

Drohendes Bußgeld bei unerlaubter „Telefonwerbung“

Von Rechtsanwältin Helicia H. Herman, Ottobrunn bei München

Laut einer Umfrage des forsa-Instituts vom Herbst 2007 fühlen sich 86 Prozent der Bevölkerung durch unlaute Werbeanrufe belästigt, 64 Prozent der Befragten wurden in den letzten Monaten ohne Einwilligung von einem Unternehmen angerufen.

Obwohl eine Werbung mit Telefonanrufen gegenüber Verbrauchern ohne deren Einwilligung nach dem aktuell geltenden Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) eine unzumutbare Belästigung darstellt und damit unzulässig ist, hat die Bundesregierung im Juli 2008 ein Reformgesetz auf den Weg gebracht, um Verbraucherinteressen noch mehr zu schützen.

Zum Grundsätzlichen: Unerbetene Telefonwerbung gegenüber Verbrauchern ist grundsätzlich wettbewerbswidrig, weil der Werbende unaufgefordert in die Privatsphäre des Angerufenen eindringt. Die Werbung mit einem Telefonanruf bedarf daher der Einwilligung des Verbrauchers, also dessen vorherige Zustimmung.

Nach den von der Bundesregierung nun angedachten Vorschriften, soll ein Werbeanruf in Zukunft nur noch dann zulässig sein, wenn der Angerufene vorher **ausdrücklich** erklärt hat, Werbeanrufe erhalten zu wollen. So soll verhindert werden, dass sich Anrufer auf Zustimmungserklärungen berufen, die der Verbraucher **in einem völlig anderen Zusammenhang** erteilt hat.

Zu denken wäre hier an die Angabe der Telefonnummer durch den Teilnehmer eines Gewinnspiels oder bei Angabe der Telefonnummer auf einem Bestellformular. In diesem Fall willigt der Teilnehmer lediglich in die telefonische Unterrichtung über einen Gewinn bzw. in Anrufe mit Bezug auf das konkrete Vertragsverhältnis ein.

Rechtsfolge eines unerlaubten Anrufs ist nach geltendem Recht, dass das werbende Unternehmen von Mitbewerbern oder von Organisationen wie zum Beispiel den Verbraucherschutzverbänden auf Unterlassung in Anspruch genommen werden kann, aber auch unter gewissen Voraussetzungen ein Anspruch auf Schadensersatz entsteht, im schlimmsten Fall zudem eine Gewinnabschöpfung vorgenommen wird.

Daneben neu entstehen würde die vom Bundeskabinett vorgesehene Möglichkeit der Verhängung einer Geldbuße von bis zu 50.000 Euro, mit der Verstöße geahndet werden sollen.

Eine weitere Geldbuße droht, wenn der Anrufer seine Rufnummer unterdrückt, um seine Identität zu verschleiern. Ein entsprechendes Verbot soll im Telekommunikationsgesetz (TKG) vorgesehen werden. Bei Zuwiderhandlung droht hier eine Geldbuße von bis zu 10.000 Euro, die von der Bundesnetzagentur für Elektrizität, Gas, Telekommunikation, Post und Eisenbahnen (BNetzA) verhängt würde.

Die Beweislast für die Zulässigkeit, also für das Vorliegen einer Einwilligung, trägt das werbende Unternehmen. Die Einwilligung ist zwar formlos möglich, es empfiehlt sich aber aus den vorstehend genannten Gründen, die Einwilligung schriftlich zu verfassen. Betroffene Unternehmen müssen also mit einem erhöhten Dokumentationsaufwand rechnen, wobei eine vom Werbenden vorformulierte Einwilligungserklärung der AGB-Kontrolle nach den §§ 305 ff BGB unterliegt und daher entsprechender

Überprüfung bedarf. Die Klausel darf den Verbraucher weder unangemessen benachteiligen noch das Transparenzgebot verletzen oder „überraschend“ iSd § 305 c I BGB sein, so z.B. wenn sie an versteckter Stelle untergebracht ist oder der Kunde bei einem Verkaufsgespräch damit überrumpelt wird.

Weitere nicht ausreichende Gründe für einen Telefonanruf: nach Übersendung erbetenen Informationsmaterials besteht noch kein Anlass, telefonisch an den Interessenten heranzutreten. Auch das Setzen eines bloßen „geschäftlichen Anknüpfungspunkts“ durch den Kunden, etwa durch das Aufnahmen von Vertragsverhandlungen oder bei früheren Geschäften reichen nicht aus.

Es sollten hingegen keine Bedenken gegen eine Einwilligung in Telefonwerbung vorliegen, wenn dem Kunden ein vom Vertrag getrenntes Formular zur Unterschrift vorgelegt und ihm dabei die Wahl gelassen wird, ob er eine telefonische Beratung im Rahmen des angebotenen oder eines damit zusammenhängenden Vertragsverhältnisses wünscht oder nicht (z.B. durch Ankreuzen eines entspr. Kästchens) und der Inhalt der möglichen Beratung hinreichend konkretisiert ist.

Schließlich sollte erwähnt sein, dass Werbeanrufe bei Unternehmen bereits dann nicht wettbewerbswidrig sind, wenn aufgrund konkreter Umstände ein sachliches Interesse des Anzurufenden daran zu vermuten ist. Dementsprechend ist hier, und im Gegensatz zu Kontakten mit Privatpersonen, eine mutmaßliche Einwilligung des Angerufenen möglich und auch ausreichend.

Der Gesetzesentwurf der Bundesregierung wird derzeit im Bundestag beraten. Mit dem Inkrafttreten der neuen Vorschriften dürfte Anfang 2009 zu rechnen sein. Hiernach empfiehlt es sich, Werbemaßnahmen anhand der neuen Gesetzesvorschriften zu überprüfen.