

Bin ich ein Spammer?

Marketing per E-Mail verspricht wundersame Dinge. Oft genug verwechseln gerade kleinere Firmen seriöse Werbung per E-Mail mit kriminellern Spam.

ILLUSTRATION JOE ZEFF



■ von Bruno Habegger

Der Marketingleiter eines kleinen Unternehmens, das Soft- und Hardware verkauft, kommt in seiner E-Mail an den PCtipp direkt zur Sache: «Bin ich ein Spammer?» Die Frage entspringt dem mulmigen Gefühl, das ihn bei jedem neuen E-Mailing beschleicht. Mit seinen Werbebotschaften macht er auf Neuheiten aufmerksam. «Alles muss immer schneller gehen, E-Mail ist das beste Werbemittel», sagt er.

Neben den Spammern mit kriminellen Absichten, die Billigware zu Wucherpreisen anbieten, gibt es seriöse Firmen, die entweder aus Unwissenheit oder weil sie falsch beraten werden, in die Spam-Falle tappen. Werbung per E-Mail ist verführerisch einfach, weil schnell und billig. Werbekampagnen können im Prinzip sogar mit Outlook Express durchgeführt werden. Doch wann wird Werbung zu Spam?

Das Bezirksgericht Zürich hat kürzlich ein Urteil gefällt, das für

zukünftige Prozesse als Richtschnur dienen mag (www.rvo.ch/docs/spam_bgz_sic0803.pdf). Es hält Werbung per E-Mail für zulässig, wenn die Nachricht in der Betreffzeile deutlich als Werbung gekennzeichnet ist und eine eindeutige Inhaltsangabe enthält. Ausserdem darf der Absender nicht gefälscht sein und der Empfänger muss die Möglichkeit erhalten, die Werbung abzulehnen, sich also aus der Adressdatenbank des Absenders auszutragen. Ein Kennzeichen von Spam ist zudem, dass die Werbung massenhaft und ungezielt versandt wird.

Ein weiteres Merkmal von Spam: Die Nachrichten sind so gestaltet, dass sie die zwar immer intelligenter sortierenden, doch letztlich unvollkommenen Spam-Filter unerkannt passieren können. Zu den Tricks gehören etwa kryptische Betreffzeilen und mit Sonderzeichen «verunstaltete» Reizwörter wie beispielsweise «ViØgra» anstatt Viagra. Weitere Tricks finden Sie auf einer Site des US-Anwenders Rick C. Conner

(www.rickconner.net/spamweb/tricks.html) und auf der Site des Spam-Bekämpfers Clearswift (www.clearswift.de).

Die Schäden durch Spam sind enorm. Die EU-Kommission beziffert den Wert des Produktivitätsausfalls im EU-Raum auf mehr als 2,5 Milliarden Euro. Anwender benötigen ihre Arbeitszeit, um Spam-Filter einzurichten oder die guten von den

schlechten Nachrichten zu trennen. Und wer für den Datenempfang bezahlen muss, etwa am Handy oder am Modem, der flucht über jede unverlangte Werbemail. Laut der Antispam-Firma Brightmail ist bereits die Hälfte aller verschickten E-Mails in die Kategorie Spam einzuordnen. Einige besonders perfide und bemerkenswerte Beispiele finden Sie im Spam-Archiv (<http://spamarchive.org>), Informationen zu Schweizer Spam und den Aktivitäten des Schweizer Lieblingsfeindes der Antispam-Aktivisten enthält die Site von Roman Racine (<http://spam.trash.net>).

Den Spammern zu entkommen, ist zunehmend schwieriger. Es kann jeden treffen, denn die Profis schicken Suchprogramme los, die überall E-Mail-Adressen ernten. Die Werbung wird danach einfach auf gut Glück versandt. Viele nützliche Abwehrstrategien finden Sie im PCtipp 10/2002, «Spam drüber», S. 26 (www.pctipp.ch/library/pdf/2002/10/1026Spam.pdf).

Spammer sind unbeliebt, was man vom eingangs erwähnten Marketingleiter nicht unbedingt behaupten darf. Er benutzt keine fremden Mailserver und loggt sich nicht heimlich an drahtlosen Hotspots ins Netz ein, um seinen Müll loszuwerden und danach spurlos zu verschwinden – der neuste Spammer-Trend. Er schreibt auch nur seine Kunden an und gibt ihnen die Gelegenheit, die Werbung abzulehnen. Somit steht er sauber da.

Trotzdem sollte er sich, wie bereits viele Firmen es tun, alternative Werbeformen überlegen, denn die Mailboxen der Anwender sind verstopft. Ein Newsletter könnte es sein, den Interessenten auf seiner Homepage abonnieren können. Vielleicht kommt dereinst auch wieder die gute alte Post zu Ehren. Denn ein druckfrischer Prospekt riecht gut, während gewisse E-Mails nur nerven. ■

MINITIPP

Link in neuem Fenster

Haben Sie auf einer Webseite einen Link gesehen, den Sie in einem neuen Fenster öffnen möchten? Natürlich geht das via Kontextmenü: Klicken Sie den Link mit der rechten Maustaste an und wählen Sie LINK IN NEUEM FENSTER ÖFFNEN. Solls noch schneller gehen, ohne Umweg übers Kontextmenü? Benutzer des Internet Explorers drücken und halten die Tasten **Shift+Ctrl** und klicken den Link

an. Wer im Web mit dem Alternativ-Browser Mozilla unterwegs ist, hats dabei noch ein Stückchen leichter: Hier reicht beim Klick schon die gedrückte **Ctrl**-Taste.

Mozillianer haben zudem unter **BEARBEITEN/EINSTELLUNGEN/NAVIGATOR TABBED BROWSING** die Wahl, ob bei **Ctrl+Klick** ein neues Fenster oder ein neuer Tab (Register) geöffnet werden soll. (sal)