherzustellen, dass das sogenannte Double-Opt-In-Verfahren, das sie nach ihrer Darstellung der Versendung ihres Newsletters vorgeschaltet hat, nicht missbraucht wird.

Mögliche Gründe für SPAM:

- Keine Einwilligung des Empfängers: unzumutbare Belästigung des Empfängers
- Keine Abbestellmöglichkeit: Widerspruchsrecht nach §28 BDSG verletzt
- Anbieterkennzeichnung fehlt: Impressumspflicht gem. §5 TMG verletzt
- Verstoß gegen das Koppelungsverbot § 12 Abs. 3 TMG

Erste Reaktion auf SPAM:

Wer als Spam-Opfer nicht gleich eine Abmahnung versenden und Klage erheben will, kann zunächst mit folgender E-Mail reagieren:

Sehr geehrte Damen und Herren,

Sie haben mir eine von mir nicht erwünschte Werbe-E-Mail zugesandt. Aus diesem Anlass möchte ich Sie über die derzeitige Rechtslage in Deutschland in Kenntnis setzen:

Die Zusendung unverlangter Email-Werbung stellt nach §§ 823 Abs. 1, 1004 BGB einen unterlassungs- und schadens-ersatzbewährten Eingriff in den eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb dar. Ferner verstoßen Sie mit Ihrer Werbe-Email gegen geltendes Wettbewerbsrecht, da eine unerbetene Zusendung von Werbung ohne vorheriges Einverständnis oder in den Fällen, in denen nicht bereits eine Geschäftsverbindung besteht, im Sinne eines Verstoßes gegen § 7 Abs. 2 Ziffer 3 UWG wettbewerbswidrig ist.

Spamming stellt eine nicht hinnehmbare Beeinträchtigung des Empfängers dar, wobei es nicht darauf ankommt, ob dieser Privatperson, Freiberufler oder Gewerbetreibender ist. Dem Adressaten unerbetener E-Mail-Werbung steht daher gegen den Absender ein abmahnungs- und klagefähiger Unterlassungs- und ggf. Schadensersatzanspruch zu.

Sollten mich weitere Spam-Mails von Ihnen erreichen, müsste ich von meinen oben genannten Rechten Gebrauch machen.

Erste Reaktion auf SPAM:

Auch steht dem Empfänger der SPAM-Mail ein Auskunftsanspruch zu:

*Ich fordere Sie auf, **gem. § 34 BDSG, § 13a UKlaG** Auskunft darüber zu geben, woher Sie meine Daten erhalten haben und insbesondere*

- *welche Daten zu meiner Person bei Ihrem Unternehmen gespeichert sind, auch soweit sie sich auf Herkunft und Empfänger beziehen,*
- *welcher Zweck mit der Speicherung dieser Daten verfolgt wird und*
- *an welche Personen oder Stellen diese Daten regelmäßig übermittelt werden.*

Weitere Reaktionsmöglichkeiten:

- Verbraucherzentrale informieren
- Internet-Beschwerdestelle informieren
(<http://www.internet-beschwerdestelle.de>)
- Absenderadresse oder gesamte Absenderdomain auf SPAM-Liste setzen
- Bei Verstoß durch Wettbewerber: Branchenverband informieren

4. Möglichkeiten der Abwehr

- Abmahnung / strafbewehrte Unterlassungserklärung / einstweilige Verfügung / Klage (Hauptsacheverfahren)
 - Übernahme der Kosten für Rechtsanwalt / Gericht
 - Ersatz für Aufwand des Empfängers, die E-Mail zu löschen (B2B)
 - Strafzahlung an Empfänger im Wiederholungsfall
- Auskunftsanspruch über Art und Verwendung der Daten gem. § 34 BDSG, § 13a UKlaG
 - a) welche Daten zur Person gespeichert sind, auch soweit sie sich auf Herkunft und Empfänger beziehen,
 - b) welcher Zweck mit der Speicherung dieser Daten verfolgt wird und
 - c) an welche Personen oder Stellen diese Daten regelmäßig übermittelt werden

I. Abmahnung

- Absender wird per anwaltlicher Abmahnung zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung binnen einer (kurzen) Frist (1 Woche) aufgefordert
- keine Pflicht, vor Einleitung gerichtlicher Schritte abzumahnern – Gerichtsweg von Anfang an eröffnet
 - Absenderermittlung durch:
 - Eingabe der Domain (www.heise.de und Aufnahme der Daten des Impressums)
 - (kostenlose) Online-Ermittlung des Domaininhabers: www.nic.de für .de-Domains – www.nic.com für alle anderen Domains (WHOIS)
 - ggf. Einholung einer Melderegisterauskunft
- Auch Haftung des Admin-C möglich
- Hinweis: nur gegen inländische Versender sinnvoll
- Email, Seitenimpressum und NIC-Auskunft ausdrucken und archivieren
- Schadensersatzansprüche vorbereiten/beziffern

Muster Unterlassungserklärung

Die Firma X mit Sitz Musterstr. 4711 in D-12345 Versuchstadt

- im folgenden „Schuldner“

verpflichtet sich gegenüber

der Firma Y, Mahnweg 123 in D-98765 Testingen

- im folgenden „Gläubiger“

dazu,

- es zukünftig bei Vermeidung einer sonst drohenden Vertragsstrafe in Höhe von EUR 5.000,-- (in Worten: fünftausend) für jeden Fall der Zuwiderhandlung unter Ausschluss der Einrede des Fortsetzungszusammenhangs zu unterlassen, dem Gläubiger Werbung per Email an xxx@yyy.de zu übermitteln,
- dem Gläubiger alle Kosten und Gebühren des Rechtsanwalts Z, Gebührenweg 1, D-12345 Berlin für die Bearbeitung dieser Unterlassungserklärung aus einem Gegenstandswert von EUR 5.000,-- zuzüglich Auslagen und Mehrwertsteuer zu erstatten.
- Beide Parteien vereinbaren für Streitigkeiten aus dieser Vereinbarung die ausschließliche Zuständigkeit des Amts- bzw. Landgerichts Ortingen.

I. Abmahnung

- Absender gibt verlangte Erklärung ab:
 - Rechtsschutzinteresse des SPAM-Empfängers befriedigt
 - Kostenübernahmeverpflichtung für Anwaltshonorar durch den Versender der Email – ggf. isoliert geltend machen

- Absender reagiert nicht:
 - zeitnah („eiliger Rechtsschutz“) einstweilige Verfügung beantragen oder gleich Hauptsacheverfahren (zzgl. Auskunfts- und Schadensersatzanspruch) einleiten
 - Kosten der Abmahnung werden hälftig auf die Verfahrensgebühren angerechnet (Erstattungsanspruch gegen SPAMER)

II. einstweilige Verfügung

- Empfänger der SPAM-Email erwirkt beim zuständigen Landgericht eine einstweilige Verfügung:
 - sofort oder nach erfolgloser Abmahnung
 - nur über Anwalt möglich
 - am Landgericht nach Wahl (Verstoß im Internet – „fliegender“ Gerichtsstand)
 - Antragsverfahren – schlüssiger Antrag binnen kurzer Frist nach dem Verstoß führt zum Erlass der Verfügung
 - Gegner hat die Möglichkeit, eine Schutzschrift zu hinterlegen, um sich gegen den Erlass der Verfügung zu wehren
 - Reaktion:
 - Antragsgegner erkennt die in der einstweiligen Verfügung getroffenen Regelungen als rechtsverbindlich an und verzichtet auf seine Rechte aus §§ 924, 926 und 927 ZPO.
 - Antragsgegner reagiert nicht: Hauptsacheklage binnen 6 Monaten nach Erlass der Verfügung notwendig (Achtung: Kostenrisiko bei Fristversäumnis)

II. einstweilige Verfügung

Verfügungsantrag jetzt:

Ich beantrage – der besonderen Dringlichkeit wegen ohne mündliche Verhandlung durch den Vorsitzenden allein – dem Antragsgegner im Wege der einstweiligen Verfügung aufzugeben,

1. es künftig bei Vermeidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden **Ordnungsgeldes bis zu 250.000,-- EUR, ersatzweise Ordnungshaft bis zu sechs Monaten**, im Wiederholungsfalle bis zu insgesamt zwei Jahren zu unterlassen, dem Antragsteller Werbung per Email an die Emailadresse email@domain.de zu übermitteln,
2. die Kosten des Verfahrens dem Antragsgegner aufzuerlegen.

II. einstweilige Verfügung

- Nachteile:
 - Kostenrisiko beim Antragsteller (Melderegister- und ggf. SCHUFA-Auskunft einholen)
 - Ordnungsgeld kommt dem Staat zugute – keine Vertragsstrafe mehr
 - Auskunfts- und Schadensersatzanspruch im eiligen Rechtsschutz nicht möglich.

III. Klage im Hauptsacheverfahren (selten)

- wenn keine Eilbedürftigkeit mehr gegeben ist, dann kann man im „normalen“ Klageweg den SPAMER
 - auf Unterlassung,
 - Auskunft über Herkunft und Verwendung seiner Daten sowie
 - auf Schadensersatz (B2B) in Anspruch nehmen
- nur über Anwalt möglich
- am Landgericht nach Wahl (Verstoß im Internet – „fliegender“ Gerichtsstand)

Schadensersatz für:

- Übermittlungskosten der E-Mail, Zeitaufwand für Lesen und Löschen der E-Mail (eher gering) – nur bei B2B
- Kosten der Beauftragung des Rechtsanwalts aus § 12 Abs. 1 Satz 2 UWG bzw. Geschäftsführung ohne Auftrag
 - Kosten der Abmahnung (Bsp.)

Streitwert:	zwischen 3.000,- und 10.000,- EUR
Anwaltsgebühren	465,- bis 776,- EUR
 - Kosten der einstweiligen Verfügung (Bsp.)

Streitwert:	zwischen 3.000,- und 10.000,- EUR
Anwaltsgebühren	930,- bis 1.500,- EUR je Partei
 - Gerichtskosten: 180,-- bis 300,-- EUR

Regel 1: „Opt-In“ ist Pflicht

- keine Unterscheidung B2B / B2C
- Zustimmung muss beim Versender / Absender der E-Mail vorliegen
- Zustimmung des Empfängers vor Versand erforderlich (keine CD's kaufen!!!)
- Ausnahme B2C, § 7 UWG:
 - aufgrund bestehender Kundenbeziehung / bestehenden Dienstleistungsverhältnisses erworben
 - Werbung nur für eigenes Produkt / eigene Dienstleistung
 - nur ähnliche Produkte / Dienstleistungen dürfen beworben werden
 - Kein Widerspruch des Empfängers
- Datenschutzhinweis bei Erhebung der Daten („Generaleinwilligung“ zum Erhalt von Werbung oder als „Kontakt“ nicht ausreichend)
- Datenerhebung mittels Double Opt-In, mindestens: Confirmed Opt-In
- Gebot der Datensparsamkeit – nur die erforderlichen Daten erheben
- Weitergabe der Daten an Dritte nur mit Zustimmung des Betroffenen und an „erkennbare“ Dritte (Benennung der Dritten + Kontakt)

Regel 2: notwendige Angaben in jeder E-Mail beachten

- eindeutige Erkennbarkeit des Absenders (nicht verschleiern oder gar keine Absenderangabe)
- Widerspruchsmöglichkeit gegen Erhalt weiterer Emails in JEDER Werbeemail = Abmeldelink in jeder Email
- nicht „zu übermäßig“ Werbung in Bestätigungs- oder Double Opt-In – Email
- aktive Response-Bearbeitung („Hard Bounce“ sofort entfernen, „Soft Bounce“ nach 3 – maximal 5 Fehlversuchen)
- Einrichten einer „Blacklist“

Regel 3: richtige Betreffzeile + Inhalt wählen

- Betreffzeile sollte 45 bis max. 60 Zeichen lang sein
- auf Reizwörter insgesamt verzichten (Filter der Provider lassen die E-Mail dann entweder gar nicht durch oder sie landet im Spam-(Verdachts-) Ordner
- Anhänge / Attachments vermeiden, da
 - zu lange Downloadzeiten
 - potentiell Virenträger
 - oft durch Filter gelöscht – teilweise gesamte E-Mail unzustellbar
- personalisierte Ansprache des Empfängers

Regel 4: optimierter Versand

- Multipart (Text- und HTML-Version in einer E-Mail) wählen
- Adressaten zeitnah / gleichzeitig anmailen (x00.000 E-Mails/Std.)
- Tracking-Links verwenden (macht Aktionen der User messbar)
- Reporting nutzen und danach Mailing optimieren
- seriöse Dienstleister (Stichworte „ISP-Relations“, „whitelist“, „Posteingang“)

Regel 5: Folgen beachten, Sanktionen vermeiden

- opt-in speichern / dokumentieren, da Beweislast für Opt-In beim Versender
- es drohen folgende Sanktionen:
 - Gewinnabschöpfungsanspruch (Achtung: damit geht auch Auskunftsanspruch einher)
 - Abmahnung / strafbewehrte Unterlassungserklärung
 - Übernahme der Kosten für
 - Rechtsanwalt / Gericht
 - Aufwand des Empfängers, die Email zu löschen (B2B)
 - Strafzahlung an Empfänger im Wiederholungsfall

7. Exkurs: Änderungen nach Handelsrecht für geschäftliche Kommunikation

- gültig ab: 1. Januar 2007
- Anwendungsbereich: Kaufleute, Gewerbetreibende (ausgenommen: Freiberufler)
- jeglicher externe Geschäftsverkehr in Form von Mitteilungen und Nachrichten nach aussen, etwa also Rechnungen, Angebote, Aufträge, Lieferscheine, Bestellungen oder Bestellbestätigungen
- gilt (wohl) auch für Emails
- erforderliche Informationen über das Unternehmen (z. B. bei der GmbH der Name (Firmenbezeichnung) und der Sitz des Unternehmens, das zuständige Registergericht und die Registernummer, alle Geschäftsführer und ggf. der Aufsichtsratsvorsitzende)
- deutlich lesbar in der Signatur (ausgeschrieben, nicht verlinkt)
- Verstöße gegen diese Verpflichtung können mit Zwangsgeld geahndet werden - bei einer GmbH dürfte ein Zwangsgeld von bis zu 5.000,-- Euro zu erwarten sein.
 - weitere Hinweise unter:
 - <http://www.bvdw.org/wissenspool/empfehlungen.html>
 - http://www.bvdw.org/fileadmin/downloads/wissenspool/empfehlungen/Checkliste_E-Mailsignatur_BVDW.pdf

Gerd M. Fuchs
Justiziar

Bundesverband Digitale Wirtschaft
(BVDW) e.V.,
Geschäftsstelle Berlin
Poststraße 4-5, 10178 Berlin

Tel.: +49 (0)30 88 00 78 37; Fax: -33
mobil: +49 (0)173 - 259 67 02
<mailto:fuchs@bvdw.org>

Gemeinsam die digitale Welt bewegen.
www.bvdw.org

© Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.