

## Kurzüberblick über die wettbewerbsrechtlichen Probleme in der Telekommunikationsbranche

Die Wettbewerbszentrale ist in der täglichen Praxis mit zahlreichen Fragestellungen aus dem Telekommunikationsbereich befasst. Im Folgenden soll ein Überblick über einige zentrale Problemfelder gegeben werden.

### **Slamming**

Beim sogenannten Slamming lassen Telefonanbieter die Telefonanschlüsse von Verbrauchern auf ihre Verbindungsbetreiberkennzahl umstellen, ohne dass der Verbraucher einen entsprechenden Auftrag erteilt oder sein Einverständnis erklärt hat. Dieses Vorgehen verstößt zum einen wegen Irreführung und Belästigung des Angerufenen gegen §§ 3, 5 Abs.1, 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG. Unter dem Vorwand, den Kunden lediglich informieren zu wollen, werden seine Daten für die Umstellung seines Telefonanschlusses genutzt.

Darüber hinaus wird gegen § 4 Nr. 10 UWG unter dem Gesichtspunkt des unlauteren Ausspannens und Abwerbens von Kunden verstoßen. Die Vorgehensweise des Slamming stellt nicht nur eine erhebliche Beeinträchtigung des Wettbewerbs dar, sondern auch eine massive Behinderung des bisherigen Verbindungsbetreibers.

### **Spamming und Cold Calling**

Für viele Unternehmen spielt Direkt-Marketing nach wie vor eine bedeutende Rolle. Die Erfahrung zeigt, dass gut geschulte Call-Center-Mitarbeiter zahlreiche Vertragsabschlüsse erreichen können. Erfolgen die Anrufe aber ohne vorherige Anforderung oder vorheriges Einverständnis des Angerufenen (sogenanntes Cold Calling), sind sie unzulässig und wettbewerbswidrig gemäß § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG (vgl. Urteil des LG Düsseldorf vom 4.11.2005, Fundstelle:  
<http://www.wettbewerbszentrale.de/de/pressemitteilungen/detail.asp?id=105>).

Nach einem Urteil des OLG Hamm vom 15.08.2006 (Az. 4 U 78/06) kann eine Einverständniserklärung zur Telefonwerbung auch nicht per vorformulierter Klausel im Handyvertrag eingeholt werden (Fundstelle:

[http://www.justiz.nrw.de/nrwe/olgs/hamm/j2006/4\\_U\\_78\\_06Urteil20060815.html](http://www.justiz.nrw.de/nrwe/olgs/hamm/j2006/4_U_78_06Urteil20060815.html)).

Auch Werbung per Email, Fax oder SMS ohne Einwilligung des Empfängers (sogenanntes Spamming) stellt gemäß § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG eine unzumutbare Belästigung und damit einen Wettbewerbsverstoß dar. Den Nachweis, dass möglicherweise doch eine Einwilligung des Adressaten vorlag, muss der Anrufer bzw. Versender erbringen. Ihn trifft im Falle einer gerichtlichen Auseinandersetzung die Beweislast.

Unabhängig von einer Einwilligung oder der Übersendung im Rahmen bestehender Kundenkontakte ist der Versand von elektronischen Nachrichten immer unzulässig, wenn die Identität des Absenders verheimlicht wird oder wenn keine gültige Adresse vorhanden ist, an die der Empfänger eine Aufforderung zur Einstellung solcher Nachrichten richten kann (§ 7 Abs. 2 Nr. 4 UWG).

### **Flatrate**

Ein weiterer aktueller Themenkomplex, der im Zusammenhang mit den Bereichen Telefonie und Internet von großer Bedeutung ist, ist das Bewerben einer Flatrate. Als Flatrate bezeichnet man Pauschaltarife für Telekommunikationsdienstleistungen wie Telefonie und Internetzugang. Anbieter einer Flatrate sollten darauf achten, dass es sich bei ihrem Angebot auch tatsächlich um eine Flatrate handelt. Häufig wird beispielsweise die Minutenzahl für das Telefonieren und Surfen in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen beschränkt. Da die angesprochenen Personengruppen jedoch davon ausgehen, dass eine Flatrate weder begrenzt ist, noch über den Pauschalbetrag hinausgehende variable Kosten entstehen, sind derartige Klauseln nicht nur überraschend, sondern auch unverständlich und somit unwirksam gemäß §§ 305 c, 307 Abs. 1 BGB (weitere Informationen bei Herrn RA Boris Schmidt, Büro Essen, zum Verfahren E 1 0466/06).

## **Tarife**

Tarife werden häufig nur unvollständig und unverständlich erläutert. Zum Teil werden auch nachträgliche Vertragsänderungen vorgenommen, die nur per Email oder SMS angekündigt werden und vom Kunden nicht in Auftrag gegeben wurden. Der Kunde wird regelmäßig darauf hingewiesen, dass er die Tarifänderung innerhalb einer bestimmten Frist „abbestellen“ müsse, wenn er nicht damit einverstanden ist. Zu solchen einseitigen Vertragsänderungen ist der Telefonanbieter nicht befugt, denn grundsätzlich gilt unter Nichtkaufleuten, dass Schweigen keine Zustimmung bedeutet. Zudem ist eine Klausel in Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die die Vereinbarung eines Rechts des Verwenders beinhaltet, die versprochene Leistung zu ändern oder von ihr abzuweichen, gemäß § 308 Nr. 4 BGB unwirksam, es sei denn, die Vereinbarung der Änderung oder Abweichung ist für den anderen Vertragsteil zumutbar. Durch die angebliche „Widerspruchsfrist“ wird beim Kunden außerdem der Eindruck erweckt, er sei an die Tarifänderung gebunden, wenn er nicht rechtzeitig widerspreche. Der Telefonanbieter handelt damit irreführend gemäß § 5 Abs. 2 Satz 1 Nr. 2 UWG und kann auf Unterlassung in Anspruch genommen werden.

## **Klingeltöne**

Ein weiterer Themenkomplex, der der Branche der Telekommunikation zuzuordnen ist, betrifft die Werbung mit Handy-Klingeltönen. Dabei geht es insbesondere um Werbung mit Klingeltönen, die sich an Minderjährige richtet. Mit Urteil vom 6.04.2006 (Az. I ZR 125/03) hat der BGH entschieden, dass eine Werbung für Handy-Klingeltöne in Jugendzeitschriften, in der nur der nicht unerhebliche Minutenpreis angegeben wird und nicht die voraussichtlich entstehenden höheren Kosten, grundsätzlich geeignet ist, die geschäftliche Unerfahrenheit Minderjähriger auszunutzen und somit gegen §§ 3, 4 Nr.2, 8 Abs. 1, Abs. 3 Nr.2 UWG verstoßen kann (Fundstelle: WRP 2006, 885 ff).

Anbieter von Klingeltönen für Mobiltelefone müssen daher detailliert auf die Kosten hinweisen. Für die Nutzer des Angebots muss erkennbar sein, welche Kosten auf sie zukommen, da ihnen die maßgebliche Dauer des Ladevorgangs häufig unbekannt ist.

## **Verfall von Prepaid-Guthachten**

Ein weiterer Sachverhalt betrifft den Verfall von Guthaben für Prepaid-Karten. Eine Prepaid-SIM-Karte ermöglicht dem Karteninhaber für jeweils einen bestimmten aufgeladenen Guthabenbetrag das Telefonieren für einen bestimmten Zeitraum. Besteht kein Guthaben mehr, wird die Möglichkeit des Telefonierens häufig gesperrt, das Guthaben verfällt. Klauseln in Allgemeinen Geschäftsbedingungen, die diesen Verfall von Prepaid-Guthaben regeln, benachteiligen den Verbraucher unangemessen und sind daher unwirksam gemäß § 307 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 1 BGB. Sie sind nicht mit dem Äquivalenzprinzip von Leistung und Gegenleistung zu vereinbaren, weil der Kunde vorausbezahlte Leistungen nur im Rahmen einer zeitlichen Grenze in Anspruch nehmen kann (vgl. Urteil des OLG München vom 22.06.2006 (Az. 29 U 2294/06), Fundstelle:

<http://www.verbraucherrechtliches.de/2006/07/09/olg-munchen-urt-v-22062006-az-29-u-229406-volltext/> und Urteil des LG Düsseldorf vom 23.08.2006 (Az. 12 O

458/05, Fundstelle:

[http://www.justiz.nrw.de/nrwe/lgs/duesseldorf/lg\\_duesseldorf/j2006/12\\_O\\_458\\_05urteil20060823.html](http://www.justiz.nrw.de/nrwe/lgs/duesseldorf/lg_duesseldorf/j2006/12_O_458_05urteil20060823.html)).

## **Links**

- [www.bundesnetzagentur.de](http://www.bundesnetzagentur.de)
- [www.wdr.de/themen/wirtschaft/wirtschaftsbranche/telekommunikation/060919.jhtml](http://www.wdr.de/themen/wirtschaft/wirtschaftsbranche/telekommunikation/060919.jhtml) (Pressemitteilung vom 9.10.2006 zum Slamming)
- [www.dpwn.de/dpwn?lang=de\\_DE&xmlFile=2007067](http://www.dpwn.de/dpwn?lang=de_DE&xmlFile=2007067) (Pressemitteilung vom 21.9.2006 zur Studie „Direktmarketing in Deutschland 2006“)
- [www.zdf.de/ZDFde/inhalt/14/0,1872,3960558,00.html](http://www.zdf.de/ZDFde/inhalt/14/0,1872,3960558,00.html) (Pressemitteilung vom 31.7.2006 zur Rückzahlung von Prepaid-Guthaben)
- [www.heise.de/newsticker/meldung/print/74583](http://www.heise.de/newsticker/meldung/print/74583) (Pressemitteilung vom 22.6.2006 zum Verfall von Prepaid-Guthaben)