

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 Vertragsacquisition, oder das Erschleichen von Kundendaten und Kontonummern verwendet. Verbraucherinnen und Verbraucher werden dabei allzu oft durch verkaufsgeschulte Anrufer in die Irre geführt. Oftmals bleibt strittig, ob am Telefon dem Abschluss eines Vertrages oder lediglich der Zusendung weiterer Informationen zugestimmt wurde. Betroffene müssen Rechtsauskünfte einholen und beträchtliche Aktivitäten zur Abwehr von Zahlungsaufforderungen und zur Rückbuchung zu Unrecht abgebuchter Beträge setzen. Aufgrund der Unklarheit zur vertraglichen Bindung sind die Verbraucherinnen und Verbraucher eindringlichen Eintreibungsmaßnahmen ausgesetzt und neigen dazu, im Zweifel zu bezahlen. Unerwünschte Werbeabrufe sind keinesfalls Anrufe von Unternehmen, mit denen der Verbraucher ein aufrechtes, rechtsgültig zustande gekommenes Vertragsverhältnis hat und denen er gestattet hat, ihn mittels Telefonmarketing zu kontaktieren. 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, bei Verträgen, die im Rahmen von unerbetenen Werbeanrufen geschlossen werden. Verträge, welche unter solchen Umständen zustande kommen, sollen gemäß den Vorgaben des Regierungsprogramms nichtig oder bis zur schriftlichen Bestätigung durch den Kunden schwebend unwirksam sein und vom Regelungsinhalt des KonsumentenschutzG umfasst sein.

Besonderer Teil

Zu 107 Abs. 1 und 2:

Zustimmungserklärungen zur Datennutzung und Datenübermittlung an Dritte finden sich im Kleingedruckten von Teilnahmebedingungen an Gewinnspielen, Geschäftsbedingungen u.ä. und werden regelmäßig von Verbraucherinnen und Verbrauchern überlesen. Von einer bewussten Zustimmung zu einer exakt beschriebenen Datennutzung, deren Tragweite auch abgeschätzt werden kann, kann deshalb oft nicht die Rede sein. Vor diesem Hintergrund sollen strengere formale Anforderungen an eine wirksame Zustimmung gestellt werden. Darüber hinaus wird künftig genau zu bezeichnen sein, wer die Rufnummer für Werbezwecke nutzen darf. In diese Richtung weist bereits die Entscheidung des HG Wien vom 15.1.2007, 10 Cg 06k.

Die gewählte Formulierung orientiert sich an § 9 Ziffer 6 DSG, wo eine ausdrückliche datenschutzrechtliche Zustimmung verlangt wird. Nach dem dazu ergangenen Rundschreiben des BKA-VD bedeutet dies jedenfalls, dass die Zustimmungserklärung keinesfalls in AGB gegeben werden kann, sondern der Betroffene sein Einverständnis zur Datenübermittlung getrennt von etwaigen sonstigen vertraglichen Vereinbarungen gegeben haben muss.

Da das Problem der nicht ausdrücklichen oder unbewusst abgegebenen Zustimmungserklärung auch im Bereich der elektronischen Post relevant ist, soll dieses Erfordernis auch für diese Fälle gelten.

Zu 107 Abs. 1a und 1b:

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 sollen die Unterdrückung und Verfälschung der Rufnummernanzeige untersagt sowie die Verpflichtung zur Übermittlung einer Kopie der Zustimmungserklärung unverzüglich (jedenfalls

innerhalb von zwei Wochen) auf Verlangen des Angerufenen hin auferlegt werden. Dies ist erforderlich, da die Zustimmung zu Werbeanrufen nicht immer nachvollziehbar ist. Der Begriff des dauerhaften Datenträgers orientiert sich an § 3 Z 4 FernFinG.

Zu § 107 Abs. 4:

Da nach längerer Zeit den Verbraucherinnen und Verbrauchern kein Überblick über die zum Teil Jahre zurückliegenden Zustimmungserklärungen möglich ist, sollen diese nach einer bestimmten Zeit außer Kraft treten. Der Zeitraum orientiert sich dabei an der Verjährungsfrist.

Zu § 107 Abs. 9:

Den Fernmeldebehörden soll die Möglichkeit an die Hand gegeben werden, unmittelbar durch Sperre der betreffenden Rufnummer zu reagieren, sobald Verdachtsmomente dafür bestehen, dass durch unlautere Praktiken gegen § 107 verstoßen wird. Damit wird vermieden, dass erst nach Durchführung eines oft langwierigen Verwaltungsstrafverfahrens Missbräuche wirkungsvoll abgestellt werden können.

Zu § 109 Abs. 3 Z 19a und 19b:

Diese Bestimmungen dienen der Sanktionierung von Verstößen gegen die neuen § 107 Abs. 1a und 1b.

Zu § 133 Abs. 12:

Bereits erteilte unbefristete Zustimmungserklärungen sollen analog zu § 107 Abs. 4 ebenfalls außer Kraft treten.