6.000 Euro Streitwert für e-Mail-Werbung ohne Einwilligung

Im Online-Handel zählt die e-Mail-Werbung zu den beliebtesten Marketing-Maßnahmen. Allerdings muss man sich an einen engen gesetzlichen Rahmen halten. Wird man als Unternehmer für einen unverlangt zugesendeten Newsletter abgemahnt, kann das schnell teuer werden. Einem Händler ist es nun gelungen, sich erfolgreich gegen eine solche Abmahnung zu wehren.

Lesen Sie mehr zu dem Urteil.

Im Februar 2011 wurde ein Unternehmer wegen angeblicher unzulässiger e-Mail-Werbung abgemahnt. Der Abmahner forderte eine Unterlassungserklärung, in der sich der Unternehmer strafbewehrt verpflichten sollte, es zu unterlassen

an alle E-Mailadressen des Abmahners Werbenachrichten per e-Mail zu versenden, es sei denn, es läge eine vorherige ausdrückliche Einwilligung vor und
den Abmahner zu Werbezwecken auf einem gemäß § 7 UWG verbotenen Wege anzusprechen.
Der Unternehmer stellte nach Durchsicht seiner Datenbank schnell fest, dass der Abmahner sich tatsächlich zum Newsletter mittels Double-Opt-In angemeldet hatte. Er erhob daher negative Feststellungsklage vor dem AG Göppingen. Damit sollte erreicht werden, dass gerichtlich festgestellt wird, dass die geltend gemachten Unterlassungsansprüche des Abmahners nicht bestehen.

Streitwert für e-Mail-SPAM

Das AG Göppingen (Beschluss v. 04.03.2011, 3 C 322/11) entschied aber, dass der Streitwert im Falle einer unzulässigen Werbung via e-Mail mit 6.000 Euro zu beziffern sei. Es berief sich dabei auf die Entscheidung "E-Mail-Werbung II" des BGH (Beschluss v. 20.05.2009, Az: I ZR 218/07).

Darin setzte der BGH den Streitwert für das Revisionsverfahren auf 6.000 Euro fest. Gleiches, so das AG Göppingen, gelte auch für die negative Feststellungsklage.

Da Amtsgerichte aber nur bis zu einem Streitwert von 5.000 Euro zuständig sind, ging der Fall an das Landgericht Ulm (Anerkenntnisurteil v. 28.07.2011, 6 O 87/11). Dort wurde – nach einem Bericht des Verfahrensbeteiligten Prof. Dr. Ralf Kitzberger, LL.M. – zunächst ein vom Abmahner ausgesprochener Widerspruch zur e-Mail-Werbung gerügt.

Widerspruch gegen e-Mail-Werbung

Dieser hatte ca. 5 Tage nach der Anmeldung zum Newsletter von einer anderen e-Mail-Adresse aus dem Unternehmer mitgeteilt, dass er an keine seiner Adressen mehr e-Mail-Werbung haben möchte. Dieser Widerruf reichte dem Gericht nicht aus. Dem Abmahner sei es hier zumutbar gewesen, die Adressen, an welche er keine Werbung mehr haben möchte, klar zu benennen.

Außerdem sah das Gericht die geforderte Unterlassungserklärung als zu weit an.

Anerkenntnisurteil

Nachdem das Gericht seine Rechtsansicht geäußert hat, hat der Abmahner den Anspruch des klagenden Unternehmers anerkannt und das Gericht erließ ein sog. Anerkenntnisurteil. Darin wurde festgestellt, dass dem Abmahner die in der Abmahnung geltend gemachten Unterlassungsansprüche nicht zustehen. An dem vom Amtsgericht festgesetzten Streitwert von 6.000 Euro änderte das LG nichts.

Fazit

Werbung per e-Mail darf grundsätzlich nur bei Vorliegen einer Einwilligung oder der Ausnahmeregelung des § 7 Abs. 3 UWG verschickt werden, sonst drohen teure Abmahnungen. Der Unternehmer in diesem Fall hatte Glück, dass er über seien Double-Opt-In-Datenbank nachweisen konnte, dass sich der Abmahner tatsächlich zum Newsletter angemeldet hatte. Denn eins steht fest: Der Versender von Newslettern trägt die Beweislast dafür, dass der Empfänger seine Einwilligung erklärt hat.

Bei einem Streitwert von 6.000 Euro hat die unterlegene Partei Kosten in Höhe von knapp 2.800 Euro an eigenen und fremden Anwaltskosten sowie den Gerichtsgebühren zu tragen, für eine Instanz. Hier zeigen also schon wirtschaftliche Überlegungen, dass Newsletter nur im Rahmen des Erlaubten verschickt werden sollten. (mr)

Lesen Sie mehr zum Thema Newsletter-Versand

Rechtliche Stolpersteine bei der Newsletter-Werbung
Wann man Newsletter auch ohne Einwilligung verschicken darf
LG Berlin zur (Un)Zulässigkeit von Tell-a-Friend-Funktionen
Newsletter-Versender muss Einwilligung nachweisen
Newsletter-Einwilligung nur durch „Double Opt-In“ beweisbar
Newsletter-Werbung: Wie lange ist eine Einwilligung gültig?