
Telekommunikation

Christina Kiel, Büro Bad Homburg

Die Nutzung von Smartphones in Deutschland wächst laut einer Umfrage des Digitalverbandes Bitkom jährlich immer weiter an (abrufbar unter <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Mobile-Steuerungs-zentrale-fuer-das-Internet-of-Things.html>). Im Vergleich zum Vorjahr stieg die Zahl der Nutzer um 4% auf inzwischen 54 Millionen der Deutschen im Alter ab 14 Jahren. Ob zum Telefonieren, im Internet surfen oder Nachrichten versenden, dem Gerät kann eine zunehmende Bedeutung im beruflichen und privaten Alltag beigemessen werden.

Im Berichtsjahr 2017 gab es eine EU-weite Neuerung für Mobilfunkkunden: Die Abschaffung der Roaminggebühren innerhalb der EU ab dem 15. Juni 2017. Für die meisten Mobilfunkkunden bedeutet dies, dass Telefonate, SMS und Internetnutzung nun zu den gleichen Bedingungen im EU-Ausland möglich sind, wie auch im Inland. Geregelt ist dies in Art. 6a der Verordnung (EU) Nr. 531/2012 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 13. Juni 2012 über das Roaming in öffentlichen Mobilfunknetzen in der Union (ABl. 172/10). Der Europäische Gesetzgeber sieht darin einen wichtigen Schritt Richtung digitalen Binnenmarkt (siehe auch News vom 14.06.2017, abrufbar unter https://www.wettbewerbszentrale.de/de/aktuelles/_news/?id=2874).

Für die Telekommunikationsbranche relevant trat am 1. Juni 2017 die erste Stufe der von der Bundesnetzagentur erlassenen Transparenzverordnung für den Telekommunikationsbereich (TK-Transparenzverordnung) in Kraft (siehe auch dazu News vom 23.12.2016, abrufbar unter: [\[branchen/tk/aktuelles/_news/?id=2798\]\(https://www.wettbewerbszentrale.de/de/branchen/tk/aktuelles/_news/?id=2798\); News vom 31.05.2017, abrufbar unter: \[https://www.wettbewerbszentrale.de/de/branchen/tk/aktuelles/_news/?id=2865\]\(https://www.wettbewerbszentrale.de/de/branchen/tk/aktuelles/_news/?id=2865\)\). In der ersten Stufe wurden Telekommunikationsanbieter verpflichtet, für den Verbraucher leicht zugängliche und verständliche Informationen über Telekommunikations- und Internetdienstleistungen bereitzustellen. Dies muss für alle Angebote, die gegenüber Verbrauchern vermarktet werden, mittels eines so genannten Produktinformationsblattes geschehen \(§ 1 Abs. 1 S. 1 TK-TransparenzV\). Am 1. Dezember 2017 trat nun die zweite Stufe der Verordnung in Kraft, wonach auf den Rechnungen weitere Informationen erbracht werden müssen \(siehe dazu News vom 01.12.2017, abrufbar unter: \[https://www.wettbewerbszentrale.de/de/aktuelles/_news/?id=2937\]\(https://www.wettbewerbszentrale.de/de/aktuelles/_news/?id=2937\)\). Dazu gehört beispielsweise die Angabe der Kündigungsfrist und des letzten Kalendertages, an dem die Kündigung eingehen muss, um eine Vertragsverlängerung zu verhindern \(§ 5 S. 1 Nr. 3 TK-TransparenzV\). Aus der Tätigkeit der Wettbewerbszentrale lässt sich feststellen, dass die Umsetzung der neuen Verordnung in der Praxis seit Juni 2017 kaum Schwierigkeiten bereitet hat. Ob für die neuen Informationspflichten, die ab Dezember 2017 gelten, das gleiche zu berichten sein wird, bleibt abzuwarten.](https://www.wettbewerbszentrale.de/de/</p></div><div data-bbox=)

Schwerpunkt der Beschwerden im Bereich der Telekommunikation bildeten auch dieses Jahr irreführende Werbeaussagen im Zusammenhang mit Internet- oder Mobilfunkangeboten.

Getarnte Briefwerbung

Ein Fall, der in der Öffentlichkeit große Beachtung fand, betraf eine Briefwerbung von Vodafone Kabel Deutschland. Die Wettbewerbszentrale erreichten im Januar 2017 zahlreiche Beschwerden von Verbrauchern und aus Wirtschaftskreisen zu amtlich aufgemachten Postsendungen des Kabelnetzbetreibers. Eine vom Unternehmen versandte, rosafarbene Postkarte war mit dem Stempel zu einem „Wiederholten Zustellversuch“ versehen und wies unter Fristsetzung zum dringenden Rückruf an. Grund dafür sollte eine Neuerung der Telefon- und Internettechnologie an der Adresse des Angeschriebenen sein. Nach Ansicht der Wettbewerbszentrale suggerierte diese Postkarte in irreführender Weise eine drohende Veränderung der Internet- oder TV-Versorgung. Tatsächlich handelte es sich um ein bloßes Werbeschreiben (siehe dazu ausführlich Pressemitteilung vom 03.02.2017, abrufbar unter: https://www.wettbewerbszentrale.de/de/_pressemittellungen/?id=293; F 7 0012/17). Das Unternehmen hat sich nach dem Tätigwerden der Wettbewerbszentrale zur Unterlassung verpflichtet.

Irreführende Preiswerbung

Auch für den Telekommunikationsmarkt sind Preisvergleichsplattformen beliebt. Verbraucher können anhand individueller Suchkriterien Angebote unterschiedlicher Telekommunikationsanbieter vergleichen. In einem Fall der Wettbewerbszentrale hat ein namhaftes Portal beim Preisvergleich von Prepaid-Tarifen innerhalb der Suchergebnisse einen Tarif von 28 Tagen innerhalb von 1-Monats-Tarifen aufgeführt und damit Leistungen und Preis unterschiedlich lang laufender Tarife miteinander verglichen. Diese Darstellung war nicht nur für den interessierten Kunden irreführend. Auch stellte die Darstellung eine Beeinträchtigung von Mitbewerbern dar, deren Tarifangebot mit mehr Leistung (1 Monat statt 28 Tage) preislich unter dem 28-Tage-Angebot gerankt war. Die Plattformbetreiber

reagierten schnell und änderten die Ergebnisdarstellung. Die Angelegenheit konnte mit Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung erfolgreich außergerichtlich beigelegt werden (F 7 0102/17).

In vergangenen Jahresberichten wurde bereits über die Tätigkeit der Wettbewerbszentrale in Bezug auf sogenannte Datenautomatiken informiert (siehe auch Jahresbericht 2014, S. 134 und Jahresbericht 2016, S. 67). Die Datenautomatik ist ein Tarifbestandteil, der eine automatische, kostenauslösende Zubuchung von Datenvolumen verursacht, wenn ein bestimmtes Datenvolumen verbraucht wurde. Einem Fall, den nun das OLG Düsseldorf als Berufungsinstanz zu entscheiden hat, liegt die Tarif-Werbung eines Telekommunikationsanbieters zugrunde, der nach Ansicht der Wettbewerbszentrale nicht ausreichend transparent über die Kosten der Datenautomatik informiert hat. Unmittelbar in der Angebotswerbung befand sich kein Hinweis auf weitere Kosten. Das LG Düsseldorf gab der Klage der Wettbewerbszentrale statt und verpflichtete das beklagte Unternehmen zur Unterlassung (Urteil vom 12.05.2017, Az. 38 O 138/16; F 7 0161/16). Das Gericht war der Ansicht, dass ein deutlich erkennbarer Hinweis darauf fehle, dass sich die Monatsbeiträge ohne aktives Handeln des Kunden um feste Beträge nach Verbrauch des jeweils gebuchten Datenvolumens erhöhen. Es bleibt nun abzuwarten, wie das OLG Düsseldorf entscheiden wird.

Angaben über Verfügbarkeit

Das Erscheinen neuer Smartphones von bekannten Herstellern ist für Online-Shop-Betreiber häufig Anlass, Vorbestellungen anzubieten. Im Rahmen der Werbung ist darauf zu achten, dass nicht der unzutreffende Eindruck entsteht, das Smartphone sei bereits bei einem Anbieter verfügbar. In einem von der Wettbewerbszentrale beanstandeten Fall fand sich innerhalb von Google-Suchergebnissen in Bezug auf das Samsung Galaxy S 8 Edge folgende Werbeaussage eines Mobilfunkanbieters zu diesem Smartphone: *„mit Vertrag so günstig wie noch nie mit Allnet Flat Tarif von Vodafone, O2 Base oder Otelio bestellen und sparen“*. Diese Aussagen wurden durch den Shop-Betreiber in der

Beschreibung der Unterseite im Seitenquelltext innerhalb sogenannter Meta-Elemente festgesetzt. Tatsächlich war in diesem Shop das – zum Zeitpunkt der Beschwerde von Seiten des Herstellers noch nicht erhältliche – Smartphone weder bestellbar noch verfügbar. Das Unternehmen verpflichtete sich nach Beanstandung durch die Wettbewerbszentrale zur Unterlassung dieser irreführenden Angaben (F 7 0025/17; siehe dazu News vom 10.04.2017, abrufbar unter: https://www.wettbewerbszentrale.de/de/aktuelles/_news/?id=2843).

Telefonwerbung

Im Berichtsjahr gingen bei der Wettbewerbszentrale zudem vermehrt Beschwerden über Telefonwerbung ein. Gegenüber Verbrauchern ist Telefonwerbung nur mit deren vorheriger ausdrücklicher Einwilligung zulässig (§ 7 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 2 UWG). Aber auch Telefonwerbung im B2B Bereich setzt eine zumindest mutmaßliche Einwilligung voraus. Entgegenstehende Praxis hat die Wettbewerbszentrale erfolgreich beanstandet (F 7 0035/17, F 7 0064/17 u.a.).

Werbung mit „0 € Zuzahlung“

Der Bundesgerichtshof hat mit Beschluss vom 30.11.2017 (Az. I ZR 62/17; F 7 0074/15) die Nichtzulassungsbeschwerde eines Unternehmens, das über eine Internetplattform den Abschluss von Verträgen zwischen Verbrauchern und Mobilfunkdienstleistungsunternehmen vermittelt, gegen das von der Wettbewerbszentrale erstrittene Urteil des OLG Düsseldorf (Urteil vom 09.03.2017, Az. I-20 U 46/16) zurückgewiesen (siehe dazu News vom 14.12.2017, abrufbar unter: https://www.wettbewerbszentrale.de/de/home/_news/?id=2945). Der Plattformbetreiber hatte mit der Aussage „0 € Zuzahlung“ für einen Mobilfunkvertrag mit Smartphone geworben. Besonderheit war, dass die Käufer dieses Angebots jedoch zunächst eine Zahlung in Höhe von 33,90 Euro bzw. 1,00 Euro an ihre Vertragspartner (den Mobilfunkanbieter) zu leisten hat-

ten, bevor das werbende, vertragsvermittelnde Unternehmen mehrere Wochen nach Vertragsbeginn diese Zuzahlung zurückerstattete. Sowohl das Landgericht wie auch das Oberlandesgericht Düsseldorf sahen in der von der Wettbewerbszentrale beanstandeten Werbung eine relevante Irreführung der Verbraucher. Begründet wurde dies unter anderem mit dem Unterschied, ob zunächst Zahlungen an einen Mobilfunkdienstleister zu leisten seien oder nicht, auch wenn Dritte versprechen würden, diese Zahlungen später zu erstatten. Aus Sicht des Verbrauchers bestehe das Risiko, dass es sich bei dem Vermittler um ein nicht vertrauenswürdigen Unternehmen handeln könne. Und anders als in Fällen, in denen er keine Zuzahlung zu leisten habe, habe er den Erfolg der Rückzahlung zu überwachen und müsse notfalls seine Ansprüche gerichtlich durchsetzen.