



H. Unzumutbare Belästigungen

Vorlesung Lauterkeitsrecht
Sommersemester 2024



Schutzzweck

1. Schutz von Verbrauchern innerhalb ihrer Privatsphäre
2. Schutz von Unternehmen innerhalb ihrer geschäftlichen Sphäre

⇒ Aber wovor?

⇒ Beachte: Struktur §§ 8 – 10 UWG



Funktion des § 7 UWG

1. Geschäftliche Handlung
2. Unzumutbare Belästigung \Leftrightarrow Belästigung gem. § 4a Abs. 1 Nr. 1 UWG?



Funktion des § 7 UWG

1. Geschäftliche Handlung
2. Unzumutbare Belästigung ⇔ Belästigung gem. § 4a Abs. 1 Nr. 1 UWG?
3. Entwicklung

a) Ursprünglich:

„Ohne Rechtsverstoß geht das OLG davon aus, dass das individuelle Ansprechen von Straßenpassanten vor Ladengeschäften mit dem Ziel, diese zum Betreten des Geschäftslokals zu bestimmen, nach einer in Deutschland anerkannten und langjährig ausnahmslos geübten Wettbewerbssitte dieses Maß der noch tragbaren Belästigung übersteigt und damit den anständigen Gebräuchen auf dem Gebiet des Wettbewerbs zuwiderläuft.

Diese Wettbewerbssitte findet ihre innere Rechtfertigung in einem **angemessenen Schutz der Individualsphäre** gegenüber dem wirtschaftlichen Gewinnstreben Dritter. Zumindest bei einem Teil der angesprochenen Passanten entstehen durch das individuelle Ansprechen auf der Straße zu Werbezwecken aus einer gewissen Verlegenheit Hemmungen; diese lösen wiederum das Gefühl aus, **in der Entscheidungsfreiheit beschränkt zu sein**, und erwecken dadurch ein spürbares Unbehagen und Unlustgefühl; es ist bekannt, dass allein auf Grund dieser gewissen Zwangslage nicht wenige Menschen veranlasst werden, diesen Zustand durch eine wirtschaftliche Bindung zu beenden. Es gelten auch hier in gewissem Sinne die für die Zusendung unbestellter Waren entwickelten Grundsätze, dass nämlich der Empfänger durch die Zwangslage, in die er versetzt worden ist, in seiner Entschlussfreiheit unzulässig beeinträchtigt wird und schließlich die Ware oftmals nur kauft, um weiteren Belästigungen zu entgehen ...“ (BGH, GRUR 1965, 628 – *Werbewagen*)



Funktion des § 7 UWG

1. Geschäftliche Handlung
2. Unzumutbare Belästigung ⇔ Belästigung gem. § 4a Abs. 1 Nr. 1 UWG?
3. Entwicklung
 - a) Ursprünglich Verbindung von Einflussnahme und bloßer Störung
 - b) Dann Trennung der Gesichtspunkte
 - (1) Unangemessene Einflussnahme

„a) Die Revision wendet sich allerdings mit Recht gegen die Beurteilung des Berufungsgerichts, viele Passanten würden durch die persönliche Ansprache in eine subjektive Zwangslage versetzt, der sie sich häufig nur dadurch entziehen zu können glaubten, dass sie auf das beworbene Angebot eingingen (so aber auch Baumbach/Hefermehl aaO § 1 UWG Rdn. 60; Köhler in Köhler/Piper aaO § 1 Rdn. 109). Das Berufungsgericht hat insoweit nicht genügend berücksichtigt, dass die beteiligten **Verkehrskreise heute stärker als früher auf die Wahrung eigener Interessen und weniger auf die Einhaltung bestimmter Umgangsformen bedacht** sind. Mit der Gefahr einer **Verstrickung oder Überrumpelung des Verbrauchers lässt sich die Unlauterkeit der in Rede stehenden Werbemethode nicht mehr begründen**. Für den mündigen Verbraucher besteht in der Regel nicht die Gefahr, dass er sich hierdurch zu einem ihm an sich unerwünschten Vertragsschluss bewegen lässt.“ (BGH, GRUR 2004, 699 – Ansprechen in der Öffentlichkeit)



Funktion des § 7 UWG

1. Geschäftliche Handlung
 2. Unzumutbare Belästigung ↔ Belästigung gem. § 4a Abs. 1 Nr. 1 UWG?
 3. Entwicklung
 - a) Ursprünglich Verbindung von Einflussnahme und bloßer Störung
 - b) Dann Trennung der Gesichtspunkte
 - (1) Unangemessene Einflussnahme, heute § 4a UWG
 - (2) Persönlichkeitsschutz
- „b) Dem Berufungsgericht ist jedoch in seiner weiteren Beurteilung beizutreten, das den Unterlassungsanspruch rechtfertigende Unlauterkeitsmoment liege in dem **belästigenden Eingriff in die Individualsphäre** des Umworbenen und in dessen Recht, auch im öffentlichen Raum weitestgehend ungestört zu bleiben.“ (BGH, GRUR 2004, 699 – Ansprechen in der Öffentlichkeit)



Funktion des § 7 UWG

1. Geschäftliche Handlung
2. Unzumutbare Belästigung ⇔ Belästigung gem. § 4a Abs. 1 Nr. 1 UWG?
3. Entwicklung
 - a) Ursprünglich Verbindung von Einflussnahme und bloßer Störung
 - b) Dann Trennung der Gesichtspunkte
 - c) Heute:
 - (1) Allein § 4a UWG setzt Art. 8, 9 UGP-RL um
 - (2) „Belästigung“ i.S.d. § 7 UWG ≠ „Belästigung“ i.S.d. Art. 8 UGP-RL, § 4a Abs. 1 Nr. 1 UWG
 - (3) § 7 UWG bewegt sich von vornherein außerhalb der Umsetzung von Art. 8 UGP-RL, vgl. §§ 8 – 10 UWG
 - (4) Im Übrigen „Speisung“ aus anderen unionsrechtlichen Quellen: Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation (Richtlinie 2002/58)



Artikel 13 Unerbetene Nachrichten

(1) Die Verwendung von automatischen Anrufsystemen ohne menschlichen Eingriff (automatische Anrufmaschinen), Faxgeräten oder elektronischer Post für die Zwecke der Direktwerbung darf nur bei vorheriger Einwilligung der Teilnehmer gestattet werden...

(3) Die Mitgliedstaaten ergreifen geeignete Maßnahmen, um - gebührenfrei für die Teilnehmer - sicherzustellen, dass außer in den in den Absätzen 1 und 2 genannten Fällen unerbetene Nachrichten zum Zweck der Direktwerbung, die entweder ohne die Einwilligung der betreffenden Teilnehmer erfolgen oder an Teilnehmer gerichtet sind, die keine solchen Nachrichten erhalten möchten, nicht gestattet sind; welche dieser Optionen gewählt wird, ist im innerstaatlichen Recht zu regeln.

(4) Auf jeden Fall verboten ist die Praxis des Versendens elektronischer Nachrichten zu Zwecken der Direktwerbung, bei der die Identität des Absenders, in dessen Auftrag die Nachricht übermittelt wird, verschleiert oder verheimlicht wird oder bei der keine gültige Adresse vorhanden ist, an die der Empfänger eine Aufforderung zur Einstellung solcher Nachrichten richten kann.



Funktion des § 7 UWG

1. Geschäftliche Handlung
2. Unzumutbare Belästigung ⇔ Belästigung gem. § 4a Abs. 1 Nr. 1 UWG?
3. Entwicklung
 - a) Ursprünglich Verbindung von Einflussnahme und bloßer Störung
 - b) Trennung der Gesichtspunkte
 - c) Heute:
 - (1) Allein § 4a UWG setzt Art. 8, 9 UGP-RL um
 - (2) „Belästigung“ i.S.d. § 7 UWG ≠ „Belästigung“ i.S.d. Art. 8 UGP-RL, § 4a UWG
 - (3) § 7 UWG bewegt sich von vornherein außerhalb der Umsetzung von Art. 8 UGP-RL
 - (4) Im Übrigen „Speisung“ aus anderen unionsrechtlichen Quellen
 - (5) Konkretisierung der Generalklausel



Funktion des § 7 UWG

1. Geschäftliche Handlung
2. Unzumutbare Belästigung
3. Entwicklung
 - a) Ursprünglich
 - b) Trennung der Gesichtspunkte
 - c) Heute:
 - (1) Allein § 4a UWG setzt Art. 8, 9 UGP-RL um
 - (2) „Belästigung“ i.S.d. § 7 UWG ≠ „Belästigung“ i.S.d. Art. 8 UGP-RL, § 4a UWG
 - (3) § 7 UWG bewegt sich von vornherein außerhalb der Umsetzung von Art. 8 UGP-RL
 - (4) Mit UWG-Novelle 2015: Doppelung der Belästigungstatbestände in §§ 4a, 7 UWG



Fallgruppen

1. § 7 Abs. 1 Satz 2 UWG: z.B. Briefkastenwerbung
2. §§ 7 Abs. 2 Nr. 1, 7a UWG: Telefonwerbung
3. § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG: Anrufautomat, Fax-Werbung, E-Mail-Werbung (vgl. dazu § 7 Abs. 3 UWG)



Telefonwerbung

Fall 1: Die Klägerin ist die Verbraucherzentrale B. e.V. Zu ihren satzungsgemäßen Aufgaben gehört es, die Interessen der Verbraucher durch Aufklärung und Beratung wahrzunehmen. Die Beklagte ist ein Versicherungsunternehmen, das seine Leistungen u.a. über die Vermittlung durch Banken im Rahmen eines Agenturverhältnisses vertreibt. Eine entsprechende "Rahmenvereinbarung über die Zusammenarbeit" hat sie auch mit der V. Bank H. geschlossen. Im Herbst 1994 unterzeichnete eine Kundin der genannten Bank zwei Anträge zur Eröffnung von Sparkonten, deren vorgedruckter Text unter Ziffer 3 wie folgt lautet: "Der Konto-/Depotinhaber ist mit der persönlichen und telefonischen Beratung in Geldangelegenheiten durch die Bank [] einverstanden. [] nicht einverstanden." In beiden Anträgen ist das Kästchen vor dem Wort "einverstanden" angekreuzt. Anfang November 1995 rief ein Mitarbeiter der V. Bank H. die Kundin an und vereinbarte mit ihr einen Besuchstermin "wegen einer Steuerersparnisssache". (BGH v. 2.11.2000, I ZR 154/98)



Telefonwerbung

- a) P! Wirksamkeit der Einverständniserklärung
 - (1) AGB-Kontrolle
 - (2) Leitbild des § 7 Abs. 2 Nr. 1 UWG
 - (3) Rspr. zunächst: AGB-Kontrolle verhindert lauterkeitsrechtlich wirksames Einverständnis
 - (4) Jünger: „Opt-in Erklärung“ genügt (BGH, GRUR 2008, 1010 – *Payback*)
 - (5) Aber: hinreichend konkret sowohl hinsichtlich werbenden Unternehmen als auch deren Produkten (zul. BGH v. 14.3.2017, VI ZR 721/15 – *Double opt in*)
 - (6) BGH v. 30.1.2020, I ZR 25/19 – *Inbox-Werbung*, GRUR 2020, 420; EuGH v. 25.11.2021, C-102/20: nur vorheriger Einwilligung der Nutzer zulässig; zudem "hartnäckiges und unerwünschtes Ansprechen" iSd UGP-Richtlinie, wenn die die Werbenachrichten häufig und regelmäßig eingeblendet werden



Telefonwerbung

- a) P! Wirksamkeit der Einverständniserklärung => § 7a UWG
- b) Lücke bei Sanktionierung
 - (1) § 20 UWG



H. Unzumutbare Belästigungen

Datei Bearbeiten Ansicht Chronik Lesezeichen Extras Hilfe

Bundesnetzagentur - Unerlaubt

https://www.bundesnetzagentur.de/DE/Vportal/TK/Aerger/Faelle/UEW/star

Suchen



KONTAKT ENGLISH

Fachthemen Verbraucherportal Datenportal Bundesnetzagentur Presse

Verbraucherportal > Digitales und Telekommunikation > Ärger mit Rufnummern und Anrufen > **Unerlaubte Telefonwerbung** >

Unerlaubte Telefonwerbung

Wenn Sie zu Werbezwecken angerufen werden, ohne vorher eingewilligt zu haben, ist das rechtswidrig. Die Bundesnetzagentur verfolgt unerlaubte Werbeanrufe und geht gegen die Verursacher vor. Im Falle eines Tatnachweises können

Beschwerde

Wenn Sie einen unerlaubten Werbeanruf entgegengenommen haben, reichen Sie Beschwerde ein.



Beschwerdedaten

Kontaktdaten

Druckvorschau

Haben Sie eine ausdrückliche schriftliche oder mündliche Einwilligung in den Erhalt von Tele mit dem Firmennamen erteilt?*

- Ja
- Nein

Hatten Sie dem Anrufer bereits Anrufe bei Ihnen untersagt?*

- Ja
- Nein

Haben Sie eine Bandansage erhalten?*

- Ja



Telefonwerbung

- a) P! Wirksamkeit der Einverständniserklärung => § 7a UWG
- b) Lücke bei Sanktionierung
 - (1) § 20 UWG
 - (2) Erhöhung des Bußgeldrahmens im Rahmen des Gesetzes über unseriöse Geschäftspraktiken auf 300.000 EUR



Andere Formen unzumutbarer Belästigungen

1. Generalklausel, § 7 Abs. 1 S. 1 UWG
 - a) Gezieltes Ansprechen in der Öffentlichkeit („Anreißen“)
 - b) Haustürwerbung
 - c) Zusendung unbestellter Waren
 - d) Laienwerbung



Andere Formen unzumutbarer Belästigungen

Fall 2: Ein Augenoptiker warb mit einer „Kunden werben Kunden“-Aktion. Dabei sollte der werbende Kunde unter verschiedenen Prämien aussuchen können, die jeweils einen Wert von ca. 30 € besaßen, sofern der geworbenen Neukunden einen Auftrag im Mindestwert von 100 € abschloss. (BGH v. 6.7.2006 I ZR 145/03 = GRUR 2006, 949 – *Kunden werben Kunden*)

