Telefonwerbung – nur mit Einwilligung

WETTBEWERB. Telefonwerbung zum Anpreisen von Waren und Dienstleistungen ist eine weit verbreitete Werbeform. Sie ist weniger aufwendig und damit kostengünstiger als das Versenden von Werbematerial per Post oder das persönliche Aufsuchen potenzieller Kunden. Telefonwerbung ist daher zu einem Massengeschäft geworden.

NICHT SELTEN fühlen sich die Empfänger durch diese Werbeform belästigt, wird doch dem Umworbenen ein Gespräch zu Werbezwecken aufgedrängt. Das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb erlaubt Telefonwerbung nur, wenn der Adressat zuvor dem werbenden Unternehmen sein Einverständnis in diese Werbeform erteilt hat (§ 7 UWG). Ohne Einverständnis ist diese Werbung unzulässig und wettbewerbswidrig. Sie wird auch durch eine nachträgliche Billigung oder Genehmigung des Angesprochenen nicht gerechtfertigt. Für den werbenden Unternehmer stellt sich daher die Frage, wie er an eine wirksame Einwilligung gelangen kann.

Foto: MEV-Verlag

Anforderungen an die Einwilligung

An eine wirksame Einwilligung stellt das Gesetz strenge Anforderungen. Der Unternehmer kann den potenziellen Kunden per Post anschreiben und dem Brief einen Vordruck mit einer Einwilligungserklärung beilegen. Diese muss unterschrieben zurückgeschickt werden. Auch in einem persönlichen Gespräch kann der Umworbene dazu bewegt werden, eine derartige Einwilligungserklärung zu unterzeichnen.

Schon aus Beweisgründen sollte der werbende Unternehmer auf eine schriftliche Einwilligungserklärung Wert legen. Im Streitfall muss er beweisen, dass der Angerufene zuvor eine wirksame Einwilligung erteilt hat. Nicht ausreichend ist eine Einwilligungserklärung, die innerhalb Allgemeiner Geschäftsbedingungen abgedruckt ist. Auch eine Erklärung auf einer Teilnahmekarte für ein Gewinnspiel, die vom Teilnehmer angekreuzt und unterschrieben wird, ist als nicht wirksam beurteilt worden.

Fälle ohne wirksame Einwilligung

Entscheidend ist, dass der Umworbene sein Einverständnis dem werbenden Unternehmen gegenüber erklärt hat. Daraus ergibt sich, dass gekaufte Adressen mit Telefon- und Telefaxnummern sowie E-Mail-Adressen in der Regel wertlos sind.

Ein wirksames Einverständnis fehlt in folgenden Fällen: Bei der Angabe von Telefonnummern in eigenen Werbeanzeigen des Umworbenen oder in Branchenbüchern, und wenn der Angerufene vorherige Werbeanrufe nicht beanstandet hat.

Auch ein Call-Center sollte sich vor telefonischer Kontaktaufnahme von seinem Auftraggeber die entsprechenden Einwilligungen der anzurufenden Personen vorlegen lassen, um sich nicht selbst dem Vorwurf des Betreibens belästigender Telefonwerbung auszusetzen.

u **INFORMATION:** Wettbewerbszentrale, Rechtsanwalt Peter Solf, Landgrafenstraße 24 B, 61348 Bad Homburg v. d. H., Telefon: 06172 121573, Fax: 06172 121599, E-Mail: mail@wettbewerbszentrale.de

Sonderfall: Telefonwerbung gegenüber Unternehmen

● Telefonwerbung gegenüber Unternehmen ist auch bei einem vermuteten Einverständnis oder einer mutmaßlichen Einwilligung zulässig. Davon ist auszugehen, wenn zwischen dem Anrufer und dem Angerufenen bereits eine Geschäftsbeziehung tatsächlich besteht. Nicht ausreichend ist, dass die anzubietenden Waren oder Dienstleistungen einen allgemeinen Bezug zum Geschäftsbetrieb des Angerufenen haben. Ein Papierwarenhändler kann also nicht seine Waren per Telefon einem anderen Unternehmen anbieten, weil das angerufene Unternehmen für seine Tätigkeit auch Papier benötigt.

Die Wettbewerbszentrale

● Die Wettbewerbszentrale ist die größte und einflussreichste Selbstkontrollinstitution für fairen Wettbewerb. Als branchenübergreifende und unabhängige Institution der deutschen Wirtschaft unterstützt sie den Gesetzgeber als neutraler Ratgeber bei der Gestaltung des Rechtsrahmens für den Wettbewerb, bietet umfassende Informationsdienstleistungen rund um das Wettbewerbsrecht, berät ihre Mitglieder in allen rechtlichen Fragen des Wettbewerbs und setzt als Hüter des Wettbewerbs die Spielregeln im Markt – notfalls per Gericht – durch. Getragen wird die gemeinnützige Organisation von mehr als 1.200 Unternehmen und über 600 Kammern und Verbänden der Wirtschaft.

u www.wettbewerbszentrale.de

„Recht und Finanzen" weiter auf Seite 30 ● ● ●