

LG Frankfurt: Tell-a-friend-Funktion wettbewerbswidrig?

Das LG Frankfurt hat mit Urteil vom 5.11.2004 (3/12 O 106/04) die Unterlassungsklage eines Wettbewerbsverbandes gegen einen Online-Dienstleister abgewiesen, der auf seiner Website eine sog. Tell-a-friend-Funktion verwendet hatte. Es handele sich nicht um eine „unzumutbare Belästigung“ i.S.v. § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG, solange ein Internet-Nutzer nicht wahllos und ohne sachliche Differenzierung von der Funktion Gebrauch macht oder ihm seitens des Website-Betreibers Vorteile in Aussicht gestellt werden. Bislang hatten die Gerichte Anbieter solcher Funktionen als Mitstörer verantwortlich gemacht, wenn darüber unerwünschte E-Mails verschickt wurden.

Noch vor kurzem wurde ein Trusted Shops Mitgliedshändler durch eine Privatperson abgemahnt, weil ein Unbekannter über die Tell-a-friend-Funktion des Shopsystems unerwünschte Werbung verschickt hatte. Im September 2004 wurde bereits ausführlich über die Problematik dieser Funktion im Trusted Shops Mitgliederforum diskutiert.

Es liegen bereits einige Gerichtsentscheidungen vor, die klarstellen, dass das Angebot einer derartigen Funktion zu einer Störerhaftung führen kann, wenn darüber unerwünschte E-Mails versendet werden. Instruktiv ist ein Urteil des AG Hamburg vom 4.3.2003 (36a C 37/03), in dem es heißt: „Dass die Beklagte die E-Mails nicht selber verschickt, spielt keine Rolle. Entscheidend ist, dass sie die Plattform zur Verfügung stellt, von der aus bestimmungsgemäß für das neue ‚Produkt‘ der Beklagten geworben wird. Dass damit die Beklagte adäquat kausal verantwortlich ist für sie betreffende Werbung, welche ihre Kunden an Dritte versenden, unterliegt bei dieser Art der Organisation keinem Zweifel. Die Beklagte bedient sich hier praktisch Dritter – ihrer registrierten Kunden –, um für sich zu werben. Hintergrund des Ganzen ist, dass weitere Kunden für den neuen Service der Beklagten geworben werden sollen. Mag man dies nun als Freundschaftswerbung bezeichnen oder nicht, entscheidend ist, was dahinter steht: die Beklagte will ja nicht uneigennützig Dritten die Möglichkeit bieten, über ihren Server zu kommunizieren. Die Konzeption ist vom Grundsatz her vielmehr die, dass registrierte Kunden ihnen bekannte oder möglicherweise auch unbekannte Personen für den neuen Service der Beklagten zu interessieren und gegebenenfalls anzuwerben. Anstelle direkter eigener Werbung bedient sich die Beklagte mit anderen Worten Dritter, was unter dem Gesichtspunkt der Umgehung im Ergebnis rechtlich gleich zu bewerten ist. Dabei spielt es auch keine Rolle, dass der Kunde die Möglichkeit hat, einen individuellen Text einzugeben.“

Demnach ist das Versenden unerwünschter E-Mail-Werbung durch Dritte über eine Tell-a-friend-Funktion dem Versenden unerwünschter E-Mail direkt durch den Händler wettbewerbsrechtlich gleichgestellt. Es handelt sich in beiden Fällen um eine sog. „unzumutbare Belästigung“ i.S.v. § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG. Ähnlich hatten auch das KG Berlin (Beschluss v. 22.6.2004, 9 W 53/04) und das LG Nürnberg-Fürth (Beschluss v. 4.3.2004, 4 HK O 2056/04) entschieden.

Anders nun die Entscheidung des LG Frankfurt. Demnach ist ein Händler, der eine solche Funktion zur Verfügung stellt, nicht unterlassungsverpflichtet, solange ein Internet-Nutzer nicht wahllos und ohne sachliche Differenzierung von der Funktion Gebrauch macht oder ihm seitens des Website-Betreibers Vorteile in Aussicht gestellt werden.

Eine ähnliche Entscheidung soll es mittlerweile auch vom LG Nürnberg-Fürth in einem Verfahren der Wettbewerbszentrale gegen Quelle geben, diese liegt uns aber noch nicht vor. Demnach stelle die Empfehlung keine „Massenwerbung“ dar. Das UWG wolle nicht die individuelle Empfehlung, die auf der freien Entscheidung des Absenders beruhe, unterbinden.

Trotz der für Händler positiven Entscheidung des LG Frankfurt ist nach wie vor Vorsicht geboten. Viele Gerichte sehen bei missbräuchlicher Nutzung der Funktion einen Verstoß des Händlers gegen geltendes Wettbewerbsrecht. Dabei wird auch mit den Missbrauchsmöglichkeiten durch den Händler selbst argumentiert: möglich ist, die eigene Tell-a-friend-Funktion zu nutzen, um das „reguläre“ Spam-Verbot zu umgehen.

Auch bei höchstrichterlicher Klärung der Angelegenheit dürfte es also immer auf die konkrete Gestaltung der Funktion ankommen, um die wettbewerbsrechtliche Relevanz zu beurteilen. Das Angebot der Funktion ist per se nicht wettbewerbswidrig, entscheidend ist, ob Missbrauch damit

getrieben wird. Im Missbrauchsfall muss mit Abmahnungen gerechnet werden. Können nur registrierte Kunden die Funktion nutzen, kann der Händler diese aber identifizieren und u.U. in Regress nehmen.