

# SCHIEDERMAIR RECHTSANWÄLTE

## Newsletter Gewerblicher Rechtsschutz

Nr. 15 – September 2007

### **Unaufgeforderte Telefonanrufe zu Werbezwecken**

Unerwünschte Telefonwerbung hat einen hohen Lästigkeitsfaktor. Im privaten Umfeld erreichen unerbetene Werbeanrufe stets zu unpassenden Zeiten. Die Lästigkeit solcher Anrufe nimmt zu, wenn man weder Interesse an den angebotenen Waren und Dienstleistungen hat, noch sich ohne Weiteres dem professionell geschulten Call Center-Mitarbeiter entziehen kann. Im geschäftlichen Umfeld sind unerbetene Werbeanrufe ebenso lästig, da sie den Angerufenen zudem von seiner eigentlichen Tätigkeit abhalten.

#### **Problem:**

Die Rechtsprechung hat der Belästigung durch unerbetene Werbeanrufe sowohl im privaten Bereich als auch im geschäftlichen Umfeld schon früh einen Riegel vorge-schoben. Mit der letzten Novelle des UWG im Jahr 2004 hat außerdem der Gesetzgeber in § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG ausdrücklich geregelt, dass die Werbung mit Telefonanrufen gegenüber Verbrauchern ohne deren Einwilligung oder gegenüber sonstigen Marktteilnehmern ohne deren zumindest mutmaßliche Einwilligung eine unzumutbare und damit unzulässige Belästigung darstellt. Im privaten Umfeld ist demnach ein Telefonanruf zu Werbezwecken nur dann zulässig, wenn der Verbraucher zuvor seine Einwilligung dazu erteilt hat. Demgegenüber reicht es im geschäftlichen Umfeld aus, wenn der zu Werbezwecken Anrufende annehmen durfte, dass der Empfänger des Anrufs mit diesem einverstanden ist. Ob der Anrufer im konkreten Fall von einer solchen mutmaßlichen Einwilligung ausgehen durfte, ist eine Frage, die immer wieder die Gerichte

beschäftigt. Nach der Rechtsprechung des BGH ist diese Annahme jedenfalls nicht gerechtfertigt, wenn der Anruf lediglich allgemein die Geschäftstätigkeit des Angerufenen betrifft. Nur falls aufgrund ganz konkreter Umstände ein sachliches Interesse des Angerufenen vermutet werden kann, gehen die Richter davon aus, dass die Störung dessen beruflicher Tätigkeit nicht als belästigend oder sonst unerwünscht empfunden wird.

### **Entscheidung:**

Eine laufende Geschäftsbeziehung zwischen dem Anrufer und dem Angerufenen kann einen konkreten Umstand darstellen, der ein sachliches Interesse des Anzurufenden, beispielsweise an neuen Produkten seines Vertragspartners, vermuten lässt. Allerdings stellt die laufende Geschäftsbeziehung auch keinen Freibrief für den Anrufer dar, wie ein kürzlich vom Bundesgerichtshof entschiedener Fall erneut deutlich macht. Laut einer aktuellen Pressemeldung des BGH urteilte dessen erster Zivilsenat am 20.09.2007 (Az. I ZR 88/05 „Suchmaschineneintrag“) über die Telefonwerbung eines Suchmaschinenbetreibers. Der Angerufene war bereits Kunde des Suchmaschinenbetreibers und hatte dort in der Vergangenheit einen kostenlosen Eintrag für sein Unternehmen gebucht. Nach Auffassung des BGH rechtfertigte dieser Umstand aber nicht die Annahme, das Unternehmen sei mit einem Anruf zum Zwecke des Angebotes eines erweiterten, kostenpflichtigen Eintrages in die Suchmaschine einverstanden. Der Suchmaschinenbetreiber habe nicht damit rechnen können, dass das angerufene Unternehmen ein besonderes Interesse daran habe, gerade im Verzeichnis seiner nicht besonders bekannten Suchmaschine gegen Vergütung mit einem erweiterten Eintrag aufgeführt zu werden, da vergleichbare kostenlose Einträge über das Unternehmen des Angerufenen bereits in gleicher Weise bei circa 450 anderen Suchmaschinen gespeichert waren.

An diesem Ergebnis ändere nichts, dass der Anrufer auch den Zweck verfolge, die über das Unternehmen gespeicherten Daten zu überprüfen. Zwar könne der Anrufer davon ausgehen, das angerufene Unternehmen sei mit einem Anruf zur Überprüfung der eingespeicherten Daten einverstanden. Diese mutmaßliche Einwilligung erstreckte sich aber nicht auf weitere Werbeangebote im Rahmen dieses Telefonats.

**Kommentar:**

Das Urteil des BGH führt die lange Reihe von Entscheidungen zu unaufgeforderten Telefonanrufen zu Werbezwecken konsequent fort. Besonders interessant sind zwei Gesichtspunkte der Entscheidung.

Zum Einen macht das Urteil nochmals deutlich, dass die Annahme einer mutmaßlichen Einwilligung zu unaufgeforderten Telefonanrufen mit einem ganz konkreten Zweck des Anrufs verknüpft sein muss. Rechtfertigt ein Zweck den Anruf – im konkreten Fall die Überprüfung der gespeicherten Daten –, so darf der Anruf darüber hinaus nicht zu weiteren Werbemaßnahmen „missbraucht“ werden.

Zum Anderen unterstreicht die Entscheidung, dass der Werbeanrufer sich stets sorgfältig in die Lage des Angerufenen versetzen und dessen sachliches Interesse an dem Anruf genau prüfen muss. Dazu gehört es auch, den Wert des beabsichtigten Angebotes für den Angerufenen konkret einzuschätzen. Da der kostenlose Eintrag des angerufenen Unternehmens im jetzt entschiedenen Fall neben mehreren hundert vergleichbaren Einträgen bei anderen Suchmaschinen stand, hätte der Anrufer erkennen müssen, dass es für den Anzurufenden eine unzumutbare Belästigung darstellen würde, von hunderten von Suchmaschinenbetreibern vergleichbare Werbeanrufe zu erhalten. Hätte der beklagte Suchmaschinenbetreiber eine Alleinstellung für seine angebotene Leistung in Anspruch nehmen können, wäre der BGH möglicherweise zu dem Ergebnis gekommen, dass die Besonderheit der angebotenen Leistung einen konkreten Umstand für die Annahme eines sachlichen Interesses des angerufenen Unternehmens an dem Telefonanruf darstellt. Dann wäre der Anruf zulässig gewesen.

Für weitere Informationen stehen Ihnen Dr. Ulf Heil ([heil@schiedermair.com](mailto:heil@schiedermair.com)) und Dr. Swen Vykydal ([vykydal@schiedermair.com](mailto:vykydal@schiedermair.com)) gerne zur Verfügung. Wir möchten an dieser Stelle darauf hinweisen, dass die allgemeinen Informationen in unserem Newsletter eine Rechtsberatung im Einzelfall nicht ersetzen können. Sie können alle Newsletter auf unserer Homepage [www.schiedermair.com](http://www.schiedermair.com) (Arbeitsgebiete/Gewerblicher Rechtsschutz) einsehen.