

DTV-Reihe: Recht in der Praxis

12. Werbung für Ferienunterkünfte – was ist erlaubt?

Werbung fördert Absatz; Werbung optimiert Verkauf; Werbung ist ein Grundpfeiler der Marktwirtschaft. Als effektives Mittel der Kommunikationspolitik bietet Werbung die Möglichkeit, geschäftliche Verbindungen herzustellen, zu pflegen und bestenfalls weiter auszubauen.

Wichtig ist es jedoch, sich der rechtlichen Grenzen und Vorgaben hinsichtlich der Verwendung dieses Kommunikationsinstrumentes bewusst zu sein. So können Sie Ihre werblichen Strategien besser planen, ohne mit einer Abmahnung oder einer Beschwerde rechnen zu müssen.

Belästigende Werbung ist nach § 7 Gesetz gegen Unlauteren Wettbewerb (UWG) immer dann verboten, wenn erkennbar ist, dass der Empfänger die Werbung nicht wünscht. Im Einzelnen ist folgendes zu beachten:

I. Briefwurfsendungen

Grundsätzlich ist es zulässig, jegliche Art von Werbesendungen in Briefkästen einzuwerfen. Darunter fallen Werbebriefe, wie zum Beispiel Postwurfsendungen „An alle Haushalte“ als auch persönlich adressierte Werbebriefe, soweit sie als solche für den Empfänger erkennbar sind. Aber auch Flugblätter, Handzettel und Prospekte sind erlaubt. Diese Art der Werbung ist deshalb regelkonform, da es sich einem Empfänger schon aufgrund der äußeren Form erschließt, dass es sich um eine Werbesendung handeln muss. Interessiert sich der Empfänger nicht für den Inhalt, kann er die Werbung ohne Konsequenzen entsorgen.

Aufkleber „Bitte keine Werbung“

Der Aufkleber mit der Aufschrift „Bitte keine Werbung“ oder „Werbung unerwünscht“ an Briefkästen bedeutet, dass der Wohnungsinhaber keine unadressierte und unaufgeforderte Werbesendung erhalten will.

Allerdings bezieht sich der Aufkleber „Bitte keine Werbung“ oder ein ähnlicher mit der Beschriftung „Keine Werbesendungen und Prospekte“ nicht auf Zeitungen, Zeitschriften oder Anzeigenblätter. Denn diese fallen nicht unter den Oberbegriff „Werbung“. In solch einem Fall können diese Presseartikel auch Werbeprospekte enthalten.

Wer sich jedoch auch durch solche Presseerzeugnisse belästigt fühlt und diese nicht erhalten möchte, muss dies durch einen deutlicheren und konkreteren Aufkleber wie zum Beispiel „Keine Werbung und keine kostenlosen Zeitungen!“ äußern.

II. Telefonwerbung

Für Telefonwerbung gilt jetzt der am 4. August 2009 neu in Kraft getretene § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG:

Telefonwerbung ist gegenüber Verbrauchern nur mit deren ausdrücklicher Einwilligung und gegenüber Gewerbetreibenden nur mit deren zumindest mutmaßlicher Einwilligung zulässig.

Grundsätzlich wettbewerbswidrig sind somit **unerbetene Anrufe** von Gewerbetreibenden oder deren Vertretern **bei Privatpersonen** zu jeglichen Werbezwecken. Hierzu zählen auch Telefonate, in denen der Anrufer zwar keine Ware oder Leistung anpreist, jedoch einen Termin für ein Werbegespräch vereinbaren will. Selbst wenn der Anruf zu solch einer Terminvereinbarung vorher per Brief angekündigt wurde, bleibt diese Form der Telefonwerbung wettbewerbswidrig. Ebenso unzulässig sind Anrufe bei Kunden, die aufgrund einer Prospektwerbung weiteres Informationsmaterial angefordert haben. Ihnen darf lediglich das Informationsmaterial zugesandt, sie aber nicht angerufen werden!

Rechtlich unbedenklich werben Sie mit dem Telefon, wenn ein Telefoninhaber **zuvor** sein **ausdrückliches Einverständnis für diese Art der Werbung gegeben hat**. Dies kann zum Beispiel bei der Buchung einer Unterkunft oder durch Einsendung einer Werbekarte oder bei einem Gewinnspiel geschehen, in dem der Verbraucher ausdrücklich das Feld ankreuzt: „Diese Angaben dürfen zu Werbezwecken genutzt werden“ und dabei seine Telefonnummer mitteilt. Eine vorformulierte Einwilligungsklausel in allgemeinen Geschäftsbedingungen dagegen reicht nicht aus. Der Verbraucher muss die freie Wahlmöglichkeit haben, sich für oder gegen Werbeanrufe zu entscheiden.

Im **geschäftlichen Bereich** ist **Telefonwerbung erlaubt**, wenn der Werbende aufgrund konkreter tatsächlicher Umstände ein **sachliches Interesse** des Angerufenen **vermuten** konnte. Dies gilt für **bestehende Geschäftsbeziehungen zwischen Gewerbetreibenden** immer dann, wenn die telefonische Werbemaßnahmen in einem sachlichen Zusammenhang mit den bereits bestehenden Geschäften steht.

III. Werbung mittels Fax, E-Mail und automatischer Anrufmaschinen

Für Werbung mittels Fax, E-Mail oder automatischer Anrufmaschinen gilt nach § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG:

Werbung dieser Art darf nur mit ausdrücklicher Einwilligung des Adressaten erfolgen. Zwischen Verbrauchern und Unternehmern als Adressaten wird nicht unterschieden.

E-Mail Werbung

Werbung per E-Mail ist nach § 7 Abs. 3 UWG ausnahmsweise zulässig, wenn der Werbende die E-Mail-Adresse eines Kunden beim Verkauf einer Ware oder im Rahmen einer Dienstleistung erhalten hat und die Adresse für eine **Direktwerbung für weitere oder ähnliche eigene Dienstleistungen** verwendet wird. Aber nur dann, wenn der Kunde dieser Verwendung vorher nicht widersprochen hat. Gleichzeitig muss der Kunde sowohl bei der Erfassung der Adresse als auch bei jeder Verwendung klar und deutlich darauf hingewiesen werden, dass er der Verwendung jederzeit widersprechen kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

Einverständnis für Werbung

Sie können das Einverständnis für die Zusendung von Werbematerial per E-Mail oder Fax bzw. das Einverständnis für Telefonwerbung erreichen, indem Sie sich zunächst durch Postwurfsendungen oder Werbebriefe an die Zielgruppe wenden. Fügen Sie dieser Sendung eine Antwortkarte bei, die eine Einverständniserklärung für die oben angeführten Werbemaßnahmen beinhaltet. Liegt Ihnen diese Erklärung unterschrieben vor, können Sie zulässig auf diesen Wegen werben.

Bedenken Sie aber immer:

Unerwünschte Werbung per Fax, E-Mail oder Telefon gilt in jedem Fall als unzumutbare Belästigung und Beeinträchtigung des Empfängers! Werden Sie aufgrund unerwünschter Fax- bzw. E-Mail-Werbung auf Unterlassung verklagt, können Ihnen Geldbußen zwischen 5.000 und 10.000 Euro drohen. Bei Verstößen gegen das Verbot der unerlaubten Telefonwerbung werden künftig sogar Geldbußen bis zu 50.000 Euro fällig.

Stand: August 2009