

Unlautere Telefonwerbung – Auswertung einer Online-Umfrage der Verbraucherzentralen

I. Anlass

Unerbetene Werbeanrufe stellen seit langem ein weit verbreitetes Problem dar. Im Zeitraum der Erhebung der Stichprobe vom 1.7.2014 bis zum 30.11.2015 sind rund **19.500 Beschwerden** mit Bezug zu unerwünschten Werbeanrufen und am Telefon untergeschobenen Verträgen bei den Verbraucherzentralen eingegangen. Nicht selten wird dem überrumpelten Verbraucher am Telefon ein Vertragsschluss aufgedrängt. Statt einer Information erhält er unerwartet eine Vertragsbestätigung oder bemerkt beim Erhalt der Testlieferung, dass es sich um ein Abonnement handelt.

In der Vergangenheit sind mit großer Mehrheit Gewinnspielbetreiber negativ aufgefallen. Seit Inkrafttreten des Gesetzes gegen unseriöse Geschäftspraktiken im Oktober 2013 sind Verträge über die Teilnahme an Gewinnspielen nur noch wirksam, wenn sie in Textform, also schriftlich, per Fax oder E-Mail, geschlossen werden. Diese Regelung gilt für andere Verträge bislang nicht.

Die Verbraucherzentralen wollten herausfinden, ob mit den neuen Regelungen unerlaubte Telefonwerbung eingedämmt werden konnte. Es wurde den Fragen nachgegangen, wie häufig und von wem Verbraucher mit unerwünschten Werbeanrufen belästigt werden und, ob die gesetzlichen Regelungen nachgebessert werden müssen.

II. Zusammenfassung der Ergebnisse

Im Zeitraum vom 01. Juli 2014 bis zum 15. November 2015 haben **5.432 Verbraucher** bei einer bundesweiten Online-Umfrage der Verbraucherzentralen teilgenommen und konkrete Fragen zu Werbeanrufen und deren Folgen beantwortet.

1. Private Werbeanrufe

Die Auswertung der Online-Umfrage hat gezeigt, dass über 90 Prozent der Teilnehmer der Teilnehmer Werbeanrufe erhalten.

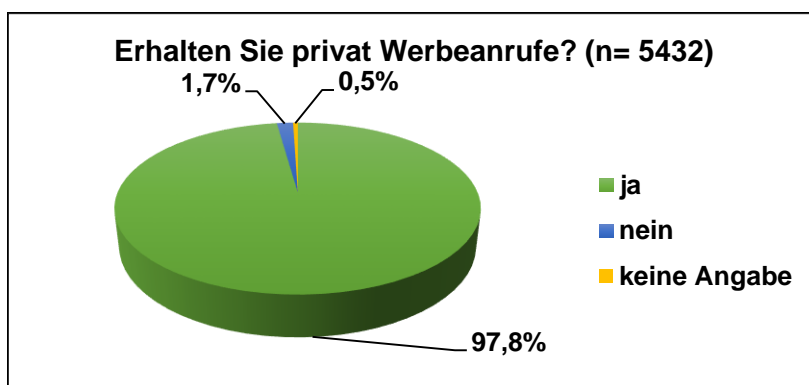


Abbildung 1: Anteil der Betroffenen, die private Werbeanrufe erhalten haben.

2. Einwilligung

Ein Werbeanruf ohne eine vorherige ausdrückliche Einwilligung des Verbrauchers ist rechtswidrig. Dennoch gaben etwa **79 Prozent** der Betroffenen an, dass sie vor dem Anruf nicht ausdrücklich in die Telefonwerbung eingewilligt haben. Nur circa 11 Prozent der Verbraucher haben ihre ausdrückliche Einwilligung in den Werbeanruf erteilt.

3. Hintergrund der Werbeanrufe

Die Ergebnisse der Umfrage zeigen, dass zwar nach wie vor Anbieter von Gewinnspielen unerwünschte Werbeanrufe tätigen. Die Umfrage belegt aber, dass Verbraucher nicht mehr fast ausschließlich durch Gewinnspielbetreiber belästigt werden, sondern dass inzwischen der Vertrieb von Produkten der Telefon- oder Internetdiensteanbieter, der Energieversorger, der Banken, der Versicherungen und der Zeitschriftenverlage mittlerweile einen hohen Anteil bei den Werbeanrufen eingenommen hat.

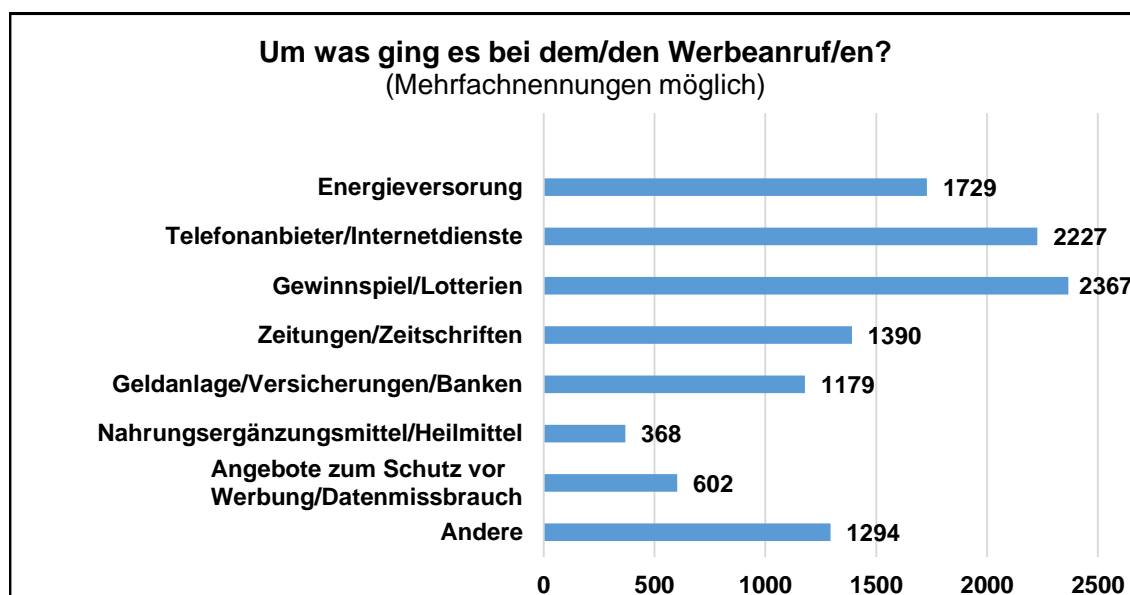


Abbildung 2: Vertraglicher Hintergrund der Werbeanrufe

4. Folgen des Werbeanrufs

Nicht immer hatten die unerbetenen Werbeanrufe einen unmittelbar erkennbaren finanziellen Schaden zur Folge. Häufig mündete die unerbetene Telefonwerbung jedoch in einem Vertragsschluss oder in der Herausgabe bzw. dem Missbrauch bereits vorliegender persönlicher Daten.

Zu beachten ist jedoch, dass sich die Folgen eines Werbeanrufs meist ohne für Verbraucher erkennbaren Zusammenhang und erst viel später ergeben. Dies wird bei der Beratung zu den Beschwerden in den Verbraucherzentralen deutlich.

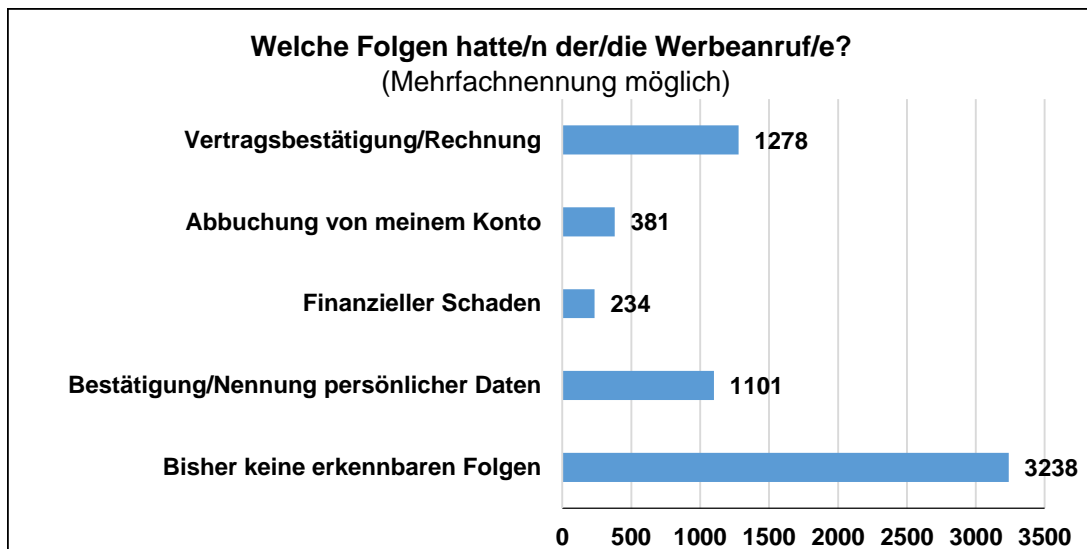


Abbildung 3: Folgen der Werbeanrufe

III. Fazit

Bereits eine erste Zwischenauswertung im Oktober 2014 hat gezeigt, dass Gewinnspielanbieter weiterhin unerlaubt Werbeanrufe tätigen und versuchen, ihre Produkte am Telefon zu vertreiben. Dabei wurde deutlich, dass die Gefahr der Überrumpelung des Verbrauchers durch unangekündigte Werbeanrufe generell noch besteht. Die Auswertung aller eingegangenen Beschwerden hat diesen Verdacht nachweislich erhärtet. Bezeichnend ist jedoch, dass Branchen, die von der Gesetzesänderung nicht umfasst waren, wie beispielsweise Telekommunikationsanbieter und Energieversorger, nun im Verhältnis zu den Gewinnspielanbietern deutlich zugenommen haben. Es ist daher erforderlich, dass die bisherigen gesetzlichen Regelungen nachgebessert werden, um Verbraucher auch über den Gewinnspielsektor hinaus gegen alle Arten von am Telefon untergeschobenen Verträgen abzusichern.

Die Aktion wurde im Rahmen des Projektes Wirtschaftlicher Verbraucherschutz durchgeführt.

Gefördert durch:



aufgrund eines Beschlusses
des Deutschen Bundestages