



Bransjenorm for felles innsats mot utbredelse av e-postspam

1. Målsetting

Denne bransjenormen har som formål å legge forholdene til rette for å redusere omfanget av spam sendt eller mottatt av norske brukere av internett.

2. Definisjon av spam

Som Spam regnes:

- *massedistribuert uoppfordret e-post*

3. Definisjon av hvem normen gjelder for

De tjenestetilbydere som signerer denne bransjenormen forplikter seg til å etterleve bestemmelsene i den.

4. Implementering av filter

Selskapene forplikter seg til å implementere eller tilby sentralt baserte filterløsninger for å redusere omfanget av inngående spam som passerer via deres e-post-servere.

5. Informasjonsansvar

Selskapene forplikter seg til å opplyse om karakteren på det sentrale filter som de tilbyr, herunder informasjon om:

- filteret er justerbart for sluttbruker
- filteret er satt på som standard
- om det er opt-in/opt-out mulighet

Selskapene forplikter seg til tydelig å henvise til relevante nettsteder hvor den enkelte bruker kan finne informasjon om hvordan man kan sikre seg mot spam, blant annet skal det henvises til www.nettvett.no.

6. Reaksjon overfor kunder som sender ut spam

Selskapene forplikter seg til til å sikre at deres abonnementsvilkår er utformet slik at det er mulig å reagere overfor kunder som sender ut spam. Det skal framgå av vilkårene for tjenesten at utsendelse av spam er å anse for å være en misligholdelse av avtalen, og at denne typen adferd kan medføre sanksjoner som filtrering, begrensning eller stenging av forbindelsen.

7. Lett tilgjengelig klageordning

Selskapene forplikter seg til å sikre at det kan videresendes opplysninger til dem om uønsket adferd i form av sending eller mottak av spam. Denne e-postadressen skal

finnes i WHOIS-informasjonen for nettblokk eller domene. Henvendelser til denne adressen skal aktivt behandles av selskapet.

8. Etablering av kontaktnettverk for behandling av spam-saker

Selskapene forplikter seg til å etablere et nettverk seg imellom til håndtering av spamsaker. Nettverket benyttes til å utveksle erfaringer og samarbeide om bekjempelse av spam.

9. Utarbeidelse av instruks for behandling av spam-saker

Selskapene forplikter seg til å sikre at det er utarbeidet konkrete instruksjoner til alle medarbeidere med kundekontakt om hvordan de skal behandle forskjellige typer henvendelser fra deres kunder om spam.

10. Kompetanse om spam

Selskapene forplikter seg til løpende å følge utviklingen på spam-området og delta i det etablerte nettverket. Internasjonal erfaring på området dras inn i dette arbeidet.

11. Kunders tilgang til TCP port 25

Det anbefales at tjenesteleverandørene generelt hindrer sine kunder i å koble seg direkte mot port 25 på andre maskiner enn leverandørens smarthost, i den utstrekning det er mulig i forhold til teknologiske og produktmessige hensyn. Det anbefales spesielt at kunder med dynamisk IP-adresse har begrenset tilgang til omverdenen via port 25.

12. Egenskaper ved tjenestetilbyders smarthost

Den individuelle tjenestetilbyder forplikter seg til å sikre at deres smarthost kun kan brukes av deres egne kunder. Kunder kan identifiseres ved IP-adresse eller med SMTP-autentisering (RFC 2554). I den utstrekning det er teknisk og produktmessig mulig for den enkelte tjenestetilbyder, anbefales det at det blir satt grenser for hvor mange meldinger en gitt kunde får sende innenfor et tidsrom (ratelimiting).

13. Automatiske svar på innkommende e-post

For å unngå å sende uønskede meldinger til en part som ikke har deltatt i e-posttransaksjonen (på grunn av forfalsket avsenderadresse), anbefales det at tjenestetilbyder i størst mulig grad avviser meldinger som ikke kan leveres mens SMTP-dialogen fremdeles pågår med tjeneren fra utenomverdenen. Når dette gjøres i SMTP-dialogen, slipper man å sende bounce-meldinger om leveringsproblemer i etterkant. Grunner til avvisning kan være ukjent mottakeradresse, virusinnhold, klassifisering av meldingen som spam etc.

14. "Arbeider aktivt mot spam"-merkeordning

De selskaper som signerer denne bransjenormen gis rett til å fritt benytte merket "Bekjemp spam" på selskapets nettsted og i selskapets øvrige markedsføring.

15. Rutiner for revidering av bransjenormen

Denne bransjenormen gjelder fra 1. januar 2008 og revideres én gang i året. Det enkelte selskap må selv aktivt melde fra dersom de ikke lenger ønsker å stille seg bak bransjenormen.

Oslo 1.september 2007

Telenor

NextGenTel

Get

Lyse Tele

Uninett

BKK tele

TDC Song

Tele 2

Active 24

Comendo

NetCom

