

Umfang des Unterlassungsanspruches wegen unerwünschter Werbe-Mails

Das Spam-Aufkommen nimmt immer weiter zu. Wegen unzulässiger E-Mail-Werbung haben nicht nur Mitbewerber und Verbände einen Unterlassungsanspruch, sondern auch der Empfänger selbst. Das LG Berlin konkretisierte den Umfang dieses Anspruches.

In einem Fall des LG Berlin (Beschluss v. 16.10.2009, 15 T 7/09) ging es um die Frage, wie ein wirksamer Schutz vor unzulässigen Werbe-E-Mails erreicht werden kann.

Entscheidung des Amtsgerichts

Das AG Lichtenberg hatte dem Unternehmen in der Vorinstanz untersagt, E-Mail-Werbung an eine bestimmte E-Mail-Adresse des Klägers zu senden. Genauer gesagt, an die E-Mail-Adresse, an welche die erste Werbe-Mail gesendet wurde.

Dies reichte dem Kläger nicht und er legte sofortige Beschwerde gegen den Beschluss des Amtsgerichts ein.

LG Berlin weitet Unterlassungsanspruch aus

Dieser sofortigen Beschwerde gab das LG Berlin statt und untersagte dem Beklagten:

“zum Zwecke der Werbung mit dem Antragssteller per E-Mail Kontakt aufzunehmen oder aufnehmen zu lassen, ohne dass dessen Einverständnis vorliegt, wenn dies geschieht wie in dem Fall der E-Mail vom 31.08.2009 gegen 14:07 Uhr an das E-Mail-Konto mit der zugeordneten E-Mail-Adresse XXX, in der gegenüber dem Antragssteller für Online-Unterhaltungsangebote geworben wurde.”

Grundsatzentscheidung des BGH

Zur Begründung führte das Gericht aus, dass sich die Wiederholungsfahr nicht dadurch beseitigen lasse, dass man die Unterlassungserklärung auf eine einzelne E-Mail-Adresse beschränke. Dies entschied der BGH bereits im Jahr 2004 (Urteil v. 11.03. 2004, Az: I ZR 81/01):

“Der Unterlassungsanspruch des Klägers ist nicht auf ein Verbot der Versendung von E-Mails mit dem Rundschreiben an diejenigen E-Mail-Adressen beschränkt, an die die Beklagte bislang bereits E-Mails versandt hat. Denn der Anspruch umfasst nicht nur die konkrete Verletzungshandlung, sondern auch im Kern gleichartige Handlungen.”

Dem fügte das Gericht nur noch hinzu, dass dem Antragsgegner so zwar ein wesentlich höheres Risiko treffe, gegen das Verbot zu verstoßen. Dieses Risiko hätte der Antragsgegner jedoch selbst in der Hand, denn er könne es vermeiden, in dem er gar keine unzulässige Werbe-E-Mails mehr versendet, sich in Zukunft also rechtskonform verhält.

Fazit

Wer Werbung via E-Mail verschicken möchte, sollte sicherstellen, dass nur Adressen in seiner Datenbank landen, zu denen eine Einwilligung zur E-Mail-Werbung vorliegt. Andernfalls wird eine einzige E-Mail sehr schnell sehr teuer. (mr)

Lesen Sie hier mehr zu dem Thema:

BGH: Bereits einmaliger Versand von Werbe-Mail ist rechtswidrig

BGH: Anforderung an Einwilligung in E-Mail-Werbung im B2B-Geschäft

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

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

LG Essen: Nachweis zur Newsletter-Anmeldung nur durch Double-Opt-in möglich

Auch AG Düsseldorf empfiehlt "Double Opt-in" für Newsletteranmeldung

AG München: Einmaliger E-Mail-Kontakt stellt keine Einwilligung in E-Mail-Werbung dar

5.000 Euro Ordnungsgeld wegen unerlaubter E-Mail-Werbung