

## +Vorblatt

### Probleme und Ziele:

Anrufe zu Werbezwecken ohne vorherige Einwilligung des Teilnehmers (cold calling) sind bereits derzeit auf Grund von § 107 TKG 2003 unzulässig, werden in der Praxis dennoch immer wieder zur Neukundenwerbung eingesetzt. Die Anzahl der bei den Fernmeldebehörden angezeigten Übertretungen dieser Norm ist in den vergangenen drei Jahren um mehr als 100% gestiegen (von rund 500 im Jahr 2007 auf etwa 600 in den ersten 5 Monaten von 2010). Da die meisten Übertretungsfälle jedoch erfahrungsgemäß nicht zu einer formellen Anzeige führen, ist von einer beträchtlichen Dunkelziffer auszugehen.

Unverlangte Werbeanrufe sind in mehrfacher Hinsicht überaus problematisch.

Vornehmlich ältere Personen sind überfordert, und werden durch verkaufsgeschulte Anrufer in die Irre geführt. Nicht zuletzt bedeuten derartige Werbeanrufe auch einen Eingriff in das Recht auf Privatsphäre der Angerufenen.

Dieser Entwurf versteht sich als telekom-rechtlicher Teil der Lösung des Problems der Werbeanrufe ohne vorherige Einwilligung des Teilnehmers (cold calling) und dient der Unterstützung der Umsetzung der Vorgaben im Regierungsprogramm betreffend Maßnahmen zur Verbesserung der Konsumenteninteressen. Für Verträge, die im Rahmen von unerbetenen Werbeanrufen geschlossen werden, ist hier eine zivilrechtliche Lösung vorgesehen, welche vom Regelungsinhalt des Konsumentenschutzgesetzes umfasst sein soll.

Anonymes Auftreten ist ein häufiger unseriöser Aspekt von Telefonmarketing. Da betroffene Teilnehmer keine verwertbaren Strafanzeigen erstatten können, entziehen sich die Initiatoren der Anrufe damit erfolgreich der Rechtsverfolgung. Eine Offenlegung des Namens oder der Firma des Unternehmers sowie des geschäftlichen Zwecks des Gesprächs ist bereits nach den Bestimmungen des Fernabsatzrechtes zwingend und ein Zuwiderhandeln mit Verwaltungsstrafe bedroht. Diese Bestimmungen sollen nun durch korrespondierende Bestimmungen im TKG 2003 gestützt werden.

Zu diesem Zweck soll die Unterdrückung und Verfälschung der Rufnummernanzeige untersagt werden.

### Inhalt:

Zur Eindämmung der Problematik sieht dieser Entwurf vor:

- Verbot der Unterdrückung und Verfälschung der Rufnummernanzeige
- Anpassung der möglichen Geldstrafen bei unzulässigen Werbeanrufen und der Rufnummernunterdrückung

### Alternativen:

Keine.

### Auswirkungen des Regelungsvorhabens:

#### – Finanzielle Auswirkungen:

Keine.

#### – Wirtschaftspolitische Auswirkungen:

##### – Auswirkungen auf die Beschäftigung und den Wirtschaftsstandort Österreich:

Keine

##### – Auswirkungen auf die Verwaltungskosten für Bürger/innen und für Unternehmen:

Keine

##### – Auswirkungen in umweltpolitischer Hinsicht, insbesondere Klimaverträglichkeit:

Keine

##### – Auswirkungen in konsumentenschutzpolitischer sowie sozialer Hinsicht:

Verbesserung der rechtlichen Position von Verbraucherinnen und Verbrauchern

##### – Geschlechtsspezifische Auswirkungen:

Keine

**Verhältnis zu Rechtsvorschriften der Europäischen Union:**

Die vorgesehenen Regelungen fallen nicht in den Anwendungsbereich des Rechts der Europäischen Union.

**Besonderheiten des Normerzeugungsverfahrens:**

Keine.

## **Erläuterungen**

### **Allgemeiner Teil**

Anrufe zu Werbezwecken ohne vorherige Einwilligung des Teilnehmers (cold calling) sind bereits derzeit auf Grund von § 107 TKG 2003 unzulässig, werden in der Praxis dennoch immer wieder zur Neukundenwerbung eingesetzt. Die Anzahl der bei den Fernmeldebehörden angezeigten Übertretungen dieser Norm ist in den vergangenen drei Jahren um mehr als 100% gestiegen (von rund 500 im Jahr 2007 auf etwa 600 in den ersten 5 Monaten von 2010). Da die meisten Übertretungsfälle jedoch erfahrungsgemäß nicht zu einer formellen Anzeige führen, ist von einer beträchtlichen Dunkelziffer auszugehen.

Unverlangte Werbeanrufe sind in mehrfacher Hinsicht überaus problematisch und werden, wie sich in der Praxis zeigt, von unseriösen Firmen für die Vertragsakquisition oder das Erschleichen von Kundendaten und Kontonummern verwendet. Konsumentinnen und Konsumenten werden dabei allzu oft durch verkaufsgeschulte Anrufer in die Irre geführt. Nicht zuletzt bedeuten derartige Werbeanrufe ohne Einwilligung auch einen Eingriff in das Recht auf Privatsphäre der Angerufenen. Unerwünschte Werbeanrufe sind keinesfalls Anrufe von Unternehmen, mit denen der Konsument ein aufrechtes, rechtsgültig zustande gekommenes Vertragsverhältnis hat und denen er gestattet hat, ihn mittels Telefonmarketing zu kontaktieren.

Dieser Entwurf versteht sich als telekom-rechtlicher Teil der Lösung des Problems der Werbeanrufe ohne vorherige Einwilligung des Teilnehmers (cold calling) und dient der Unterstützung der Umsetzung der Vorgaben im Regierungsprogramm betreffend Maßnahmen zur Verbesserung der Konsumenteninteressen. Für Verträge, die im Rahmen von unerbetenen Werbeanrufen geschlossen werden, ist hier eine zivilrechtliche Lösung vorgesehen, welche vom Regelungsinhalt des Konsumentenschutzgesetzes umfasst sein soll.

### **Besonderer Teil**

#### **Zu 107 Abs. 1a:**

Anonymes Auftreten ist ein häufiger unseriöser Aspekt von Telefonmarketing. Da betroffene Teilnehmer keine verwertbaren Strafanzeigen erstatten können, entziehen sich die Initiatoren der Anrufe damit erfolgreich der Rechtsverfolgung. Eine Offenlegung des Namens oder der Firma des Unternehmers sowie des geschäftlichen Zwecks des Gesprächs ist bereits nach den Bestimmungen des Fernabsatzrechtes zwingend und ein Zuwiderhandeln mit Verwaltungsstrafe bedroht. Diese Bestimmungen sollen nun durch korrespondierende Bestimmungen im TKG 2003 gestützt werden.

Zu diesem Zweck soll die Unterdrückung und Verfälschung der Rufnummernanzeige untersagt werden.

#### **Zu § 109 Abs. 3 Z 19a:**

Diese Bestimmung dient der Sanktionierung von Verstößen gegen den neuen § 107 Abs. 1a.

#### **Zu § 109 Abs. 4 Z 8:**

Das Zuwiderhandeln gegen § 107 Abs. 1 war bereits bislang mit Verwaltungsstrafe bedroht. In Anbetracht der Schwere dieser Vergehen soll der Strafrahmen angehoben und damit die Möglichkeit geschaffen werden, Geldstrafen bis zu einer Höhe von 58 000 Euro auszusprechen.

#### **Zu § 137 Abs. 3:**

Dieses Bundesgesetz soll zeitgleich mit der korrespondierenden Novelle des Konsumentenschutzgesetzes in Kraft treten.