

# funkschau

## Kommunikationstechnik für Profis

IfKom Ingenieure für Kommunikation

6

### TK-Gesetz 2009

- Drastische Strafen für „Schwarze Schafe“
- Das müssen Sie beim Telefon-Marketing beachten

Seite 6

5

4'6"

#### Interview

Daniel Caspary,  
Head of Business  
Produktmarketing  
Telefónica O2  
Germany, über die  
neue Geschäfts-  
kunden-Strategie

Seite 24



4'

Rufnummer  
unterdrückt!

#### Glasfaser-Zugangsnetze

Die letzte Meile – Open Access als Zukunftsmodell für FTTH .

Seite 10

#### Schwerpunkt Voice over IP

- So schließen Sie Sicherheitslücken
- Einkaufsführer IP-TK-Anlagen ab Seite 16

#### Mobiler Datenturbo HSPA+

Künftig besser und billiger surfen mit maximal 21 MBit/s.

Seite 30

# Drastische Strafen für „Schwarze Schafe“

6'6" Von Tillmann Braun und Christoph Kartes



Im Laufe des nächsten Jahres werden Gesetze rechtskräftig, die die Outbound-Telefonie stärker regulieren. funkschau stellt die Auswirkungen dar und gibt Tipps, was Callcenter beachten müssen.

■ Im Oktober brachte die Bundesregierung einen Gesetzentwurf in den Bundestag ein, der Verbraucher vor ungewollten Werbeanrufen sowie den Folgen von telefonisch geschlossenen Verträgen besser schützen soll. Der Entwurf ist aber kein neues Gesetz, sondern eine Aktualisierung bestehender Verordnungen. Auf Grundlage des Regierungsbeschlusses sollen gleich drei Gesetze verändert werden: das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb, das Telekommunikationsgesetz sowie das Bürgerliche Gesetzbuch.

Bevor der Beschluss aber umgesetzt wird, soll Ende Januar, auf Drängen der Interessen-

Tillmann Braun ist Kommunikationsberater aus London.

verbände und Industrie, eine Expertenkommission angehört werden. Wer in dieser Kommission sitzt, ist laut Bundesjustizministerium jedoch noch nicht klar. Fest steht: Die Bundesregierung will einerseits die Telefonwerbung regulieren und andererseits die Rechte der Verbraucher stärken. Die Missachtung dieser Regeln soll damit leichter geahndet sowie härter bestraft werden.

## Anrufe können teuer werden

Wenn es nach dem Willen der Regierung geht, sollten Outbound-Calls zu Werbezwecken nur noch dann zulässig sein, wenn der Verbraucher ausdrücklich vorher eingewilligt hat. Daher ist es laut Walter Services bei der

funkschau Expertenkommentar

Bild: Cocus



Oliver Hüttig, Vorstandsvorsitzender von Cocus, fordert, telefonische Willenserklärungen zuzulassen.

## „Wer nervt, wird verdrängt.“

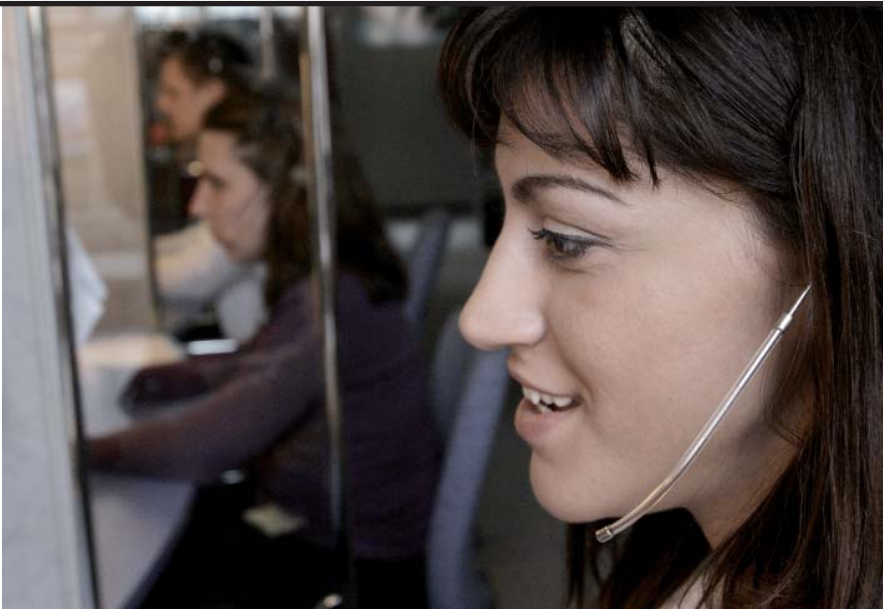
Oliver Hüttig: „Man kann nur hoffen, dass die neuen Gesetze ihre Wirkung nicht verfehlen und sie schwarzen Schafen das Leben erschweren, ohne redlichen Unternehmen den telefonischen Kontakt zu ihren Kunden zu verkomplizieren. Falsche Gewinnanrufe braucht kein Mensch. Aber einen Anruf, der Bankkunden vor dem Missbrauch ihrer EC-Karte warnt oder Kunden an den Liefertermin ihres Sofas erinnert, brauchen wir in Deutschland sehr wohl.“

Genauso muss es deutschen Unternehmen im globalen Wettbewerb möglich bleiben, Kunden über die besten Angebote zu informieren und ihnen die freie Wahl von Angebot und Anbieter zu geben. Das heißt: Auch telefonische Willenserklärungen, also Verträge am Telefon, sollten ohne unsinnige Bürokratiehürden und gleichberechtigt zu anderen Kommunikationsformen wie dem Internet möglich sein. Der Outbound-Anruf beim Kunden ist eines der wirkungsvollsten Mittel um Loyalität, Zufriedenheit und Umsatz zu steigern. Wer mit seinem Anruf den Kunden nur nervt und ihn verprellt, wird früher oder später eh von einem Wettbewerber verdrängt.“

Opt-in-Praxis wichtig, sich strikt an die Regeln zu halten. Denn wer diese Einwilligung nicht nachweisen kann, handelt rechtswidrig und muss mit einer Geldbuße bis zu 50.000 Euro rechnen. Dazu Steffen Selbmann, Intervice: „Das neue Gesetz schafft echte Chancen, das Telesales-Geschäft in Deutschland endlich aus der Schmutzedecke zu befreien.“

Zwar war Telefonwerbung ohne die Einwilligung des Verbrauchers nach dem Wettbe-

Bild: Walter Service



Nach den Plänen der Bundesregierung soll künftig nur noch eine Willenserklärung in Textform verpflichtend sein. Die einfache Zustimmung am Telefon ist dann nicht mehr rechtswirksam.

werbsrecht auch schon zuvor unzulässig. Jedoch mussten die Unternehmen höchstens kostenpflichtige Abmahnungen und Unterlassungsklagen befürchten. Nur in einzelnen Fällen waren auch Schadensersatzforderungen möglich. In der Praxis erwies sich die bisherige Rechtslage als wirkungslos, da in den meisten Fällen der Anrufer auch nicht ermittelt werden konnte.

„Um den schwarzen Schafen der Branche besser habhaft zu werden, darf außerdem bei Werbeanrufen künftig die Rufnummer nicht mehr unterdrückt werden“, erklärt Bundesjustizministerin Brigitte Zypries. Wer dennoch anonym Kunden mit oder ohne Einverständnis kontaktiert, riskiert ein Bußgeld von bis zu 10.000 Euro pro Verstoß. „In Zukunft weiß der Kunde also, wer angerufen hat“, so die Ministerin weiter.

Der Bundesrat hat als Abschreckung deutlich höhere Bußgelder bis zu 300.000 Euro vorgeschlagen, was von der Bundesregierung aber als unverhältnismäßig angesehen wird, da sich solche Bußgelder „nicht harmonisch in das Gesamtgefüge der Bußgeldandrohungen des Nebenstrafrechts einfügen“ würden.

### Sonderregelungen entfallen

Des Weiteren soll das im Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB) verankerte Widerrufsrecht bei Fernabsatzverträgen vereinheitlicht werden. Bislang waren Verträge zur Lieferung von Zeitungen, Zeitschriften und Illustrierten sowie zur Erbringung von Wett- und Lotteriedienstleistungen vom Widerrufsrecht ausgenommen. Eine generelle Sonderregelung bleibt jedoch bestehen: wenn die Leistung entweder bereits bezahlt wurde oder aber der Verbraucher auf sein Widerrufsrecht explizit und in Textform verzichtet. In diesen Fällen muss das Unternehmen den Verbraucher allerdings ausdrücklich und ausführlich vor dem Vertragsschluss über die Rechtsfolgen informieren.

### Verträge nur in schriftlicher Form bindend

Der Gesetzentwurf sieht vor, dass zum Beispiel Telefongesellschaften, die in der Vergangenheit versucht haben, Kunden wie

## Stimmen aus der Branche

Steffen Selbmann, Intervice Deutschland: „Wer bei diesem Gesetz jammert, der hat es nicht verstanden! Wenn keine Gauner und Ganoven mehr rumtelefonieren, sondern nur seriöse Unternehmen, die wissen, was ein Mehrwert für Kunden ist, dann werden alle – Kunden, Unternehmen und Callcenter – profitieren.“

Detlev Artelt, Initiative Dial Responsibly: „Callcenter müssen Vertrauen schaffen und dürfen sich nicht mehr verstecken. Wer seine Kunden anrufen möchte, muss eine ordentliche Vorarbeit leisten, und dazu gehört ein akkurater Vertragsabschluss in Schriftform. Dies sind aber keine unlösbaren Probleme, sondern kann mit etwas Technik in nahezu jedem Callcenter realisiert werden.“

Daniel Mollard, Amcat: „Bei diesem Gesetz handelt es sich wieder eher um ein Signal als um eine effektive Regulierung der Outbound-Branche, trotz der Verbesserung des Verbraucherschutzes. In anderen europäischen Ländern ist man bei der Regulierung deutlich strenger, zum Beispiel bei der Regulierung der „Drop rate“ bei Anrufen. Denn ein Anruf, der beim Kunden nichts als ein Klingeln verursacht, ist in der Tat eine unzumutbare Belästigung. Wenn die Anhörung der Expertenkommission keine drastischen Änderungen des Gesetzes bewirkt, bleibt Deutschland das europäische Eldorado für Outbound!“

Manuela Blask, D+S Address: „Generierungsverfahren für Adressen sind komplex und erfordern zum Teil aufwändige Dokumentationen. Jedoch wird dieser Mehraufwand in der Regel durch höhere Umwandlungsquoten infolge der zielgruppengerechten Vorselektion kompensiert.“

Attikus A. Schacht, Walter Services Administration: „Der Gesetzesentwurf ist zielgerichtet und sinnvoll. Das seriöse Geschäft wird weiterhin honoriert werden. Denn der Qualitätsanbieter hat Vorteile gegenüber den Wettbewerbern. Die Anzeigepflicht der Rufnummer unterstreicht diesen qualitativen Aspekt nachhaltig.“

Nicht-Kunden am Telefon zu einer Umstellung auf einen vermeintlich günstigeren Tarif oder gar zu einem Anbieterwechsel zu bewegen, erstmals strenger reguliert werden. Das Bundeskabinett sieht in diesem Bereich besonders dringenden Handlungsbedarf. Das Problem mit den so genannten „untergeschobenen“ Verträgen ging in einigen Fällen

Bild: SPD



Bundesjustizministerin Brigitte Zypries: „Künftig weiß der Kunde, wer angerufen hat.“

## Empfindliche Geldbußen drohen

Brigitte Zypries: „Mit diesem Gesetz wollen wir Verbraucherinnen und Verbraucher wirkungsvoll vor unerwünschten Werbeanrufen und aufgedrängten oder untergeschobenen Verträgen schützen, ohne die Wirtschaft mit unpraktikablen Regelungen zu belasten.“

Unseriöse Firmen, die sich über das bestehende Verbot unerlaubter Telefonwerbung hinwegsetzen, müssen damit rechnen, mit empfindlichen Geldbußen belegt zu werden.“

## funkschau Expertenkommentar

Bild: TSA, Teleport, Sachsen-Anhalt, Service



Marco Langhof, TSA, zeigt neue Wege im Kundendialog.

## Alternative fürs Direktmarketing

Marco Langhof: „Outbound-Telemarketing ist ein hervorragendes Kundenaktivierungs- und Kundenbindungsinstrument, das es möglich macht, Produkte und Dienstleistungen für neue oder bestehende Kunden unvergleichlich schnell und preisgünstig anbieten zu können. Vor dem Hintergrund neuer gesetzlicher Regelungen müssen sich Unternehmen jeder Größenordnung, die darauf angewiesen sind, neue Kundenbeziehungen herzustellen, nach neuen Wegen im Direktmarketing umschauen.

Das Ergebnis: Eine Lösung, die mehrere Komponenten verbindet und das Kundenverhalten in E-Shops analysiert. Dadurch lassen sich aktiv Kunden über Online- und Telemarketing-Technologien ansprechen und beraten. Auch ist es dadurch möglich, Bestell- und Verkaufsvorgänge gemeinsam mit dem Kunden abzuschließen.

Diese Lösung gibt einen aktuellen Überblick, welche Kunden sich in den virtuellen Verkaufsräumen befinden und für welche Produkte sie sich interessieren. Wird ein Kunde zum Beispiel bei einem erklärungsbedürftigen oder margenträchtigen Bereich identifiziert, so wird dem Kunden über ein Live-Video-Popup Beratung angeboten. Willigt der Kunde ein, so kann über Video, SIP und/oder klassisches Telefon Kontakt zu ihm aufgenommen werden. Der Agent hat die Möglichkeit, situationsbezogen mit dem Kunden zu agieren und Verkaufsgespräche zu führen.

Dadurch wird in einer virtuellen Umgebung eine Verkaufssituation wie in einem physischen Verkaufssaal erzeugt. Der Agent sieht, wo sich der Kunde befindet und kann den Kunden direkt ansprechen und seine Unterstützung auf die aktuelle Situation ausgerichtet, anbieten. Der Kunde kann von sich aus die angebotene Hilfestellung annehmen – oder auch nicht. Seine Anonymität bleibt gewahrt.

In Zeiten, in denen Beschaffung von Adressmaterial mit Opt-In zum teuren Unterfangen wird, bietet sich mit einer solchen Lösung eine praktikable Alternative. Denn damit werden nicht nur die Servicequalität und die Kundenansprache optimiert, sondern auf Grund der Einsatzmöglichkeiten personelle Ressourcen bestmöglich ausgelastet.“

sogar so weit, dass Kunden ohne ihre Zustimmung oder sogar gegen ihren ausdrücklichen Wunsch auf einen anderen Tarif umgestellt beziehungsweise zu einem anderen Anbieter transferiert wurden. Daher soll künftig nur noch eine Willenserklärung in Textform verpflichtend sein und die einfache Zustimmung am Telefon nicht mehr rechtswirksam. „Wenn somit jeder Vertrag im Textform an den Kunden übermittelt wird, weiß dieser immer ganz genau, was er gerade erworben hat“, erklärt Detlev Artelt von der Initiative Dial Responsibly. Wie genau diese schriftliche Zustimmung auszusehen hat und welche Ausnahmen es geben soll, ist eines der Hauptanliegen der Expertenkommission, die ihrerseits praxisnahe Vorschläge machen soll. Artelt weiter: „Wer heute als Callcenter nur telefonieren, aber per Knopfdruck nicht auch andere Kanäle bedienen kann – Stichwort Textform –, der tut gut daran, sich mit diesen Dingen für sein Überleben zu befassen.“

## Auswirkungen auf die Callcenter-Branche

Telesales beziehungsweise Outbound-Calls sind einer der größten Wachstumsmärkte der Callcenter. Inwieweit das neue Gesetz diese Branche reguliert und beeinflusst, lässt das Gesetz offen. Jedoch sollten sich Unternehmen und Betreiber von Callcentern zu einigen Punkten schon einmal Gedanken machen.

**Nachweispflicht der Einwilligung von Verbrauchern:** Wer künftig Verbraucher anrufen will, braucht nach dem Willen der Regierung vorher seine Einwilligung. Bereits heute steigt die Nachfrage nach Datensätzen von Kunden, die eine solche Einwilligung gegeben haben. Mit der gestiegenen Nachfrage steigen natürlich auch die Preise für solche Datensätze. Wer über keine qualifizierten Adressen verfügt und Ärger mit der Justiz vermeiden will, muss künftig für Outbound-Kampagnen tiefer in die Tasche greifen und diese Adressen teuer mieten oder kaufen.

**Schriftform bei Verträgen und Widerrufsrecht:** Wann und wie Verträge am Telefon

künftig rechtmäßig geschlossen werden, ist ebenfalls noch unklar. Dass sich das derzeitige Vertragsrecht ändern wird, gilt aber als sicher. Aller Voraussicht nach wird es für Callcenter zwingend nötig sein, neben der einfachen Sprachaufzeichnung der Willenserklärung auch einen schriftlichen Vertrag oder zumindest eine Auftragsbestätigung mit ausführlicher Widerrufsbelehrung zu versenden. Ob das per Kurznachricht, Fax, E-Mail oder sogar per Post erfolgen muss, bleibt abzuwarten.

**Rufnummernidentifizierung:** Von allen geplanten Änderungen ist das Verbot der Rufnummernunterdrückung das unumstrittenste und sinnvollste. Wer nicht vorsätzlich gaunert und betrügt, braucht seine Identität nicht zu verstecken. Allerdings bringt die Offenlegung der Rufnummern auch technische oder logistische Probleme mit sich. Und leider ist ein Missbrauch der Caller-ID trotzdem möglich, denn es kann, mit ein wenig Raffinesse, jede beliebige Rufnummer übertragen werden.

**Wettbewerbsfähigkeit:** Ein deutsches Gesetz gilt nur in Deutschland. Wettbewerber im Ausland brauchen sich, sofern es keine Rechtsabkommen mit Deutschland gibt, nicht darum zu kümmern. „Eine deutsche In-sellösung zu verabschieden, ist ein Schritt, aber noch nicht die Lösung“, sagt daher auch Daniel Mollard, Amcat. Zumal es sich bei Missachtung meist nicht um Strafrecht, sondern lediglich um Ordnungswidrigkeiten handelt, die nur in Deutschland mit Bußgeld geahndet werden.

„Mit den möglichen Restriktionen für das Outbound-Geschäft werden in Zukunft auch mehr Anforderungen an die Inbound-Telefonie gestellt. Ein schwieriges aber lösbares Unterfangen, zumal Kunden sich mit einem bestimmten Anliegen an eine Hotline wenden, das gelöst werden will. Hier gilt es das richtige Verhältnis von Kundenservice und Sales einzuhalten und Produkte und Dienstleistungen individuell auf Kunden zuzuschneiden“, sagt Attikus A. Schacht von Walter Services Administration. (CK)

Bild: Aastra



Das neue Telekommunikationsgesetz verbietet künftig die Unterdrückung der Rufnummer bei gewerblichen Werbeanrufen. Wer dennoch anonym Kunden kontaktiert, riskiert ein Bußgeld bis zu 10.000 Euro pro Kunde.