

30. September 2019

Stellungnahme zum

Antrag der Fraktion Bündnis90/Die Grünen unerlaubte Telefonwerbung und unseriöse Geschäftspraktiken wirksam bekämpfen (Drs. 19/3332)

anlässlich der öffentlichen Anhörung des Ausschusses Recht und Verbraucherschutz des deutschen Bundestages am Mittwoch, den 25. September 2019

Der DDV (Deutscher Dialogmarketing Verband e.V.) hat zum - bislang internen - Referentenentwurf eines "Gesetzes für faire Verbraucherverträge" am 11. September 2014 eine Position erstellt, die wir auch zum Gegenstand unserer Stellungnahme machen (siehe Anlage). Zudem beziehen wir uns auf die hier ebenfalls vorgelegte Stellungnahme des Zentralverbandes der deutschen Werbewirtschaft e.V. (ZAW), da die dortigen Einschätzungen und Empfehlungen mit uns abgestimmt sind und vollumfänglich von uns mitgetragen werden.

Ergänzend dürfen wir folgendes kurz festhalten:

1. Sachstands- und Problembeschreibung

Der oben genannte Antrag beruft sich auf das erhöhte Beschwerdeaufkommen, das durch die Bundesnetzagentur dokumentiert wird. Daneben wird die Untersuchung des Marktwächters "Digitale Welt" herangezogen. Wir regen an, diese Datenlage im Detail und vor allem differenzierter zu betrachten:

- Die Bundesnetzagentur hat auf ihrer Homepage eine Seite eingerichtet, auf der sich Verbraucher ohne große Prüfung on-line beschweren können., was breit beworben wurde. In der Praxis zeigt sich aber, dass bereits aus Sicht der Bundesnetz-agentur eine Vielzahl der Beschwerden nicht berechtigt ist. Bei einem Teil der Beschwerden antworten die Betroffenen auf Nachfrage der Bundesnetzagentur nicht, weswegen bereits die Problemlage selbst, jedenfalls dessen Dringlichkeit, zurückhal-tender betrachtet werden sollte als im Antrag dargelegt.
- Die Marktwächter-Studie hat zudem sowohl allgemein als auch inaktuell gefragt und entsprechende, hier wenig hilfreiche Antworten erhalten, die z.B. Werbung für Gewinnspiele bestra-fen, die längst beseitigt worden ist.
- Wir fordern eine bessere Datengrundlage, so dass wir zu einer validen Problembeschreibung und damit auch -lösung kommen können.

Mit Telefonmarketing verknüpft wird die Frage, wie gegen untergeschobene Verträge vorgegangen werden soll, auch wenn beide Punkte gar nicht zwingend zusammenhängen. Während bei der Telefonwerbung Belästigungen verhindert werden sollen, geht es hier um Verpflichtungen, die der Verbraucher nicht eingehen wollte. Dazu gibt es keine valide Datenlage, ohne die keine Entscheidungen getroffen werden sollte. Unklar ist dabei auch, inwieweit dies ein Problem der Telefonwerbung ist. Jedenfalls tritt dieses Phänomen ungeachtet des Vertriebsweges auf und sollte ggf. eigenständig betrachtet und gelöst werden.



Die treibende Kraft der
Data Driven Economy

In der Diskussion um eine weitere Effektivierung des § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG darf die DSGVO nicht außen vor gelassen werden. Die Wettbewerbsvorschriften enthalten bereits das Verbot werblicher Telefonkontakte ohne vorherige ausdrückliche Einwilligung, dass zusätzlich bebußt werden kann. Zusätzlich gilt nun auch die DSGVO, die eine Datenverarbeitung im Zusammenhang mit werblichen Telefonkontakten nur dann erlaubt, wenn besagte Vorschriften eingehalten worden sind. Neben die Bebußung nach dem Wettbewerbsrecht tritt also das Bußgeld aus den Vorschriften aus der DSGVO, was Verschärfungsvorschläge überflüssig macht, da dort z.B. die unternehmensbezogene Höhe des Bußgeldes Einzug genommen hat. Daher sollte abgewartet werden – insbesondere mit Blick auf den ebenfalls pauschal kritisierten Adresshandel – wie die DSGVO wirkt. Es zeigt sich nämlich bereits jetzt, dass als Auswüchse betrachtete Verhaltensweisen nunmehr eingestellt werden, eine weitere Effektivierung also nicht erforderlich ist.

2. Vorschläge

Der ZAW und wir haben uns bereits umfassend zur Bestätigungslösung eingelassen, die wir als den falschen Weg ansehen, der weder sein zielführend noch wirklich notwendig ist. Sie lässt außer Betracht, dass es im Fernabsatz seit jeher das Widerrufsrecht gibt, dessen Wirksamkeit und Nutzung unumstritten ist.

Zu der Verschärfung von Einwilligungsregeln ist zu sagen, dass die dortigen Forderungen nicht mehr umgesetzt werden müssen, da die DSGVO diese bereits enthält und die Zivilgerichte bis hin zum Bundesgerichtshof diese auch umsetzen. Einzig die zeitliche Befristung der Einwilligung befindet sich noch in der Diskussion. Wir sprechen uns insoweit dafür aus, eine Entscheidung darüber den Gerichten zu überlassen, die eine Vielzahl von Parametern dafür berücksichtigen. Es kann nämlich nicht allein auf den Zeitraum zwischen Erteilung der Einwilligung und späterer Anrufe ankommen, sondern auch z.B. da-rauf, ob in der Zwischenzeit ein geschäftlicher Kontakt unter Nutzung der Einwilligung bestand oder nicht. Die Praxis enthält eine Vielzahl von Varianten dieser Art, die sich einer strengen und klaren Lösung entgegenstellen.

Die von der Fraktion Bündnis90/Die Grünen im Hinblick auf die E-Privacy-Verordnung in den Raum gestellten Risiken sehen wir nicht. Wir verweisen insoweit zunächst auf Nr. 26 im Anhang 1 zur UGP-Richtlinie, nach der wettbewerbswidrig nur ein werblicher Telefonanruf sein soll, der nicht nur unerwünscht ist, sondern auch "hartnäckig" (also wiederholt) erfolgt. Damit ist bereits im Europäischen Recht das sogenannte Opt-Out Modell Standard und nahezu überall gängige Praxis. Die in Deutschland bestehende Ausnahme wird bislang in der Tat über die E-Privacy-Richtlinie begründet, die allerdings nicht gänzlich unumstritten ist. Insoweit würde eine Europäische Vorgabe keine Abweichung bedeuten, sondern nur das geltende europäische Recht verallgemeinern, nachdem in fast allen europäischen Mitgliedsstaaten das Opt-Out-Prinzip gilt. Dass in diesen Staaten die Verbraucher unmündiger sein würden, ist uns nicht bekannt, wird aber auch von Niemandem vertreten.

3. Perspektiven

Wir sind der Auffassung, dass kein Handlungsbedarf besteht, schon gar kein dringlicher. Wenn und soweit überhaupt Maßnahmen ergriffen werden sollen, sollten sie sektorspezifisch und minimalinvasiv unter Beibehaltung der aktuellen zivilrechtlichen Strukturen erfolgen. Die vom ZAW vorgeschlagene Wechselbestätigung im Energiesektor bietet dafür eine Lösung, wenn man überhaupt regulatorisch eingreifen will. Insoweit sollte sich der Gesetzgeber gut überlegen, ob er immer häufiger und immer kleinteiliger regelt. Die Steuerungstheorie zeigt, dass insbesondere imperative Steuerung damit an ihre Grenzen stößt.



Die treibende Kraft der
Data Driven Economy

Kontakt bei weiteren Fragen:

Daniela Henze, Leiterin Public Affairs und des Hauptstadtbüros
Pariser Platz 6 a, 10117 Berlin, d.henze@ddv.de, 030/3001493054

Hans Jürgen Schäfer, Justiziar
Hahnstr. 70, 60528 Frankfurt, hj.schaefer@ddv.de, 069/401276531

www.ddv.de

Frankfurt/Main, 30. September 2019

gez. Patrick Tapp, Präsident

Über den DDV:

Der Deutsche Dialogmarketing Verband ist einer der größten nationalen Zusammenschlüsse von Dialogmarketing-Unternehmen in Europa und gehört zu den Spitzenverbänden der Kommunikationswirtschaft in Deutschland. Als die treibende Kraft der Data Driven Economy repräsentiert der DDV Unternehmen, die Daten generieren oder für den professionellen datenbasierten und kundenzentrierten Dialog nutzen. Gemeinsam mit unseren Mitgliedern wollen wir substanzielle Mehrwerte durch individuelle Beziehungen zwischen Menschen, Marken und Unternehmen in einer vernetzten Welt schaffen. Schwerpunkte des Verbandsengagements sind politische Arbeit, Informationsaustausch, Qualitätssicherung und Nachwuchsförderung.

Deutscher Dialogmarketing Verband e.V., Hahnstraße 70, 60528 Frankfurt, www.ddv.de



Stand 11. September 2019

**Position des
Deutschen Dialogmarketing Verbandes, DDV**

zu dem Referentenentwurf eines

„Gesetzes für faire Verbraucherverträge“

des Bundesministeriums der Justiz und für Verbraucherschutz

Hinweis:

Die Position des DDV entspricht vollinhaltlich der nachfolgend wiedergegebenen Position des **Zentralverbandes der Deutschen Werbewirtschaft, ZAW**, die dieser Anfang September 2019 mit seinen Mitgliedsverbänden, u.a. dem DDV, abgestimmt hat.

1. Einleitung

Das BMJV hat aus den im März 2019 vorgelegten Eckpunkten zur Bekämpfung von Kostenfallen einen Entwurf für ein Gesetz für faire Verbraucherverträge erarbeitet. Zwei der vorgeschlagenen Regelungen betreffen die Werbewirtschaft unmittelbar. Das sind Verschärfungen im Bereich der Telefonwerbung: die **Einführung einer sektoralen Bestätigungslösung für Energielieferungsverträge** in § 312c BGB-E sowie die **Einführung einer bußgeldbewerten Dokumentationspflicht für die Einwilligung in Telefonwerbung** in einem neuen § 7a UWG-E in Verbindung mit § 20 Absatz 1 Nr. 2 UWG-E. Beide Maßnahmen sind nicht geeignet, die Vorgaben des Koalitionsvertrages, Verbraucher besser vor untergeschobenen Verträgen zu schützen, zu erfüllen: Der Vorschlag zur Einführung einer Bestätigungslösung im Bereich der Energieversorgungsverträge geht am eigentlichen Problem vorbei und entmündigt Verbraucher, die einen telefonischen Vertrag über Energielieferungen abschließen möchten. Die Einführung zusätzlicher Dokumentationspflichten zu den Einwilligungen in telefonische Ansprache bewirkt keinen Schutz der Verbraucher vor einem untergeschobenen Vertrag. Schließlich ist es hierfür völlig unerheblich, ob der Anruf mit oder ohne Einwilligung erfolgt ist. Beide vorgeschlagenen Maßnahmen belasten die lauter agierenden Unternehmen, die Telefonkommunikation mit potentiellen Kunden als sinnvolles Marketinginstrument nutzen.

Auch die Änderungen des § 309 Nr. 9 BGB, **Vertragslaufzeiten auf 1 Jahr zu begrenzen** und die automatische Verlängerung des Vertrages nur noch um jeweils drei Monate zu ermöglichen, würde die Mitglieder des DDV belasten und die Werbemöglichkeiten beschränken, weil nur längere Vertragslaufzeiten Planungssicherheit für die Unternehmen bedeuten und so Werbebeigaben bei Vertragsabschluss ermöglicht werden, die einem großen Teil der Verbraucher wichtig sind. Entsprechend halten wir den Vorschlag, Vertragslaufzeiten zu begrenzen und damit Abonnements zu verteuern für verbraucherfeindlich.

2. Einführung einer sektoralen „Bestätigungslösung“ für Energielieferungsverträge

Der Gesetzentwurf sieht die Einführung einer so benannten sektoralen „Bestätigungslösung“ für Energielieferungsverträge vor. Ein Verbraucher soll alle telefonisch geschlossenen Verträge genehmigen müssen, bevor sie wirksam werden. Das bedeutet, selbst wenn der Verbraucher ein Unternehmen anruft, um einen Energielieferungsvertrag zu schließen, ist dieser erst wirksam, wenn ihm der Unternehmer den Inhalt auf einem dauerhaften Datenträger übermittelt hat und der Verbraucher den Vertrag in Textform genehmigt. Dies soll nach der Begründung des Gesetzesentwurfes (Seite 24) dem Verbraucher ermöglichen, „sich mit zeitli-

chem Abstand noch einmal in Ruhe mit den ihm auf einem dauerhaften Datenträger übermittelten Vertragskonditionen auseinanderzusetzen“. Mit anderen Worten, der Verbraucher soll gezwungen werden, über seine Entscheidung nochmals nachzudenken. Er soll davor geschützt werden, übereilt und unüberlegt eine Entscheidung zu treffen. Eine mündige, schnelle Entscheidung wird ihm nicht zugetraut und nicht ermöglicht.

Insbesondere für Verbraucher, die aus welchen Gründen auch immer beim Abschluss von Verträgen Computerkommunikation nicht nutzen, bedeutet dies, sie benötigen mehrere Tagen, um einen Energielieferungsvertrag abzuschließen. Gerade diese Verbraucher sind aber auf das Kommunikationsmittel Telefon angewiesen, wenn sie schnell Aufträge erteilen möchten. Für diese Verbraucher wäre die Einführung der verpflichtenden Genehmigung in Textform eine Belastung und eine Verschlechterung ihrer Rechtsposition. Ihnen wird die Möglichkeit genommen, schnell und effektiv einen Vertrag abzuschließen.

a. Das Unterschreiben eines Anbieter- oder Tarifwechsels

Zudem bringt die vorgeschlagene „Bestätigungslösung“ einem Verbraucher, dem ein Anbieterwechsel am Telefon untergeschoben wurde, keine Verbesserung seiner rechtlichen und tatsächlichen Situation. Bereits nach geltendem Recht besteht kein Vertrag, wenn dieser ihm nur untergeschoben wurde, also lediglich von einem Neuanbieter behauptet wird, es sei ein Vertrag geschlossen worden, obwohl es an einer entsprechenden Willenserklärung des Verbrauchers fehlt. Die Problematik bei Energielieferungsverträgen besteht nicht beim Unterschreiben des Vertrages, sondern beim Unterschreiben des Anbieterwechsels. Hier muss der Verbraucher aufgrund einer Besonderheit in der Abwicklungspraxis dieser Verträge tätig werden, selbst wenn ihm ein Anbieterwechsel untergeschoben wurde.

Dies kann nur verhindert werden, wenn ein solcher Wechsel nur noch möglich ist, wenn dem Altanbieter die Vollmacht des Verbrauchers zur Kündigung in Textform vorgelegt wird. Die Notwendigkeit, einen Anbieter- oder Tarifwechsel in Dauerschuldverhältnissen ohne Vollmacht des Verbrauchers zu unterbinden, hat die Bundesregierung bereits im Jahr 2009 erkannt. Auch da häuften sich die Beschwerden von Verbrauchern über untergeschobene Anbieterwechsel, damals allerdings im Mobilfunkbereich. Auch hier hatten unseriöse Unternehmen Mobilfunkverträge nach einem Telefonat mit Verbrauchern einfach umstellen lassen, ohne hierfür eine Zustimmung des Verbrauchers zu haben.

Entsprechend ist im Gesetz gegen unerlaubte Telefonwerbung eingeführt worden, dass die Vollmacht zur Kündigung bzw. die Kündigung selbst in Textform erfolgen muss. Hierfür wurde § 312 h BGB geschaffen, der verhindern soll, dass der Anbieter oder Tarif ohne Wissen und Zustimmung eines Verbrauchers gewechselt werden kann.

Im Bereich der Energielieferung wird diese gesetzliche Vorgabe aber von einem Geschäftsprozess der Bundesnetzagentur konterkariert. Diese behördliche Anweisung an alle deutschen Energieversorger besagt, um einen schnellen Anbie-

terwechsel nicht zu verzögern, dürfe die Vollmacht zur Kündigung an den Neuanbieter vom Altanbieter nur in begründeten Ausnahmefällen angefordert werden. Diese Praxis nutzen betrügerische Anbieter aktuell und sorgen für einen Wechsel des Anbieters, ohne hierfür vom Verbraucher beauftragt worden zu sein. Der Verbraucher hat in diesen Fällen keine Wahl, er muss tätig werden oder den ihm untergeschobenen Vertrag zähneknirschend akzeptieren.

b. „Wechsel-Bestätigung“ hilft Verbrauchern

Abhilfe schaffen würde eine „Wechsel-Bestätigung“, nicht aber die vorgeschlagene „Bestätigungslösung“ für Energieversorgungsverträge. Diese ändert nichts an der Möglichkeit, den Vertragswechsel unautorisiert zu bewirken, auch nicht, wenn durch § 312c Absatz 4 BGB-E festgelegt wird, dass ein Verbraucher für die Energielieferung nicht zahlungspflichtig wird, wenn er den Vertrag nicht genehmigt hat. Zahlt er deshalb nicht, wird der Energieversorger die Energielieferung zeitnah einstellen, dann fällt der Verbraucher in die Grundversorgung zurück. Die muss er bezahlen, regelmäßig zu kostspieligen Tarifen.

Entscheidend für den Verbraucher ist deshalb, dass der Altanbieter den Vertragswechsel erst einleiten darf, wenn ihm der Wille zum Anbieterwechsel des Verbrauchers in Textform vorliegt. Hierzu würde die Änderung der Anweisung der Bundesnetzagentur an die Energieversorger als Maßnahme ausreichen. Um dies zu verstärken, könnte eine „Wechsel-Bestätigung“, also der Nachweis in Textform an den Altanbieter, dass ein Vertragswechsel vom Verbraucher gewünscht ist, in das Bürgerliche Gesetzbuch aufgenommen werden. Dies wäre sinnvolle Rechtsetzung, die ein erkanntes Problem an der Wurzel beseitigt, ohne die Wirtschaft über Gebühr zu beschränken. Da dies nur für Anbieterwechsel gilt, die am Telefon verabredet werden, müssten dem Altanbieter auch nur hier Vollmachten in Textform vorgelegt werden. Bei Vertragswechseln per Internet besteht die zusätzliche Verpflichtung nicht.

c. „Bestätigungslösung“ schadet der seriösen Wirtschaft und verwirrt Verbraucher

Alle Varianten der sogenannten „Bestätigungslösung“, die in den letzten Jahren regelmäßig vom Bundesrat gefordert und immer völlig zu Recht von der Bundesregierung zurückgewiesen wurden, wiesen schwerwiegende konstruktive Mängel auf, die zu deutlichen Nachteilen für die deutsche Wirtschaft geführt hätten, ohne dass dem ein rechtlicher oder faktischer Nutzen für Verbraucher gegenüber stünde.

Die Notwendigkeit, einen telefonisch geschlossenen Energielieferungsvertrag erst wirksam werden zu lassen, wenn er in Textform bestätigt wird, hat eine deutliche Verlangsamung des Vertragsabschlusses in diesem Bereich zur Folge. Sowohl für Unternehmen als auch für Verbraucher werden weitere Abwicklungsschritte notwendig. Eine zusätzliche Genehmigungsschleife nur für die telefonischen Verträge wird eingeführt, d.h. das Unternehmen muss seine Kunden je nach Form der Kontaktaufnahme unterschiedlich trennen und die Kundendaten

separat verwalten. Ein Vorteil für die Kunden besteht im Hinblick auf untergeschobene Anbieterwechsel nicht.

Zudem sind Verbraucher hinsichtlich ihrer Vertragsinteressen durch ein mindestens zweiwöchiges Widerrufsrecht bereits ausreichend geschützt, wobei diese Frist erst beginnt, wenn der Verbraucher schriftlich über dieses Recht informiert wurde. In dieser Zeit kann der Vertrag ohne jeglichen wirtschaftlichen Schaden für den Verbraucher gelöst werden. Er hat also - wenn gewünscht - durchaus jetzt bereits die Möglichkeit, sich nochmals in Ruhe mit den Vertragsinhalten zu befassen und gegebenenfalls, ohne wirtschaftlichen Nachteil und Angabe von Gründen zu widerrufen.

Der DDV fordert deshalb, keine sektorale „Bestätigungslösung“ in § 312c Absatz 3 und 4 BGB-E einzuführen sondern Maßnahmen zu ergreifen, das Unterschieben von Anbieter- oder Tarifwechseln bei Energieversorgungsverträgen zu unterbinden.

3. Einführung einer Dokumentationspflicht für die Einwilligung in Telefonwerbung

Der Referentenentwurf führt eine strafbewerte Dokumentations- und Aufbewahrungspflicht für die Einwilligung in die Telefonwerbung an. Diese Maßnahme richtet sich nicht auf untergeschobene Verträge oder Kostenfallen für Verbraucher, sondern soll vielmehr der Bundesnetzagentur die Durchsetzung von Bußgeldern bei Telefonanrufen ohne Einwilligung erleichtern. Dem Verbraucher bringt eine solche Dokumentationspflicht nichts: In einem Zivilprozess muss das Unternehmen beweisen, dass eine Einwilligung vorlag. Lediglich in den Ordnungswidrigkeitsverfahren der Bundesnetzagentur muss diese beweisen, dass keine wirksame Einwilligung vorlag. Die Einführung einer Dokumentationspflicht geht dem Eckpunktepapier zur Folge entsprechend auf eine Forderung der Bundesnetzagentur zurück.

Wir halten die Maßnahme für nicht notwendig: Es muss in jedem Sachverhalt, der zu einem Bußgeldbescheid führt, einen Verbraucher geben, der Opfer der unerlaubten Praxis des Telefonanrufes ohne Einwilligung geworden ist. Dieser muss der Bundesnetzagentur bekannt sein, ansonsten hätte die Bußgeldbehörde nicht von dem Fall erfahren und wäre nicht tätig geworden. Wenn dieser Angerufene nicht in der Lage ist zu bezeugen, er habe keine Einwilligung zur Telefonwerbung erteilt, weil er sich nicht genau erinnert, dann sollte auch kein Bußgeld wegen eines Telefonwerbbeanrufes aufrecht erhalten werden. Es ist das Grundverständnis unseres Rechtsstaats, dass in einem Straf- und Ordnungswidrigkeitsprozess die Anklagebehörde beweisen muss, dass ein Tatbestand erfüllt ist. Der Angeklagte muss nicht seine Unschuld beweisen, sondern die Anklagebehörde muss das Gericht von der Schuld überzeugen. Dies ist in den Fällen der unerlaubten Telefonwerbung grundsätzlich mittels eidesstattlicher Versicherung des ohne Einwilligung angerufenen Verbrauchers möglich. Eine Erleichterung, auf diese Aussage des Verbrauchers zu verzichten, um der Bundesnetzagentur das Verteidigen der Bußgeldbescheide vor Gericht zu erleichtern, ist mit rechts-

staatlichen Grundsätzen nicht zu vereinbaren. Eine Beweislastumkehr im Straf- und Ordnungswidrigkeitsrecht ist nicht mit der verfassungsrechtlich geschützten Unschuldsvermutung vereinbar.

a. Vorverlegung der Ordnungswidrigkeit nach § 20 UWG vom belästigenden Anruf zur fehlenden Dokumentation des Anrufes

Eine Dokumentationspflicht für die Einwilligung in die Telefonwerbung, mit der es der Bundesnetzagentur erleichtert werden soll, Bußgelder wegen unerlaubter Telefonwerbung zu verhängen, bedeutet faktisch eine Vorverlagerung des Ordnungswidrigkeitstatbestandes. Bußgeldbewehrt ist dann nicht mehr ausschließlich der belästigende Werbeanruf ohne Einwilligung, sondern allein die fehlende Dokumentation der Einwilligung. Es wird damit ein neuer Ordnungswidrigkeitstatbestand mit einem neuen Schutzgut - der lückenlosen Dokumentation - geschaffen. Damit wird aber nicht mehr der eigentliche Grund für die Verhängung des Bußgeldes - die Störung der Privatsphäre – bestraft, sondern der Verstoß gegen eine Dokumentationspflicht, die keinen Nutzen für den Verbraucher hat. Dies lehnen wir ab.

b. Praktische Bedenken

Eine Dokumentationspflicht über fünf Jahre ab Erteilung, die bei jeder Verwendung erneut zu laufen beginnt, hat faktisch zur Folge, dass diese Dokumentationspflicht nie ausläuft. Das bedeutet, die Unternehmen werden diese Einwilligungen auf unbestimmte Zeit speichern, was gegen datenschutzrechtliche Vorgaben verstößt oder aber nach jeder Verwendung der Einwilligung diese in eine neue Liste eintrage, damit die Anforderungen an die Dokumentationspflicht nach §§ 7a, 20 UWG-E erfüllt werden. Der hierdurch entstehende Verwaltungsaufwand steht in keinem Verhältnis zu dem zu erreichenden Ziel, nämlich der Bundesnetzagentur zu erleichtern, die verhängten Bußgelder vor Gericht zu verteidigen.

Der DDV fordert deshalb, keine zusätzlichen Dokumentationspflichten für die Einwilligung in Telefonwerbung zu schaffen und § 7a UWG-E aus dem Entwurf zu streichen.

4. Kürzere Laufzeiten für Verträge

Das Eckpunktepapier sieht vor, die Laufzeitvereinbarungen von Abonnements per AGB auf ein Jahr zu begrenzen und nur noch eine automatische 3-monatige Verlängerung zuzulassen. Damit könnten Verbraucher sich schneller von Verträgen lösen und seien nicht so belastet, wenn sie eine Kündigungsfrist übersehen. Dieser Vorschlag greift massiv in die Vertragsfreiheit der Unternehmen ein. Er verhindert Planungssicherheit und wird zu einer Verteuerung der Angebote oder dem Wegfall von Werbebeigaben bei Vertragsabschluss führen. Ein Nachteil für die Verbraucher.

Mindestlaufzeiten von 2 Jahren sowie Verlängerungsmöglichkeiten um 1 Jahr sind zudem notwendig, um vielfältige Angebote zu erhalten und die Kosten, die den Unternehmen für Neuabschlüsse entstehen, zu finanzieren. Dürfen Verträge nur noch für 1 Jahr abgeschlossen werden und maximal 3 Monate automatisch verlängert werden, erhöhen sich die Kosten für die Unternehmen. Uns ist nicht bekannt, dass die typische Laufzeit eines Abonnements über 2 Jahre ein Ärgernis für Verbraucher sei. Wir halten diese jahrzehntelange Praxis hingegen für interessengerecht und nach wie vor zeitgemäß.

Der DDV lehnt eine Verkürzung der Vertragslaufzeiten auf 1 Jahr als nicht sachgerecht ab und fordert die vorgeschlagenen Neuerungen des § 309 Nr. 9 BGB-E zu streichen.

Kontakt bei weiteren Fragen:

Daniela Henze, Leiterin Public Affairs und des DDV-Hauptstadtbüros, Berlin
Pariser Platz 6a, 10117 Berlin
Tel.: 030/300 149 3054
E-Mail: d.henze@ddv.de

Hans Jürgen Schäfer, Justiziar
Hahnstr. 70, 60528 Frankfurt,
Tel.: 069/401276531
E-Mail: hj.schaefer@ddv.de

Über den DDV:

Der Deutsche Dialogmarketing Verband ist einer der größten nationalen Zusammenschlüsse von Dialogmarketing-Unternehmen in Europa und gehört zu den Spitzenverbänden der Kommunikationswirtschaft in Deutschland. Als die treibende Kraft der Data Driven Economy repräsentiert der DDV Unternehmen, die Daten generieren oder für den professionellen datenbasierten und kundenzentrierten Dialog nutzen. Gemeinsam mit unseren Mitgliedern wollen wir substantielle Mehrwerte durch individuelle Beziehungen zwischen Menschen, Marken und Unternehmen in einer vernetzten Welt schaffen. Schwerpunkte des Verbandseingagements sind politische Arbeit, Informationsaustausch, Qualitätssicherung und Nachwuchsförderung.

Deutscher Dialogmarketing Verband e.V., Hahnstraße 70, 60528 Frankfurt, www.ddv.de