



Kalte Akquise, erhitzte Gemüter

ARAG Experten informieren, wie man sich gegen unerwünschte Werbeanrufe wehrt

Internet-Provider, Energieunternehmen oder Zeitungsverlage – in einigen Branchen läuft das Geschäft am Telefon offenbar immer noch sehr erfolgreich. Dabei basiert der Erfolg dieser sogenannten Cold Calls auf dem Überraschungsmoment: Dem meist überraschten Angerufenen wird ein angeblich unschlagbares Angebot gemacht und er kauft am Ende ein Produkt, das er gar nicht haben wollte. Derartige Werbeanrufe sind nicht nur unerwünscht, sondern auch unerlaubt. ARAG Experten klären auf, wie man sich zur Wehr setzen kann.

In welchen Fällen ist Werbung unzulässig?

Kurz gesagt gibt es im sogenannten B2C-Bereich („Business-to-Consumers“, deutsch: „Von Unternehmen zu Konsumenten“), in dem Unternehmen Privatkunden kontaktieren, eine klare Linie: Werbeanrufe dürfen nur dann stattfinden, wenn jemand vorab eingewilligt hat, dass Angebote des jeweiligen Unternehmens telefonisch unterbreitet werden dürfen. Diese Zustimmung kann durchaus auch mündlich oder per Kreuzchen in einem Vertrag oder den Allgemeinen Geschäftsbedingungen erfolgen, allerdings sind Firmen laut ARAG Experten in der Pflicht, diesen Vorgang zu dokumentieren und nachzuweisen. Unter allen anderen Umständen gelten diese Cold Calls als unzumutbare Belästigung im Sinne des Wettbewerbsrechts.

Gilt dieses Verbot auch für schriftliche Werbung?

Nicht minder nervtötend als das klingelnde Telefon ist die Flut von Newslettern im Mail-Postfach. Hatte man die wirklich alle mal bestellt? Sicherlich nicht bewusst, aber bei schriftlicher Werbung wird laut ARAG Experten etwas großzügiger verfahren: So ist zwar der Versand von E-Mails, in den nicht klar eingewilligt wurde, ebenso unerlaubt. Allerdings liegt keine Belästigung vor, wenn der Anbieter über die Mailadresse verfügt, weil bereits eine Geschäftsbeziehung durch einen Kauf vorliegt und der Kunde der Verwendung für Marketingzwecke nicht widersprochen hat. Der Versand von personalisierten Werbetrieben ist dann sogar grundsätzlich erlaubt.

Gibt es im Businesssegment andere Regelungen?

Mehr Spielraum gilt bei Marketingmaßnahmen von Unternehmen für Unternehmen, also im B2B-Bereich („Business to Business“, deutsch: „Von Unternehmen zu Unternehmen“). Und das schließt laut ARAG Experten auch Einzelunternehmer und Selbstständige ein. So muss sich die Boutique-Besitzerin ebenso wie die Arztpraxis oder der Dachdecker Werbeanrufe genauso gefallen lassen wie ein Großkonzern. Und da solche Kampagnen gerne von Callcentern durchgeführt werden, die nicht gut recherchieren, werden unangebrachte Fragen wie beispielsweise nach dem Einkäufer für Kopiergeräte gerne auch mal an Ein-Mann-Unternehmen adressiert. Warum ist es hier erlaubt? Weil bei B2B ausreichend ist, dass der Angerufene mutmaßlich eingewilligt hat. Und davon geht man aus, wenn das angebotene Produkt zum jeweiligen Geschäftszweck genutzt werden kann.

Was kann man gegen diese Anrufflut tun?



Der richtige Ansprechpartner für Beschwerden über Cold Calls ist die [Bundesnetzagentur](#), die als Infrastrukturbehörde für den Verbraucherschutz hinsichtlich aller umfassenden deutschen Netze wie Telekommunikation, Energie oder Eisenbahn zuständig ist. Bei ihr gingen 2022 über [64.700 Beschwerden](#) dieser Art ein. Unternehmen aus der Energieversorgung, aber auch Gewinnspielanbieter spielen ganz oben mit, wenn es um Verstöße gegen den unlauteren Wettbewerb geht – so nämlich lautet der Vorwurf, der aus diesen Anrufen entsteht. Der einfachste Weg, sich über die Belästigung zu beschweren, ist das hinterlegte [Online-Formular](#). Außerdem muss man eventuell weitere Maßnahmen ergreifen. Denn sollte man am Telefon überrumpelt worden sein und gleich einen Vertrag abgeschlossen haben, ist dieser zwar in den meisten Fällen nichtig; um aber kein Risiko einzugehen, empfehlen die ARAG Experten, ihn zur Sicherheit umgehend zu widerrufen. Diesen Widerruf sollte man am besten schriftlich an den Anbieter schicken, am besten per Einschreiben.

Weitere interessante Informationen unter:
<https://www.arag.de/versicherungs-ratgeber/>

Ihre Ansprechpartnerin

Jennifer Kallweit
Konzernkommunikation/Marketing ARAG SE
Pressereferentin
Telefon: 0211 963-3115 Fax: 0211 963-2220
E-Mail: jennifer.kallweit@arag.de www.arag.de

Sie möchten unsere Verbraucher-Informationen nicht mehr erhalten? Melden Sie sich [hier](#) ab.

Die ARAG ist das größte Familienunternehmen in der deutschen Assekuranz und versteht sich als vielseitiger Qualitätsversicherer. Sie ist der weltweit größte Rechtsschutzversicherer. Aktiv in insgesamt 19 Ländern – inklusive den USA, Kanada und Australien – nimmt die ARAG über ihre internationalen Niederlassungen, Gesellschaften und Beteiligungen in vielen internationalen Märkten mit ihren Rechtsschutzversicherungen und Rechtsdienstleistungen eine führende Position ein. Ihren Kunden in Deutschland bietet die ARAG neben ihrem Schwerpunkt im Rechtsschutzgeschäft auch eigene einzigartige, bedarfsorientierte Produkte und Services in den Bereichen Komposit und Gesundheit. Mit mehr als 4.700 Mitarbeitenden erwirtschaftet der Konzern ein Umsatz- und Beitragsvolumen von über 2,2 Milliarden €.