

# Nationale Werbepolitik - Direktwerbung

**Die persönliche Ansprache des zielgruppengerechten Konsumenten durch die Anbieter von Waren oder Dienstleistungen gehört zu den effizientesten Mitteln der Kundengewinnung und -bindung. Allerdings: Nicht alles, was möglich ist - und betriebswirtschaftlich vielleicht durchaus interessant erscheint - lässt sich auch realisieren.**

Der Grund liegt in den engen rechtlichen Grenzen, die zahlreiche Gesetze - z.B. das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) [1] oder das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) - dem Gestaltungs- und Variantenreichtum von Direktmarketingaktivitäten setzen.

## Telefonwerbung im Fokus

So ist beispielsweise der Bereich des Telefonmarketings derzeit in das Blickfeld der politischen Öffentlichkeit gerückt. Es wird der Eindruck geschürt, belästigende Telefonanrufe hätten dramatisch zugenommen. Auch wenn es empirisch nicht nachgewiesen ist, dass sich die Zahl der unerlaubten Werbeanrufe tatsächlich erhöht hat, erheben Verbraucherverbände und Politik verstärkte Forderungen, die bestehende Rechtslage zu verschärfen.

In Deutschland gelten bereits strengere Regelungen für Werbeanrufe als in anderen europäischen Ländern: Werbeanrufe außerhalb eines bestehenden Vertragsverhältnisses sind nur erlaubt, wenn der Verbraucher vor dem Anruf zugestimmt hat: Im Gegensatz zu dieser Opt-In-Lösung bevorzugen viele andere Staaten das Opt-Out-Prinzip, nach dem ein Anruf erst rechtswidrig wird, wenn der Angerufene ihm widerspricht. Dennoch stehen im Moment Forderungen im Raum, die gesetzlichen Bestimmungen zur Telefonwerbung in Deutschland zu verschärfen.

Am 30. Juli 2008 hat die Bundesregierung den Regierungsentwurf zu einem Artikelgesetz vorgelegt, das die Einführung eines Bußgeldtatbestandes in das UWG sowie die Einführung eines bußgelgbewehrten Verbots der Rufnummernunterdrückung bei Telefonwerbung ins TKG vorsieht. Des Weiteren sollen die Wiederrufsausnahmen für telefonische Abschlüsse von Zeitungs- und Zeitschriftenabonnements sowie für Losverkäufe über das Telefon gestrichen werden. Über den Bereich Telefonwerbung hinaus, enthält der Regierungsentwurf eine Regelung zur Bekämpfung von Kostenfallen im Internet. Geplant ist, dass die Erfüllung einer Dienstleistung einen Widerrufsanspruch des Verbrauchers nur erlöschen lässt, wenn der Verbraucher ausdrücklich um die sofortige Erfüllung der Dienstleistung gebeten hat.

Der Gesetzentwurf wird nun zunächst im September im Bundesrat beraten. Der Bundestag wird sich voraussichtlich im Spätherbst 2008 mit der Materie befassen.

Von Seiten der Verbraucherschutzminister der Bundesländer gibt es Bestrebungen, die Gültigkeit von Verträgen, die bei einem unlauteren Telefonwerbeanruf geschlossen wurden, an eine schriftliche Bestätigung des Verbrauchers zu knüpfen. Baden-Württemberg hat einen entsprechenden Antrag auf eine Bundesratsinitiative eingebracht, der im September ebenfalls im Bundesrat beraten werden wird.

Um der werbungtreibenden Wirtschaft für das sensible Gebiet der Direktwerbung eine Handlungshilfe zu geben, hat der ZAW gemeinsam mit der Gesellschaft für Datenschutz und Datensicherung (GDD) [2] die praxisorientierte Informationsschrift "Kundendatenschutz" [3] veröffentlicht. Die Broschüre vermittelt einen Überblick über rechtmäßige Maßnahmen, aber auch unerlaubte Aktionen, über die Rechtspositionen des umworbenen Kunden und über die bestehenden Kontrollmechanismen. Außerdem soll sie Hilfestellung denjenigen Unternehmen bieten, die das Medium der Direktwerbung und Methoden des Customer Relationship Managements in ihre Vertriebsstrukturen integriert haben.

## **Novellierung des Bundesdatenschutzgesetzes**

Die Bundesregierung hat im Juli 2008 einen vom Bundesinnenministerium vorgelegten Entwurf zur Änderung des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) beschlossen. Damit sollen Datenverarbeitungs- und Nutzungsprozesse, die im Zusammenhang mit der Tätigkeit von Auskunfteien stehen, stärker reglementiert werden. Im Fokus steht das so genannte Kreditscoring, von dem häufig die Vergabe von Krediten abhängig gemacht wird. Im Verlauf der bisherigen Beratungen des Gesetzentwurfs konnte der ZAW erreichen, dass die Erstellung von Listen für den Versand von Werbemailings (Werbescoring), nicht vom Anwendungsbereich des Gesetzes erfasst sein soll: Missverständliche Formulierungen in Vorentwürfen des Ministeriums wurden korrigiert.

Bundesrat und Bundestag nehmen nach der Sommerpause ihre Beratungen zu dem Regierungsentwurf auf. Das geänderte BDSG tritt voraussichtlich noch in dieser Legislaturperiode in Kraft.

### **Links in diesem Text:**

[1] <http://zaw.eu/index.php?menuid=76&reporeid=128>

[2] <http://www.gdd.de>

[3] <http://zaw.eu/index.php?menuid=123&reporeid=183>

| ZAW - Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e. V. |

| Am Weidendamm 1A | 10117 Berlin | Tel.: +49 30 590099-700 | Fax: +49 30 590099-722 | E-Mail: [zaw@zaw.de](mailto:zaw@zaw.de) |