



Deutscher Bundestag
Petitionsausschuss
Der Vorsitzende

Herrn
Jörg Mitzlaff
Greifswalder Str. 4
10405 Berlin

Berlin, 18. November 2019
Bezug: Ihre Eingabe vom
7. Januar 2019; Pet 4-19-07-43-016037
Anlagen: 1

Marian Wendt, MdB
Platz der Republik 1
11011 Berlin
Telefon: +49 30 227-35257
Fax: +49 30 227-36027
vorzimmer.peta@bundestag.de

Sehr geehrter Herr Mitzlaff,

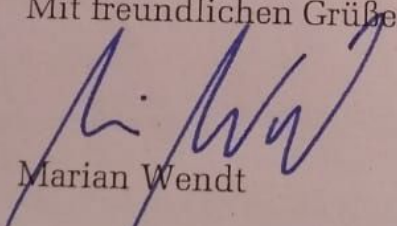
der Deutsche Bundestag hat Ihre Petition beraten und am
14. November 2019 beschlossen:

Das Petitionsverfahren abzuschließen.

Er folgt damit der Beschlussempfehlung des Petitionsausschusses
(BT-Drucksache 19/14851), dessen Begründung beigelegt ist.

Mit dem Beschluss des Deutschen Bundestages ist das
Petitionsverfahren beendet.

Mit freundlichen Grüßen


Marian Wendt



Pet 4-19-07-43

Unlauterer Wettbewerb

Beschlussempfehlung

Das Petitionsverfahren abzuschließen.

Begründung

Mit der Petition wird gefordert, gesetzliche Unterlassungsansprüche in Bezug auf Werbung zu überarbeiten und zu regeln, dass Werbung per Post und E-Mail nur noch nach aktiver Einwilligung der Verbraucherin bzw. des Verbrauchers versandt werden dürfe.

Zur Begründung der Petition wird im Wesentlichen ausgeführt, dass Werbung per Post und E-Mail - anders als Telefonwerbung - aus Sicht des Gesetzgebers nicht als störend bzw. belästigend eingeordnet werde, da es schnell und einfach sei, Briefe zu entsorgen und E-Mails zu löschen. Der Gesetzgeber sehe keinen Grund, Briefwerbung oder Werbung per E-Mail zu verbieten oder die Anforderungen zu verschärfen.

Bürgerinnen und Bürger würden jedoch durch Ressourcenverschwendung unverhältnismäßig belastet. Jedes Jahr würden Tonnen von Papier ungelesen entsorgt. Zudem entstünden ungeahnte Umweltbelastungen durch gigantische Speicherkapazitäten und Serversysteme.

Die derzeitigen gesetzlichen Regelungen zum Schutz vor Werbung seien unzureichend. Um Unterlassungsansprüche nach dem Bürgerlichen Gesetzbuch (BGB) oder nach dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) durchzusetzen, kämen auf Privatpersonen neben der unzumutbaren Mühe auch hohe Anwaltskosten zu.

Hinsichtlich der weiteren Einzelheiten zu dem Vorbringen wird auf die Eingabe verwiesen.

Dem Petitionsausschuss liegen zu diesem Thema mehrere Eingaben mit verwandter Zielsetzung vor, die wegen des Sachzusammenhangs einer gemeinsamen parlamentarischen Prüfung unterzogen werden. Es wird um Verständnis gebeten, dass nicht auf alle der vorgetragenen Aspekte im Einzelnen eingegangen werden kann.



noch Pet 4-19-07-43

Die Eingabe wurde als öffentliche Petition auf der Internetseite des Petitionsausschusses eingestellt. Sie wurde durch 41 Mitzeichnungen unterstützt. Außerdem gingen 3 Diskussionsbeiträge ein.

Der Petitionsausschuss hat der Bundesregierung Gelegenheit gegeben, ihre Haltung zu der Thematik darzulegen. Das Ergebnis der parlamentarischen Prüfung lässt sich unter anderem unter Einbeziehung der seitens der Bundesregierung angeführten Aspekte wie folgt zusammenfassen:

Die rechtlichen Regelungen zur Werbung sehen aus Sicht des Petitionsausschusses bereits jetzt einen angemessenen Ausgleich zwischen dem Interesse der Unternehmen an der Förderung ihres Absatzes, dem Schutz der Privatsphäre der Adressaten sowie dem Schutz von Ressourcen vor.

Nach § 7 Absatz 2 Nummer 1 UWG ist Werbung mittels Postsendung unzulässig, wenn sie in hartnäckiger Weise erfolgt, obgleich der Verbraucher diese erkennbar nicht wünscht. Grundsätzlich ist somit Postwerbung auch ohne ein vorheriges Einverständnis des Empfängers zulässig. Dies ist gerechtfertigt, weil Postwerbung von den Adressaten regelmäßig als deutlich weniger belästigend empfunden wird als eine persönliche Ansprache. Viele Verbraucher sind außerdem an zugesandten Katalogen interessiert, insbesondere wenn sie bereits Kunde des betreffenden Unternehmens sind. Etwa 20 % der Verbraucher haben zudem keinen Internetzugang und informieren sich daher nur über Postwerbung über entsprechende Produkte.

Die Regelung ist auch unter dem Gesichtspunkt der Ressourcenschonung angemessen. Da Postwerbung auf Grund der Herstellungskosten und der Frankierung höhere Kosten verursacht als Werbung per E-Mail, kann davon ausgegangen werden, dass Unternehmen nur Postwerbung an Verbraucher schicken, bei denen sie von einem gewissen Interesse an ihren Produkten ausgehen. Dem Verbraucher, der solche Briefwerbung nicht wünscht, ist es zumutbar, der weiteren Zusendung von Werbung zu widersprechen.

Sollte ein Unternehmer einem Verbraucher gleichwohl hartnäckig Werbung auf dem Postwege übersenden, obwohl dieser das erkennbar nicht wünscht, besteht ein Anspruch auf Unterlassung aus § 8 Absatz 1 UWG. Dieser Anspruch steht jedem Mitbewerber sowie den in § 8 Absatz 3 Nummer 2 bis 4 UWG genannten Stellen zu, zu denen beispielsweise auch die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs oder die Verbraucherzentralen gehören. An diese Stellen kann sich ein Verbraucher jederzeit wenden und ggf. wettbewerbswidriges Verhalten melden.



noch Pet 4-19-07-43

Werbe-E-Mails sind nach § 7 Absatz 2 Nummer 3 UWG stets unzulässig, wenn keine vorherige ausdrückliche Einwilligung des Adressaten vorliegt. Eine Ausnahme hiervon besteht nach § 7 Absatz 3 UWG nur dann, wenn der Werbende die Adresse vom Kunden im Zusammenhang mit dem Verkauf eines Produkts oder einer Dienstleistung erhalten hat, die Werbung sich auf eigene ähnliche Produkte oder Dienstleistungen bezieht und der Kunde klar und deutlich die Möglichkeit erhalten hat, dieser Nutzung der Adresse bereits bei deren Erhebung und bei jeder Übertragung gebührenfrei und problemlos zu widersprechen.

Zudem weist der Petitionsausschuss darauf hin, dass die Regelungen auf Artikel 13 Absatz 1 und 2 der Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation (Richtlinie 2002/58/EG) beruhen. Eine Anpassung der entsprechenden Richtlinien ist daher lediglich durch den europäischen Gesetzgeber möglich.

Der Ausschuss hält die geltende Rechtslage für sachgerecht und vermag sich nicht für eine Gesetzesänderung im Sinne der Petition auszusprechen.

Der Petitionsausschuss empfiehlt daher, das Petitionsverfahren abzuschließen, weil dem Anliegen nicht entsprochen werden konnte.