

## **Ist Kommunikation mit dem Kunden noch erlaubt?**

Aktuelles zum Wettbewerbs- und Werberecht

**Das Recht der Kommunikation bildet einen wesentlichen Bestandteil des Medienrechts. Dementsprechend lag es nahe, dass die AG Geistiges Eigentum & Medien auf dem DAT 2010 mit dem Motto „Kommunikation“ zu diesem Thema eine Fachveranstaltung durchführte. „Ist Kommunikation mit dem Kunden noch erlaubt?“ war die provokative Frage, mit der sich drei spannende Vorträge befassten.**

Die Fachveranstaltung eröffnete der Vorsitzende Richter am Landgericht Köln Dieter Kehl. Als Vorsitzender der Kölner Wettbewerbskammer gab Kehl einen praxisnahen Überblick über die aktuelle Rechtsprechung zur belästigenden Werbung. Dabei standen die Auswirkungen des neuen UWG auf die Rechtsprechung ebenso im Vordergrund wie die Frage nach der Zulässigkeit der Direktansprache gegenüber dem Verbraucher, zum Beispiel sogenannte cold calls.

„Grundsatzfragen der Verfolgung des Missbrauchs von Mehrwegdiensten und Spam“ erläuterte im zweiten Fachvortrag des Tages Judith Herchenbach-Canarius, Referatsleiterin des Referats 512 der Bundesnetzagentur. Diese ist jetzt zuständige Ordnungsbehörde für entsprechende Missbrauchsfälle. Herchenbach-Canarius berichtete lebhaft aus dem Alltag der Behörde und über die Erfahrungen aus den ersten Bußgeldverfahren wegen unerlaubter Telefonwerbung. „Kommunikation mit dem Kunden ist noch erlaubt, in Anwesenheit, mit Katalogen, Flyern, Postwurfsendungen, in Printmedien und multimedial, und auch telefonisch, aber nur gesetzeskonform“ war das Resümée dieses hochaktuellen Erfahrungsberichts.

Nach einer kurzen Pause, in der die AG Geistiges Eigentum & Medien die neue Webseite der Arbeitsgemeinschaft [www.agem-dav.de](http://www.agem-dav.de), die seit dem DAT online ist, vorstellte, beleuchtete Rechtsanwältin Katja Heintschel von Heinegg M.E.S. vom Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft e.V. die Sicht der Werbebranche auf die Werbeverbote des § 7 UWG. „Die persönliche Ansprache des zielgruppengerechten Konsumenten durch die Anbieter von Waren oder Dienstleistungen gehört zu den effizientesten Mitteln der Kundengewinnung und –bindung“, so der Standpunkt der Werbewirtschaft, die die Kommunikation mit dem Kunden durch das Erfordernis der vorherigen Einwilligung (opt-in) wesentlich erschwert sieht. Insoweit hofft die Werbewirtschaft auf die Ergebnisse eines Evaluierungsauftrags an das Bundesministerium der Justiz, das die Wirksamkeit und Effektivität des Gesetzes gegen unerlaubte Telefonwerbung in den nächsten drei Jahren untersuchen und das Gesetz gegebenenfalls nach Ablauf dieses Zeitraums nachbessern soll.