

E-MAIL OHNE WERBUNG

Werbemails fluten die elektronischen Postfächer: Jedes dritte Mail ist unerwünscht. Die Europäische Union will unerwünschte Werbemails jetzt zwar verbieten. Doch dürfte das die Zahl der Mails nur unmerklich verringern. Technische Tricks helfen mehr als das Gesetz.

SO SCHÜTZEN SIE SICH VOR SPAM

Ein effektiver Schutz vor Spam ist schon heute mit technischen Mitteln möglich. Die einfachste Schutzmassnahme ist das Blockieren einzelner Absenderadressen. E-Mails mit den blockierten Absendern kommen so nicht mehr durch. Allerdings verwenden viele Spammer ständig wechselnde Absender. Effizienter sind Spamfilter, die von Internet Providern direkt auf deren Server eingerichtet und ständig aktualisiert werden. Viele Provider, darunter etwa **Bluewin, Sunrise und Green,**

bieten ihren (zahlenden) Kunden solche Spamfilter an. Adresshändler suchen das Internet ständig nach E-Mail-Anschriften ab. Wer seine Mailbox frei von unerwünschten Mails halten will, gibt seine Mailanschrift im Internet deshalb möglichst selten preis. Als Ausweichadresse für die manchmal nötige Mailangabe kann man mehrere Mailkonten führen und als «öffentliche» Mailanschrift eine Mailbox bei einem Gratismailanbieter wie **Hotmail oder GMX** angeben.





Sie haben E-Mail». 1998 liessen Meg Ryan als Kathleen Kelly und Tom Hanks als Joe Fox mit dieser Botschaft die Herzen der Kinobesucher höher schlagen: In der realen Welt waren die beiden mit zwei sehr unterschiedlichen Buchläden unerbittliche Konkurrenten – im Internet verliebten sie sich per E-Mail ineinander.

Internetbenutzer, deren Herz bei der Meldung «Sie haben E-Mail» heute noch höher schlägt, werden meist bitter enttäuscht: Statt Liebesgrüsse finden sich im elektronischen Postfach immer mehr Werbebriefe. So manche Mailbox wird förmlich mit unerwünschter Post überflutet.

«Spam» heissen Werbemails in der Sprache des Internets. «Spam» ist eigentlich der Markenname eines amerikanischen Dosenfleisches. Dieses «Spiced Pork and Ham», also gewürztes Schweinefleisch mit Schinken, hatte in einem Sketch von Monty Python's Flying Circus einen Auftritt. In dem kurzen Sketch

kam das Wort «Spam» über 80 mal vor. Seither ist das Wort die Bezeichnung für Werbemails: Etwas, das ständig vorkommt, aber nie erwünscht ist.

Jede dritte E-Mail unerwünscht

Laut einer Untersuchung des Marktforschungsunternehmens Netvalue ist mittlerweile jede dritte E-Mail unerwünscht – Tendenz stark zunehmend. Anfang 2001 lag die Spam-Quote hierzulande noch bei 20 Prozent. Die EU-Kommission geht davon aus, dass solche Werbemails mittlerweile bei Providern und Kunden einen Schaden von zehn Milliarden Euro pro Jahr verursachen.

Kein Wunder, will die EU Werbemails einschränken. Nach langer Debatte hat die EU-Kommission eine Richtlinie für die Verarbeitung von personenbezogenen Daten und den Schutz der Privatsphäre in der elektronischen Kommunikation erlassen. Die EU hat sich dabei für die sogenannte

«Opt-in-Lösung» entschieden: Elektronische Werbung ist nur dann erlaubt, wenn der Empfänger ausdrücklich zugestimmt hat.

Rigide Regelung der EU

Wörtlich heisst es im Artikel 13 der Richtlinie: «Die Verwendung von automatischen Anrufsystemen (Voice-Mail-Systemen), Faxgeräten oder elektronischer Post für die Zwecke der Direktwerbung, darf nur bei vorheriger Einwilligung der Teilnehmer gestattet werden.»

Bemerkenswert rigide regelt die EU die Offenlegung des Absenders: «Auf jeden Fall verboten ist die Praxis des Versendens elektronischer Nachrichten zu Zwecken der Direktwerbung, bei der die Identität des Absenders, in dessen Namen die Nachricht übermittelt wird, verschleiert oder verheimlicht wird.»

Auch Schweizer profitieren

Diese Bestimmungen sind für die Schweiz nicht bindend. Relevant sind sie aus zwei Gründen aber trotzdem: Zum einen sind viele Werbemailer im EU-Raum domiziliert und unterliegen damit den EU-Bestimmungen, zum anderen tendiert EU-Recht bekanntlich dazu, auch in die Schweiz zu sickern.

In der Schweiz kann der Empfänger einer Werbemail vom Absender verlangen, dass er von der Liste gestrichen wird. Das Datenschutzgesetz gibt Schweizer Internetbenutzern zudem das Recht, vom Inhaber einer Datensammlung Auskunft darüber zu verlangen, ob und welche Daten über ihn gespeichert werden. Allerdings kommt das Schweizer Recht nur dann zur Anwendung, wenn sich der Absender der Werbemail in der Schweiz befindet. Gegen Mailversender im Ausland gibt es praktisch keine rechtliche Handhabe.

TOOLS GEGEN SPAM

SPAMNET

SpamNet ist eine Erweiterung von Cloudmark zum Mailprogramm Outlook von Microsoft: SpamNet filtert Werbemails aus, indem die Benutzer ihre Informationen über Werbemails teilen. Kennzeichnet ein Nutzer einen E-Mail-Absender als Spammer, wird die Information im Peer-to-Peer-Verfahren auch anderen Nutzern zur Verfügung gestellt. Auf diese Weise sollen sich drei Viertel aller Werbemails ausfiltern lassen. Freeware.

© www.cloudmark.com

SPAMKILLER

SpamKiller von MacAfee aktualisiert sich wie ein Virens scanner über das Internet. Spam-Mails werden gelöscht und auf Wunsch als Sicherheitskopie abgelegt, die Absender auf Wunsch gleich abgemahnt. Kostenpunkt: 50 Franken.

© www.spamkiller.com

SPAMFLUSH

Das Programm von Micrologic Software filtert mit konfigurierbaren Wortfiltern E-Mails aus, bevor sie im Mailprogramm auftauchen. Spam wird dabei aufgrund der Kopfzeile ausgefiltert, ein Spammail also gar nicht erst vom Mailserver heruntergeladen. Kostenpunkt: 30 Franken.

© www.wimutit.de

OUTLOOK JUNK-MAIL

Das Mailprogramm Outlook verfügt über eine einfache Spam-Filterfunktion: Ist der Junk-Filter aktiviert, werden Spams ausgefiltert. Einzelne Absender lassen sich auf Mausklick als Junkmailer kennzeichnen und künftig ausfiltern.

© www.microsoft.com

SPAM DEPUTY

Spam Deputy gibt es als separates Programm oder als Plugin für Outlook. Es untersucht die Kopfzeilen von Mails und filtert Werbemails automatisch aus.

© www.spamdeputy.com



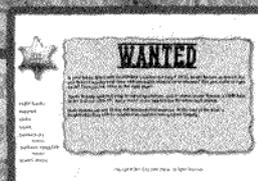
**Per Peer-to-Peer
höchst effizient ge-
meinsam gegen die
Werbeindustrie.**



**Spam-Mails sind so
lästig wie Viren – des-
halb kümmert sich
Macafee darum.**



**Mit Wortfiltern gegen
die Werbefritzen –
denn ihre Sprache ist
entlarvend.**



**Der Sheriffstern gar-
antiert auch im wilden
Netz für die Sicherheit
der Benutzer.**

Lieferschein Nr.: 1522954 Medien Nr.: 3090 Medienausgabe Nr.: 660512 Objekt Nr.: 7863679 Subobjekt Nr.: 3 Iektoren Nr.: 21 Abo Nr.: 1051017 Teiler Nr.: 10921293