

Competence Center

[CRM & Vertrieb](#)[Marke & Strategie](#)[E-Marketing](#)[Communication](#)[Marketing-Recht](#)[News](#)[Links](#)[Studien](#)[Termine](#)[Wissen](#)

Datenbanken

[Dienstleister](#)[Studienanbieter](#)[Bücher](#)[Termine](#)

Community

[Marken-Award](#)[Win-Win-Cup](#)[Markenmuseum](#)[Briefe aus Amerika](#)[Verbände & Links](#)[Forum](#)

Karriere

[Jobs & Praktika](#)[Geschäftsideen](#)

Competence Center Marketing-Recht

BGH-Urteile

Geschäftstelefone sind für die Werbewirtschaft nicht tabu



Das Telefonmarketing gewinnt im Marketing-Mix an Bedeutung. Ganz besonders vor dem Hintergrund rückläufiger Mailing-, Anzeigen- und Beilagenergebnisse. Die Urteile des Bundesgerichtshofs berücksichtigen die Interessen der Werbewirtschaft in stärkerem Maße als bisher.

Schon in seinem Urteil vom 07.04.2005 (Az. I ZR 140/02) hatten die BGH-Richter entschieden, eine gezielte Direktansprache von Passanten nicht mehr ohne weiteres als wettbewerbswidrig einzustufen. Dann nämlich, wenn für den angesprochenen Verbraucher der Werbezweck einer Direktansprache eindeutig erkennbar sei. In diesem Fall könne der Verbraucher sich dem Werbegespräch ohne große Mühe durch Nichtbeachtung des Werbenden oder durch eine kurze abweisende Bemerkung entziehen. Wird das Nein akzeptiert, gehe die direkte Passantenansprache nach Auffassung der Richter in Ordnung.

Die Tendenz dieses Urteils spiegelt sich auch in zwei weiteren BGH-Urteilen wider, bei denen es um die telefonische Direktansprache am Arbeitsplatz geht. In dem einen Fall handelt es sich um den Anruf eines Headhunters und in dem anderen Fall um den Anruf eines Telefonbuchanbieters mit dem Ziel, Anzeigeneinträge telefonisch anzubieten und zu verkaufen. Beim Headhunter-Urteil hält der BGH die telefonische Direktansprache eines Arbeitnehmers an seinem Arbeitsplatz grundsätzlich für zulässig (Az. I ZR 73/02). Nach Auffassung des BGH muss bei solchen Anrufen nämlich auch das Interesse des abwerbenden Unternehmens an einer telefonischen Kontaktaufnahme als schutzwürdig angesehen werden. Wettbewerbswidrig ist es aber, das

[Weitere News](#)[Bundesgerichtshof \(BGH\)](#)

Die Richter werden die Regenwald-Werbung nicht verbieten

[Der Fall Lindt Goldhase](#)

Orientieren sich Verbraucher an Wort- oder Bildbestandteilen?

[BGH-Urteile](#)

Geschäftstelefone sind für die Werbewirtschaft nicht tabu

[EU-Kommission](#)

Mit trojanischem Pferd gegen alkoholische Getränke?

[Markenlöschungsantrag](#)

Fellner soll Tageszeitung "Österreich" umbenennen

[OLG Hamburg](#)

Metro verliert - MVG darf Busse weiterhin "MetroBus" nennen

[Europäische Kommission](#)

Die Klagen gegen Hersteller von Produkten nehmen zu

Karriere-Tests

Forschung

Science Factory

Dissertationen

Diplomarbeiten

Lehrstühle

Shop

eShop

Studien-Center

Service

Mediadaten-Print

Mediadaten-Online

Genios-Archiv

Umfrage

Partner

Redaktion

Telefongespräch fortzusetzen, obwohl der Angerufene zu erkennen gibt, dass er an dem Angebot kein Interesse hat oder das Gespräch nicht zu diesem speziellen Zeitpunkt führen will.

„Unterstützung“ bekommt das Telefonmarketing auch von der zweiten, bereits früher getroffenen Entscheidung des BGH (Az. I ZR 81/01). Hier geht es um den Anruf eines Telefonbuchanbieters bei einem Unternehmer, der diesem einen größeren Telefonbucheintrag anbieten wollte. Der Angerufene zog vor Gericht, weil er es schon für wettbewerbswidrig hielt, überhaupt auf seinem geschäftlichen Telefon angerufen zu werden. Schließlich hätte ihn das Unternehmen ja auch anschreiben können. Dieser Argumentation wollten sich die BGH-Richter nicht anschließen. Denn erstens spielt es ihrer Auffassung nach beim Telefonmarketing keine Rolle, ob man als Werbetreibender den Umworbenen auch hätte anschreiben können. Und zweitens hat ein Gewerbetreibender oder Selbstständiger ja schon deshalb ein Geschäftstelefon, um angerufen zu werden – auch von potenziellen Geschäftspartnern und Personen, die ihm mit Blick auf seine Geschäftstätigkeit interessante Angebote unterbreiten können.

„Letztlich sieht der Bundesgerichtshof damit das Telefonmarketing nicht mehr grundsätzlich als wettbewerbswidrig an. Entscheidend ist der Inhalt des Gesprächs – und ein „die Annahme eines mutmaßlichen Einverständnisses rechtfertigendes sachlichen Interesses“, erklärt Rechtsanwalt Stephan Pauly (Quelle: www.ne-na.de).

Site-Partner

update software AG

Marketing im

Mittelstand

Handelsblatt

Firmenwissen

marketing.de

memo-media

Uni Eichstätt

Competence Site

Messe Düsseldorf

markt-studie.de

MCM

marketing-BÖRSE

5. Stuttgarter

Wissensforum

Mittelstandswissen

www.bundesgerichtshof.de
www.pauly-rechtsanwaelte.de

TOP

Zurück

Drucken

Sponsoring-Partner



Update

Beratertage gewinnen
www.update.com/crm-expo



CRM-expo

Sponsoring-Partner

