



Ihr gutes Recht

Rechts-
anwälte
und die
Kanzleien
stellen
sich vor

E-Mail Werbung ohne Einwilligung des Empfängers ist unzulässig

E-Mail Werbung ist Fluch und Segen zugleich. Einerseits öffnet sie Unternehmen, insbesondere neuen Start-Ups ohne großes Werbebudget, eine kostengünstige und effiziente Möglichkeit, ihre Produkte potenziellen Kunden bekanntzumachen.

Wer allerdings jeden Tag damit beschäftigt ist, unerwünscht erhaltene E-Mails zu löschen, ist von solcher Art Werbung schnell genervt.

Zur Lösung des hieraus resultierenden Interessenkonflikts zwischen Unternehmen und Verbrauchern sind sowohl der europäische als auch der deutsche Gesetzgeber in der Vergangenheit tätig geworden. So hat der bundesdeutsche Gesetzgeber geregelt, dass jede Werbung unter Verwendung elektronischer Post ohne vorherige ausdrückliche Einwilligung des Empfängers eine unzumutbare Belästigung darstellt. Mit dieser Vorschrift hat der deutsche Gesetzgeber eine europäische Datenschutzrichtlinie umgesetzt. In der Rechtsprechung war dennoch lange umstritten, wo die Grenzen unerlaubter Werbung liegen und ob sich jeder Verbraucher gegen von ihm nicht gewünschte Werbemaßnahmen zur Wehr setzen kann oder ob dieses Recht nur bestimmten Interessenverbänden oder Konkurrenz-

unternehmen zusteht. Bereits in der Vergangenheit hatte der Bundesgerichtshof hierzu geurteilt, dass sich ein Verbraucher gegen E-Mail-Werbung zur Wehr setzen kann, wenn die Zusendung gegen den von ihm eindeutig erklärten Willen erfolgt. Nunmehr hat der Bundesgerichtshof diese Rechtsprechung dahingehend ergänzt, dass sich der Empfänger von E-Mail-Werbung gegen den Absender zur Wehr setzen kann, wenn er keine vorherige ausdrückliche Einwilligung zum Erhalt von E-Mail-Werbung erteilt hat (BGH, Urt. v. 10.07.2018, VI ZR 225/17).

In dem jetzt entschiedenen Fall hatte der BGH auch zu beurteilen, was alles als „Werbung“ zu verstehen ist. Konkret hatte ein Händler im Nachgang zu einem online über Amazon geschlossenen Kaufvertrag dem Kunden per E-Mail eine Rechnung übermittelt. Das Unternehmen verband diese Rechnungsübersendung mit einer Kundenzufriedenheitsbefragung in Gestalt einer Bitte um Abgabe einer positiven „5-Sterne“-Bewertung für die Kaufabwicklung. Hiergegen hat sich der Kunde zur Wehr gesetzt. Er erblickte in dieser Bitte eine unaufgefordert zugesandte Werbung, die in sein allgemeines Persönlichkeitsrecht eingreife und hat den Verkäufer gerichtlich auf



Jörg Neuhaus
Rechtsanwalt, Mediator
Fachanwalt für Bank- und Kapitalmarktrecht
Fachanwalt für Handels- und Gesellschaftsrecht

Unterlassung in Anspruch agenommen. Der Bundesgerichtshof hat ihm Recht gegeben.

Er urteilte, dass die Verwendung von elektronischer Post für die Zwecke der Werbung ohne Einwilligung des Kunden grundsätzlich einen Eingriff in dessen geschützte Privatsphäre und damit sein Persönlichkeitsrecht darstellt. Der Begriff der Werbung umfasst danach alle Maßnahmen eines Unternehmens, die auf Förderung des Absatzes seiner Produkte oder Dienstleistungen gerichtet sind. Kundenzufriedenheitsbefragungen dienen zumindestens auch dazu, so befragte Kunden an sich zu binden und weiteren Geschäftsabschlüssen den Weg zu ebnen. Durch

derartige Befragungen wird dem Kunden nämlich der Eindruck vermittelt, der fragende Unternehmer bemühe sich auch nach Geschäftsabschluss um ihn. Der Unternehmer bringt sich zudem bei dem Kunden in Erinnerung, was der Kundenbindung dient und eine weitere Empfehlung ermöglicht.

Dies unterfällt dem Begriff der Werbung.

Gegen solche unerlaubte Werbemaßnahmen können sich nicht nur Verbraucherschutzverbände oder andere Konkurrenzunternehmen zur Wehr setzen. Vielmehr steht auch jedem Verbraucher ein Unterlassungsanspruch zu, wenn er keine vorherige ausdrückliche Einwilligung zum Erhalt von Werbung erteilt hat. Dies hat der Bundesgerichtshof in seinem hier besprochenen Urteil jetzt erstmals in aller Deutlichkeit entschieden. Einer solchen ausdrücklichen Einwilligung des Kunden bedarf es lediglich dann nicht, wenn

das werbende Unternehmen bei der Erhebung der E-Mail-Adresse des Kunden (und bei jeder weiteren Verwendung) einen klaren und deutlichen Hinweis erteilt, dass der Kunde der Verwendung dieser Adresse jederzeit widersprechen kann. Anders ausgedrückt: Wenn ein Unternehmen eine E-Mail-Adresse eines Kunden zu Werbezwecken verwenden will, muss das Unternehmen dem Kunden ausdrücklich die Möglichkeit geben, der Verwendung seiner E-Mail-Adresse zum Zwecke der Werbung zu widersprechen. Tut das Unternehmen das nicht, ist jegliche an diese E-Mail-Adresse versendete Werbung rechtswidrig und der Kunde kann erfolgreich auf Unterlassung klagen. Insgesamt hat der Bundesgerichtshof in seiner Entscheidung die Rechte von Kunden gestärkt, die sich jetzt einfacher dagegen wehren können, unerwünscht Werbung per E-Mail zu erhalten.

K	a	h	l	e	r	t
P	a	d	b	e	r	g

Rechtsanwälte | Fachanwälte
Partnerschaft mbB