

Formblatt für Stellungnahmen
zu den Auslegungshinweisen der Bundesnetzagentur zu § 7a UWG
betreffend die Dokumentation und Vorlage von Einwilligungen in die Durchführung von Werbeanrufen
(Az. 513-EW Dok 21-Kon)

Ich bin damit einverstanden, dass meine Stellungnahme auf der Internetseite der Bundesnetzagentur veröffentlicht wird.

Eine ~~geschwärzte Fassung der Stellungnahme lege ich bei /~~ ist nicht erforderlich **[Unzutreffendes bitte streichen]**.

Bundesverband Direktvertrieb Deutschland e.V.

Michael Gebhardt, Rechtsreferent

30.11.2021

Bitte nutzen Sie für Ihre Stellungnahme die nachfolgende Tabelle. Verwenden Sie dabei für die Kommentierung jeder Randnummer der Auslegungshinweise eine separate Tabellenzeile. Neue Tabellenzeilen können Sie in beliebiger Anzahl einfügen.

Kürzel	Betroffene Randnummer	Anmerkung
2.2.1.4.2	49	<p>Für unsere Mitgliedsunternehmen sind über 300.000 selbständige Vertriebspartnerinnen und -partner (i. d. R. als Handelsvertreterinnen und Handelsvertreter sowie Vertragshändlerinnen und Vertragshändler), häufig nebenberuflich von zu Hause aus, tätig. Auch wenn die Bundesnetzagentur größere Einheiten wie Callcenter und Adresshändler im Blick hat, so trifft das Gesetz rechtlich auch die vorgenannten Einzelpersonen, die über keine nennenswerte Organisationsstruktur verfügen.</p> <p>Jeder durchgeführte Werbeanruf muss dokumentiert werden (Rn. 43). Gemäß den Auslegungshinweisen müssen Vertriebspartnerinnen und -partner bei jedem Kundenanruf folgende Informationen dokumentieren:</p> <ul style="list-style-type: none">- Name des Einwilligenden (Rn. 48),- Erklärung wofür in dem Telefonat geworben wurde (Rn. 49),

Kürzel	Betroffene Randnummer	Anmerkung
		<p>- Datum und Uhrzeit des Anrufs (Rn. 50), - Verwendete und kontaktierte Rufnummer (Rn. 51).</p> <p>Die vorgenannte Dokumentationspflicht der durchgeführten Werbeanrufe läuft in der Praxis darauf hinaus, dass man jedes geführte Kundengespräch im Wortlaut zu protokollieren hat. Eine solche Dokumentationspflicht überfordert in dieser Ausführlichkeit die Einzelpersonen. Statt ihrer eigentlichen Tätigkeit – Vermittlung von Vertragsabschlüssen – nachgehen zu können, werden diese mit der Dokumentation der durchgeführten Telefongespräche beschäftigt sein. Zudem widerspricht dies dem Grundsatz der Datenminimierung (Art. 5 DSGVO). Demnach sind immer so wenig wie möglich Daten zu verarbeiten, wie zur Erreichung des Zwecks notwendig sind.</p> <p>Zur Vereinfachung sollte in Rn. 49 folgendes ergänzt werden:</p> <p><i>Ist die informierte Werbeeinwilligung in einem zuvor geschlossenen Vertrag erteilt, so ist die Angabe der Vertrags- bzw. Kundennummer zu dokumentieren.</i></p> <p>Diese Regelung würde den Arbeitsaufwand für selbständige Vertriebspartnerinnen und Vertriebspartner erheblich erleichtern.</p>
2.3.2	75	<p>Nach jedem Werbeanruf verlängert sich die Pflicht zur Aufbewahrung der Nachweise i.S.v. § 7a Abs. 1 UWG um fünf Jahre (Rn. 75).</p> <p>In der Praxis läuft die Regelung darauf hinaus, dass die Vertriebspartnerinnen und Vertriebspartner ihre Unternehmen über jeden Telefonanruf informieren müssen, damit die Unternehmen die Dauer, der sie im Hinblick auf die jeweilige Werbeeinwilligung ebenfalls treffenden Dokumentations- und Aufbewahrungspflicht, berechnen können (Rn. 76). Die Regelung hat eine Informationsflut ungeahnten Ausmaßes zur Folge.</p> <p>Zur Vereinfachung sollte nach Rn. 75 folgendes geregelt werden:</p>

Kürzel	Betroffene Randnummer	Anmerkung
		<p>Bei einem Werbeanruf verlängert sich die Frist um fünf Jahre, wobei die Frist am Ende des Kalenderjahres beginnt.</p> <p>Durch diese Regelung würde die Frist einheitlich für eine Vielzahl von Kundinnen und Kunden gelten und es müsste nicht bei jedem Anruf eine Neuberechnung erfolgen. Die hier vorgeschlagene Auslegungsregel lehnt sich an die gesetzliche Regelung zum Beginn der Regelverjährung nach § 199 Abs. 1 BGB an.</p> <p>Gerne würden wir unsere Punkte in einem persönlichen Gespräch über Teams erläutern.</p>
2.2.2.2	61	<p>In der Praxis kommt es oftmals vor, dass Vertriebspartnerinnen oder Vertriebspartner von Interessentinnen oder Interessenten angerufen werden, zu welchen sie im Vorfeld noch keinen Kontakt hatten und die dann im Laufe des Telefonats eine Werbeeinwilligung erteilen.</p> <p>Für die Dokumentation einer fernmündlich erteilten Werbeeinwilligung bedarf es grundsätzlich der Aufzeichnung des Telefongesprächs (Rn. 57). Das Aufzeichnen von Telefongesprächen, das normalerweise von einem einfachen Festnetz- oder Mobilfunkgerät erfolgt, ist für die meisten Vertriebspartnerinnen und Vertriebspartnern schwer umzusetzen bzw. nur mittels erheblicher Investitionen möglich. Vertriebspartnerinnen und Vertriebspartnern müssen daher die fernmündlich erteilte Werbeeinwilligung auf anderem Wege bestätigen und dokumentieren. Hierzu bedarf es eines aussagekräftigen und manipulationssicheren Belegs darüber, dass die fernmündlich mitgeteilten Daten sowie die Erklärung der Werbeeinwilligung tatsächlich seitens der Interessentin oder des Interessenten erfolgt sind, auf die bzw. den sie sich beziehen. Im Übrigen sollen insofern die gleichen Grundsätze wie beim Double-Opt-In-Verfahren gelten (Rn. 61).</p> <p>Leider wird in Rn. 61 nicht erläutert, was unter „auf anderem Wege zu bestätigen und zu dokumentieren“ zu verstehen ist. Auch bedarf es der Klarstellung, wie im Einzelfall die „Grundsätze wie beim Double-Opt-In-Verfahren“ eingehalten werden können. Ein gangbarer Weg wäre, wenn der Vertriebspartner dem Interessenten nach dem Telefonat eine auf die Einwilligung beschränkte E-Mail versendet mit dem in Rn. 58 geforderten Inhalt mit der Bitte um Rückbestätigung oder Bestätigung per Anklicken eines Bestätigungslinks. Wir bitten diesbezüglich um Klarstellung.</p> <p>Gerne würden wir unsere Punkte in einem persönlichen Gespräch über Teams erläutern.</p>