

von Vanessa Ober

OLG Frankfurt a.M: Irreführung bei Nutzung von Pseudonym für Kundengespräche

Die telefonische Kontaktaufnahme mit bereits vorhandenen oder potenziellen Kunden gehört zum unternehmerischen Alltag und stellt ein wirksames Mittel der Absatzförderung dar. Regelmäßig nur durch eine vorherige ausdrückliche Einwilligung des Anschlussinhabers gerechtfertigt, unterstellen Verbraucher bei Anrufen zur Kundenakquise oder Kundenbetreuung vernünftigerweise die bekanntgegebene Identität des Anrufers als richtig. Dass es eine wettbewerbswidrige Irreführung darstellen kann, wenn Unternehmensmitarbeiter bei Kundengesprächen ein Pseudonym anstatt ihres richtigen Namens verwenden, entschied mit Urteil vom 16.05.2019 (Az. 6 U 3/19) jüngst das OLG Frankfurt a.M. Die IT-Recht Kanzlei stellt das Urteil vor.

I. Sachverhalt

Ein Mitbewerber rügte das Marktverhalten einer Energielieferungsfirma, nachdem aufgedeckt wurde, dass ein Mitarbeiter bei Werbeanrufen gegenüber Verbrauchern stets einen fiktiven Namen, ein Pseudonym, verwendete. Unter dem Vorwurf der Verschleierung der Identität sah der Kläger hierin eine Irreführung gemäß § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 3 UWG.

II. Rechtliche Würdigung

Das Oberlandesgericht gab der Klage statt und bejahte wegen der Verwendung eines Pseudonyms in Kundengesprächen eine identitätsbezogene Irreführung gemäß § 5 Abs. 1 Satz 2 Nr. 3 UWG.

Für die Bejahung des Irreführungspotenzials der falschen Namensangabe unerheblich sei, dass der Verbraucher im konkreten Fall möglicherweise (noch) kein Interesse an der Bekanntgabe des Realnamens habe, weil dieser in Anbetracht einer potenziell erst später entstehenden Geschäftsbeziehung noch nicht relevant sei.

Maßgebliches Kriterium für die Irreführung sei vielmehr ein objektives, stets immanentes Interesse daran, für den Fall späterer gerichtlicher Auseinandersetzungen im Zusammenhang mit dem Kundengespräch oder einer daraus entstehenden Geschäftsbeziehung den Gesprächspartner als geeigneten gerichtlichen Zeugen benennen zu können. Diese Möglichkeit sei indes nur gewährleistet, wenn der Realname des

Anrufers bekannt gegeben werde. Die Verwendung eines Pseudonyms mache die Identifikation des geschäftlich handelnden Anrufers als zeugnisgeeignete Person dahingegen regelmäßig unmöglich und erschwere die Beweisführung des Verbrauchers.

Daher werde die Irreführungsgefahr auch nicht dadurch beseitigt, dass der Anrufer bei sämtlichen Kundengesprächen stets dasselbe Pseudonym verwendet habe.

III. Fazit

Das OLG Frankfurt a.M. folgte bei seiner Urteilsfindung einer vorangegangenen Entscheidung des BGH über die Verwendung von fiktiven Namen bei geschäftlichen Telefonanrufen gegenüber Verbrauchern (Urteil vom 19.04.2018, Az.: I ZR 244/16).

Der BGH führte darin aus, dass zwar die Identität des anrufenden Mitarbeiters nicht von der Informationspflicht nach § 312a Abs.1 BGB umfasst sei. Bekanntgegeben werden müsse maßgeblich nur die Identität des Unternehmens, welchem der Mitarbeiter angehöre. Allerdings hatte der Senat auf ein von der Informationspflicht unabhängiges Irreführungspotenzial von Mitarbeiterpseudonymen in Kundengesprächen hingewiesen.

Unternehmer sowie deren Mitarbeiter sollten in Anbetracht der Entscheidung unbedingt davon absehen, bei Anrufen gegenüber Verbrauchern einen falschen Personennamen zu nennen, da nur die Bekanntgabe des Realnamens dem Angerufenen bei einer potenziellen gerichtlichen Auseinandersetzung eine effektive Beweisführung ermöglicht.

Autor:

Vanessa Ober

freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei