

ONE to ONE

Dialog über alle Medien

NR. 12/06, 27.11.2006

www.onetoone.de

EURO 3,90 C-47895



CRM-Projekte mit Seele

Verbände und Unternehmen setzen bei der Kundenbindung auf das „Wir“-Gefühl. Technik ist dabei das Mittel zum Zweck.

» Seite 6 bis 11

Post baut Briefgeschäft um

Die Deutsche Post strukturiert ihr Briefgeschäft um und besetzt mehrere Schlüsselpositionen neu.

» Seite 13

S & J mit neuen Chefs

Eine neue fünfköpfige Führungscrew soll Springer & Jacoby nach der Avantaxx-Übernahme wieder nach oben bringen.

» Seite 16

Meetic: Verliebt in Online-Werbung

Das Portal ist der reichweitenstärkste Online-Werber der deutschen Dating-Branche. Das ergab das aktuelle Ranking von Nielsen-Netratings.

» Seite 19

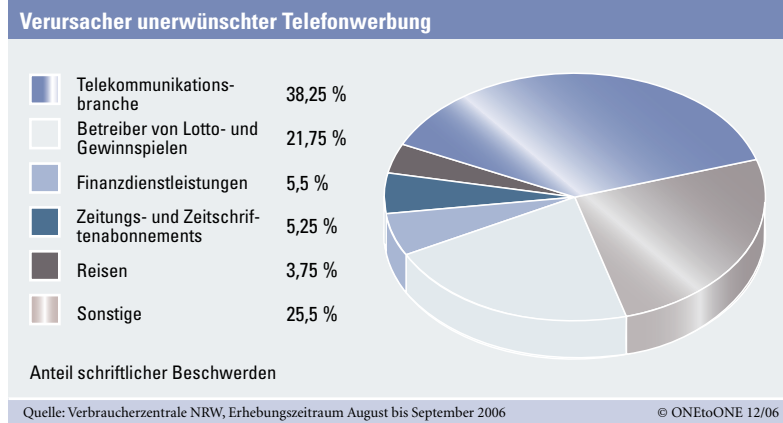
UWG erneut auf dem Prüfstand: SPD und Union planen Bußgeld für unseriöse Call-Center

Opposition noch skeptisch / DDV lehnt Sanktionen strikt ab / Verbraucherschützer fordern Befugnisse für Netzagentur

Die Bundestagsfraktionen von CDU/CSU und SPD wollen das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) nachbessern, um unerlaubte Call-Center-Anrufe effektiver bekämpfen zu können. „Das gegenwärtige Gesetz ist völlig wirkungslos“, sagt die verbraucherpolitische Sprecherin der Unionsfraktion, Julia Klöckner (CDU). Der Grund: Das Gesetz verbiete zwar, dass Werbetreibende Verbraucher ohne deren vorherige Erlaubnis (Opt-in) anrufen. Allerdings werde dieses Verbot nicht als Ordnungswidrigkeit eingestuft, so dass keine Bußgelder verhängt werden könnten. Der angerufene Kunde habe somit nur die Möglichkeit, über einen Verbraucherschutzverband Klage einzureichen.

„Wenn etwas verboten ist, ohne dass es bußgeldbewährt ist, haben Sie kaum Chancen, etwas zu machen“, sagt der SPD-Abgeordnete Manfred Zöllmer. Er kündigte einen Vorstoß in Bezug auf die Abschöpfung von so genannten Unrechtsgewinnen an. Das UWG biete zwar schon die Möglichkeit der Gewinnabschöpfung, allerdings sei sie noch an einen Vorsatz geknüpft. „Wir müssen prüfen, ob wir diese Schwelle deutlich senken können“, sagt Zöllmer. Er

„Das gegenwärtige Gesetz ist völlig wirkungslos“



Unerlaubtes Telemarketing: Obwohl seit zwei Jahren verboten, gibt es in vielen Branchen immer noch so genannte Cold Calls

werde bei den federführenden Juristen darauf drängen, so schnell wie möglich etwas in dieser Richtung zu unternehmen. Es gebe auch Überlegungen, einen entsprechenden Passus im Telemediengesetz unterzubringen.

Unklar sei auch noch die Höhe des Bußgeldes. „Das muss ein Strafmaß sein, dass diejenigen, die sich nicht um das Verbot kümmern, sehr empfindlich getroffen werden, damit sie sich in Zukunft darum kümmern“, sagt Zöll-

mer. Möglicherweise wird die Summe vom Umsatz des Beklagten abhängig gemacht.

Dass solche Bußgelder nur schwer durchzusetzen sind, da die meisten unseriösen Anrufer im Ausland sitzen oder ihre Nummer unterdrücken, bestreitet Zöllmer gar nicht. Die Politik müsse den Bürgern daher ganz klar sagen, dass man „dieses Unwesen nicht völlig ausrotten“ könne. „Es ist aber ganz wichtig, erst einmal ein Zeichen zu setzen“, so Zöllmer.

» Seite 20, Kommentar auf Seite 3

Signal des Aufbruchs

Blick auf den Versandhandelskongress

Ich habe persönlich den Eindruck gewonnen, dass von dem Versandhandelskongress 2006 ein Aufbruchssignal ausgegangen ist“, sagt Otto-Vorstandssprecher Dr. Rainer Hillebrand im Interview mit ONEtoONE. Es sei deutlich gemacht worden, „dass der Distanzhandel eine Einkaufsform der Zukunft mit großen Wachstumspotenzialen ist“. Für viele Kongressbesucher standen daher Erfolgsgeschichten von Newcomern im Mittelpunkt. Doch in Wiesbaden waren auch kritische Töne zu hören – von verpassten Chancen und notwendigen Umstrukturierungen.

» Seite 12 und 24

Lost in My Space

Marketingchefin Kantrowitz im Interview

Das Social-Networking-Portal MySpace setzt bei seinem Deutschlandstart auf Partnerschaften und die Akquise exklusiver Inhalte. Diese sollen sich am Lebensstil der Nutzer orientieren. Darüber hinaus will die News-Corp-Tochter ihre globalen Mobile-Angebote ausbauen. Unterdessen wird die Konkurrenz in Deutschland immer stärker. Neben den Internetriesen Google, Yahoo und T-Online mischen mittlerweile auch die Senderfamilien Pro Sieben Sat 1 und RTL kräftig im Web-2.0-Markt mit.

» Seite 18

PROFILER: Unser Datenschmutzbeauftragter

Der bedirect PROFILER bereinigt Ihren B2B-Datenbestand. Er aktualisiert, ergänzt und korrigiert fehlerhafte Adressen, enttarnt für Sie werbeungeeignete und risikoauffällige Empfänger – und sorgt für eine permanente Pflege Ihrer Kundendaten.



Jetzt kostenlos anfordern:

Unsere Produkt-Informationen:

☎ 05241/8045-614

📄 05241/8045-691

✉ profiler@bedirect.de

be
direct

Ein Gemeinschaftsunternehmen
von AZ Direct & Creditreform

SPD und Union planen Bußgeld für unseriöse Call-Center

Opposition ist skeptisch / DDV lehnt Sanktionen strikt ab / Verbraucherschützer fordern Rufnummernentzug durch Bundesnetzagentur

Fortsetzung von Seite 1

Die Opposition sieht den Vorstoß noch skeptisch. Nach Ansicht der FDP sind Selbstverpflichtungen der Werbebranche deutlich wirksamer als ein Bußgeld. „Bevor gesetzliche Maßnahmen erwogen werden, muss erst einmal abgewartet werden, wie Selbstverpflichtungen wirken“, sagt der verbraucherpolitische Sprecher Hans-Michael Goldmann. Das Call Center Forum hat gerade einen Ehrenkodex verabschiedet, der festlegt, wann eine Einwilligung vorliegt.

Mindestens ebenso wichtig wie eine Selbstverpflichtung ist Goldmanns Ansicht nach eine Aufklärung der Verbraucher: „Es muss jedem klar gemacht werden, dass er unerlaubte Werbeanrufe nicht dulden muss und was er selbst aktiv dagegen tun kann.“ Außerdem sei es erforderlich, bei den Verbrauchern eine höhere Sensibilität beim Umgang mit persönlichen Daten zu wecken.

Ulrike Höfken von Bündnis 90/Die Grünen geht dagegen über den Ruf nach spürbaren Sanktionen hinaus und fordert ein Recht auf Annullierung von Verträgen, die durch unzulässige Werbung zustande gekommen sind. Zusätzlich sollten die Verbrau-

cher Schadensersatz verlangen können. „Nur dies schafft einen wirksamen Anreiz, auf rechtswidrige Praktiken zu verzichten“, sagt Höfken, die dem Ausschuss für Verbraucherschutz vorsitzt.

Die Linkspartei verlangt eine Umkehr der Beweislast, da die Bürger mit der Anzeige- und Beweislast im Bußgeldverfahren schnell überfordert seien. „Es muss geprüft werden, ob die Werbetreibenden gegenüber dem Angerufenen verpflichtet werden können, im Voraus ihre Daten zur Rückverfolgbarkeit offenzulegen bzw. während eines Gesprächs die Offenlegung auf Anforderung zu wiederholen“, sagt die verbraucherpolitische Sprecherin Dr. Kirstin Tackmann.

Bundesnetzagentur soll eingreifen

Der Bundesverband der Verbraucherzentralen setzt sich dafür ein, dass die im Telekommunikationsgesetz festgelegten Befugnisse der Bundesnetzagentur auf die Verfolgung unerwünschter Telefonwerbung ausgedehnt werden. „Man sollte der Netzagentur die Möglichkeit geben, wirksame Sanktionen zu verhängen, zum Beispiel durch Rufnummernentzug oder wirtschaftlich spürbare

Geldbußen“, sagt Michael Bobrowski, Telekommunikationsreferent der Verbraucherschutzorganisation.

Der Deutsche Direktmarketing Verband (DDV) lehnt Sanktionen dennoch strikt ab. „Ständig neue Gesetze



Manfred Zöllmer:
„Man kann dieses Unwesen nicht völlig ausrotten“

und Bußgelder zu erfinden, die handwerklich falsch und ordnungspolitisch unsinnig sind, ist kontraproduktiv“, sagt Vizepräsident Patrick Tapp. Stattdessen sollte die Regierung die europäische UCP-Richtlinie umsetzen, die ganz deutlich belästigende Werbung verbiete. „Anstatt sich für eine einheitliche europäische Richtlinie einzusetzen, wird nun aus populistischen Gründen auf nationaler Ebene nachgefummelt“, sagt Tapp. Seiner Meinung nach ist ein Bußgeld mit dem Wettbewerbsrecht gar nicht vereinbar. Begründung: Knüpft man strafrechtliche Sanktionen an das Wettbewerbs-

recht, greift das verfassungsrechtliche Bestimmungsgebot. Danach muss der Einzelne die Möglichkeit haben, sein Verhalten auf die Rechtslage einzurichten und die Tragweite des Straftatbestands zu erkennen. „Und daran fehlt es bei der unzumutbaren Belästigung“, sagt Tapp. Außerdem bezweifelt der Call-Center-Experte, dass bei Belästigung ein strafwürdiges Unrecht vorliegt. Der DDV setze sich daher nachhaltig für eine Selbstregulierung der Wirtschaft ein.

Das Bundesjustizministerium sieht Selbstregulierungen dagegen kritisch. Derartige Maßnahmen seien nicht geeignet, die Belästigung in Grenzen zu halten, da Telefonmarketing besonders von aggressiv werbenden Unternehmen genutzt werde, die sich von einer Selbstkontrolle kaum beeindruckend lassen. Gleichsam ist es relativ unwahrscheinlich, dass sich das Ministerium der Forderung nach einem Bußgeldkatalog anschließt. Der Grund: Justizministerin Brigitte Zypries ist nach wie vor der Meinung, dass das UWG einen „wirksamen Schutz“ gegen Belästigungen aus Call-Centern biete. Verbraucherschutzminister Horst Seehofer (CSU) prüft dagegen die Realisierungschancen von Strafen. *brö*

KOMMENTAR

UWG Reloaded

Erinnern Sie sich noch an das Hickhack um die Novelle des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb? Mehr als zwei Jahre lang rangen die Parteien um jede Formulierung. Mehrmals mussten Bundestag und Bundesrat über das Gesetz entscheiden. Der von der Opposition angerufene Vermittlungsausschuss kam zu keinem Ergebnis. Letztendlich setzten sich SPD und Grüne (ONEtoONE.de vom 18.06.04) per Kanzlermehrheit durch.

Zwei Jahre später fällt den damaligen Akteuren plötzlich auf, dass die Novelle gar nichts bringt. Begründung: Die meisten unseriösen Anrufer sitzen im Ausland oder unterdrücken ihre Nummer. Na, so was! Hätte das den Politikern nicht etwas früher einfallen können? Und anstatt jetzt einfach zuzugeben, dass man damals Murks gebaut hat, und einzusehen, dass man eine ganz neue Regelung braucht, doktern CDU und SPD weiter am toten Patienten herum.

Dabei liegt die Lösung so nah: Die verantwortlichen Politiker müssten lediglich die europäische UCP-Richtlinie umsetzen, die belästigende Werbung bereits verbietet. Eine strenge und von

der europäischen Entwicklung abgekoppelte Gesetzgebung birgt dagegen die Gefahr einer Wettbewerbsverzerrung, da sich unseriöse Call-Center häufig die Länder als Standort aussuchen, in denen die liberalste Gesetzgebung herrscht.

Die von fast allen Parteien befürwortete Einführung von Bußgeldern würde dagegen nichts an den derzeitigen Missständen ändern. Wer heute vor dem Akquise-Instrument Cold Calls nicht zurückschreckt, wird dies auch nach einer UWG-Änderung nicht tun. Dazu kommt, dass viele Juristen der Ansicht sind, dass ein Bußgeld mit dem Wettbewerbsrecht gar nicht vereinbar ist. Das heißt: Die Novelle der Novelle wird früher oder später eh von einem Gericht kassiert.

Die Politiker entlarven sich damit als reine Populisten. Wenn die Wogen besonders hoch schlagen, verabschieden sie Hals über Kopf eine Regelung, die die Gemüter zwar erst einmal beruhigt, aber – genauer betrachtet – wirkungslos ist. Die Parteien sollten daher schnell auf eine europäische Lösung umschwenken. Sonst heißt es in zwei Jahren wieder: Das UWG muss geändert werden.



Bert Rösch ist Redakteur von ONEtoONE