OLG Düsseldorf: Geschäftsführer haftet persönlich für unzulässige E-Mail-Werbung

Dass der Versand von E-Mail-Werbung ohne die Einwilligung des betroffenen Empfängers unzulässig ist, ist zwischenzeitlich hinreichend bekannt. Dass aus einem solchen Verstoß Unterlassungsansprüche gegen das versendende Unternehmen erwachsen, ist ebenfalls unstreitig. Aber kann man deswegen auch den Geschäftsführer einer Gesellschaft persönlich in Anspruch nehmen?

Lesen Sie hier mehr zur Haftung des Geschäftsführers bei Wettbewerbsverstößen.

Anzeige

Vor dem OLG Düsseldorf (Urteil v. 24.11.2009, Az: I-20 U 137/09) musste die Frage geklärt werden, ob der Geschäftsführer eines Hotelsuchdienstes persönlich für Wettbewerbsverstöße in Anspruch genommen werden kann. Beklagte in dem Verfahren waren sowohl das werbende Unternehmen wie auch der Geschäftsführer persönlich.

Übernahme eines Adressbestandes

Das beklagte Unternehmen hatte einen Kundenkartei samt E-Mail-Adressen erworben. Der Verkäufer dieser Kundenkartei hatte versichert, dass die Einwilligung der jeweiligen Kontakte zur E-Mail-Werbung vorliege. Insgesamt versandte das Unternehmen rund 360.000 E-Mails.

Versand ohne Einwilligung

Am 04.02.2009 erhielt einer der in der Kundenkartei enthaltenen Personen E-Mail-Werbung des beklagten Unternehmens. Selbst in der mündlichen Verhandlung behaupteten die Beklagten nicht, dass eine ausdrückliche Einwilligung vorgelegen habe. Ein Verstoß gegen § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG lag also vor.

Haftung des Geschäftsführers

Der Senat entschied, dass für diesen Verstoß auch der Geschäftsführer persönlich hafte:

> *“Das folgt daraus, dass er als Geschäftsführer und gesetzlicher Vertreter der Antragsgegnerin zu 1. keine Maßnahme veranlasst hat, um die unlautere E-Mail-Werbung zu verhindern. So ist nicht ersichtlich, dass der Antragsgegner zu 2. [der Geschäftsführer – Anm. d. Red.] bei Übernahme des Adressenbestandes oder spätestens bei Veranlassung der Werbeaktion irgendwelche Maßnahmen getroffen hätte, um sicherzustellen, dass nur diejenigen Personen angeschrieben wurden, die eine ausdrückliche Einwilligungserklärung abgegeben hatten. Der Senat versteht den Vortrag der Antragsgegner dahin, dass erst als Reaktion auf die Beanstandung, die Anlass für das vorliegende Verfahren gab, eine Überprüfung der Kundendatei auf abgegebene Einwilligungserklärungen erfolgte.”*

Kenntnis des Geschäftsführers

Die Haftung des Geschäftsführers schließt das OLG auch daraus, dass die Werbeaktion nicht ohne sein Wissen durchgeführt worden ist.

> *“Er hat nämlich – soweit er die Werbeaktion nicht ohnehin selbst durchgeführt hat – als Geschäftsführer den Betrieb zumindest nicht so organisiert, dass sichergestellt war, dass E-Mails lediglich an solche Personen versandt wurden, von denen eine ausdrückliche Einwilligung vorliegt.”*

Pflicht zur (stichprobenartigen) Überprüfung der Einwilligungen

Das Gericht sah es als notwendig an, dass bei einer Übernahme eines Adressbestandes zumindest eine stichprobenartige Überprüfung der Einwilligungen. Derartige Maßnahmen waren aber im vorliegenden Verfahren nicht ersichtlich.

> *“Der [Geschäftsführer] hat sich offenbar mit einer allgemein gehaltenen Zusicherung des Veräußerers begnügt. Das reicht nicht aus. Dabei hätten die Antragsgegner die gekauften Adressen nicht ohne weiteres einzeln telefonisch auf eine Einwilligung des Betreffendes überprüfen müssen, was die Antragsgegner im nach Schluss der mündlichen Verhandlung eingegangenen Schriftsatz vom 19.11.2009 als unmöglich bezeichnet. Denkbar wäre auch eine Überprüfung der gespeicherten Daten des jeweiligen Kunden. So haben die Antragsgegner selbst vorgetragen, die Adressdaten nach der Beanstandung des Kunden S. “noch einmal dahingehend geprüft” zu haben, ob “bei allen Kunden die Einwilligung vorliege”. Offenbar war eine derartige Überprüfung also sehr wohl möglich. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass die Einwilligung des Kunden in die Zusendung von Werbe-E-Mails nach dem Wortlauf des § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG “ausdrücklich” erfolgt sein muss, was regelmäßig auf irgendeine Weise dokumentiert bzw. anderweitig nachzuvollziehen zu sein dürfte.”*

Auch Impressum war fehlerhaft

Neben dem Verstoß gegen § 7 UWG hielt das beklagte Unternehmen auf seine Homepage auch kein fehlerfreies Impressum vor.

Beide Verstöße bewertete das OLG Düsseldorf mit einem Streitwert von 22.000 Euro.

Fazit

Wer im rechtlich zulässigen Maße Kundendaten von einem Dritten erlangt, hat die Pflicht evtl. vorliegende Einwilligungen zur E-Mail-Werbung (zumindest stichprobenartig) zu überprüfen. Tut er dies nicht, begibt er sich in die Gefahr von Abmahnungen. (mr)

Online-Seminar zum E-Mail-Marketing

Trusted Shops veranstaltet am 3. September ein Online-Seminar zum E-Mail-Marketing, in dem es um den rechtssicheren Versand von Werbung per E-Mail gehen soll.

Alle Leistungen, Preise, Detail-Infos finden Sie dazu in unserem Shop

Lesen Sie hier mehr zu dem Thema:

BGH: Bereits einmaliger Versand von Werbe-Mail ist rechtswidrig
BGH: Opt-Out-Einwilligung zu Werbung per Post zulässig
LG Berlin zur (Un)Zulässigkeit von Tell-a-Friend-Funktionen
5.000 Euro Ordnungsgeld wegen unerlaubter E-Mail-Werbung
AG München: Einmaliger E-Mail-Kontakt stellt keine Einwilligung in E-Mail-Werbung dar
Inhaber der Website haftet für Newsletter-Versand
LG Essen: Nachweis zur Newsletter-Anmeldung nur durch Double-Opt-in möglich