

Richtlinien

Direktmarketing per Telefon

Inhaltsverzeichnis

Einführung	3
1. Wann unterliege ich den Regeln für Direktmarketing per Telefon?.....	3
2. Wer ist im Bereich des Direktmarketings per Telefon gesetzlich geschützt?	3
3. Was sollte ich tun, wenn ich bestimmte Teilnehmer anrufen oder anrufen lassen möchte, um ihnen ein Produkt / eine Dienstleistung anzubieten oder eine Werbeaktion mitzuteilen?	3
4. Wozu raten Sie mir?	4
5. Was sind die möglichen Strafen?.....	5

Einführung

Als Unternehmen sind Sie verpflichtet, direkt oder über einen Subunternehmer zu bewerben : diese Werbung ist entweder allgemein oder auf bestimmte Personen ausgerichtet. Auf diesem Wege pflegen Sie eine Geschäftsbeziehung zu Ihren Kunden und versuchen, neue Kunden zu überzeugen.

Damit Ihr Marketingziel erreicht werden kann, ohne einzelne Verbraucher zu belästigen, gibt es gesetzliche Regeln, die beachtet werden müssen. Wir stellen im Folgenden eine Übersicht dieser Regeln auf und geben Ihnen noch ein paar praktische Tipps mit auf den Weg, denn es ist besser, Probleme zu vermeiden, bevor sie entstehen!

Die Gerichtshöfe und Gerichte behalten jederzeit ihre souveräne Ermessensbefugnis über die in diesen Richtlinien enthaltenen Empfehlungen, Stellungnahmen und sonstigen Informationen. Das bedeutet, dass die Gerichtshöfe und Gerichte in einem Rechtsstreit vom Inhalt dieser Richtlinien abweichen können.

Diese Richtlinien haben einen evolutiven Charakter und können daher jederzeit aktualisiert werden.

1. Wann unterliege ich den Regeln für Direktmarketing per Telefon?

Direktmarketing ist ein weit gefasster Begriff. Es geht nicht nur um an ihre Kunden gerichtete kommerzielle Aktionen von Unternehmen, sondern auch um Kontakte mit potenziellen Kunden.

Auch die Kontaktaufnahme durch Organisationen, z. B. um Spenden für gute Werke zu sammeln oder um Mitglieder zu werben, gilt als Direktmarketing.

Allerdings gelten nicht alle Kontaktaufnahmen als Direktmarketing.

Zum Beispiel:

- Ein Unternehmen kontaktiert einen Kunden, um einen Termin zu bestätigen.
- Ein Unternehmen informiert einen Kunden über ein Problem, das mit einem von ihm gekauften Produkt auftreten kann.

Direktmarketing ist weiter gefasst als das, was man unter „Werbung“ versteht. Nicht-kommerzielle Botschaften gehören ebenfalls zu diesem Konzept.

2. Wer ist im Bereich des Direktmarketings per Telefon gesetzlich geschützt?

Alle belgischen Telefonteilnehmer, egal ob Verbraucher, Unternehmen, gemeinnützige Organisationen etc.

3. Was sollte ich tun, wenn ich bestimmte Teilnehmer anrufen oder anrufen lassen möchte, um ihnen ein Produkt / eine Dienstleistung anzubieten oder eine Werbeaktion mitzuteilen?

Gemäß Artikel VI.111 bis 115 des [Wirtschaftsgesetzbuches](#) (im Folgenden „WGB“) sollten Sie zunächst die [Liste](#) der Vereinigung „Do Not call Me“ konsultieren. Diese Vereinigung verfügt über die Zulassung, eine Liste mit Telefonnummern von Teilnehmern zu führen, **die ihrem**

Telefonanbieter oder dieser Vereinigung gegenüber ausdrücklich angegeben haben, dass sie nicht zu Direktmarketingzwecken telefonisch kontaktiert werden möchten.

Alle Telefonanbieter arbeiten mit dieser Vereinigung zusammen.

Die Rufnummern, die Sie anrufen möchten, sollten nicht in dieser Liste enthalten sein.

Dies wird als **allgemeines Widerspruchsrecht** bezeichnet, mit dem der Teilnehmer erklärt, dass er keine Telefonanrufe von Personen wünscht, die Produkte oder Dienstleistungen oder andere Werbeaktionen per Telefon anbieten.

Sie sollten **anschließend** Ihre eigenen Kundenlisten auf Folgendes überprüfen:

- Personen, die nicht auf der „[Nicht mehr anrufen](#)“-Liste stehen und die Sie erreichen möchten, haben Ihnen möglicherweise mitgeteilt, dass sie diese Art von Kontakt per Telefon **nicht wünschen**.
- Personen auf der „Nicht mehr anrufen“-Liste haben Ihnen möglicherweise, **nachdem** sie auf die „Nicht mehr anrufen“-Liste gesetzt wurden, mitgeteilt, dass sie diese Art von Telefonkontakt akzeptieren. Dies wird als **ausdrückliche Einwilligung** des Verbrauchers bezeichnet.

Achtung! Bitte beachten Sie, dass es wichtig ist, auf das Datum zu achten, an dem der Kunde seine ausdrückliche Einwilligung gegeben hat, von Ihrem Unternehmen per Telefon kontaktiert zu werden. Wenn dieses Datum später liegt als der allgemeine Widerspruch in der „Nicht mehr anrufen“-Liste, dann **können** Sie ihn kontaktieren. Andernfalls können Sie den Kunden nicht kontaktieren, denn dies könnte geahndet werden.

Konkretes Beispiel

Herr X, ein Verbraucher, möchte unabhängig von der jeweiligen Firma nicht zu Werbe- oder Verkaufszwecken für Waren und Dienstleistungen per Telefon angerufen werden und trägt sich am 03.03.2016 in das Register „Nicht mehr anrufen“ ein.

Am 02.11.2016 besucht er die Website von Unternehmen Y und meldet sich an, um Werbeangebote und andere Aktionen von Y zu erhalten.

Ergebnis : Wenn Firma Y ab dem 01.12.2016 eine Werbeaktion starten will, kann sie das tun, **solange Herr X seit dem 02.11.16 nicht mitgeteilt hat, dass er seine Meinung geändert hat.**

Y kann also vorgehen, da die ausdrückliche Einwilligung **nach** dem allgemeinen Widerspruch erfolgte.

Tipp: Denken Sie daran, Ihrem (zukünftigen) Kunden klar und deutlich mitzuteilen, **dass er das Recht hat**, für die gesamte Dauer seiner geschäftlichen Beziehung mit Ihnen Werbeaktionen von Ihnen **anzunehmen oder abzulehnen**.

4. Wozu raten Sie mir?

Richten Sie ein System ein, das folgende Aufgaben erfüllt:

- Ihren Kunden die permanente, einfache und kostenlose Möglichkeit bieten, Werbung von Ihnen anzunehmen oder abzulehnen. Zum Beispiel, wenn ein Kunde ein Konto anlegt, Informationen anfordert, nach einer Bestellung, im Rahmen einer Zufriedenheitsumfrage, eines Preisausschreibens usw.;
- Alle Einwilligungen und Widersprüche Ihrer Kunden zu Marketingaktionen sammeln;
- Da Sie in der Lage sein müssen zu beweisen, dass Sie die vorgeschriebenen Listen konsultiert und die Meinung des Verbrauchers respektiert haben, sorgen Sie für schriftliche und datierte Nachweise;
- **Vor** jeder Marketingaktion den Inhalt der „[Nicht mehr anrufen](#)“-Liste überprüfen und die Namen verwerfen, die sowohl auf dieser Liste als auch in Ihren potenziellen Ziellisten enthalten sind;
- Die Listen Ihrer potentiellen Kunden mit Ihren eigenen Listen vergleichen.

Tipp: **Stellen Sie sicher**, dass all diese Listen den Verantwortlichen für Marketingaktionen leicht zugänglich sind und **immer auf dem neuesten Stand gehalten werden und datiert sind**.

Im Rahmen einer Kontrolle müssen Sie nachweisen können, dass Sie die oben genannten Listen konsultiert und abgeglichen haben. Wenn der Beschwerdeführer auf der Liste für den allgemeinen Widerspruch gegen Werbung ([Nicht mehr anrufen](#)) steht und in der Folge nicht den Wunsch geäußert hat, von Ihnen kontaktiert zu werden, Sie ihn aber trotzdem kontaktiert haben, können Sie mit einer Strafe belegt werden.

5. Was sind die möglichen Strafen?

Verstöße werden strafrechtlich mit einer Geldbuße von bis zu 80.000 Euro (oder bis zu 4 % des Jahresumsatzes, je nachdem, welcher Betrag höher ist) geahndet.¹

Die Wirtschaftsinspektion kann aufgrund einer Meldung, die sie über die [Meldestelle](#) erhält, Untersuchungen einleiten. Sie kann eine Untersuchung auch aus eigener Initiative oder im Rahmen einer groß angelegten allgemeinen Untersuchung in dem Sektor einleiten. Untersuchungen können auch auf Antrag des Ministers oder der Staatsanwaltschaft durchgeführt werden.

Wenn ein Verstoß festgestellt wird, verfügt die Wirtschaftsinspektion hauptsächlich über die folgenden Möglichkeiten:

- eine Verwarnung richten, mit der Aufforderung, die Situation in Ordnung zu bringen;
- dem Prokurator des Königs ihre Feststellungen mitteilen;
- das Vergleichsverfahren anwenden (Vorschlag eines Geldbetrags, durch dessen freiwillige Zahlung und die Einstellung des Verstoßes die Strafverfolgung erlischt);
- eine administrative Geldbuße auferlegen.²

¹ Die strafrechtlichen Bestimmungen sind in den Artikeln XV.70 und XV.83 WGB.

Jahresumsatz: der gesamte Jahresumsatz im letzten abgeschlossenen Geschäftsjahr vor der Verhängung der Geldbuße, für das Daten vorliegen, die eine Bestimmung des Jahresumsatzes ermöglichen.

Sanktion der Stufe 2: Geldbuße von 26 bis zu 10.000 Euro, die, multipliziert mit dem Zuschlagzehntel, eine Geldbuße von 208 bis zu 80.000 Euro ergibt, oder bis zu 4 % des gesamten Jahresumsatzes, je nachdem, welcher Betrag höher ist.

² Die Mindest- und Höchstbeträge der administrativen Geldbuße entsprechen den jeweiligen Mindest- und Höchstbeträgen der strafrechtlichen Geldbuße für dieselbe Tat. Die Zuschlagzehntel finden auch auf diese administrativen Geldbußen Anwendung (Artikel XV.60/20 WGB).