

A bundle of glowing fiber optic cables, with light reflecting off the ends, creating a starburst effect. The cables are arranged in a fan-like pattern, extending from the bottom left towards the top right. The background is dark, making the bright fibers stand out.

Verhaltenskodex für den Haustürvertrieb im Bereich der Telekommunikationsbranche

Version 1.0

November 2023



selbstregulierung
informationswirtschaft e.V.

Haustürkodex
Telekommunikation

Herausgeber

Selbstregulierung Informationswirtschaft e.V.

Großbeerenstraße 88

10963 Berlin

<https://sriw.de>

+49 (0)30 30878099-0

info@sriw.de

Amtsgericht Berlin Charlottenburg

Registernummer: VR 30983 B

USt-Nummer: DE301407624

Deutsche Bank AG

IBAN: DE33 1007 0000 0550 0590 00

Vorstandsvorsitz

Dr. Oliver Draf

Geschäftsführer

Frank Ingenrieth



Inhalt

Inhalt	2
0 Disclaimer	5
1 Präambel	5
2 Gegenstand des Verhaltenskodex	6
2.1 Ziel des Verhaltenskodex	6
2.2 Anwendungsbereich	6
3 Begriffsbestimmungen	6
3.1 Abhilfe	6
3.2 Annex	6
3.3 Begleitdokumente	6
3.4 Control	6
3.5 Haustürvertrieb	6
3.6 Können/Sollen	7
3.7 Konformitätserklärung	7
3.8 Müssen	7
3.9 Öffentliches Register	7
3.10 Private Überwachungsstelle	7
3.11 Provider	8
3.12 Sicherstellen	8
3.13 SRIW	8
3.14 Steuerungskreis	8
3.15 Systemisches Versagen	8
3.16 Unabhängiger Sachverständigenrat	8
3.17 Unterverkäuferinnen	8
3.18 Unterzeichner	8



3.19	Verbraucherin.....	9
3.20	Verkäuferin	9
3.21	Verkäuferinnenbesuche	9
3.22	Vertriebsdienstleister	9
4	Steuerungspflichten des Providers	9
4.1	Organisatorische Vorbereitung des Haustürvertriebes.....	9
4.1.1	Bereitstellung der Produkt- und Vertragsinformationen.....	9
4.1.2	Bereitstellung der Legitimationsdokumente und -informationen.....	10
4.1.3	Vorgaben zur optischen Erkennbarkeit.....	12
4.1.4	Bereitstellung öffentlich zugänglicher Informationen zum Verhaltenskodex.....	12
4.2	Pflichten zum Compliance-Management	13
4.2.1	Einrichtung von Verkäuferinnenschulungsprozessen	13
4.2.2	Einrichtung effektiver Beschwerdewege	13
4.2.3	Einrichtung von Compliance Prozessen.....	14
4.2.4	Besondere Vorgaben für Verifizierungscalls.....	15
5	Weisungs- und Überwachungspflichten.....	17
5.1	Pflichten gegenüber Verkäuferinnen in direkter Vertragsbeziehung	17
5.1.1	Pflichten die die Qualifikation der Verkäuferinnen betreffen	17
5.1.2	Pflichten zum Auftreten der Verkäuferinnen	17
5.1.3	Transparenzpflichten der Verkäuferinnen gegenüber Verbraucherinnen.....	19
5.2	Pflichten des Providers ggü. Vertriebsdienstleister bei fehlender Vertragsbeziehung zu Unterverkäuferinnen	21
6	Unterwerfung und Überwachung	22
6.1	Unterwerfungserklärung.....	22
6.1.1	Generelles	22
6.1.2	Inhalt und Form	22
6.1.3	Gültigkeit der Unterwerfungserklärung.....	23
6.2	Überwachung und Einhaltung des Verhaltenskodex.....	23



6.2.1	Die private Überwachungsstelle.....	23
6.2.2	Verfahren zur Überprüfung der Einhaltung des Verhaltenskodex.....	24
6.2.3	Einspruch beim unabhängigen Sachverständigenrat	25
6.2.4	Konsequenzenmanagement.....	25
7	Evaluation und Aktualisierung	26



0 Disclaimer

Die im Folgenden verwendeten Personenbezeichnungen beziehen sich gleichermaßen auf alle Geschlechter. Auf gegenderte Bezeichnungen wird zugunsten einer besseren Lesbarkeit verzichtet.

1 Präambel

Im Bereich der gesellschaftlich und politisch geforderten Digitalisierungsoffensive und des Ausbaus von Hochgeschwindigkeitsanschlüssen ist der Haustürvertrieb ein elementarer Bestandteil.

Die Politik hat im Bereich Netzausbau ambitionierte Ziele gesteckt. Erreicht werden können diese Ziele nur durch die Realisierung zahlreicher Ausbauprojekte, durchgeführt und finanziert durch Provider der Telekommunikationsbranche. Damit schlussendlich Verbraucherinnen von diesem Ausbau profitieren können, ist der Haustürvertrieb als absatzstarker Vertriebskanal essentiell. Die Erreichung der Gigabitausbauziele im Sinne der Verbraucherinnen schließt somit den Haustürvertrieb für die Vermarktung der Endprodukte unumgänglich mit ein. Haustürvertrieb stellt aufgrund dieser Bedeutung auch einen wichtigen Faktor bei der Sicherung und Schaffung neuer Arbeitsplätze dar.

Deshalb ist es ein besonderes Anliegen der Telekommunikationsbranche, weiterhin eine verantwortungsvolle und vorbildliche Rolle bei der Sicherung von seriösem Haustürvertrieb zu übernehmen. Eine Arbeitsgruppe aus Providern hat daher auf Initiative des Verbands der Anbieter für Telekommunikations- und Mehrwertdienste (VATM) den vorliegenden Verhaltenskodex zur weiteren, kontinuierlichen Verbesserung des Haustürvertriebes der Telekommunikationsbranche erarbeitet. Dieser Verhaltenskodex ist ein freiwilliges Selbstverpflichtungsinstrument, das ausschließlich auf Provider der Telekommunikationsbranche Anwendung findet, welche den Haustürvertrieb als Vertriebskanal im Bereich des B2C nutzen und sich diesem Verhaltenskodex gemäß dem hierin vorgesehenen Verfahren unterworfen haben.

Der Verhaltenskodex etabliert und bestärkt daher, unbenommen der gesetzlich bereits bestehenden Pflichten, organisatorische Maßnahmen für die gesamte Vertriebskette. Um die Einhaltung der normierten Anforderungen sicherzustellen, sieht dieser Verhaltenskodex überdies ein dediziertes und effektives Konzept zur Überwachung der Unterzeichner – ausgeführt durch eine private, unabhängige Überwachungsstelle – vor.

Durch diesen Verhaltenskodex werden die Provider bei der Einhaltung der gesetzlichen Verpflichtungen unterstützt und es wird mehr Transparenz für den Vertriebskanal Haustürvertrieb geschaffen.



2 Gegenstand des Verhaltenskodex

2.1 Ziel des Verhaltenskodex

- (1) Dieser Verhaltenskodex konkretisiert und ergänzt die gesetzlichen Regelungen für den Haustürvertrieb im Bereich der Telekommunikationsbranche, unter Berücksichtigung der branchenspezifischen Anforderungen, um einheitliche Regelungen zu schaffen, die das Vertrauen in die Branche stärken und durch Transparenz die Pflichten der Provider erklären und regeln.
- (2) Die nachfolgenden Regelungen verpflichten die sich diesem Verhaltenskodex unterwerfenden Provider, die Pflichten zur Steuerung und Überwachung ihrer Vertriebsprozesse, die im Rahmen von Verkäuferinnenbesuchen und dem Haustürvertrieb stattfinden, einzuhalten.

2.2 Anwendungsbereich

- (1) Der Verhaltenskodex findet auf Unternehmen der Telekommunikationsbranche Anwendung, die sich dem Verhaltenskodex unterworfen haben.
- (2) Die nachfolgenden Regelungen finden auf alle innerhalb Deutschlands durchgeführten Verkäuferinnenbesuche Anwendung.

3 Begriffsbestimmungen

3.1 Abhilfe

Abhilfe ist die (Wieder-)Herstellung des durch den Verhaltenskodex vorgesehenen Soll-Zustands.

3.2 Annex

Der Annex ist ein integraler Bestandteil des Verhaltenskodex und ergänzt und konkretisiert die Regelungen aus Abschnitt 6.

3.3 Begleitdokumente

Begleitdokumente sind die für die Operationalisierung des Verhaltenskodex notwendigen Dokumente.

3.4 Control

Ein Control ist jede Regelung im Verhaltenskodex, die eine bindende Verpflichtung für die Unterzeichner enthält. In der Regel bildet jeder Absatz einen Control.

3.5 Haustürvertrieb

Unter Haustürvertrieb sind alle Vertragsschlüsse über entgeltliche Leistungen zwischen einem Unternehmen und einer Verbraucherin zu verstehen, die infolge eines Verkäuferinnenbesuches innerhalb des privaten Wohnbereiches der Verbraucherin zustande kommen.



Somit fallen Vertragsschlüsse, die durch eine Ansprache des Unternehmers oder seiner Vertreterinnen im öffentlichen Raum, am Arbeitsplatz oder auf Freizeitveranstaltungen geschlossen werden, anders als nach der gemäß § 312b Abs. 1 Nr. 1 und 2 BGB geltenden Definition, nicht in den in diesem Verhaltenskodex festgelegten Anwendungsbereich.

Für den Anwendungsbereich dieses Verhaltenskodex ist es irrelevant, ob ein Verkäuferinnenbesuch in Folge einer Ankündigung, auf explizite Aufforderung der Verbraucherinnen oder unangekündigt erfolgt.

3.6 Können/Sollen

„Können“ und „sollen“ enthalten bestimmte Aufforderungen bzw. Vorschläge, welche überwiegend in grauen Boxen wiederzufinden sind. Diese Boxen ergänzen die streng verpflichtenden Regelungen um Hinweise zur Umsetzung, welche den Providern als Auslegungshilfe unter Verwendung von Regelbeispielen Möglichkeiten aufzeigen, wie die Anforderungen des Verhaltenskodex in der Praxis implementiert werden können.

3.7 Konformitätserklärung

Die Konformitätserklärung bildet die Grundlage der Überprüfung durch die private Überwachungsstelle. Sie besteht unter anderem aus sog. Stammdaten der Unterzeichner sowie einem Katalog der Controls, in welchem die Unterzeichner die Einhaltung der Regelungen dieses Verhaltenskodex nachweisen.

3.8 Müssen

„Müssen“ sind zwingende und verbindliche Regelungen, welche zum Erreichen der Konformität mit diesem Verhaltenskodex notwendig sind. Synonyme wie „hat etwas zu tun“ oder „etwas ist zu tun“ fallen ebenfalls unter diese Begriffsbestimmung.

3.9 Öffentliches Register

Im öffentlichen Register werden die von der privaten Überwachungsstelle geprüften und als mit dem Verhaltenskodex konform eingestuft Unternehmen veröffentlicht. Es enthält insbesondere neben dem Datum der Überprüfung auch den Zeitpunkt der nächsten Überprüfung.

3.10 Private Überwachungsstelle

Die private Überwachungsstelle ist eine unabhängige Stelle, welche durch regelmäßige Überprüfungen überwacht, ob die Unterzeichner die Regelungen aus diesem Verhaltenskodex einhalten. Näheres regelt Abschnitt 6.2.



3.11 Provider

Der Provider ist ein Unternehmen, das Telekommunikationsprodukte und -dienste Verbraucherinnen kommerziell zur Verfügung stellt.

3.12 Sicherstellen

Sicherstellen bedeutet, angemessene Vorkehrungen zu implementieren, etwa im Sinne von technisch-organisatorischen Maßnahmen, mit welchen das durch die spezifische Regelung angestrebte Ziel in der Regel erreicht werden kann.

3.13 SRIW

SRIW meint den Selbstregulierung Informationswirtschaft e.V.

3.14 Steuerungskreis

Der Steuerungskreis ist ein Gremium aus Repräsentantinnen der Unterzeichner, der beim SRIW eingerichtet ist; soweit nicht ausdrücklich geregelt, entspricht der Steuerungskreis im Sinne des Verhaltenskodex nicht dem Steuerungskreis im Sinne der Satzung des SRIW.

3.15 Systemisches Versagen

Systemisches Versagen bedeutet, dass nicht lediglich eine im Einzelfall aufgetretene Nichteinhaltung dieses Verhaltenskodex vorliegt, sondern das System, im Sinne der technisch-organisatorischen Maßnahmen, des Providers so angelegt ist, dass die Konformität mit den Anforderungen dieses Verhaltenskodex regelmäßig nicht erreicht werden kann.

3.16 Unabhängiger Sachverständigenrat

Der unabhängige Sachverständigenrat ist ein unabhängiges Gremium, welches Einsprüche der Unterzeichner gegen eine belastende Entscheidung durch die private Überwachungsstelle bearbeitet.

3.17 Unterverkäuferinnen

Unterverkäuferinnen bezeichnen die für einen Vertriebsdienstleister tätigen Verkäuferinnen, die die vom Provider an den Vertriebsdienstleister in Auftrag gegebenen Verkäuferinnenbesuche ausführen.

3.18 Unterzeichner

Unterzeichner ist ein Provider, der sich mittels Unterwerfungserklärung nach Abschnitt 6.1 zur Einhaltung des Verhaltenskodex verpflichtet hat.



3.19 Verbraucherin

Zur Begriffsbestimmung der Verbraucherin wird auf die gesetzliche Definition des § 13 BGB verwiesen.

3.20 Verkäuferin

Unter einer Verkäuferin ist eine natürliche Person zu verstehen, die ständig damit betraut ist, für den beauftragenden Provider, vgl. Abschnitt 3.11, Neukundinnen zu akquirieren bzw. neue Kundinnenaufträge einzuholen.

Die Verkäuferin kann in den folgenden Eigenschaften auftreten:

- als interne Verkäuferin des Providers,
- als externe Unterverkäuferin, die für einen vom Provider beauftragten Vertriebsdienstleister tätig ist,
- als selbstständige externe gewerbetreibende Verkäuferin, z.B. Handelsvertreterin

Interne Vertriebsmitarbeiterinnen und selbstständige externe gewerbetreibende Verkäuferinnen stehen in einer direkten vertraglichen Beziehung zu dem Provider.

Lässt der Provider seinen Vertrieb über Unterverkäuferinnen ausführen, besteht nur zwischen dem Provider und dem Vertriebsdienstleister, für welchen die Unterverkäuferinnen tätig sind, eine Vertragsbeziehung.

3.21 Verkäuferinnenbesuche

Ein Verkäuferinnenbesuch ist die direkte Ansprache einer Verbraucherin an ihrer Haustür durch eine von einem Unternehmen beauftragten Verkäuferin zum Zwecke der Absatzförderung.

3.22 Vertriebsdienstleister

Vertriebsdienstleister sind externe Dienstleister, die vom Provider mit der Absatzförderung der angebotenen Leistungen beauftragt werden und die erhaltenen Aufträge durch die für sie tätigen Unterverkäuferinnen, vgl. Abschnitt 3.17, ausführen lassen.

4 Steuerungspflichten des Providers

4.1 Organisatorische Vorbereitung des Haustürvertriebes

4.1.1 Bereitstellung der Produkt- und Vertragsinformationen

- (1) Der Provider hat sicherzustellen, dass er den Verkäuferinnen zu jedem der im Verkäuferinnenbesuch vorzustellenden Produkte ein entsprechendes Produktinformationsblatt gem. § 1 TK Transparenzverordnung zur Verfügung stellt.



- (2) Der Provider hat sicherzustellen, dass er den Verkäuferinnen zu jedem der im Verkäuferinnenbesuch vorzustellenden Produkte entsprechende vorvertragliche Informationen gem. § 54 Abs. 1 Telekommunikationsgesetz (TKG) und eine entsprechende Vertragszusammenfassung gem. § 54 Abs. 3 TKG zur Verfügung stellt, sofern er den Verbraucherinnen diese Informationen nicht auf andere Weise als durch die Verkäuferinnen vor ihrer Vertragserklärung zur Verfügung stellt.
- (3) Sollte die Übergabe oder Übermittlung der Vertragszusammenfassung durch die Verkäuferin an die Verbraucherin während des Verkäuferinnenbesuches ausnahmsweise aufgrund von objektiv technischen Gründen nicht möglich sein, so hat der Provider sicherzustellen, dass diese Dokumente der Verbraucherin unverzüglich im Anschluss des Beratungsgesprächs zur Verfügung gestellt werden, sofern eine Vertragserklärung durch die Verbraucherin abgegeben wurde.
- (4) Der Provider hat Maximalfristen dafür festzulegen, wann eine unverzügliche Zustellung im Sinne des Abs. (3) zu erfolgen hat.

Unverzüglich erfolgt eine Handlung dann, wenn sie angesichts einer Gesamtbetrachtung aller Einzelfallumstände ohne schuldhaftes Zögern vorgenommen wird.

- (5) Sofern die Vertragszusammenfassung der Verbraucherin nicht vor Abgabe ihrer Vertragserklärung übermittelt werden konnte und sofern auch die Wirksamkeitsvoraussetzungen nicht vorliegen, hat der Provider § 54 Abs. 3 S. 3 und 4 TKG zu beachten.
- (6) Der Provider hat sicherzustellen, dass mit den vorvertraglichen Informationen gem. Abs. (2) eine Widerrufsbelehrung gem. Art 246 Abs. 3 des Einführungsgesetzes zum Bürgerlichen Gesetzbuch (EGBGB) sowie das Muster-Widerrufsformular gem. Art 246a § 1 Abs. 2, S. 1, Nr. 1 i. V. m. Anlage 2 EGBGB (bzw. ein auf dieser Basis erstelltes Widerrufsformular) bereitgestellt wird.

4.1.2 Bereitstellung der Legitimationsdokumente und -informationen

- (1) Jeder Verkäuferin ist durch den zuständigen Provider eine individuelle Verkäuferinnenkennung zuzuteilen, über die die Verkäuferin in Kombination mit dem Namen des verantwortlichen Providers eindeutig identifiziert werden kann.
- (2) Der Verkäuferin ist durch den Provider ein Legitimationsdokument zur Verfügung zu stellen.

Das Legitimationsdokument kann als gut sichtbar getragener Verkäuferinnenausweis mit Lichtbild und/oder als separates offizielles Dokument mit Lichtbild zur Verfügung gestellt werden.

- (3) Das Legitimationsdokument ist zeitlich zu befristen und muss zumindest die folgenden Angaben enthalten:
 - a. ein eindeutiges Identifikationsmerkmal



Hierzu kann der Vor- und Nachname der Verkäuferin dienen. Zum Schutz der Verkäuferinnen kann aber auch auf Identifikationsmerkmale zurückgegriffen werden, die es den Verbraucherinnen ermöglicht, sich gegenüber dem Provider auf die konkreten Verkäuferinnen zu beziehen.

- b. Name des Providers, welcher die zu unterbreitenden Telekommunikationsprodukte/-dienste anbietet,
- c. Angaben, aus denen hervorgeht, ob die Kontaktaufnahme im Auftrag des jeweiligen Providers erfolgt oder die Verkäuferin dem Unternehmen des Providers direkt angehört,
- d. in Fällen, in denen der Vertrieb durch einen externen Vertriebsdienstleister durchgeführt wird, der Name des beauftragten Vertriebsdienstleistungsunternehmens,
- e. die Verkäuferinnenkennung,
- f. Benennung dieses Verhaltenskodexes, welchem sich der Provider, für den die Verkäuferin tätig ist, unterworfen hat,

Die Angabe kann bspw. durch die Abbildung des Logos des Verhaltenskodex erfolgen.

- g. den Zeitraum der Gültigkeit des Legitimationsdokumentes,
 - h. ein Lichtbild der Verkäuferin.
- (4) Ist die Ausstellung eines Dokuments mit einem Lichtbild vorübergehend aus technischen oder organisatorischen Gründen nicht möglich, so hat der Provider dafür Sorge zu tragen, dass ein entsprechendes Dokument unverzüglich an die Verkäuferin nachgereicht wird.
- (5) Der Provider hat Prozesse zu implementieren, durch die die Verbraucherin die Möglichkeit erhält, die Legitimationsangaben der Verkäuferin zu verifizieren.

Die Überprüfung der Legitimationsangaben kann beispielsweise über eine der folgenden Möglichkeiten angeboten werden:

- Bereitstellung eines Links oder QR-Codes, über den die Verbraucherin auf die vom Provider zu den jeweiligen Legitimationsdaten zur Verfügung gestellten Informationen zugreifen kann,
- Bereitstellung einer telefonischen Hotline zur Überprüfung der Legitimationsangaben.

- (6) Der Provider hat sicherzustellen, dass alle Informationen zur Legitimation und Verifikation leicht lesbar und verständlich dargestellt werden.
- (7) Sofern der Provider seinen Vertrieb durch einen Vertriebsdienstleister ausführen lässt, kann der Provider seine Pflichten zur Bereitstellung der Legitimationsdokumente und -informationen aus Abs. (1) bis (6) auf diesen übertragen, sofern eine eigenständige Umsetzung aus organisatorischen und/oder wirtschaftlichen Gründen unzumutbar wäre.



- (8) Der Provider hat die ordnungsgemäße Umsetzung der übertragenen Pflichten nach Abs. (7) auf geeignete Weise zu überwachen.

4.1.3 Vorgaben zur optischen Erkennbarkeit

- (1) Der Provider hat sicherzustellen, dass den Verkäuferinnen Arbeitsmittel oder entsprechende Bekleidung zur Verfügung stehen, über die der Unternehmensname oder das Unternehmenslogo auf eine äußerlich gut sichtbare Weise auf der Bekleidung der Verkäuferinnen zu erkennen sind. Sofern der Provider selbstständige externe gewerbetreibende Verkäuferinnen einsetzt, gilt abweichend von Abs. (1) der Abs. (2).

Der Provider kann den Verkäuferinnen beispielsweise einen Anstecker/eine Stecknadel oder ein sonstiges äußerlich tragbares Ausstattungszubehör zur Verfügung stellen, über die Außenstehende mühelos den Unternehmensnamen oder das Unternehmenslogo ablesen können.

- (2) Sofern der Provider selbstständige externe gewerbetreibende Verkäuferinnen einsetzt, hat er sicherzustellen, dass diesen Ausstattungszubehör zur Verfügung steht, über das der Name oder das Logo des Providers auf eine äußerlich gut sichtbare Weise auf der Bekleidung während ihrer Tätigkeit zu erkennen sind, oder entsprechende Bekleidung. Abweichend von Satz 1 kann der Provider den selbstständigen externen gewerbetreibenden Verkäuferinnen anstatt von Ausstattungszubehör die notwendigen Mittel für das Ausstattungszubehör zur Verfügung stellen.
- (3) Sofern der Provider seinen Vertrieb durch einen Vertriebsdienstleister ausführen lässt, hat er dafür Sorge zu tragen, dass diesem die Mittel für die benötigte Ausstattung nach Abs. (1) bzw. Abs. (2) für dessen Unterverkäuferinnen zur Verfügung stehen.

4.1.4 Bereitstellung öffentlich zugänglicher Informationen zum Verhaltenskodex

Der Provider hat sich öffentlich zu dem gegenständlichen Verhaltenskodex zu bekennen und hierbei Informationen zu den inhaltlichen Anforderungen der einzuhaltenden Verhaltenspflichten und den bestehenden Beschwerdewegen nach Abschnitt 4.2.2 bereitzustellen.

Das öffentliche Bekenntnis und die bereitgestellten Informationen zum Inhalt des Verhaltenskodex tragen dazu bei, dass Verbraucherinnen Kenntnis von und einen Überblick über die geltenden Verhaltenspflichten sowie die Überprüfung durch eine unabhängige private Überwachungsstelle erhalten.

Das Bekenntnis und die Informationen zu den inhaltlichen Anforderungen können insbesondere auf der eigenen Webseite des Providers veröffentlicht werden, beispielsweise durch Abbildung des Verhaltenskodex-Logos oder einer URL zu einer gemeinsamen Webseite des Verhaltenskodex.



4.2 Pflichten zum Compliance-Management

4.2.1 Einrichtung von Verkäuferinnenschulungsprozessen

- (1) Der Provider hat Prozesse zu implementieren, die sicherstellen, dass Verkäuferinnen die Möglichkeit erhalten, sich über ihre Pflichten im Kontext der Durchführung des Haustürvertriebes zu informieren und sich schriftlich zu deren Einhaltung zu verpflichten.

Der Provider kann die Schulungen in Präsenz oder in Form von E-Learning-Kursen anbieten. Als Nachweis über die Teilnahme können beispielsweise Teilnahmebescheinigungen oder Abschlusstests dienen. Die Schulungsmaßnahmen können über interne Fortbildungsprozesse oder über geeignete externe Dienstleister/Plattformen durchgeführt werden.

- (2) Sofern der Provider seinen Vertrieb durch einen Vertriebsdienstleister ausführen lässt, hat er diesen dazu zu verpflichten, dass der Vertriebsdienstleister Prozesse nach Abs. (1) implementiert.
- (3) Die Schulungsmöglichkeiten nach Abs. (1) haben turnusmäßig stattzufinden, insbesondere zu den folgenden Inhalten:
 - a. Die beim Verkäuferinnenbesuch einzuhaltenden Verhaltenspflichten,
 - b. Datenschutzrechtlichen Anforderungen im Umgang mit Kundendaten,
 - c. Allgemeine sowie technische Produktmerkmale der angebotenen Leistungen.
- (4) Der Provider hat den Verkäuferinnen oder dem ggf. beauftragten Vertriebsdienstleister Informationsmaterial zu seinen Pflichten aus Abs. (1) und den Folgen einer Nichteinhaltung dieser Pflichten bereitzustellen und eine jederzeitige Zugriffsmöglichkeit sicherzustellen.
- (5) Der Provider hat sicherzustellen, dass die Schulungsinhalte und weiteren Informationsmaterialien regelmäßig evaluiert und im Bedarfsfall aktualisiert werden.
- (6) Sofern der Provider seinen Vertrieb durch einen Vertriebsdienstleister ausführen lässt, hat er diesen dazu zu verpflichten, dass der Vertriebsdienstleister die Evaluation und Aktualisierung gem. Abs. (5) vornimmt.

4.2.2 Einrichtung effektiver Beschwerdewege

- (1) Der Provider hat sicherzustellen, dass eingehende Kundinnenanfragen und -beschwerden in Bezug auf die vom Provider durchgeführten Verkäuferinnenbesuche sachgerecht bearbeitet werden können. Der Provider hat hierzu die notwendigen Mittel und Ressourcen bereitzustellen, damit die nach den Erfahrungswerten üblicherweise eingehende Anzahl an Beschwerden ohne schuldhaftes Verzögerung auf nachvollziehbare und faire Weise bearbeitet werden können.
- (2) Der Provider hat sicherzustellen, dass die Verbraucherin unverzüglich über den Eingang ihrer Beschwerde informiert wird. Sofern es sich um eine postalisch eingereichte Beschwerde handelt,



kann der Provider unter Einhaltung von Abs. (3) abweichend von Satz 1 auf eine Eingangsbestätigung verzichten.

- (3) Der Provider hat sicherzustellen, dass die Verbraucherin über den Abschluss der Bearbeitung ihrer Beschwerde informiert wird.
- (4) Der Provider hat sicherzustellen, dass die nach Abs. (1) eingegangenen Beschwerden zur innerbetrieblichen Qualitätsverbesserung systematisch ausgewertet werden, sofern und soweit datenschutzrechtlich zulässig.

Es bietet sich an, Beschwerden nach ihrem qualitativen und quantitativen Gehalt auszuwerten:

Quantitative Auswertung: Wie viele Beschwerden sind in welchem Zeitraum zu einer Verkäuferin eingegangen?

Qualitative Auswertung: Beschwerdegrund – betrifft die Beschwerde eine Verletzung einer Anforderung, die im Verhaltenskodex festgelegt ist?

- (5) Der Provider hat zudem sicherzustellen, dass Sachverhalte, welche Hinweise auf die Nichteinhaltung der den Verkäuferinnen auferlegten Verhaltenspflichten enthalten, gesammelt und im Rahmen der Compliance-Prozesse nach Abschnitt 4.2.3 angemessen berücksichtigt und behandelt werden.

Dies kann z. B. in der Form geschehen, dass Beschwerden, die auf Verstöße in Bezug auf den Verhaltenskodex hinweisen, an ein Beschwerdemanagement weitergeleitet werden, welches die Sachverhalte dem für die Überwachung der Verkäuferinnen zuständigen Verantwortlichen meldet.

- (6) Sofern der Provider seinen Vertrieb durch einen Vertriebsdienstleister ausführen lässt, hat er diesen entweder zur Einrichtung entsprechender Beschwerdewege gemäß der in diesem Abschnitt genannten Vorgaben oder zur Erteilung eines transparenten, für Verbraucherinnen leicht auffindbaren Hinweises auf konkrete, durch den Provider bereitgestellte Beschwerdewege zu verpflichten.
- (7) Sofern der Provider den Vertriebsdienstleister nach Abs. (6) zur Einrichtung von Beschwerdewege verpflichtet, hat er sicherzustellen, dass er über die nach Abs. (5) beim Vertriebsdienstleister eingegangenen Beschwerden zu den in seinem Auftrag tätigen Unterverkäuferinnen in regelmäßigen Abständen informiert wird.

4.2.3 Einrichtung von Compliance Prozessen

- (1) Der Provider hat angemessene interne Prozesse zu implementieren, die geeignet sind, sicherzustellen, dass sowohl der Provider als auch die Verkäuferinnen die Vorgaben der Verhaltenspflichten einhalten.



Es sollen regelmäßige geeignete Qualitätskontrollen durchgeführt werden, die zumindest eine stichprobenartige Überprüfung der Pflichtenerfüllung und Verfahrenseinhaltung gewährleisten. Hat der Provider bereits entsprechende Compliance-Prozesse implementiert, sind diese als Nachweis zur Einhaltung der Pflicht aus Abs. (1) geeignet.

Geeignete Maßnahmen zur Sicherstellung der Pflichterfüllung können unter anderem umfassen:

- Prüfmaßnahmen bei der Auswahl neuer Verkäuferinnen, vgl. 5.1.1.1,
- Schulungsprozesse, die eine regelmäßige Teilnahme und Fortbildung sicherstellen, vgl. Abschnitt 4.2.1 und 5.1.1.2,
- Evaluierung und Aktualisierung der Schulungsprogramme und Schulungsinformationen, vgl. Abschnitt 4.2.1 Abs. (5),
- Verifizierungscalls gegenüber Verbraucherinnen im Anschluss des Verkäuferinnenbesuches, vgl. Abschnitt 4.2.4
- Auswertung und Analyse eingehender Beschwerden, vgl. Abschnitt 4.2.2,
- Anordnung geeigneter Maßnahmen bei Verstößen, vgl. Abs. (2) und (3),
- Evaluierung der Effektivität der angeordneten Maßnahmen, vgl. Abs. (4),
- Durchführung von Auditing-Verfahren/Surprise Audits.

- (2) Der Provider hat sicherzustellen, dass die Nichteinhaltung der Vorgaben dieser Verhaltensregeln angemessen nachverfolgt werden kann.
- (3) Der Provider hat ein Konsequenzenmanagement für Verstöße von Verkäuferinnen im Zusammenhang mit der Umsetzung der in Abschnitt 5.1 und 5.2 anzuordnenden Pflichten einzurichten, welches geeignet ist, das Risiko zukünftiger gleichgelagerter Verstöße zu minimieren.
- (4) Der Provider hat in regelmäßigen Abständen die Wirksamkeit der angeordneten Maßnahmen nach Abs. (3) hinsichtlich ihrer Effektivität zur Vorbeugung von Verstößen zu evaluieren und die sich hieraus ergebenden erforderlichen Anpassungen der Konsequenzenmanagement-Prozesse vorzunehmen. fgf
- (5) Der Provider hat sicherzustellen, dass Prozesse implementiert werden, die eine Überwachung der Vertriebsdienstleister in Bezug auf die ordnungsgemäße Einhaltung der den Vertriebsdienstleistern nach diesem Verhaltenskodex übertragenen Pflichten ermöglichen.

4.2.4 Besondere Vorgaben für Verifizierungscalls

- (1) Sofern der Provider Qualitätskontrollen in Form von Verifizierungscalls durchführen lässt, sind die Verbraucherinnen insbesondere zu den wesentlichen Vertragsmerkmalen sowie dem Verkäuferinnenbesuch zu befragen.



Hierbei sollen die Verbraucherinnen die Möglichkeit erhalten, ihre Angaben gegenüber der Verkäuferin noch einmal zu verifizieren und das Gespräch im Nachgang zu evaluieren.

- (2) Der Provider hat in diesen Fällen Prozesse zu implementieren, die ermöglichen, dass die Verbraucherinnen grundsätzlich erst angerufen werden, nachdem die Verkäuferin die privaten Räumlichkeiten der Verbraucherin verlassen hat.

Die Vorgaben für Verifizierungscalls können sinngemäß auch bei weiteren Qualitätskontrollen (z.B. einem bereitgestellten, freiwillig auszufüllenden Kundefragebogen) entsprechend herangezogen werden.

Entsprechend Abschnitt 4.2.3 Abs. (1) bleibt es dem Provider freigestellt, welche Compliance Prozesse er zur Überprüfung der Pflichterhaltung durch die Verkäuferinnen und Unterverkäuferinnen wählt. Eine Pflicht des Providers zur Durchführung von Verifizierungscalls wird durch den vorliegenden Abschnitt nicht begründet. Der Abschnitt enthält daher lediglich Vorgaben für die Fallkonstellation, dass der Provider Verifizierungscalls durchführt oder durchführen lässt.



5 Weisungs- und Überwachungspflichten

5.1 Pflichten gegenüber Verkäuferinnen in direkter Vertragsbeziehung

5.1.1 Pflichten die die Qualifikation der Verkäuferinnen betreffen

5.1.1.1 Zuverlässigkeitsprüfung bei der Auswahl von neuen Verkäuferinnen

Der Provider hat bei der Auswahl von neuen Verkäuferinnen zu prüfen, ob die Auswahl ausreichend Gewähr dafür bietet, dass die Verkäuferinnen die Vertriebstätigkeit ordnungsgemäß entsprechend der gesetzlichen Vorgaben und der sich aus diesem Verhaltenskodex ergebenden Verhaltensanforderungen ausführen können.

Der Provider kann von potenziellen neuen Verkäuferinnen bspw. eine Selbstauskunft einholen.

5.1.1.2 Aus- und Fortbildung der Verkäuferinnen

- (1) Der Provider hat sicherzustellen, dass sich die Verkäuferinnen über den Inhalt ihrer Pflichten im Kontext der Durchführung des Haustürvertriebes sowie etwaige Änderungen der Pflichten informieren, sofern die Änderungen mittelbar oder unmittelbar die Tätigkeit der Verkäuferinnen betreffen.
- (2) Hierzu hat der Provider den Verkäuferinnen die nach Abschnitt 4.2.1 Abs. (4) bereitgestellten Informationsmaterialien zur Verfügung zu stellen.
- (3) Der Provider hat sicherzustellen, dass die Verkäuferinnen vor der Aufnahme ihrer Tätigkeit bedarfsgerecht an den Schulungsmaßnahmen nach Abschnitt 4.2.1 Abs. (3) teilnehmen und die Teilnahme dokumentiert wird.
- (4) Der Provider hat sicherzustellen, dass gegenüber Verkäuferinnen, die gegen die inhaltlichen Anforderungen der Verhaltenspflichten verstoßen haben, geeignete Maßnahmen ergriffen werden.

Als geeignete Maßnahme kommt abhängig von den Einzelfallumständen des Verstoßes beispielsweise die Anordnung von Nachschulungen gegenüber der Verkäuferin in Betracht.

5.1.2 Pflichten zum Auftreten der Verkäuferinnen

5.1.2.1 Gebot zur Rücksichtnahme

- (1) Der Provider hat die Verkäuferinnen zu verpflichten, im Rahmen der Kontaktaufnahme auf die für einen objektiven Dritten erkennbaren situationsbedingten und persönlichen Umstände, in denen sie die Verbraucherinnen antreffen, Rücksicht zu nehmen und alle Verhaltensweisen zu unterlassen, die nach allgemeiner Anschauung als Bedrängung, Druckmittel oder Überrumpelung empfunden werden könnten.
- (2) Der Provider hat die Verkäuferinnen zu verpflichten, Anhaltspunkte bei der Verbraucherin dafür, dass diese die Situation nicht als einen auf einen Vertragsabschluss gerichteten Verkäuferinnenbesuch interpretieren könnte, zu beachten und hierauf angemessen zu reagieren, sofern diese



Anhaltspunkte für einen objektiven Dritten deutlich erkennbar sind. Das Gleiche gilt für Hinweise zu einer fehlenden oder eingeschränkten Geschäftsfähigkeit der Verbraucherin.

- (3) Der Provider hat sicherzustellen, dass, sofern die Verbraucherin keinen Kontakt wünscht, der Besuch durch die Verkäuferin abubrechen ist.

Gem. § 7 Abs. 1 S. 2 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) ist Werbung, die trotz eines erkennbaren entgegenstehenden Willens (z. B. durch mündliche Erklärungen der Verbraucherinnen oder entsprechenden Hinweisschildern/Aufklebern an Haustüren), des Marktteilnehmers – hier der Verbraucherin – erfolgt, eine unzumutbare Belästigung und stets unzulässig.

Daher muss jeder der Verkäuferinnen ausdrücklich und verbindlich kommuniziert werden, dass in solchen Fällen ein absolutes Ansprechverbot gilt.

5.1.2.2 Einhaltung der Vorgaben zur optischen Erkennbarkeit

Der Provider hat Prozesse zu implementieren, welche sicherzustellen, dass die Verkäuferinnen die Maßnahmen zur optischen Erkennbarkeit nach Abschnitt 4.1.3 während der Verkäuferinnenbesuche einhalten können.

5.1.2.3 Legitimationspflicht gegenüber der Verbraucherin

- (1) Der Provider hat Prozesse zu implementieren, die geeignet sind sicherzustellen, dass sich die Verkäuferinnen unverzüglich und unaufgefordert bei der ersten Kontaktaufnahme gegenüber der Verbraucherin auf angemessene und eindeutige Weise legitimieren.
- (2) Sofern sich die Verkäuferin über einen Verkäuferinnenausweis legitimiert, hat der Provider diese zu verpflichten, den ausgestellten Verkäuferinnenausweis auf eine für die Verbraucherinnen gut sichtbare Weise zu tragen.
- (3) Sofern die Legitimation über einen anderen Weg als Abs. (2)(1) erfolgt, hat der Provider die Verkäuferinnen zu verpflichten, dass sie gegenüber der Verbraucherin alle diesbezüglichen Dokumente und Informationen vor Beginn der Beratung zur Verfügung stellt.
- (4) Der Provider hat die Verkäuferinnen zu verpflichten, der Verbraucherin ihre Legitimationsdokumente und die zur Verifikation erforderlichen Informationen jederzeit während des Beratungsgesprächs auf Verlangen der Verbraucherin erneut vorzulegen.
- (5) Der Provider hat die Verkäuferinnen zu verpflichten, die für einen objektiven Dritten deutlich erkennbaren Anhaltspunkte zu körperlichen oder sprachlichen Einschränkungen der Verbraucherin, die einer Wahrnehmung der Legitimationsangaben entgegenstehen sowie Hinweise zu einer fehlenden oder eingeschränkten Geschäftsfähigkeit der Verbraucherin, zu beachten und hierauf angemessen zu reagieren.



- (6) Erhält der Provider Kenntnis darüber, dass eine Verkäuferin im Rahmen der Legitimation fehlerhafte Angaben gegenüber der Verbraucherin bekannt gegeben hat, so hat er dies angemessen zu sanktionieren. Der Sachverhalt ist gegenüber der Verbraucherin richtigzustellen.

5.1.3 Transparenzpflichten der Verkäuferinnen gegenüber Verbraucherinnen

5.1.3.1 Aufklärungspflicht zur Verkaufsabsicht

Der Provider hat die Verkäuferinnen zu verpflichten, dass diese die Verbraucherin bereits vor dem Betreten der Privaträume wahrheitsgemäß über die dem Besuch zugrundeliegenden Verkaufsabsicht aufzuklären haben.

Die Aufklärungspflicht zur Verkaufsabsicht soll dazu beitragen, dass das Betreten von Privaträumen unter Angabe von Vorwänden oder irreführenden Angaben erschwert wird bzw. die Verkäuferin in solchen Fällen mit vertraglich festgelegten Sanktionen vom Provider zu rechnen hat.

5.1.3.2 Aushändigung oder elektronische Übermittlung der Produktinformation und Vertragsinformationen

- (1) Der Provider hat die Verkäuferinnen zu verpflichten, dass diese der Verbraucherin vor Abgabe der Vertragserklärung das Produktinformationsblatt sowie die gesetzlich vorgeschriebene vorvertragliche Information und die Vertragszusammenfassung gem. § 54 Abs. 1 und Abs. 3 TKG aushändigen bzw. elektronisch übermitteln und sich den Erhalt der Dokumente durch die Verbraucherin nachweislich bestätigen lässt, sofern der Provider den Verbraucherinnen diese Dokumente nicht auf andere Weise als durch die Verkäuferinnen vor ihrer Vertragserklärung zur Verfügung stellt.
- (2) Der Provider hat zu gewährleisten, dass – sofern eine Übermittlung vor Abgabe der Vertragserklärung nach Abs. (1) nicht möglich sein sollte – das Produktinformationsblatt mit Zustimmung der Verbraucherinnen unverzüglich nach Abgabe seiner Vertragserklärung ausgehändigt bzw. elektronisch übermittelt wird.
- (3) Der Provider hat die Verkäuferin zu verpflichten, die Verbraucherin – sofern die Übergabe der VVI und VZF vor Abgabe der Vertragserklärung der Verbraucherin ausnahmsweise nicht möglich ist – auf die Notwendigkeit zur Bestätigung der VVI / VZF durch die Verbraucherin hinzuweisen.
- (4) Erhält der Provider Kenntnis darüber, dass Verkäuferinnen gegen ihre Pflicht aus Abs. (1) verstoßen, indem er das Produktinformationsblatt entweder gar nicht oder zu einem späteren Zeitpunkt an die Verbraucherinnen aushändigt bzw. elektronisch übermittelt, so hat der Provider den Verstoß auf angemessene Weise zu sanktionieren.

Die Einhaltung der Verpflichtung aus Abs. (1) kann der Provider bspw. durch stichprobenartige Verifizierungscalls überprüfen.



5.1.3.3 Beratungsgespräch

- (1) Der Provider hat Prozesse zu implementieren, die zur Gewährleistung einer transparenten, vollständigen, sachlich zutreffenden und für die Verbraucherin verständlichen Beratung zu den angebotenen Produkten und Leistungen durch die Verkäuferinnen beitragen.
- (2) Der Provider hat Prozesse zu implementieren, die sicherstellen, dass die Verbraucherin zumindest über die Vertragsmerkmale nach Art. 246a EGBGB informiert wird, sofern und soweit einschlägig.

Die Sicherstellung einer ordnungsgemäßen Beratung kann bspw. durch die folgenden Methoden umgesetzt werden:

- Aufnahme von entsprechenden Qualitätsanforderungen an die Beratung in Verkäuferinnenverträgen oder Übermittlung entsprechender Dokumente wie Leitlinien oder Verhaltenskodizes,
- Schulungen der Verkäuferinnen zur Produktberatung,
- Regelmäßig stattfindende Überprüfung der Beratungsqualität, bspw. durch Verifizierungscalls, in welchen die Verbraucherinnen zu den wesentlichen Vertragsmerkmalen sowie dem Verkäuferinnenbesuch befragt werden können,
- Bereitstellung und Aushändigung eines freiwillig auszufüllenden Kundenfragebogens, der Verbraucherinnen nach einer Beratung zugestellt werden kann.

- (3) Der Provider hat sicherzustellen, dass die Verbraucherinnen in der Beratung zu ihrem üblichen Nutzungsverhalten der und dem Bedarf an den angebotenen Leistungen befragt und die mitgeteilten Informationen bei den Produktempfehlungen berücksichtigt werden.
- (4) Sollte der Provider feststellen, dass zu einer Verkäuferin Beschwerden dazu eingehen, dass die aus Abs. (3) nicht eingehalten wurden, hat er angemessene Maßnahmen zu treffen.
- (5) Der Provider hat die Verkäuferinnen zu verpflichten, auf erkennbare Hinweise zu einer fehlenden oder eingeschränkten Geschäftsfähigkeit der Verbraucherin, die während des Beratungsgesprächs auftreten, angemessen zu reagieren.

Die Verkäuferin hat in Fällen einer offensichtlich fehlenden oder eingeschränkten Geschäftsfähigkeit auf eine unmittelbar stattfindende Beratung zu verzichten, soweit die gesetzliche Vertreterin während des Gespräches nicht anwesend ist. Gegebenenfalls kann die Verkäuferin in diesem Fall anbieten, einen Termin zu vereinbaren, zu dem die gesetzliche Vertreterin der betroffenen Verbraucherin anwesend ist.

5.1.3.4 Hinweis zum Widerrufsrecht und zu weiteren Widerrufsoptionen

Der Provider hat die Verkäuferinnen zu verpflichten, die Verbraucherin auf die Möglichkeit des gesetzlichen Widerrufsrechts hinzuweisen und über alle bestehenden Kommunikationswege, die ihr für die Ausübung des gesetzlichen Widerrufsrechts zur Verfügung stehen, zu informieren.



5.2 Pflichten des Providers ggü. Vertriebsdienstleister bei fehlender Vertragsbeziehung zu Unterverkäuferinnen

Sofern der Provider seinen Vertrieb durch einen externen Vertriebsdienstleister ausführen lässt, gelten die Regelungen aus Abschnitt 5.1 mit der Einschränkung entsprechend, dass der Provider den Vertriebsdienstleister zu verpflichten hat, dass dieser die in den Regelungen genannten verpflichtenden Anordnungen gegenüber den bei ihm beschäftigten Unterverkäuferinnen zu treffen hat.



6 Unterwerfung und Überwachung

Um die Einhaltung der Regelungen aus den Abschnitten 4 und 5 des Verhaltenskodex zu gewährleisten, wurde ein umfangreiches Überwachungskonzept entwickelt, welches von einer privaten Überwachungsstelle durchgesetzt wird. Zu diesem Zweck unterwerfen sich die Provider dem Verhaltenskodex gegenüber der privaten Überwachungsstelle in Form einer Unterwerfungserklärung. Im Folgenden werden die Grundsätze der Unterwerfung und der Überwachung geregelt. Der Annex nimmt als integraler Bestandteil des Verhaltenskodex weitere Ergänzungen und Konkretisierungen vor.

6.1 Unterwerfungserklärung

6.1.1 Generelles

- (1) Mit der Einreichung einer Unterwerfungserklärung verpflichtet sich der Unterzeichner dazu die Vorgaben des Verhaltenskodex einzuhalten.
- (2) Mit der Einreichung der Unterwerfungserklärung akzeptiert der Unterzeichner, dass die Einhaltung des Verhaltenskodex durch eine private Überwachungsstelle gemäß Abschnitt 6.2 überwacht und durchgesetzt wird.
- (3) Voraussetzung für eine Unterwerfung ist die Mitgliedschaft im SRIW.
- (4) Mit der Einreichung der Unterwerfungserklärung akzeptiert der Unterzeichner, die für die Überwachung und Verwaltung dieses Verhaltenskodex entstehenden, auf ihn entfallenden Kosten zu tragen. Die konkreten Kosten werden durch eine gesonderte Beitragsordnung festgelegt.
- (5) Soweit der Unterzeichner mit den Zahlungsverpflichtungen nach Abs. (4) gegenüber der privaten Überwachungsstelle säumig ist, kann die private Überwachungsstelle die weitere Bearbeitung einer Konformitätserklärung sowie die Erfüllung der ihr in diesem Verhaltenskodex gegenüber dem Unterzeichner auferlegten Pflichten bis zur Begleichung der säumigen Forderungen verweigern.
- (6) Die Unterwerfungserklärung ist gegenüber der privaten Überwachungsstelle abzugeben. Näheres bestimmen die Begleitdokumente der privaten Überwachungsstelle.

6.1.2 Inhalt und Form

- (1) Die Unterwerfung ist grundsätzlich in Textform zu erklären. Die von der privaten Überwachungsstelle veröffentlichten Verfahren können jedoch vorsehen, dass die Unterwerfungserklärung nur unter Verwendung bestimmter Vorlagen oder Online-Formulare eingereicht wird.
- (2) Die Unterwerfung beziehungsweise die damit einhergehende rechtlich verbindliche Erklärung erfolgt auf Basis eines durch die private Überwachungsstelle bereitzustellenden, mit dem Steuerkreis abgestimmten, standardisierten Vertrags.



6.1.3 Gültigkeit der Unterwerfungserklärung

6.1.3.1 Allgemeine Gültigkeit

Die Unterwerfungserklärung hat eine unbefristete Laufzeit.

6.1.3.2 Kündigung der Unterwerfungserklärung

(1) Die Kündigung der Unterwerfungserklärung ist gegenüber der privaten Überwachungsstelle in Textform zu erklären.

(2) Die Kündigungsfrist beträgt 12 Monate.

6.2 Überwachung und Einhaltung des Verhaltenskodex

6.2.1 Die private Überwachungsstelle

6.2.1.1 Ernennung der privaten Überwachungsstelle

(1) Die Überprüfung der Einhaltung des Verhaltenskodex erfolgt durch eine unabhängige private Überwachungsstelle.

(2) Die private Überwachungsstelle wird ernannt durch den Steuerungskreis.

6.2.1.2 Aufgaben der privaten Überwachungsstelle

Die private Überwachungsstelle übernimmt die ihr im Rahmen ihrer nach diesem Verhaltenskodex zugewiesenen Funktion erforderlichen Aufgaben, insbesondere:

- a. Proaktive Überwachung und Verifizierung der Einhaltung der Pflichten des Verhaltenskodex durch die Unterzeichner gemäß der in diesem Verhaltenskodex festgelegten Verfahren,
- b. Einrichtung von administrativen Verfahren und Strukturen zur Ermöglichung der Bearbeitung von Einsprüchen gegen von der privaten Überwachungsstelle getroffene Entscheidungen durch den unabhängigen Sachverständigenrat gemäß Abschnitt 6.2.3,
- c. Ernennung von Mitgliedern des unabhängigen Sachverständigenrats gemäß Abschnitt 6.2.3.1 Abs. (3),
- d. Ergreifen geeigneter Maßnahmen gegen einen Unterzeichner, die sich aus Abschnitt 6.2.4 Abs. (2) und Abs. (3) ergeben,
- e. Pflege des öffentlichen Registers, und
- f. Informieren des Steuerungskreises über die Erfahrungen bei der Überwachung der Einhaltung dieses Verhaltenskodex und etwaige Anpassungs- beziehungsweise Klarstellungsbedarfe des Verhaltenskodex.



6.2.1.3 Allgemeine Anforderungen an die private Überwachungsstelle

Die private Überwachungsstelle hat durch geeignete Richtlinien, Verfahren und Strukturen sicherzustellen,

- a. unabhängig zu sein und zu bleiben,
- b. dass das Personal der Überwachungsstelle über das nötige Fachwissen zur Überwachung der Einhaltung der Pflichten dieses Verhaltenskodex verfügt; dieses Fachwissen kann durch einschlägige berufsqualifizierende Abschlüsse oder einschlägige Berufserfahrung nachgewiesen werden,
- c. die ihr im Rahmen ihrer nach diesem Verhaltenskodex zugewiesenen Funktion erforderlichen Aufgaben wahrzunehmen.

6.2.2 Verfahren zur Überprüfung der Einhaltung des Verhaltenskodex

6.2.2.1 Konformitätserklärung

- (1) Unterzeichner, die sich gemäß Abschnitt 6 dem Verhaltenskodex unterworfen haben sind dazu verpflichtet, einmal im Jahr bei der privaten Überwachungsstelle eine Konformitätserklärung einzureichen. Eine Konformitätserklärung ist jeweils für ein Jahr gültig. Näheres zum Gültigkeitsbeginn regelt der Annex.
- (2) Sofern sich der Unterzeichner dem Verhaltenskodex initial unterwirft, hat er die initiale Konformitätserklärung zeitgleich mit der Unterwerfungserklärung einzureichen.

6.2.2.2 Grundlagen Prüfverfahren

Die private Überwachungsstelle prüft nach fristgerechtem Erhalt der Konformitätserklärung, ob der Unterzeichner die Anforderungen des Verhaltenskodex erfüllt.

6.2.2.3 Beurteilung der Konformitätserklärung durch die private Überwachungsstelle

Die Beurteilung der Konformitätserklärung durch die private Überwachungsstelle ist darauf beschränkt, dass geprüft wird, ob der Unterzeichner Prozesse implementiert hat, die ermöglichen, dass die Konformität mit den Anforderungen dieses Verhaltenskodex regelmäßig erreicht werden kann.

6.2.2.4 Konformitätsentscheidung

- (1) Die private Überwachungsstelle teilt dem Unterzeichner das endgültige Ergebnis der Konformitätsprüfung nach Beenden der Prüfung unverzüglich mit.
- (2) Kommt die private Überwachungsstelle im Rahmen der Konformitätsprüfung zu dem Schluss, dass der Provider die Anforderungen des Verhaltenskodex aus den Abschnitten 4 und 5 nicht einhält und stuft ihn entsprechend als nichtkonform ein, entscheidet sie über geeignete Konsequenzen und Abhilfemaßnahmen.



6.2.3 Einspruch beim unabhängigen Sachverständigenrat

6.2.3.1 Aufgabe und Ernennung des unabhängigen Sachverständigenrats

- (1) Ein Unterzeichner, zulasten dessen die private Überwachungsstelle eine Entscheidung getroffen hat, ist berechtigt Einspruch gegen die getroffene Entscheidung einzureichen.
- (2) Die Bearbeitung von und Entscheidung über einen solchen Einspruch erfolgt durch einen unabhängigen Sachverständigenrat.
- (3) Die Mitglieder des unabhängigen Sachverständigenrates werden jeweils zu 50% vom Steuerungskreis und der privaten Überwachungsstelle ernannt.

6.2.3.2 Allgemeine Anforderungen an die Mitglieder des unabhängigen Sachverständigenrats

- (1) Die Mitglieder des Sachverständigenrats müssen unabhängig sein.
- (2) Unabhängigkeit nach Abs. (1) setzt voraus, dass
 - a. die Mitglieder des unabhängigen Sachverständigenrats keinem Unterzeichner dieses Verhaltenskodex oder einem Unternehmen, das mit einem überwachten Unternehmen im Sinne von § 15 AktG verbunden ist, angehören, und
 - b. unlautere Interessenskonflikte der Mitglieder des unabhängigen Sachverständigenrats vermieden werden.
- (3) Die Mitglieder des unabhängigen Sachverständigenrats haben über hinreichend Expertise in Bezug auf die von diesem Verhaltenskodex betroffenen Themen zu verfügen.
- (4) Hinreichend Expertise nach Abs. (3) ist anzunehmen, wenn ein Mitglied nachweislich über Fachwissen in mindestens einem der folgenden Gebiete verfügt, wobei einschlägige, berufsqualifizierende Abschlüsse oder einschlägige Berufserfahrung als Nachweis dienen können:
 - a. Haustürvertrieb,
 - b. In Bezug auf den Verhaltenskodex einschlägige Rechtsgebiete, bspw. Handels-, Telekommunikations- oder Verbraucherschutzrecht,
 - c. Telekommunikationsbranche.

6.2.4 Konsequenzenmanagement

- (1) Wenn ein Unterzeichner eine Anforderung dieses Verhaltenskodex nicht erfüllt, sich weigert oder es versäumt mit der privaten Überwachungsstelle bei der Einhaltung der Vorgaben dieses Verhaltenskodex zu kooperieren, leitet die private Überwachungsstelle gegen diesen Unterzeichner angemessene Maßnahmen in Bezug auf Konsequenzen ein.
- (2) Bei der Festlegung von Konsequenzen berücksichtigt die private Überwachungsstelle zur Wahrung der Angemessenheit die folgenden Kriterien:



- a. Die Schwere der Pflichtverletzung; etwa ob gegen eine formelle oder materielle Anforderung aus diesem Verhaltenskodex verstoßen wurde,
 - b. Verschulden des Unterzeichners; etwa ob die Anforderungen der Verhaltenskodex absichtlich missachtet oder fahrlässig falsch ausgelegt wurden,
 - c. Häufigkeit der Pflichtverletzung; ob es der erste Verstoß war oder es zuvor ähnliche Vorfälle gab,
 - d. Mögliche Wiederholung der Pflichtverletzung.
- (3) Die private Überwachungsstelle hat im Falle einer festgestellten Pflichtverletzung von dem betreffenden Unterzeichner Abhilfe zu verlangen. Die private Überwachungsstelle legt die konkreten Abhilfemaßnahmen im Dialog mit dem betreffenden Unterzeichner fest.

7 Evaluation und Aktualisierung

- (1) Der Steuerungskreis wird sicherstellen, dass die Inhalte des Verhaltenskodex regelmäßig evaluiert und, soweit notwendig, aktualisiert werden.
- (2) Die Evaluation soll zuvorderst sicherstellen, dass die Inhalte des Verhaltenskodex den gesetzlichen Vorgaben und deren verbindlichen Interpretationen durch zuständige Gerichte und Aufsichtsbehörden entsprechen. Im Übrigen sollen die Effektivität und Operationalisierbarkeit des Verhaltenskodex evaluiert werden.
- (3) Die Ergebnisse aus der Evaluation gemäß Abs. (1) und (2) hält der Steuerungskreis in einem Evaluationsbericht fest. Der Evaluationsbericht soll – soweit keine besonders schützenswerten Informationen, etwa Geschäfts- oder Betriebsgeheimnisse, betroffen sind – veröffentlicht werden; jedenfalls in Form einer Zusammenfassung.
- (4) Für die Evaluation sollen neben den Erfahrungen der Unterzeichner des Verhaltenskodex beziehungsweise der Mitglieder des Steuerungskreises auch weitere, sachdienliche Informationsquellen herangezogen werden. Sachdienliche Informationsquellen sind insbesondere:
 - a. Deutsche und Europäische Gerichtsurteile
 - b. Fachveröffentlichungen
 - c. Erfahrungsberichte und Stellungnahmen der privaten Überwachungsstelle
 - d. Veröffentlichungen und Stellungnahmen mit den Inhalten des Verhaltenskodex befasster Stellen im Sinne des § 3 UKlaG (Gesetz über Unterlassungsklagen bei Verbraucherrechts- und anderen Verstößen).
- (5) Soweit notwendig wird der Steuerungskreis im Rahmen der Evaluationen relevante Stakeholder konsultieren.



- (6) Eine umfassende Evaluation soll jedenfalls alle drei Jahre erfolgen. Ungeachtet der turnusmäßigen Evaluation ist dem Steuerungskreis unbenommen zwischenzeitlich ad-hoc Evaluationen durchzuführen, etwa um zeitkritische, rechtlich zwingende Aktualisierungen vorzunehmen.



selbstregulierung
informationswirtschaft e.V.

Über den SRIW

Der SRIW e.V. wurde 2011 als unabhängige, private Aufsichtsstelle branchenspezifischer Verhaltensregeln gegründet. Oberste Prämisse seit Gründung war und ist es, die notwendigen, unabhängigen Strukturen bereitzustellen, um branchenspezifische Verhaltensregeln zu etablieren und zu verwalten sowie deren glaubwürdige und wirksame Überwachung, inklusive eines Beschwerdemanagements, zu gewährleisten. Seither ist der SRIW erfolgreich an der Entwicklung von Verhaltensregeln, unter anderem im Bereich Datenschutz, beteiligt und engagiert sich auch in anderen Formen rund um das Thema *modern-regulation*.