

Die Neuregelungen des Telefonmarketings – ein Überblick

Soweit Sachverständige von den Möglichkeiten des Telefonmarketings Gebrauch machen wollen, müssen einige Regelungen beachtet werden, um nicht Gefahr zu laufen wegen sog. belästigender Werbung abgemahnt zu werden. Seit 04.08.2009 sind einige Neuregelungen in Kraft, die zu einer erheblichen Verschärfung geführt haben: unlautere Telefonwerbung kann nun mit bis zu 50.000,- € Bußgeld geahndet werden. Bei einem Verstoß gegen das Verbot der Rufnummernunterdrückung können bis zu 10.000,- € fällig werden. Eine teure Angelegenheit also. Hintergrund dieser Bußgeldandrohungen ist die schier unermessliche Flut an unzulässiger Telefonwerbung in nahezu allen Produkt- und Dienstleistungsbereichen.

In dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerbs (UWG) ist die zentrale Vorschrift für die Telefonwerbung zu finden (§ 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG) die da lautet: „Eine unzumutbare Belästigung ist stets anzunehmen bei Werbung mit einem Telefonanruf gegenüber einem Verbraucher ohne dessen vorherige ausdrückliche Einwilligung oder gegenüber einem sonstigen Marktteilnehmer ohne dessen zumindest mutmaßliche Einwilligung“.

Als ‚Verbraucher‘ im Sinne der genannten Vorschrift ist anzusehen „jede natürliche Person, die ein Rechtsgeschäft zu einem Zweck abschließt oder abschließen soll, das weder ihrer gewerblichen noch selbständigen beruflichen Tätigkeit zuzurechnen ist“. Nach der Legal-

definition des Gesetzes sind ‚Marktteilnehmer‘ „neben Mitbewerbern und Verbrauchern alle Personen, die als Anbieter oder Nachfrager von Waren oder Dienstleistungen tätig sind.“

Es stellt sich die Frage: Gilt das Verbot für jegliche Art von Telefonanrufen? Das kann klar verneint werden, denn es gilt nur für Fälle sog. belästigender Werbung. „Werbung“ im Sinne der genannten Vorschrift ist „jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen zu fördern.“

Aber wie sieht es aus, wenn der Sachverständige wichtige Informationen weitergegeben möchte, die für seine Kunden von Interesse sein können – gelten hier auch die strengen Regelungen des UWG? Wenn es also nicht um Verkaufsabsichten Waren oder Dienstleistungen betreffend geht, sondern um sachliche Informationen rund um die Fahrzeugsicherheit. Es gilt, auch derartige Informationen sind solche des Sachverständigen oder einer hinter dem Sachverständigen stehenden Organisation. Damit wird nämlich auch auf das Leistungsangebot des Sachverständigen oder seiner Organisation hingewiesen, so dass es bei der lauterkeitsrechtlichen Beurteilung in erster Linie nicht darauf ankommt, ob es sich um klassische Werbemaßnahmen handelt, oder konkret Verkaufsabsichten damit verbunden sind.

Welche Folgen können sich für den Anrufer ergeben? Er riskiert eine wettbewerbsrechtliche Abmahnung, die von einem Mitbewerber oder einer Institution wie der Wettbewerbszentrale ausgesprochen werden kann. Neben der Aufforderung zur Abgabe einer mit einem Vertragsstrafversprechen versehenen Unterlassungserklärung ist der Anrufer verpflichtet, im Falle einer begründeten Abmahnung die entstandenen Kosten zu erstatten. Bei klagebefugten Verbänden ist dies regelmäßig eine Aufwandspauschale, die sich bei der Wettbewerbszentrale auf 208,65 € (incl. 7% MWSt.) beläuft. Wenn dagegen ein Mitbewerber sich für die Abmahnung eines Rechtsanwalts bedient, können für den Anrufer Kosten in Höhe von 500,- € bis 1.500,- € – in Einzelfällen auch mehr – anfallen. Konkret hängt das davon ab, welchen Gegenstandswert der Anwalt zugrunde legt. Mitbewerber können zudem Auskunft zum Umfang der unzulässigen Telefonwerbung verlangen und einen Schadensersatzanspruch geltend machen; letztgenannter Anspruch setzt allerdings den Eintritt eines Schadens bei dem Mitbewerber voraus. Das kommt zwar in der Praxis bei diesen Fallgestaltungen nur selten vor, kann aber nicht ausgeschlossen werden.

Daneben können dann noch die eingangs geschilderten Bußgeldandrohungen zum Zuge kommen, wenn die zuständigen Behörden eingeschaltet werden.

**Gesetzestext:****§ 7 Unzumutbare Belästigungen**

- (1) Eine geschäftliche Handlung, durch die ein Marktteilnehmer in unzumutbarer Weise belästigt wird, ist unzulässig. Dies gilt insbesondere für Werbung, obwohl erkennbar ist, dass der angesprochene Marktteilnehmer diese Werbung nicht wünscht.

- (2) Eine unzumutbare Belästigung ist stets anzunehmen
 1. bei Werbung unter Verwendung eines in den Nummern 2 und 3 nicht aufgeführten, für den Fernabsatz geeigneten Mittels der kommerziellen Kommunikation, durch die ein Verbraucher hartnäckig angesprochen wird, obwohl er dies erkennbar nicht wünscht;
 2. bei Werbung mit einem Telefonanruf gegenüber einem Verbraucher ohne dessen vorherige ausdrückliche Einwilligung oder gegenüber einem sonstigen Marktteilnehmer ohne dessen zumindest mutmaßliche Einwilligung;

Fazit:

Ohne eine Einwilligung ist Werbung mit einem Telefonanruf gegenüber Verbrauchern unzulässig. Gegenüber sonstigen Marktteilnehmern muss zumindest eine mutmaßliche Einwilligung angenommen werden können. Andernfalls liegt auch hier ein Fall unzulässiger belästigender Werbung vor mit den vorstehend geschilderten Konsequenzen. Cold Calling ist aufgrund der gesetzlichen Verschärfungen kein taugliches Mittel mehr für die Akquise.

Praxistipp:

Sicher stellen, dass die erforderlichen Einwilligungen der anzurufenden Personen vorliegen. Sorge dafür tragen, dass bei – erlaubter – Telefonakquise die Rufnummer nicht unterdrückt wird.

RA Dr. Andreas Ottofüllung
Wettbewerbszentrale München

Die Wettbewerbszentrale ist die größte und einflussreichste Selbstkontrollorganisation für fairen Wettbewerb. Als branchenübergreifende und unabhängige Institution der deutschen Wirtschaft verkörpert sie die Eigenverantwortung der Wirtschaft gegenüber der Gesellschaft für einen funktionierenden und lautereren Wettbewerb. Neben mehr als 1.200 Unternehmen aller Branchen zählen über 600 Wirtschaftsverbände und -kammern zu den Mitgliedern der Wettbewerbszentrale. Ihre Aufgaben gründen auf vier Säulen: Mitgestaltung wettbewerbsrechtlicher Rahmenbedingungen, Beratung ihrer Mitglieder, spezialisierte Informationsdienstleistungen und Rechtsverfolgung.