
Telekommunikation

Elvira Schad, Büro Dortmund

Irreführende Preiswerbung

Den überwiegenden Teil der Beanstandungen in dem Branchenbereich Telekommunikation machen irreführende Preiswerbungen aus.

Für Verbraucher sind diese Wettbewerbsverstöße mitunter gar nicht erkennbar. So warb ein Unternehmen in kurzen Abständen immer wieder mit zeitlich befristeten Preisvorteilen wie Sparangeboten für den Abschluss von Laufzeitverträgen für Internet und Telefonie wie z. B. „MEGA-DEAL nur für kurze Zeit extrem günstig!“ und stellte einen höheren Bezugspreis dem aktuellen Preis gegenüber. Tatsächlich war dieses Angebot gar kein besonders preisgünstiges Angebot mit einer Gültigkeit für nur kurze Zeit. Wie eine Prüfung durch die Wettbewerbszentrale auch der Werbemaßnahmen aus den vorausgegangenen Monaten ergab, wurde dieses Angebot bereits seit mehreren Monaten immer wieder mit kurzen Zeitabständen und unter verschiedenen Aktionsbezeichnungen beworben. Der höhere Preis wurde vor der angeblichen Preisherabsetzung entweder gar nicht oder nicht ernsthaft von den Kunden über einen längeren Zeitraum gefordert. Die Preisangabe diente lediglich dem Zweck, eine Preisreduzierung zu suggerieren. Diese Preisschaukelei wurde erfolgreich wegen irreführender Mondpreiswerbung beanstandet. Das Unternehmen stellte die Werbung ein und gab eine Unterlassungserklärung ab (DO 1 0001/19).

Auch in dem zweiten Fall konnte die irreführende Preiswerbung nur aufgedeckt werden durch Recherche und Vergleich von alten und künftig geltenden Preislisten und Berechnung der künftigen Preise. Ein Anbieter von Telekommunikationsdiensten warb mit einer Preisherabsetzung seiner „Preise für Anrufe und SMS aus Deutschland zu weltweit über 170 Ländern“. Tatsächlich konnte ihm nachgewiesen werden, dass die neuen Entgelte nicht durchweg zu einer Preisreduzierung, sondern teilweise sogar zu einer Preiserhöhung führten. Auch dieses Unternehmen beseitigte die Werbung nach Abmahnung durch die Wettbewerbszentrale und gab eine Unterlassungserklärung ab (siehe auch News unter https://www.wettbewerbszentrale.de/de/branchen/tk/aktuelles/_news/?id=3209; DO 1 0173/19).

Immer wieder erreichen die Wettbewerbszentrale Beschwerden bezogen auf die Werbung für Internettarife mit Bandbreiten und Preisen, zu welchen die beworbenen Leistungen gar nicht erhältlich sind. Ein Anbieter von Telekommunikationsdiensten warb z. B. für verschiedene Tarifangebote mit einer Bandbreite von 100 Mbit/s für 24,95 Euro/Monat. Tatsächlich mussten die Kunden jeweils einen Aufpreis von 15 Euro zahlen, wenn sie diese Bandbreite bestellen wollten. Auch dieser Fall konnte erfolgreich mit Abgabe einer Unterlassungserklärung eingestellt werden (DO 1 0156/19).

Ein Pay-TV-Sender warb für ein Abonnement von Fußballsendungen mit der Angabe: Alle Ligaspiele zum Preis ab 24,95 Euro, gleichzeitig bildete er die Logos von verschiedenen Ligaverbänden wie UEFA Champions League, DFB Pokal ab und listete diese auch unter der Preisangabe auf. Für den angegebenen Preis

gab es aber nur ein Abonnement für die Fußballbundesligaspiele. Da das Unternehmen auf die Abmahnung wegen Irreführung nicht mit Abgabe der Unterlassungserklärung reagierte, erhob die Wettbewerbszentrale Klage bei dem Landgericht München I (LG München I, Az. HK O 16466/19; DO 1 0427/19).

Irreführung über Eigenschaften des Angebots

Gutscheine als Lockmittel für die Rückgewinnung von Kunden sind wichtige und zulässige Marketinginstrumente, vorausgesetzt der Unternehmer hält sich an die gesetzlichen Vorgaben. Ein Pay-TV-Sender warb im Rahmen einer Kundenrückgewinnaktion mit einem Gutschein für den sechsmonatigen kostenlosen Empfang des Senders DAZN bei Abschluss eines neuen TV-Abonnements. Dabei wurde eine Einlösefrist von 12 Monaten versprochen. Im Rahmen der Vertragsbestätigung kürzte der Sender allerdings den Einlösezeitraum für den Gutschein von 12 auf 2 Monate ab. Bei einer Einlösefrist von 12 Monaten hätten sich die Kunden die für sie interessantesten Ligaspiele aussuchen können. Eine solche irreführende Werbung ist in hohem Maße geeignet, den Abschluss von TV-Abonnementverträgen zu fördern. Im Rahmen einer gerichtlichen Auseinandersetzung ließ es der Pay-TV-Sender auf ein Versäumnisurteil ankommen (LG München I, Versäumnisurteil vom 13.09.2019, Az. 17 HK O 10549/19; DO 1 0059/19; siehe auch News unter https://www.wettbewerbszentrale.de/de/aktuelles/_news/?id=3251).

Routerzwang

Im Jahr 2016 wurde durch eine Gesetzesänderung der sogenannte Routerzwang abgeschafft. Die Kunden haben seither freie Wahl bei den Endgeräten. Nach § 41b Abs. 1 S. 2 TKG darf ein Verkäufer zwar Kunden eigene Router anbieten, diese dürfen aber nicht zwingend zur Nutzung vorgeschrieben werden. Bereits in

2017 verklagte die Wettbewerbszentrale einen Anbieter von Telekommunikationsdiensten, da dieser nach Auffassung der Wettbewerbszentrale im Rahmen eines Bestellprozesses einen Router zwingend zur Nutzung vorschrieb, indem er im Bestellprozess angab: „Sie haben die Wahl ... zu dem gewählten DSL-Tarif benötigen Sie eines der folgenden Geräte“. Zur Auswahl wurden Eigengeräte des Anbieters gestellt. Die Wettbewerbszentrale sah hierin einen Verstoß gegen die obige Vorschrift, die auch eine Marktverhaltensregelung im Sinne von § 3a UWG darstellt. Das Landgericht Koblenz hatte mit Urteil vom 09.07.2019, Az. 1 HK O 92/17, den Unterlassungsanspruch der Wettbewerbszentrale bejaht. Zwischenzeitlich hat die Beklagte Berufung zum Oberlandesgericht Koblenz eingereicht. Mit einer Entscheidung wird in 2020 gerechnet.

Vergleichsportale

Die Wettbewerbszentrale hat im Berichtsjahr die Preisdarstellungen für Mobilfunkdienstleistungen auf den Vergleichsportalen Check24 und Verivox unter verschiedenen Gesichtspunkten wegen Irreführung beanstandet. In beiden Portalen wurden Preise als Durchschnitt pro Monat bezeichnet, die aus verschiedenen Optionen ermittelt wurden. Für die Kunden war allerdings nicht transparent, dass es sich bei diesem Preis nicht um einen tatsächlichen Durchschnittspreis handelt, der auf jeden Fall erzielt wird, sondern lediglich um eine Option. Die in den angezeigten Durchschnittspreisen eingerechneten Preisbestandteile waren nur unter den von den Anbietern der Telekommunikationsdienste vorgegebenen Bedingungen realisierbar. In beiden Fällen hat die Wettbewerbszentrale eine Abmahnung wegen Irreführung ausgesprochen. Außerdem bewarben beide Vergleichsportale Bonuszahlungen in Form von Cashbacks. Die Cashback-Zahlungen von Check24 waren an Bedingungen gebunden, die teils widersprüchlich und schwer realisierbar waren. Check24 hat dies unmittelbar geändert. Beide Unternehmen haben sich nach Abmahnung sehr kooperativ gezeigt und die Portalseiten vollständig überarbeitet. Nunmehr werden die Interessenten direkt schon auf der ersten Vergleichsangebotsseite über die

Zusammensetzung der als Durchschnitt bezeichneten Preise und die Bedingungen der Einlösung sowie die Realisierbarkeit informiert (DO 1 0048/19; DO 1 0069/19).

Grundsatzverfahren Vertragslaufzeit von Kabel-TV-Anschlüssen

In dem Jahresbericht 2018 berichteten wir auf Seite 70 über ein laufendes Grundsatzverfahren der Wettbewerbszentrale. In diesem Verfahren soll die Frage geklärt werden, ob Kabel-TV-Anschlussverträge, die Bestandteil von Mietverträgen sind, an die Dauer der Laufzeit des Mietvertrages gebunden werden dürfen oder nach spätestens 2 Jahren von den Mietern gekündigt werden können. Die Anbieter von Telekommunikationsdiensten dürfen mit Verbrauchern keine Verträge mit einer längeren Laufzeit als 24 Monate schließen. Das Landgericht Essen vertritt die Auffassung, bei der Vermieterin, einer Wohnungsbaugesellschaft, handele es sich nicht um einen Anbieter von Telekommunikationsdiensten und wies die Klage ab. Die Wettbewerbszentrale hat Berufung zum Oberlandesgericht Hamm eingelegt, über die das Gericht voraussichtlich in 2020 entscheiden wird (LG Essen, Urteil vom 31.05.2019, Az. 45 O 72/18 – nicht rechtskräftig; OLG Hamm Az. I-4 U 82/19; DO 1 0383/18).

Gesetzliche Rahmenbedingungen

Im Telekommunikationsbereich bestimmt unter anderem das Telekommunikationsgesetz (TKG) den Rechtsrahmen für elektronische Kommunikationsnetze und –dienste. Der deutsche Gesetzgeber muss bis zum 21.12.2020 den Europäischen Kodex für elektronische Kommunikation (EKEK) durch Änderung des TKG umsetzen. Dieser wird die bisherigen Richtlinien: Rahmenrichtlinie 2002/21/EG, Genehmigungsrichtlinie 2002/20/EG, Zugangsrichtlinie 2002/19/EG,

Universaldienstrichtlinie 2002/22/EG und Datenschutzrichtlinie 2002/58/EG – ablösen. Nach Art. 101 wird mit dem EKEK eine beschränkte Vollharmonisierung der Endnutzerrechte angestrebt. Die Änderungen im TKG könnten auch Anpassungen von Informationsrechten, Vertragslaufzeiten und Kündigungen sein. Weitere Informationen sind zu finden in dem Eckpunktetpapier zur TKG-Novelle 2019, 21. Februar 2019 BMWi, Abteilung VI – Digital- und Innovationspolitik, BMVI, Abteilung DG – Digitale Gesellschaft. Dort wird unter anderem auch ausgeführt, dass in Umsetzung von Art. 105 sichergestellt werden muss, dass keine Hindernisse zur Durchsetzung von Verbraucherrechten wie Anbieterwechsel oder Vertragsbeendigung bestehen dürfen. Dies könnte sich auf die vertragliche Bindung von Mietern an Kabel-TV-Anschlussverträge für die Dauer des Mietvertrages ohne Kündigungsmöglichkeit auswirken (siehe Grundsatzverfahren).

Quelle: Auszug aus dem Jahresbericht der Wettbewerbszentrale 2019, im Volltext abzurufen unter www.wettbewerbszentrale.de