

Telesales Revolution

Harte Regeln erfordern klare Lösungen

Jeder kennt sie, beinahe jeder hat sie schon erhalten: unerwünschte Werbeanrufe. Grundsätzlich sollte es diese sogenannten „Cold Calls“ gar nicht mehr geben, denn bereits seit acht Jahren sind sie in Deutschland verboten. Hierfür gibt es das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, welches diese Thematik relativ eindeutig regelt. Darin steht, dass Verbraucher in den Erhalt von Werbeanrufen ausdrücklich einwilligen müssen – und das bereits, bevor sie einen Werbeanruf erhalten. Zur Verdeutlichung: Es ist es auch unzulässig, die Einwilligung für einen Werbeanruf noch direkt zu Beginn des Telefonats einzuholen. Hat der Verbraucher einem Werbeanruf also im Vorfeld nicht zugestimmt, dann handelt es sich um einen unerlaubten Werbeanruf gemäß dem oben genannten Gesetz und die Bundesnetzagentur kann und muss diesen verfolgen. Die Folgen sind gravierend: Mit einer Geldstrafe von bis zu 300.000 Euro muss das anrufende Unternehmen gegebenenfalls rechnen.

Damit keine Unklarheiten entstehen, wurde auch der Begriff der Werbung auf europäischer Ebene abschließend definiert. Danach ist Werbung „jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen, zu fördern“ (97/55/EG).



Eine klare Regelung seitens des Gesetzgebers liegt also vor und setzt zunächst einmal deutliche Grenzen.

Doch weder diese Gesetzgebung noch die empfindlichen Geldstrafen hindern viele Unternehmen daran, weiter Cold Calls einzusetzen. Im Gegenteil: Laut Bundesregierung gibt es zunehmend Beschwerden angerufener Bürger, die sich auf unerlaubte Telefonwerbung beziehen. Allein im vergangenen Jahr gingen bei der Bundesnetzagentur knapp 30.000 Beschwerden ein, was gegenüber den beiden Vorjahren eine deutliche Steigerung um rund 20 Prozent (siehe Statista-Grafik) bedeutet. Dabei hat sich die Summe der verhängten Bußgelder mit 895.849 Euro gegenüber dem Vorjahr nahezu verdoppelt. Dies zeigt, dass der Gesetzgeber – ganz im Gegensatz zu den werbenden Unternehmen – das Thema sehr ernst nimmt.

Diese Zahlen und das damit gemessene Anrufverhalten von Unternehmen bringen nun das Fass zum Überlaufen: Politiker fordern vehement, dem offensichtlichen Missbrauch einen Riegel vorzuschieben und den Verbraucherschutz bei der Te-

lefonwerbung zu verstärken. „Millionen von Verbrauchern werden tagtäglich abgezockt“, lautet beispiels-

weise der Vorwurf von Peter Hauk, Minister für Ländlichen Raum und Verbraucherschutz in der baden-württembergischen Landesregierung. Cold Calls bezeichnete der Politiker jüngst als „unanständig und kriminell“. „Leider“, so Hauk, „sind entsprechende Verträge trotz des Verbots von Werbeanrufen gültig, wenn sie nicht innerhalb von zwei Wochen widerrufen werden.“ (Siehe

Kasten auf S. 54 zur aktuellen Gesetzeslage.)

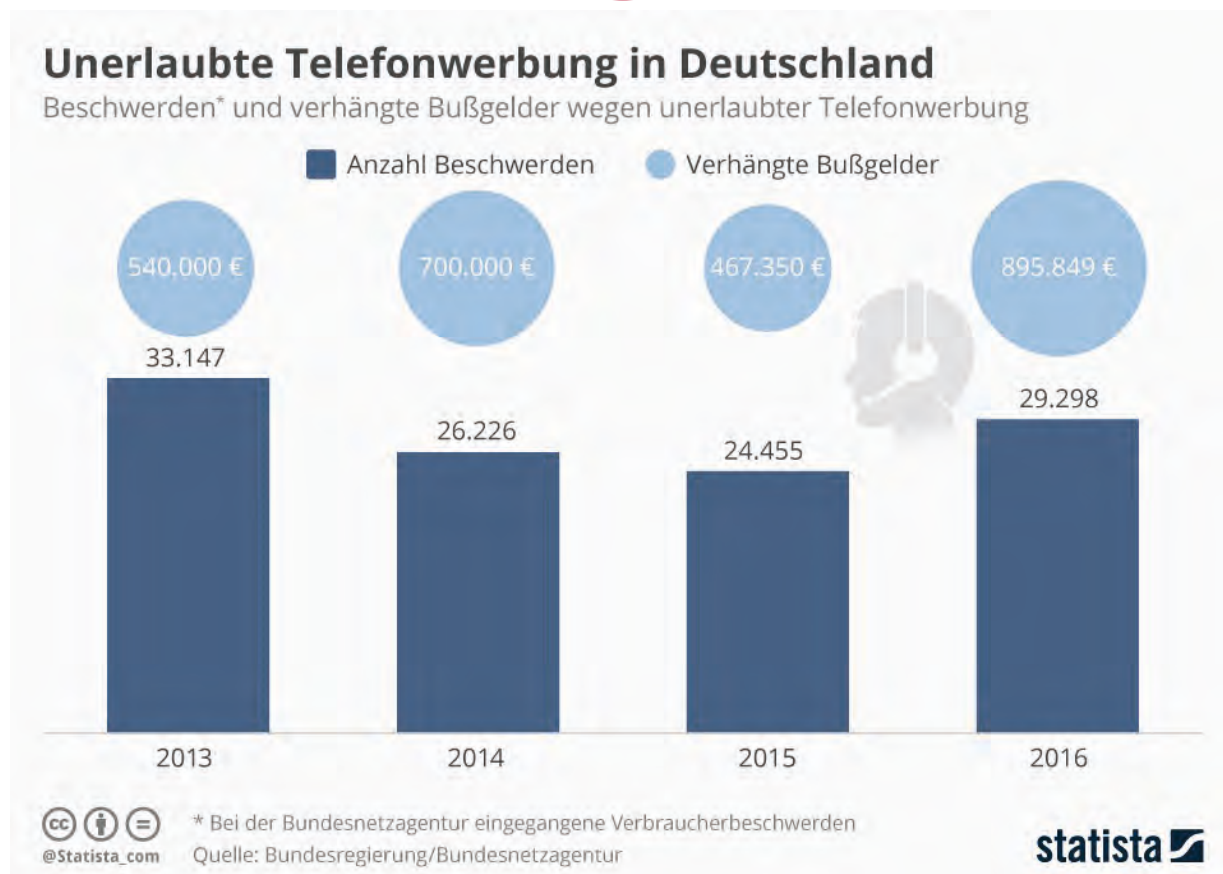
Baden-Württemberg ist bestrebt, die Belästigung von Verbrauchern durch Werbeanrufe weiter zu unterbinden, und hat am 10. März 2017 einen entsprechenden Gesetzentwurf im Bundesrat vorgestellt.

**KNAPP 30.000
BESCHWERDEN**

**AUSDRÜCK-
LICH UND
FORMGERECHT**

Politik fordert Vertragsbestätigung in Schriftform

Im Gesetzentwurf ist vorgesehen, dass Verträge, die durch ungebetene Telefonanrufe zustande kommen, nur dann gültig sind, wenn Verbraucher sie ausdrücklich und formgerecht – gemeint ist



schriftlich – bestätigen. Die baden-württembergische Landesregierung stellt hier klar, dass auch die anderen Bundesländer diese sogenannte „Bestätigungslösung“ schon seit Längerem für erforderlich halten.

Verbände wie der DDV oder der CCV kritisieren dieses Ansinnen und berufen sich dabei unter anderem auf das Widerrufsrecht und die ihrer Meinung nach fehlende Umsetzbarkeit der Regelung in die Praxis. Aus Sicht der Callcenter-Dienstleister ist das nachvollziehbar, Fakt bleibt jedoch, dass sich der Verbraucher – zumal als Laie – bei der aktuellen Gesetzeslage durchaus in einer für ihn unangenehmen Grauzone wiederfinden kann (siehe Kasten auf S. 54).

Es wird immer wahrscheinlicher, dass der Bundestag den Entwurf als Gesetz „durchwinkt“ und damit ein wesentlicher Teil der bisherigen Telesales-Aktivitäten in Deutschland auf der Kippe steht.

Umso mehr brauchen wir schnellstmöglich Lösungen, die entsprechende Rechtssicherheit bei Telefongeschäften gewährleisten und die brisante Lage für den Bereich Telesales somit entschärfen.

Burkhard Urban ist Vertriebsspezialist und Experte in Sachen Telesales und kommt mit einem Lösungsansatz – zumindest, was die Rechtssicherheit der auf diese Art geschlossenen Verträge angeht – zum SQUT-Interview:

SQUT: Im Bereich Telesales rechtssicher zu arbeiten, wird immer herausfordernder. Wie unterstützen Sie hier mit Ihrer Lösung?

B. Urban: Mit der Software ELSBETH ContractCompliance von Enghouse Interactive können Contactcenter und Telesales-Agenturen auf zeitgemäße Art per digitaler Unterschrift telefonisch Geschäfte abschließen – rechtssicher, unkompliziert, ohne Medienbruch und damit schnell. Und es ist auch für den Kunden bequem: Dieser benötigt auf der anderen Seite für das komfortable Geschäft lediglich ein Smartphone oder Tablet mit Touchscreen oder andere Eingabegeräte wie z.B. elektronischer Stift, Maus etc.

TELESALES-
AKTIVITÄTEN IN
DEUTSCHLAND AUF
DER KIPPE

ZUSÄTZLICHE
SICHERHEITSTUFEN:
VERSCHLÜSSELUNG,
BENUTZERPASSWORT
ETC.

SQUT: Das klingt etwas abstrakt. Wie muss man sich das in der Realität vorstellen?

B. Urban: Der Vertrag wird während des Telefonats zwischen Kunden und Unternehmen vom Agenten fertig ausgefüllt, anschließend erhält der Kunde automatisch einen Push-Link (via SMS, Mail, Facebook, WhatsApp etc.). Nach Öffnen dieses Links gelangt der Kunde auf eine sichere Website, wo er alle Vertragsdaten inklusive Widerrufsbelehrung und AGB sieht und überprüfen kann. Anschließend signiert er den Vertrag und schließt das Geschäft mit einem Klick auf den Button „Jetzt bestellen“ ab.

Kunde und Agent erhalten nach der Unterzeichnung eine E-Mail mit Anhang bzw. Web-Link oder Push-Link, wo der vollständige Vertrag inklusive AGB und Unterschrift ersichtlich ist bzw. heruntergeladen werden kann.

SQUT: Für welche Art Verträge ist so eine Vorgehensweise geeignet?

B. Urban: Für die digitale Unterschrift mit ELSBETH ContractCompliance eignen sich alle Verträge, die nach Verbraucherrecht geschlossen werden und – mit Widerrufsrecht – regelmäßige Zahlungen beinhalten, also beispielsweise Verträge in den Bereichen Mobilfunk, Internet, Energie etc.

SQUT: Und das kann allen Anforderungen, auch in puncto Sicherheit, an einen Vertrag gerecht werden?

B. Urban: Ja! Der Vertrag mit der digitalen Unterschrift ist genauso sicher wie ein herkömmlicher, mit Kugelschreiber unterzeichneter Vertrag. Falls gewünscht, kann die Übertragung des unterzeichneten Vertrags mit zusätzlichen Sicherheitsstufen (Verschlüsselung, Benutzerpasswort etc.) erfolgen.

Auch die Widerrufs- und Rücktrittsrechte sind durch die Fernabsatzverträge garantiert, die im § 312 BGB geregelt sind.

SQUT: Die Stornoquote von telefonisch avisierten Verträgen liegt in Deutschland aktuell zwischen 40



und 60 Prozent. Das spricht nicht gerade für diesen Kanal, oder?

B: Urban: Das hat sicher auch etwas mit dem Komfort bei Vertragsabschlüssen zu tun, die nachträglich schriftlich festgehalten werden müssen und erst dadurch wirksam werden. Natürlich kostet der Medienbruch (elektronische Dokumentenerstellung, Ausdrucken zur Unterschrift, Einscannen zum Archivieren) viel Zeit, Geduld und Geld. Dies ist sicher nicht im Sinne des Verbrauchers und des Anbieters. ELSBETH ContractCompliance kann hier, unabhängig von einer möglichen Gesetzesänderung, Geschäftsprozesse komfortabler gestalten und erheblich beschleunigen. Und – wenn es nach dem Willen einiger Abgeordneten geht – kann ELSBETH ContractCompliance in Zukunft der einzige Weg sein, einen rechtsgültigen Verkaufsabschluss am Telefon zu erzielen. ■



Burkhard Urban

Burkhard Urban, 48,7 Jahre jung, ist bei Enghouse Vertriebsleiter Direct Sales für Deutschland, Österreich und die Schweiz. Der im Münsterland lebende Vertriebsspezialist und Experte für Telesales ist seit 2007 eng und leidenschaftlich mit der ELSBETH-Software verbunden.

Telesales: Die aktuelle Gesetzeslage

Der Bundesverband der Verbraucherzentralen und die Bundesnetzagentur warnen Unternehmen vor unerlaubter Telefonwerbung, sogenannten „Cold Calls“. Sie empfehlen Verbrauchern, entsprechende Verstöße der Bundesnetzagentur zu melden. Dies gilt ebenso für die Rufnummernunterdrückung bei Anrufen, die gemäß Telekommunikationsgesetz ebenso verboten ist wie Cold Calls. Das gesetzliche Verbot scheint also in seiner Definition klar, seine Auslegung in der Praxis ist aber bis dato nicht eindeutig geklärt. So sind einerseits nach Meinung von Rechtsexperten Verträge null und nichtig, die aufgrund von Cold Calls zustande kommen, eben weil sie Folge der Missachtung eines gesetzlichen Verbots sind. Andererseits gibt es gleichwohl Gerichtsurteile, die durch Cold Calls zustande gekommene Verträge für gültig erklärt haben (Amtsgericht Lahr, Urteil v. 23.07.2014, Az.: 5C246/13).

Hintergrund: Oftmals erteilen Verbraucher das Opt-in¹ zu einem eigentlich unerlaubten Werbeanruf unbewusst, etwa im Rahmen eines Gewinnspiels oder eines zeitlich befristeten Schnäppchenkaufs.



Das Problem

Unseriöse Unternehmen haben nach Darstellung des baden-württembergischen Verbraucherschutzministers Peter Hauk ihre Geschäftspraktiken der aktuell geltenden Gesetzeslage längst angepasst. Daher seien Verbraucher auch vor mancherlei Tricks trotz Widerrufsrecht nicht gefeit. So erhalten z. B. Netzbetreiber eigenen Angaben nach von Energieversorgern Daten von Kunden, die angeblich einen Lieferantenwechsel wünschen. Die Krux dabei: Nach Angaben der Netzbetreiber liegt ein entsprechender Kundenwunsch gar nicht vor und die Kundendaten sind durch geschickte Fragetechniken in Erfahrung gebracht worden. Verbraucher haben zwar in jedem Fall ein Widerrufsrecht von 14 Tagen, dessen Frist erst dann beginnt, wenn der Verbraucher über dieses Recht schriftlich belehrt worden ist. Im obigen Fall aber ist der Widerruf relativ kompliziert, weil zwei Vertragspartner involviert sind, was gerade ältere Menschen schnell überfordert.

1: Opt-in ist ein Verfahren, bei dem der Endverbraucher Werbekontaktaufnahmen vorher – meist durch E-Mail, Telefon oder SMS – explizit bestätigen muss.

CALLCENTER GEHT AUCH ANDERS



24/7 FLEXIBLE ARBEITSZEITEN ✓

KLEINE BÜROS IN BERLIN ✓

UNBEFRISTETE ARBEITSVERTRÄGE ✓

INBOUND FÜR PROMINENTE KUNDEN ✓

WORK@HOME ✓

Schnuppertag
vereinbaren!