

veröffentlicht von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

Kein schärferes Vorgehen gegen unerbetene Werbeanrufe geplant

Unerbetene Werbeanrufe gefährden zunehmend auch seriöse Firmen - schärferes Vorgehen ist aber nicht geplant

Unerbetene Telefonwerbung ist seit 2004 ausdrücklich gesetzlich verboten. Weil es aber praktisch keinerlei Sanktionen gibt, findet sie dennoch millionenfach statt. Allein im ersten Quartal 2006 hat die Gesellschaft für Konsumforschung 82,6 Millionen telefonische Werbekontakte gemessen.

Die unerwünschten Anrufe sind nicht nur ein Ärgernis für Verbraucher - sie gefährden zunehmend auch die Arbeit seriöser Unternehmen. Oft ist sie als Markt- oder Sozialforschung getarnt: Der Anruf erfolgt unter dem Vorwand von Meinungsumfragen. Die Anrufer nutzen damit die Glaubwürdigkeit entsprechender Forschungsinstitute aus und verschaffen sich so Zugang zu wertvollen Verbraucherdaten. Hierdurch wird die Vertrauensbasis für wissenschaftliche Markt- und Sozialforschung untergraben. Das Resultat: Die Antwortbereitschaft der Angerufenen bei echten Meinungsumfragen sinkt seit Jahren kontinuierlich.

95 Prozent fühlen sich belästigt

Dass die meisten davon unerbeten gewesen sein dürften, zeigt eine aktuelle Umfrage der Verbraucherzentralen Baden-Württemberg, Bayern, Hessen, Rheinland-Pfalz und Saarland von Mai bis Mitte Juli 2006. 95 Prozent der insgesamt 3500 Teilnehmer der nicht repräsentativen Online-Umfrage gaben an, sich durch unerwünschte Werbung belästigt zu fühlen. Ebenfalls 95 Prozent hatten bereits eigene Erfahrungen mit unerwünschten Anrufen oder Bandansagen. Zum Ärger der Betroffenen erfolgen die unerbetenen Anrufe zumeist am Abend und am Wochenende. Häufig dienen sie als Türöffner für unseriöse Geschäftspraktiken und für den Vertrieb minderwertiger, überteuerter oder riskanter Produkte, etwa Waretermingeschäfte, Kreditverträge, Kapitalanlagen oder "Zusatzverdienste". Betroffene berichten von Daueranrufen oder Beleidigungen, wenn sie nicht auf Werbeangebote eingehen. Besonders häufig dabei: Anrufe von Telefonanbietern, die Verbraucherinnen und Verbraucher zum Vertragsabschluss bewegen wollten oder den Kunden Verträge "unterschieben" wollen.

Zypries auf Konfliktkurs mit EU-Recht

Der vzbv und der Arbeitskreis Deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute (ADM) hatten Bundesjustizministerin Zypries im Juli aufgefordert, die unbefriedigende Situation durch geeignete Maßnahmen zu beenden. Als Reaktion äußerte die Ministerin jetzt zwar ihren Unmut über die Missachtung des Telefonwerbeverbots. Allerdings sieht sie Ministerin keinerlei Spielraum für schärfere Sanktionen: Sie lehnt einerseits die von vzbv und ADM vorgeschlagenen Maßnahmen ab, ohne selbst Alternativen für eine effektivere Durchsetzung des Verbots unerbetener Werbeanrufe anzuführen.

Nach Ansicht des vzbv wird diese Laissez-faire-Haltung zu Konflikten mit EU-Recht führen. So verlangt die EU-Richtlinie über unlautere Geschäftspraktiken von den Mitgliedsstaaten, bei aggressiven

Geschäftspraktiken "wirksame und abschreckende Sanktionen". Edda Müller: "Genau die aber fehlen in Deutschland bislang." Deutschland muss die EU-Richtlinie bis Juni 2007 in nationales Recht umsetzen. Der vzbv hält es für skandalös, dass das Bundesjustizministerium millionenfache Verstöße gegen ein Gesetz hinnimmt, ohne sich Gedanken über eine effektivere Rechtsdurchsetzung zu machen.

Die Forderungen der Verbraucherzentralen im Einzelnen:

- Wirksame Gewinnabschöpfung: Die Abschöpfung zu Unrecht erzielter Gewinne lässt sich bislang nur durchsetzen, wenn Verbraucherverbände beweisen, dass ein Unternehmen die Verbraucher vorsätzlich schädigen wollte. Diese hohe Hürde macht die Gewinnabschöpfung zum Placebo-Paragrafen - eine Gewinnabschöpfung muss bereits greifen, wenn ein Unternehmen grob fahrlässig gehandelt hat.
- Spürbare Sanktionen: Unerbetene Telefonwerbung sollte als Ordnungswidrigkeit gewertet und von der Bundesnetzagentur mit empfindlichen Bußgeldern geahndet werden können.
- Keine Vertragsbindung bei unzulässiger Werbung: Für Verträge, die auf illegalen Marketing- oder Werbepraktiken beruhen, muss das Wettbewerbsrecht dem einzelnen Verbraucher die Möglichkeit geben, den Vertrag aufzulösen und Schadensersatz zu fordern. Nur dies schafft einen wirksamen Anreiz, auf rechtswidrige Praktiken zu verzichten.

Hintergrundinformationen und Tipps, wie man sich gegen unerbetene Anrufe zur Wehr setzen kann, halten die Verbraucherzentralen bereit.

Quelle: www.vzbv.de

Veröffentlicht von:

RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)
Rechtsanwalt