

Tax & Legal Alert

Ungarn • Ausgabe 326 • 18. November 2008

Am 1. September 2008 wurden wesentliche Veränderungen in dem so genannten opt-in – opt-out System der Direktvermarktung eingeführt. Das neue und relativ komplexe Regelungssystem enthält Vorschriften, die auf Direktvermarktung, elektronischen Handel und Werbung anzuwenden sind.

Veränderungen der Regelungen der Direktvermarktung

Kontakte:

Russell W. Lambert
Country Managing Partner
Service Line Leader
E-Mail: russell.w.lambert@hu.pwc.com
Tel: +36 1 461 9223

Gabriella Erdős
Partnerin
E-Mail: gabriella.erdos@hu.pwc.com
Tel: +36 1 461 9130

Paul Grocott
Partner
E-Mail: paul.grocott@hu.pwc.com
Tel: +36 1 461 9260

Tamás Lócsei
Partner
E-Mail: tamas.locsei@hu.pwc.com
Tel: +36 1 461 9358

Susan Lumpkin
Partnerin
E-Mail: susan.lumpkin@hu.pwc.com
Tel: +36 1 461 9940

Zaid Sethi
Partner
E-Mail: zaid.sethi@hu.pwc.com
Tel: +36 1 461 9289

PricewaterhouseCoopers Kft.
Wesselényi utca 16., Budapest, H-1077
Tel: + 36 1 461 9100

www.pwc.com/hu

Diese Broschüre Tax & Legal Alert wurde von der Steuerberatungsabteilung von PricewaterhouseCoopers in Zusammenarbeit mit der kooperierenden Rechtsanwaltskanzlei Réti, Antall & Madl Landwell erstellt.

Réti, Antall & Madl Law Firm
Wesselényi utca 16/A. Budapest, H-1077
Tel: + 36 1 461 9888

www.landwellglobal.com/hu

Beim opt-in System darf dem Empfänger nur Werbematerial zugesandt werden, wenn er oder sie vorher einwilligt, während beim opt-out System unerbetene Werbung an jeden versendet werden kann, aber gleichzeitig dem Empfänger die Möglichkeit eingeräumt werden muss, die weitere Zusendung von solchem Material ausschließen zu können.

Die Regelungen, die bis 1. September galten, schränkten ausschließlich die E-Mail Botschaften entsprechend dem opt-in System ein, während alle anderen Arten an Werbematerial an jeden gesendet werden durften. Empfänger hatten das Recht, von den Werbetreibenden die Löschung ihrer Namen aus deren Adressenliste zu verlangen.

Ab 1. September 2008 werden die opt-in Regelungen für sämtliche Werbung an natürliche Personen angewandt, während das opt-out System auf Direktsendungen, wie in den Vorschriften zu Geschäftswerbung definiert, beschränkt wird. Das opt-out System kann nur bei Sendungen angewendet werden, die per Post mit einer Stückzahl von mindestens 500 verschickt werden, die ausschließlich Werbe- und Vertriebsmaterial enthalten und die (bis auf Name, Adresse, Identifikationsnummer und Daten, die keinen Einfluss auf den Inhalt der Nachricht haben) identisch sind. Die

Nachricht muss eine genaue Post- und E-Mail Adresse enthalten, die der Empfänger nutzen kann, um den Erhalt dieser direkten Sendung stoppen zu können. Daneben existieren noch weitere Auflagen zu dieser Form der Werbung.

Alle Arten an Direktmarketing-Nachrichten außer der oben genannten direkten Postsendungen werden durch Vorschriften des opt-in Verfahrens geregelt. Die wesentliche Voraussetzung dieses Verfahrens ist, dass die vorherige und eindeutige Einwilligung des Empfängers mit dem genauen, durch Gesetz vorgeschriebenen Inhalt vorliegen muss, bevor die Nachricht versandt werden darf. Für alle Einwilligungen, die vor dem 1. September 2008 zugegangen sind, muss eine neue Einwilligungserklärung angefordert werden. Als weitere Voraussetzung des opt-in Systems muss die Post- und E-Mail Adresse, über die der Empfänger seine bisherige Einwilligung widerrufen kann, angezeigt werden.

Ein Punkt, der möglicherweise Schwierigkeiten aufwirft, wird die Erfüllung der Verpflichtung zur Angabe einer Post- und E-Mail Adresse zum Zwecke des Widerrufs der Einwilligung in Textmeldungs-Werbung (SMS) sein, da eine Textmeldung nur Platz für 150 Zeichen sowohl für die Werbenachricht als auch die beiden Adressen bietet.

Grundsätzlich kann eine Einwilligung auch telefonisch widerrufen werden, aber der Werbetreibende ist verpflichtet, die Widerrufe aufzuzeichnen und in abrufbarer Form aufzubewahren, weil sie den Behörden vorzulegen sind, falls diese eine Überprüfung durchführen. Nach Zivilrecht ist die Person, deren Rechte verletzt werden, zum direkten Gang vor Gericht zur Durchsetzung Ihres Anspruchs berechtigt, wenn der Widerruf vom Werbetreibenden ignoriert wird.

Es ist zu erwarten, dass die neuen Regelungen eine Anzahl von Fragen aufwerfen. Zum Beispiel ist unbekannt, welche Anforderungen das neue Rückmeldungsformular erfüllen muss. Des Weiteren ist fraglich, ob der Werbetreibende weitere Verpflichtungen in Bezug auf Einwilligungserklärungen,

die vor dem 1. September 2008 übermittelt wurden, wahrnehmen muss. Außerdem ist es unklar, ob der Werbetreibende die Herkunft einer falschen Adresse (oder anderer falschen Daten) für die Behörde nachweisen kann. Und schließlich ist der genaue Inhalt der Voraussetzung des Zugangs einer ausdrücklichen Erklärung gemäß den Regelungen unklar.

Werbetreibende, die Direktmarketing durchführen, müssen die neuen Regelungen bis 31. Mai 2009 umgesetzt haben. Nach diesem Stichtag sind die Behörden berechtigt, Sanktionen wegen Nichterfüllung zu verhängen.

Dr. Judit Firniksz
Rechtsanwaltskanzlei Réti, Antall & Madl

Tax & Legal Alert

Ungarn • Ausgabe 326 • 18. November 2008

Erklärung zur Haftungsbegrenzung: Die Ausführungen in vorliegender Broschüre dienen ausschließlich zur allgemeinen Information und beinhalten keine umfassende Prüfung der dargestellten Fragen. Wir bitten Sie, sich vor Durchführung (oder Nicht-Durchführung) jeglicher Schritte für eine auf Ihre konkrete Lage beziehende Beratung an unsere Experten zu wenden. Die PricewaterhouseCoopers Kft. übernimmt keinerlei Haftung im Zusammenhang mit dem aufgrund der Ausführungen in dieser Broschüre erfolgenden Vorgehen oder Unterlassen.

Soweit Sie unsere Broschüre Tax & Legal Alert zukünftig nicht mehr erhalten möchten, schreiben Sie bitte an die folgende E-Mail-Adresse: tax.alert@hu.pwc.com.

© 2008 PricewaterhouseCoopers Kft. Alle Rechte vorbehalten. Die Bezeichnung „PricewaterhouseCoopers“ bezieht sich auf das Büro der PricewaterhouseCoopers Kft. in Ungarn bzw., abhängig vom Kontext, auf das Netzwerk der PricewaterhouseCoopers International Limited, das aus als eigenständige und unabhängige juristische Personen zu qualifizierenden Mitgliedsunternehmen besteht.