

Abmeldungen vom Newsletter dürfen auf keinen Fall ignoriert werden

Der Newsletter-Versand gehört zu den beliebtesten Marketing-Maßnahmen im Internet. Viele Verbraucher lesen diese Newsletter auch und steigern die Verkaufszahlen von Shops. Aber Vorsicht: Hat sich ein Verbraucher vom Newsletter abgemeldet, sollte der Shopbetreiber auf keinen Fall weitere Werbe-Mails an diesen Verbraucher senden.

Das Landgericht Lübeck (Beschluss v. 10.07.2009, Az: 14 T 62/09) hatte sich mit der Frage zu beschäftigen, ob die unaufgeforderte Zusendung von Werbe-Mails für den Verbraucher eine unzumutbare Belästigung ist.

Verbraucher meldete sich ab

Der klagende Verbraucher war anfangs in den Newsletter-Verteiler der Antragsgegnerin eingetragen. Von diesem meldete er sich aber ab. Danach erhielt er noch weitere sechs Newsletter.

Daraufhin forderte er die Antragsgegnerin auf, die Versendung von Werbemails an seine E-Mail-Adresse einzustellen. Zwar bestätigte diese die Abmeldung vom Newsletter-Verteiler, eine Unterlassungserklärung gab sie jedoch nicht ab. Vielmehr versandte sie weiterhin Newsletter an den Verbraucher.

Amtsgericht weist Antrag ab

Das reichte dem Verbraucher und er stellte einen Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung beim Amtsgericht Schwarzenbek. Das Gericht wies den Antrag jedoch zurück mit der Begründung, dass die Unzumutbarkeitsschwelle noch nicht überschritten sei.

“Der Antragssteller könne sich durch Aufnahme des Absenders in seiner Spam-Liste leicht selbst schützen.”

Landgericht hebt Beschluss auf

Die daraufhin eingelegte sofortige Beschwerde des Antragsgegners hatte Erfolg und das LG Lübeck hob den Beschluss des Amtsgerichtes auf.

“Das unaufgeforderte Zusendung von Werbe E-Mails stellte aufgrund der damit verbundenen Intensität der Belästigung einen Eingriff in das allgemeine Persönlichkeitsrecht des Antragsstellers dar. Auch Privatpersonen steht unter diesem Gesichtspunkt gegen Versender unerbetener Mails entsprechend §§ 1004, 823 Abs. 1 BGB ein Unterlassungsanspruch zu.”

Kein Spam-Filter notwendig

Die vom Amtsgericht angenommene Verpflichtung, der Verbraucher könne sich durch Einrichtung eines Spam-Filters selbst schützen, wies das Landgericht zurück:

“Es ist im Übrigen auch nicht Aufgabe des Antragsstellers, seinen elektronischen Briefkasten auf das rechtswidrige Verhalten der Antragsgegnerin einzurichten, indem er seinen Spam-Filter entsprechend einstellt. Jedenfalls konnte er sich aber genauso gut an die Antragsgegnerin direkt wenden und Unterlassung verlangen. Das hat er zweimal erfolglos getan. Mehr war von ihm nicht zu verlangen.”

Das Landgericht erließ die entsprechende Verfügung und untersagte der Antragsgegnerin,

“mit dem Antragssteller künftig per E-Mail zum Zwecke der Werbung Kontakt aufzunehmen.”

Fazit

Bereits aus Gründen des Wettbewerbsrechts (§ 7 UWG) ist die Zusendung von Werbe-Mails nur unter engen Voraussetzungen möglich. Wer die Abmeldung eines Newsletter-Empfängers einfach ignoriert, muss sich nicht wundern, dass der Verbraucher dann seine Rechte im gerichtlichen Verfahren geltend macht.

Daher sollte jeder, der Newsletter als Marketing-Instrument nutzt, seine Datenbank pflegen und Abmeldungen sofort umsetzen. Sonst können teure Gerichtsverfahren auf den Shopbetreiber zukommen. (mr)

Bildnachweis: Zerbor/shutterstock.com

Lesen Sie hier mehr zum Thema Newsletterversand:

[LG Essen: Nachweis zur Newsletter-Anmeldung nur durch Double-Opt-in möglich](#)
[Inhaber der Website haftet für Newsletter-Versand](#)
[AG Hamburg: Newsletter-Einwilligung nur durch „Double Opt-In“ beweisbar](#)
[BGH: „Opt-out“-Erklärung bei E-Mail Werbung unzulässig](#)
[Wichtige Tipps zum Newsletter-Versand](#)