



Verbraucherschutz beim Telefonmarketing tatsächlich verbessern

Rede von Karin Binder, 20. Juni 2008

Obwohl das Thema in den Fachausschüssen schon mehrfach diskutiert und obwohl dort auch Lösungen versprochen wurden, ist eine Vorlage der Bundesregierung zu diesem Thema seit Monaten überfällig. Der Antrag der FDP mahnt jetzt - zu Recht - die Behandlung an.

Ob wir deshalb allerdings gleich die Call-Center als eine zu schützende Spezies ausweisen müssen? Ich halte das für überflüssig.

Mir hat die gute alte Kundenbetreuung eines Herstellers oder Dienstleistungsunternehmens mit den eigenen, sachkundigen und in der Regel ordentlich bezahlten MitarbeiterInnen bisher eigentlich immer besser und schneller geholfen als ein ausgelagertes Call-Center, dessen MitarbeiterInnen zu dem Produkt, das sie an den Mann und an die Frau bringen sollen, keinerlei Beziehung haben. Dort arbeiten zwar meistens gut geschulte, aber in der Regel deutlich unterbezahlte Spezialistinnen in Sachen Gesprächsführung. In der Sache selbst allerdings bekomme ich häufig nicht die

gewünschte Auskunft. Klar, diese KollegInnen können ja auch nicht einfach mal kurz beim sachkundigen Kollegen in einer Fachabteilung nachfragen.

Aber der Antrag enthält auch unterstützenswerte Ideen. So teilen wir die Forderungen nach

- einer verpflichtenden Rufnummernanzeige zur Identifikation des anrufenden Unternehmens und
- einer einheitlichen Vorwahlnummer für Call-Center, um den Angerufenen den gewerblichen Zweck des Anrufenden sofort zu erkennen zu geben.

Wir teilen auch die Forderung nach Ausweitung des Widerrufs- und Rückgaberechts. Aber wieso eigentlich nur für Verträge für Zeitungen und Zeitschriften oder Lotteriespiele?

Auch die geforderten Maßnahmen zum Widerrufsrecht gegen sogenannte untergeschobene Verträge und die Maßnahmen gegen gesetzliche Lücken und Unklarheiten bei Verträgen mit Telekommunikationsunternehmen halten wir für hilfreich. Aber wäre es nicht für alle Menschen viel einfacher, nachvollziehbarer und vor allem sicherer insbesondere bei längerfristigen und dauerhaften Leistungen, einen schriftlichen Vertrag in Händen zu halten, der erst gilt, wenn sie ihn mit ihrer Unterschrift bestätigt und zurückgesandt haben? Wir meinen, das wäre eindeutig die bessere, weil sichere Lösung.
Wir meinen damit ausdrücklich nicht eine schriftliche Vertragsbestätigung für die telefonische Pizzabestellung. Diese wird nämlich in der Regel nicht vom Pizzabäcker telefonisch eingeworben, sondern aktiv per Anruf vom Kunden / der Kundin beauftragt. Das müsste doch wohl einen deutlichen Unterschied im Sinne des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb ausmachen!

Auch Aufklärung und Informationskampagnen sind gut. Wenn es allerdings um Imagewerbung für Call-

Center gehen soll, dann sollen das bitte auch die Call-Center selber zahlen.

Deshalb halte ich auch die Einführung eines Ehrenkodexes, um die "Eigenverantwortung" der Call-Center-Branche zu stärken, für ein ehrenwertes Ansinnen - mehr aber auch nicht.

Die Einführung einer unabhängigen, ich betone unabhängigen, zentralen Beschwerdestelle halte ich dagegen für eine gute Idee.

Was mich nicht wundert, was ich allerdings sehr bedaure, ist die Tatsache, dass die FDP sich einmal mehr zum Sprachrohr der Unternehmen macht. So heißt es, die Call-Center-Branche sei an einer vom Gesetzgeber unterstützten "Selbstreinigung" interessiert. Gleichzeitig spricht sich die FDP in ihrem Antrag gegen jedes Quäntchen mehr an staatlichen Sanktionierungen der Unternehmen aus:

- keine höheren Bußgelder
- keine Gewinnabschöpfung bei fahrlässigen Verstößen gegen das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb.

Die FDP lehnt höhere Bußgelder gegen die Verursacher ab, da die Behörden nicht über die erforderlichen Personalkapazitäten für die Verfolgung der Verstöße verfügen würden. Dabei gehören Bußgelder zu den wenigen Möglichkeiten, die Unternehmen wegen unlauterer Telefonwerbung zu maßregeln. Das bestärkt unsere Auffassung, dass die Behörden personell besser ausgestattet werden müssen.br

Weiterhin will die FDP, dass das Sanktionsinstrument der Gewinnabschöpfung nur in Ausnahmefällen, bei nachgewiesenem Vorsatz, zum Tragen kommt. Liebe Kolleginnen und Kollegen, Sie wissen doch, wie schwierig es für die Verbraucherverbände ist, diesen Nachweis zu führen. Dabei ist die Abschöpfung von rechtswidrig erlangten Unternehmensgewinnen die

einzig wirksame Waffe gegen unerlaubte
Telefonwerbung, weil sie allein den Unternehmen
wirklich weh tut und damit zu einer Disziplinierung
beiträgt.

Ich danke für ihre Aufmerksamkeit.