



Über die Wirkung eines Ultimatums der Bundes- netzagentur

Noch ein SQUT-Kommentar

Trotz des Ultimatum der Bundesnetzagentur (BNetzA) hat uns der Jahreswechsel von 2014 auf 2015 einen bunten Strauß von Selbstverpflichtungserklärungen beschert. Wenn aber aus dem Outbound-Callcenter-Bereich keiner mehr die BNetzA ernst nimmt, dann muss wohl mehr dahinter stecken! Die Antworten auf unsere Fragen, die wir in diesem Zusammenhang an die Branchenverbände CCV, DDV und Bitkom sowie an den TÜV stellten, waren teils überraschend, teils (leider) wie erwartet und sollen daher nicht unkommentiert bleiben.



Solange unterschiedliche Regelwerke im Umlauf sind, kann auch der Verbraucher beim Erteilen einer Anruferwilligung nicht wissen, auf welches „Belästigungsszenario“ er sich einlässt.

CCV und DDV – beide Verbände stehen insbesondere den Callcenter-Dienstleistern nahe – konnten sich bis Ende 2014 auf eine gemeinsame Selbstverpflichtung einigen, der Bitkom entwickelte ein eigenes Regelwerk. Der „Standard für aktives Telefonmarketing“ kommt vom TÜV Saarland. Der Kurzname lautet TR100:2013 und stammt aus dem Jahr 2013. Der TÜV hat dort alle für das Anrufverhalten wesentlichen Begrifflichkeiten technisch definiert. Auf der Basis der technischen Definitionen legt der TÜV seine Grenzwerte fest. Das Anrufverhalten eines Unternehmens kann somit gemessen werden. Und was gemessen werden kann, wird beim TÜV zum Geschäftsmodell in Form von Zertifizierungen und Testaten, der Oberbegriff lautet: „Trusted Campaign Ready“.

Das Anrufverhalten ist ein Schlüsselthema bei den Bemühungen um die richtige Balance zwischen Belästigung und Wirtschaftlichkeit. Daher haben wir um schriftliche Stellungnahmen der Verfasser der verschiedenen Regelwerke gebeten.

Frage 1 – Anrufzeiten

Die Frage 1 drehte sich eigentlich um die für das Telemarketing freigegebenen Telefoniezeiten, sie wurde aber von allen befragten Institutionen auch dazu verwendet, das Thema aus Sicht des jeweiligen Verbands einführend und grundsätzlich darzustellen.

Der CCV nimmt zu den Verhaltensregeln des Bitkom Stellung und betont, dass dieser bis auf kleinere Abweichungen in großen Teilen doch identisch mit der Selbstverpflichtung von CCV und DDV sei.

Bitkom und CCV nehmen Stellung zum Regelwerk des TÜV Saarland. Etwas verkürzt lautet die Aussage der beiden Verbände: „Das Regelwerk des TÜV Saarland kostet zu viel Geld, das können sich Auftraggeber und Dienstleister nicht leisten.“

Unseren Informationen zufolge können die vom TÜV Saarland in der TR100:2013 verwendeten Begriffe und Grenzwerte kostenfrei genutzt werden, der TÜV verlangt erst dann Geld, wenn er zertifiziert oder testiert.

Auf die eigentliche Frage nach der Begründung für die Festlegung der Startuhrzeit argumentieren alle

Verbände ähnlich. Bitkom und DDV berufen sich auf Erfahrungswerte. Nach TÜV hat man sich bei den Verbänden, dem Verbraucherschutz und den Bürgern direkt erkundigt. Der CCV liefert als starkes Argument:

„Verbraucher haben sich nach unseren Erkenntnissen bisher nicht über diese Zeiten beschwert.“ Unsere Recherchen bestätigen diese Aussage des CCV.

Wir hatten den TÜV gefragt, warum er keine Anrufe außerhalb der jeweils festgesetzten Grenzen erlaube, wenn diese vom Kunden gewünscht werden.

Vereinfacht lautet die Antwort des TÜV sinngemäß: „Weil es in der operativen Umsetzung im Alltag eines Callcenters zu vorhersehbaren Verstößen gegen das BDSG¹ kommen muss, wenn man diese Möglichkeit zulässt.“ Das vom TÜV angeführte Beispielszenario ist plakativ und nachvollziehbar.

Die von den anderen Verbänden geforderte flexible Terminierung eines Gesprächs wäre natürlich aus Verbrauchersicht begrüßenswert. Wir behalten uns vor, noch einmal bei Bitkom, CCV und DDV nachzuhaken, wie sie das Problem, das der TÜV Saarland beschreibt, lösen.

Im Folgenden gehen wir auf die Antworten der Interviewpartner aus den Verbänden und vom TÜV ein:

Frage 2 – Anruhfrequenz

Bitkom und TÜV führen zur Beschreibung der Anruhfrequenz den Begriff „wirksam“ ein. Der TÜV beschreibt dazu, dass er damit Berechnungsspielräume auf der Basis unklarer Begrifflichkeiten verhindern will. Bitkom beruft sich bei der Festlegung der Anruhzahlen erneut auf interne Studien und Erfahrungswerte seiner Mitglieder.

Sehr offen äußert sich der CCV bei der Beantwortung dieser Frage. Für ihn spielten wirtschaftliche Überlegungen bei der Wahl der Anruhzahl eine Rolle.

Inwieweit dürfen wirtschaftliche Interessen das Ausmaß der Belästigung eines Verbrauchers bestimmen, der seine Einwilligung freiwillig erteilt hat?

Frage 3 – Klingeldauer

Die Klingeldauer scheint, für alle Verbände eher eine untergeordnete Rolle zu spielen. Der CCV bemerkt dazu, dass dieser Parameter auch im Dialog mit der

1: Bundesdatenschutzgesetz

BNetzA unproblematisch gewesen sei. Beschwerden mit Bezug auf die Klingeldauer seien nicht bekannt. Bitkom meint, dass die vom TÜV vorgegebenen 31 Sekunden in Einzelfällen zu kurz sein können, und der DDV betont, dass der Grenzwert für die Klingeldauer einen Spielraum bieten müsse, um der adressierten Kundengruppe in einer Telemarketing-Kampagne besser gerecht zu werden. Der TÜV erklärt, er habe statt der 40 die 31 Sekunden vorgegeben, da man als Verbraucher mit der längeren Klingeldauer eine hohe Dringlichkeit verbinden würde, die dem Anlass Telemarketing nicht gerecht werden würde. Der TÜV führt aber auch weiter aus, dass angesichts der von der BNetzA veröffentlichten Zahlen doch einiges dafür spräche, diesen Wert nach oben zu korrigieren.

Frage 4 – Drop Calls

Die Drop Calls besitzen gemeinsam mit den Lost Calls sicher das größte Belästigungspotenzial. In der Begründung für die Festlegung ihres Grenzwerts weist Bitkom erneut auf die Erfahrungswerte und internen Studien seiner Mitglieder hin. Wenn der Auftraggeber dem Dienstleister an der Stelle mehr Spielraum für die Belästigung lässt, dann sind in der Regel höhere Umsatzerwartungen damit verbunden. Nun beschränken sich CCV und DDV Mitglieder auf den ersten Blick selbst erheblich stärker als ihre Auftraggeber beim Bitkom. Hier ist zu befürchten, dass Umsatzerwartungen der Auftraggeber nicht mehr erfüllt werden können. Auf diese Problematik zielte die Frage von uns ab, ob sich die Mitglieder von CCV und DDV mit einer vorgegebenen Drop Rate von 0 jetzt als Lieferanten für die Mitglieder der Bitkom disqualifiziert hätten. Die Antwort vom Bitkom suggeriert, dass die Parameter des Verbandes doch nur einen empfehlenden Charakter haben, wenn der Bitkom letztendlich keinen Einfluss auf die Telefonieparameter zwischen Auftraggeber und Auftragnehmer hat.

CCV und DDV „... gehen von einer optimalen, technischen Umgebung aus“ und setzen den Wert für die Drop Calls in dieser Umgebung auf 0 fest.

Was aber passiert, wenn die Realität zuschlägt und der Drop Call-Fall eintritt?

Der DDV weist in diesem Fall auf die Nachweisbar- und Protokollierbarkeit hin.

Kurzzeitig drängte sich uns beim Lesen der Antwort des DDV der Eindruck auf, die Begründung des DDV

für die Nullvariante bei den Drop Calls gerate zum Plädoyer für ein nachweisbares Anrufverhalten. Dann stellte der DDV fest, dass man mit der eigenen Regelung nicht weit von der Regelung des Bitkom entfernt sei.

Können die technischen Gegebenheiten tatsächlich die von der Bitkom geforderte Rate von 5 % rechtfertigen, beziehungsweise warum orientiert man sich seitens des DDV im Zweifelsfall nicht vielmehr an der vom TÜV für notwendig erachteten Rate von täglichen 1 % für Drop Calls als Grenzwert? **Ist die technische Infrastruktur der vom Bitkom beauftragten Dienstleister um so vieles schlechter als die Infrastruktur der Dienstleister, die der TÜV Saarland zur Ermittlung des einen Prozents pro Tag herangezogen hat?**

Was vor dem Ablauf des Ultimatums ganz offensichtlich nicht gelang, nämlich eine Einigung der Verbände auf eine einheitliche Selbstverpflichtung, sieht der DDV jetzt doch als machbar an und schlägt Gespräche dazu vor.

Der Schlusssatz des DDV lautet: „Sie“ – die Auftraggeber – „werden sicherlich nicht eine Kundenbeziehung mit überzogenen oder gar belästigenden Maßnahmen aufs Spiel setzen.“ Wie aber erklärt der DDV dann die immer noch jährlich 20.000 Beschwerden mit – nach Angaben der BNetzA – steigender Tendenz?

Frage 5 – Lost Calls

Neben den Drop Calls spielen die Lost Calls eine entscheidende Rolle bei der Erzeugung eines Belästigungsgefühls der Verbraucher.

Bei der Beantwortung der Fragen zu den Lost Calls legten CCV und DDV ein besonderes Augenmerk auf den von der BNetzA vorgebrachten Wunsch, maximal zwei Lost Call-Ereignisse pro Kampagne bezogen auf einen individuellen Kunden zu erlauben. Der von der BNetzA geforderte Grenzwert soll die individuelle Belästigung eines einzelnen Verbrauchers in einer Telemarketing-Kampagne begrenzen.

Der TÜV Saarland hat den Wunsch der BNetzA, der wohl in der Diskussion der BNetzA mit den Verbänden CCV, DDV und Bitkom im Vorfeld des Ultimatums gefallen ist, nach eigenen Angaben erst später erfahren und sichert in seiner Antwort an uns die Aufnahme dieser Regel in der nächsten Version der TR100:2013 zu.

An dieser Stelle regen wir dann gerne an, dass Bitkom und TÜV überlegen sollten, eine vergleichbare Regel



bezogen auf die Drop Calls zu implementieren. Der aus unserer Sicht wirklich sehr gute BNetzA-Ansatz käme dann auch für die Drop Calls voll zum Tragen.

Der TÜV weist zusätzlich auf die gefühlte Gesamtbelastigung in Deutschland durch die Erzeugung von Lost Calls in Telemarketing-Kampagnen hin. Der TÜV verbindet damit sogar einen wesentlichen Grund für das Image-Problem der Callcenter-Branche.

In seiner Antwort nimmt der TÜV Saarland mehrfach Bezug auf das von ihm veröffentlichte White-Paper², in dem er die Branchenkodices von Bitkom, CCV und DDV mit seiner TR100:2013 vergleicht. Aus seiner Sicht relativiert sich damit die auf den ersten Blick höhere Lost Call-Quote in der TÜV Richtlinie. Der TÜV Saarland sieht durch seine Berechnungen sogar eine klare Hierarchie: Danach besitzt das Regelwerk des Bitkom das höchste Belästigungspotenzial, die TR100:2013 das geringste und CCV/DDV pendeln sich dazwischen ein.

Bitkom verwendet eine sprachlich umfangreichere Definition für den Begriff Lost Call. Das hat uns natürlich hellhörig gemacht und wir haben nachgefragt. Aufgrund der Antwort machen wir folgenden Übersetzungsversuch:

Wenn die Verbindung zwischen dem Dialer und dem Anschluss des Verbrauchers steht, der Anruf aber nicht zu einem Agenten durchgestellt wurde, dann ist das nur dann ein Lost Call, wenn der Anschluss nicht als Anrufbeantworter qualifiziert werden konnte.

So formuliert entscheiden damit im Bitkom-Regelwerk derzeit die Dialer über die Einstufung der Anrufversuche. Nach unserem Wissen unterscheiden sich diese Systeme insbesondere bei der Erkennung von Anrufbeantwortern. Da wir es für nicht so sinnvoll halten, wenn die Hersteller von Dialer-Systemen mittels ihrer Technik die Grenzwerte im Standard bei der Durchführung einer Kampagne bestimmen, haben wir den Bitkom gefragt, ob es möglich wäre, seine Formulierung:

„... bei dem die Annahme des Gespräches durch eine natürliche Person nicht ausgeschlossen werden konnte“

durch unsere Formulierung zu ersetzen:

„... bei dem die Annahme des Gespräches durch eine natürliche Person nicht zweifelsfrei ausgeschlossen

werden konnte“?

Wir meinen, dass erst mit dieser Ergänzung die Einflussnahme der Dialer-Hersteller zumindest sprachlich ausgeschlossen ist.

Der Bitkom hat uns in seiner Antwort mitgeteilt, dass diese Ergänzung denkbar sei. Wir sind gespannt, ob und wann man unseren Vorschlag übernehmen wird.

Frage 6 – Rückrufbarkeit

In der Regel wählt der Verbraucher die Nummer, die er im Display seines Telefons sieht, um herauszufinden, wer ihn kontaktiert hat. Aus unserer Sicht ist es eine Selbstverständlichkeit, dass der Verbraucher in einer Telemarketing-Kampagne eine Nummer angezeigt bekommt, die er zurückrufen kann und die ihm dann die Möglichkeit gibt, das Unternehmen, das versucht hat, ihn zu kontaktieren, zu identifizieren.

Der TÜV hat diese Verpflichtung zur Rückrufbarkeit noch nicht in seine TR100:2013 übernommen, aber er führt aus, dass er die Bedeutung dieser Forderung der BNetzA für so hoch hält, dass er sie einer technischen Überprüfung zuführen will. Die technische Umsetzung sei noch im Gange, erst nach Fertigstellung will der TÜV den Parameter in die TR100:2013 übernehmen.

Begrüßenswert für den Verbraucher ist der Ansatz des Bitkom, nach Möglichkeit Nummern zu verwenden, die man bei einem Anruf kostenfrei zurückrufen kann. Auf unsere Nachfrage hin, welche technischen Gründe eine kostenfreie Rufnummer manchmal noch ausschließen würden, haben wir keine aussagekräftige Antwort erhalten.

Der CCV betont, dass er sich bei den Kosten für den Rückruf an Artikel 21 der Verbraucherrichtlinie³ orientiert hat.

Verärgert es einen Verbraucher nicht zu Recht, wenn Kosten auf ihn zukommen durch die reine Identifizierung eines Unternehmens, das er in der aktuellen Situation vermutlich nicht von sich aus kontaktiert hätte?

Der DDV argumentiert seine Herangehensweise mit den heutzutage kostenlosen Flatrates für regionale Rufnummern. Wahrscheinlich trifft diese Argumentation auf mehr als 75 % der betroffenen Verbraucher zu. Es ist aber die Frage, ob dieser Ansatz

2: http://www.tuev-saar.net/mediapool/319/white_paper_tr100_abschaetzung_moeglicher_belaestigung_2015_08_tekit.pdf

3: Diese Richtlinie regelt, dass für Nachfragen von Verbrauchern „... zu bereits geschlossenen Verträgen (z. B. zur Rechnung, Geltendmachung von Mängeln) eine Telefonnummer zur Verfügung zu stellen ist, die keine Mehrkosten verursacht, die über das bloße Nutzungsentgelt für Telekommunikation hinausgehen.“



