

LG Berlin zur (Un)Zulässigkeit von Tell-a-Friend-Funktionen

Welches Mittel zur Gewinnung neuer Kunden ist geeigneter als die Weiterempfehlung des Shops durch zufriedene Kunden. Geschieht das via Mundpropaganda gibt es keine rechtlichen Bedenken. Im technischen Zeitalter nutzen viele allerdings sog. "Tell-a-friend-Funktionen". Teilweise werden diese noch mit einem Anreizsystem zur Adresseingabe geschmückt. Aber geht das so einfach?

Vor dem Amtsgericht Berlin-Mitte (Urteil v. 22.05.2009, Az: 15 C 1006/09) klagte ein Verbraucher gegen einen Online-Shop wegen dem Versand von unbestellten E-Mails auf Unterlassung.

Kläger verlangt Unterlassungserklärung

Der Verfügungskläger erhielt eine E-Mail mit folgendem Inhalt:

"Herzlich Willkommen, du wurdest von Ann Kathrin [Nachname] (es folgt deren E-Mailadresse) zu ... eingeladen."

Danach folgte in der E-Mail die Aufforderung zur Registrierung zur Mitgliedschaft in dem exklusiven Shopping-Club der Beklagten.

Mit Schreiben vom 01.04.2009 forderte der Kläger die Beklagte zur Abgabe einer Unterlassungserklärung auf. Dies verweigerte die Beklagte aber mit der Begründung, sie habe gar keine E-Mail verschickt.

Beklagte versendet weitere E-Mail

Am 21.04.2009 versandte die Beklagte eine weitere E-Mail mit dem Inhalt, dass die Einladung nur noch 3 Tage Gültigkeit besitzen würde. In Bezug auf diese Erinnerungsmail gab die Beklagte dann eine entsprechende Unterlassungserklärung ab.

Wer ist für erste E-Mail verantwortlich?

Der Kläger meint jedoch, dass die Beklagte auch die erste E-Mail versandt hat, jedenfalls sei sie aber als Mitstörer zu betrachten.

"Die Mail enthalte Werbung für den Shoppingclub selbst und die unaufgeforderte Zusendung verletze sein allgemeines Persönlichkeitsrecht."

Die Beklagte führt zu ihrer Verteidigung an:

"Die Mail vom 31.03.2009 habe sie nicht versandt, sondern das einladende Mitglied. [...] Im Übrigen meint die Verfügungsbeklagte, die Mails enthielten keine Werbung, da es an der Benennung eines bestimmten Produktes fehle."

Urteil des AG Berlin-Mitte

Das Amtsgericht gab dem Kläger Recht und verurteilte die Beklagte zur Unterlassung wegen eines Eingriffs in das allgemeine Persönlichkeitsrecht. Zunächst stellt das Gericht fest, dass die zweite E-Mail unstreitig von der Beklagten stamme.

“Der Verfügungskläger hat ihrem Empfang nicht nur nicht zugestimmt, sondern diesem zuvor sogar widersprochen. In ihrer Unterlassungserklärung hat die Verfügungsbeklagte auch nicht versprochen, grundsätzlich von Werbemails an den Verfügungskläger zu unterlassen, sondern nur, wenn dieser nach Erhalt einer Einladung durch ein Mitglied mitteilt, keine Mails von der Verfügungsbeklagten erhalten zu wollen.”

Einladung bedeutet nicht Einverständnis

Die Richter stellen danach fest, dass die Einladung von einem Mitglied noch kein Einverständnis der dritten Person bedeutet, zukünftig Werbemails von der Beklagten zu erhalten.

Beklagte ist Mitstörer

Eine Verantwortlichkeit der Beklagten sah das Gericht auch für die erste Einladungsmail.

“Darüber hinaus ist die Verfügungsbeklagte auch hinsichtlich der Mail vom 31.03.2009 wenigstens als Mitstörer verantwortlich.”

Sie hält auf ihrer Homepage die entsprechend vorformulierte Einladung bereit, in das Mitglieder nur noch E-Mail-Adressen eintragen müssen.

“Hinzu kommt, dass bei Erfolg der Einladung – der Eingeladene muss sich registrieren und wird Kunde der Verfügungsbeklagten – der Einladende einen Gutschein erhält. Letztlich ist es die Absicht der Verfügungsbeklagten, dass ihre Mitglieder möglichst viele andere Mitglieder einladen. Darin liegt ein wesentliches Marketingkonzept der Verfügungsbeklagten.”

Es geht nicht um freundlichen Hinweis

Das Gericht sah darin eindeutig Teil des Geschäftskonzepts.

“D.h. es geht hier keineswegs darum, dass eine natürliche Person einem Freund oder guten Bekannten einen freundschaftlichen Hinweis auf ein Produkt geben will, sondern dass eine unbestimmte große Anzahl von natürlichen Personen durch finanzielle Anreize dazu verleitet werden, ggf. allen Anderen deren E-Mailadressen sie kennen, eine Werbemail der Verfügungsbeklagten zuzuschicken.”

E-Mail hatte Werbecharakter

Der Verteidigung der Beklagten folgte das Gericht nicht und entschied, dass beide Mails auch werbenden Charakter hatten.

“Das beworbene Produkt ist die Verfügungsbeklagte selbst.”

Das Gericht erließ daher die beantragte einstweilige Verfügung.

Berufung vor dem LG Berlin

Gegen diese Entscheidung legte die Beklagte Berufung ein. Mit Beschluss vom 18.08.2009, Az: 15 S 8/09, wies das Gericht darauf hin, dass es beabsichtigt die Berufung zurückzuweisen, denn es folgt der Ansicht des Amtsgerichts.

Besonders sah es auch bereits die erste E-Mail als Werbung an:

“Die ‘Einladungs’-E-Mail vom 31. März 2009 ist – unabhängig von dem als ‘persönliche Nachricht’ deklarierten Text – als Werbung zu qualifizieren. Für das Ziel, durch die Ansprache potentieller Kunden den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen zu fördern, kommt es nicht darauf an, ob ein bestimmtes Produkt oder das Geschäft als solches angepriesen wird. Eine Werbung kann sich auch darauf beziehen, der Antragsgegnerin bei der Wahl eines Internet-Verkäufers den Vorzug vor anderen Bezugsmöglichkeiten zu geben.”

Auch der Text der E-Mail hat werblichen Charakter. Die Antragsgegnerin nutzt die “Einladung” eines angeblichen Freundes auch für Werbung im eigenen Namen.

Überprüfbarkeit der eingegebenen Adressen

Die Beklagte verteidigte sich weiter damit, dass es ihr nicht möglich sei, die eingegebenen Adressen alle zu prüfen. Dieser Verteidigung gab das LG aber eine klare Absage:

“Sie begibt sich damit aus eigener Initiative bewusst jeder Möglichkeit einer Überprüfung und hat die sich daraus ergebenden Risiken zu tragen. Die Antragsgegnerin hat es damit initiiert, technisch möglich gemacht, durch Gutscheine und Lotterien gefördert und einkalkuliert, dass Empfänger ohne ihr Zutun durch eine Werbe-E-Mail belästigt werden. Diese Form der unerwünschten Belästigung ist vom Empfänger nicht mehr als sozialadäquat hinzunehmen.”

Zurücknahme der Berufung

Aufgrund dieses Hinweisbeschlusses des LG Berlin nahm die Beklagte die Berufung zurück und gab eine Erklärung ab, dass sie die einstweilige Verfügung des AG Berlin-Mitte als endgültige Regelung anerkenne.

Lesen Sie hier mehr zum Thema:

E-Mail-Newsletter III: Tell-a-friend – Produktempfehlungen
Keine BGH-Entscheidung über die Zulässigkeit der “tell-a-friend” E-Mail-Werbung
Inhaber der Website haftet für Newsletter-Versand
BGH: Bereits einmaliger Versand von Werbe-Mail ist rechtswidrig
LG Essen: Nachweis zur Newsletter-Anmeldung nur durch Double-Opt-in möglich
LG Berlin: Bestätigungsmail bei Double-Opt-In kein Spam