

(A) **Anlage 1****Erklärung**

von Ministerpräsident **Dr. Harald Ringstorff**
(Mecklenburg-Vorpommern)
zu **Punkt 4** der Tagesordnung

Mecklenburg-Vorpommern bleibt bei seiner ablehnenden Haltung gegenüber der jetzigen Fassung des § 7 Abs. 2 Nr. 2 des Gesetzes gegen den **unlauteren Wettbewerb** (UWG).

Mecklenburg-Vorpommern hat sich in den letzten Jahren zu einem der erfolgreichsten Call-Center-Standorte in Deutschland entwickelt. 1996 arbeiteten ca. 1 500 Menschen in Call Centern, 1999 waren es bereits 4 800. Derzeit gibt es im Land 67 Unternehmen mit jeweils mehr als 30 Mitarbeitern, die in insgesamt 81 Betriebsstätten ein oder mehrere Call Center betreiben. Letzten Umfragen zufolge arbeiten derzeit etwa 7 500 Menschen in dieser Branche. Darüber hinaus gibt es viele kleinere Unternehmen, so dass insgesamt von mehr als 8 000 Mitarbeitern im Call-Center-Bereich auszugehen ist.

Wenn die vom Deutschen Bundestag beschlossene Regelung in Kraft tritt, ist mit dem Wegfall von ca. 2 000 Arbeitsplätzen allein in Mecklenburg-Vorpommern zu rechnen. Das ist angesichts der strukturellen Probleme des Landes, einer durchschnittlichen Arbeitslosenquote von ca. 20 % und regionalen Arbeitslosenquoten, die zum Teil weit darüber liegen (30 % und mehr), nicht hinnehmbar. Call Center sind gerade in besonders von Arbeitslosigkeit betroffenen Gebieten wichtige Arbeitgeber.

Die Belange des Verbraucherschutzes, die bei dem Entwurf der Bundesregierung im Vordergrund standen, können von den wirtschaftlichen und sozialen Verhältnissen nicht unberührt bleiben. Verbraucherschutz verliert dort seinen Sinn, wo er beginnt, Menschen ohne zwingenden Grund ihre Existenzgrundlage zu nehmen. Ein zwingender Grund ist für die Regelung in § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG – neu nicht erkennbar. Immerhin kommt in Artikel 13 Abs. 3 der europäischen Datenschutzrichtlinie zum Ausdruck, dass nach Auffassung anderer Mitgliedstaaten der Europäischen Union bei der Telefonwerbung auch ohne vorherige Einwilligung des Verbrauchers ein hinreichendes Niveau des Verbraucherschutzes gewährleistet werden kann.

Anlage 2**Erklärung**

von Minister **Peter Jacoby**
(Saarland)
zu **Punkt 4** der Tagesordnung

Das Saarland bedauert, dass mit der vom Bundestag beschlossenen so genannten Opt-in-Regelung zum Telefonmarketing einmal mehr die Chance ver-

passt wird, den Standort Deutschland im internationalen Wettbewerb zu stärken. Genau das Gegenteil wird bewirkt. (C)

Da in den meisten anderen EU-Staaten für den Vertrieb per Telefon die wirtschaftsfreundlichere Opt-out-Regelung – wer nicht angerufen werden will, kann dies im Verlauf des Telefonats kundtun und wird in der Folge nicht mehr angerufen – gilt, ergibt sich ein erheblicher Wettbewerbsnachteil für die von Deutschland aus operierenden Direktvermarkter. Dies gilt insbesondere im Hinblick darauf, dass durch die zur Entscheidung anstehende EU-Richtlinie über Dienstleistungen im Binnenmarkt das Herkunftslandprinzip eingeführt werden soll. Im Bereich des Telefonmarketings wird dies dazu führen, dass Telefonmarketingbetreiber aus den europäischen Nachbarstaaten unbehelligt Verbraucher in Deutschland anrufen dürfen, solange diese nicht von ihrem Widerspruchsrecht Gebrauch machen, die inländischen Anbieter aber an die strenge deutsche Opt-in-Regelung gebunden sind.

Die Konsequenz daraus wird sein, dass der Zweck der Opt-in-Regelung unterlaufen wird; denn die Anrufe werden nicht unterbleiben, sondern von Standorten im Ausland aus erfolgen. Insoweit wird sowohl die beabsichtigte Verbraucherschutzwirkung verfehlt als auch der Verlagerung des bisher inländischen Telefonmarketinggeschäfts ins Ausland Vorschub geleistet. Wertschöpfung und Arbeitsplätze dieser Branche sowie die damit verbundenen Steuereinnahmen werden aus Deutschland abwandern. Die tatsächlichen Auswirkungen der Opt-in-Regelung sind daher negativ zu bewerten. (D)

Für das Saarland und andere Länder mit Grenzen zu EU-Nachbarstaaten droht durch die vorgesehene Regelung ein besonderer Standortnachteil. Das Saarland lehnt deshalb die vorliegende Regelung ab und fordert die Bundesregierung auf, spätestens mit der endgültigen Einführung des Herkunftslandsprinzips gleiche Wettbewerbsbedingungen für die deutschen Direktvermarkter zu gewährleisten.

Anlage 3**Umdruck Nr. 5/2004**

Zu den folgenden Punkten der Tagesordnung der 800. Sitzung des Bundesrates empfehlen die Ausschüsse dem Bundesrat:

I.**Den Gesetzen zuzustimmen:****Punkt 6**

Drittes Gesetz zur **Änderung des Tierseuchengesetzes** (Drucksache 383/04)