

Telefonwerbung

Ein Merkblatt der Industrie- und Handelskammer Hannover

Die Werbung per Telefon erlaubt eine Direktansprache von Kunden und ist daher als Werbemaßnahme beliebt. Allerdings sehen viele Angerufene diese Art der Werbung als störend an. Der Gesetzgeber hat daher für die Zulässigkeit von Telefonwerbung einen engen Rahmen abgesteckt und gegenüber Verbrauchern die Hürden immer wieder höher gesetzt. Das IHK-Merkblatt gibt einen Überblick über die Rechtslage.

Telefonwerbung gegenüber Verbrauchern

- **Ausdrückliche Einwilligung erforderlich**

Nicht erbetene Telefonanrufe gegenüber Verbrauchern werden generell als aufdringliche und belästigende Werbung angesehen und sind daher unzulässig. Mit dem Gesetz zur Bekämpfung unerlaubter Telefonwerbung von 2009 wurde ausdrücklich klargestellt, dass ein Telefonanruf nur zulässig ist, wenn der Verbraucher zeitlich **vor** dem Werbeanruf ausdrücklich eingewilligt hat. Nicht ausreichend ist es, wenn erst beim Anruf gefragt wird: "Sind Sie mit dieser Telefonwerbung einverstanden?" und erst dann oder erst am Ende des Telefongesprächs die Einwilligung erfolgt.

Für eine wirksame Einwilligung bedarf es eines sogenannten "Opt-in": Der Empfänger muss in die Werbung hineinoptieren, das heißt, sich bewusst für sie entscheiden. Dies ist zum Beispiel dadurch möglich, dass der Verbraucher ein vorbereitetes Kästchen mit dem Hinweis ankreuzt, dass seine Angaben zu Werbezwecken genutzt werden dürfen. Es sollte darauf geachtet werden, dass sich die Einwilligung später beweisen lässt. Vor allem bei Erklärungen über das Internet sollte durch eine Rückbestätigung des Empfängers sichergestellt werden, dass der Empfänger tatsächlich die Einwilligung erteilt hat (Double-Opt-in). Nicht ausreichend ist es aber, wenn neben dem Text der Einwilligungserklärung das Antwortkästchen bereits angekreuzt ist.

Eine vorformulierte Einwilligungserklärung in Allgemeinen Geschäftsbedingungen ist nicht zulässig. Für eine wettbewerbsrechtlich wirksame Einwilligung ist Voraussetzung, dass es sich um eine gesonderte Erklärung handeln muss, die sich nur auf die Werbung per Telefon beziehen darf und nicht gleichzeitig andere Erklärungen enthält, wie z. B. zum Datenschutz oder zur Einbeziehung von AGBs. Auch die Reichweite der Einwilligung und das Unternehmen, auf das sich die Einwilligung bezieht, müssen für den Verbraucher erkennbar sein. Das ist beispielsweise bei einer pauschalen Formulierung, wie „Ich bin einverstanden, dass ich telefonisch über interessante Angebote - auch durch Partnerunternehmen - informiert werde“ nicht mehr der Fall. Auch telefonische Kundenbefragungen, die im Auftrag eines Unternehmens hinsichtlich seiner erbrachten Leistungen durchgeführt werden, sind als Werbeanrufe einzustufen und bedürfen daher ebenfalls einer vorherigen ausdrücklichen Einwilligung des Kunden. Dies gilt auch im Fall einer Kundenbefragung anlässlich einer Kundenreklamation.

- **Informationspflichten**

Unternehmer müssen bereits zu Beginn des Telefongesprächs ihre Identität und den geschäftlichen Zweck des Anrufs offenlegen.

Bußgeld droht

Verstöße gegen das bestehende Verbot unerlaubter Telefonwerbung gegenüber Verbrauchern können mit einer Geldbuße bis zu 300.000 Euro geahndet werden. Dies gilt seit Oktober 2013 auch für Werbeanrufe, die mittels einer automatischen Anrufmaschine erfolgen. Bußgeldbehörde ist die Bundesnetzagentur.

Keine Rufnummernunterdrückung

Bei Werbeanrufen darf der Anrufer seine Rufnummer nicht unterdrücken, um seine Identität zu verschleiern. Dieses Verbot gilt nicht nur bei Werbeanrufen gegenüber Verbrauchern, sondern generell für alle Werbeanrufe, also auch gegenüber Unternehmen. Verstöße gegen dieses Verbot können von der Bundesnetzagentur mit einer Geldbuße bis zu 100.000 Euro geahndet werden.

Telefonwerbung gegenüber Unternehmen

Auch bei der Telefonwerbung gegenüber Unternehmen gilt der Grundsatz, dass eine vorherige Zustimmung des Angerufenen erforderlich ist. Allerdings ist hier keine ausdrückliche Zustimmung erforderlich, sondern es reicht bereits eine mutmaßliche Einwilligung aus. Auf eine mutmaßliche Einwilligung kann sich der Anrufer aber nicht berufen, wenn der Angerufene zuvor seine Ablehnung derartiger Anrufe zum Ausdruck gebracht hat, etwa durch seine Eintragung in der Telefon-Robinsonliste.

Nach der Rechtsprechung ist eine mutmaßliche Einwilligung dann anzunehmen, wenn aufgrund konkreter Umstände sowohl ein sachliches Interesse des Angerufenen am Inhalt des Telefonats als auch an der telefonischen Kontaktaufnahme besteht. Ein konkreter Grund kann in einem sachlichen Zusammenhang mit einer bestehenden Geschäftsbeziehung liegen. Auch wenn das angebotene Produkt zum Kernbereich des angerufenen Unternehmens gehört, eine besondere Eilbedürftigkeit gegeben ist oder wenn es sich um ein besonders günstiges Angebot handelt, kann dies ein Indiz für eine mutmaßliche Einwilligung sein. Das Risiko einer Fehleinschätzung trägt insoweit der Anrufer.

Nicht ausreichend für die Annahme einer mutmaßlichen Einwilligung sind Angebote, die für ein Unternehmen grundsätzlich nützlich sind, also z. B. für Büromaterial, Telefon- oder Internetanschluss usw. Auch eine angebliche oder tatsächliche Branchenüblichkeit begründet kein mutmaßliches Interesse; auch nicht das bloße Schweigen auf die briefliche Vorankündigung eines Anrufs.

Weitere Konsequenzen

Ebenso wie alle anderen unlauteren Werbemethoden begründet auch der Verstoß gegen die oben genannten Grundsätze der Werbung per Telefon einen wettbewerbs- bzw. zivilrechtlichen Unterlassungsanspruch oder sogar einen Schadenersatzanspruch gegen den Werbenden. Die Unterlassungsansprüche können zunächst im Wege der Abmahnung, in letzter Konsequenz aber auch gerichtlich geltend gemacht werden. Bereits das erste

Abmahnschreiben kann dazu führen, dass die bei Wettbewerbsvereinen entstandenen Kosten oder auch Anwaltskosten erstattet werden müssen, die sich im Fall einer gerichtlichen Geltendmachung weiter erhöhen. Verträge über Gewinnspieldienste können seit Inkrafttreten des Gesetzes gegen unseriöse Geschäftspraktiken im Oktober 2013 telefonisch nicht mehr wirksam geschlossen werden (§ 675 Abs. 3 BGB), sondern bedürfen der Textform (Brief, Fax, E-Mail).

Hinweis: Dieses Merkblatt soll - als Service Ihrer IHK Hannover - nur erste Hinweise geben und erhebt keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Es kann eine anwaltliche Beratung im Einzelfall nicht ersetzen. Obwohl es mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden

Stand: 02.04.2014

Autor

Jürgen Hahn, IHK Hannover, Schiffgraben 49, 30175 Hannover

Tel.: (0511) 3107 - 399

Fax: (0511) 3107 - 400

E-Mail: hahn@hannover.ihk.de