

Abmeldungen vom Newsletter müssen beachtet werden

Der Newsletter gehört nach wie vor zu den beliebtesten Marketing-Maßnahmen im Online-Handel, da man hierüber viele Empfänger einfach erreichen kann. Hat sich ein Empfänger vom Newsletter aber wieder abgemeldet, muss dies sofort berücksichtigt werden. Bestehen Zweifel an der Identität des Abmelders sollten Händler die Abmeldung nicht ignorieren, sondern kurz nachfragen, entschied das LG Braunschweig.

Im Jahr 2006 melde sich eine Herr V. zum Empfang des Newsletters eines großen Autokonzernes an. Am 24.6.2011 erhielt er einen Newsletter, bei dem es am Ende hieß:

“Newsletter abbestellen:

http://xxx-online.de/ ...”

Das beklagte Unternehmen erhielt daraufhin eine Mail:

“Sehr geehrte Damen und Herren!

Nachdem ich jetzt nach jedem Erhalt des Newsletters erneut meine E-Mail Adresse abgemeldet habe reicht es mir. Ich wünsche keine weitere Kontaktaufnahme ihrerseits! Dies gilt sowohl für die E-Mail Adresse daxxx@gmx.de als auch für xxxMartini3tomx.net (...)

Ich bitte um Umsetzung und schriftliche Bestätigung.

Martin V.”

In der Absenderzeile stand dabei: “vxxx@googlemail.com im Auftrag von Martin V. (daxxx@gmx.de)

Im Juli 2012 erhielt Herr V. einen weiteren Newsletter der Beklagten. Daher wandte er sich an die Wettbewerbszentrale, die den Autokonzern abmahnte.

Verweigerung der Unterlassungserklärung

Der Autokonzern verweigerte es aber, gegenüber der Wettbewerbszentrale eine Unterlassungserklärung abzugeben. Dies wurde damit begründet, dass man sich direkt Herrn V. gegenüber zur Unterlassung verpflichten würde.

Damit war die Wettbewerbszentrale allerdings nicht einverstanden und klagte.

Sie war der Meinung, dass es zum einen der Unterlassungserklärung gegenüber Herrn V. an der Ernsthaftigkeit fehle, da betroffene Verbraucher keine Vertragsstrafen einfordern und keine Kenntnis von kerngleichen Verstößen hätten.

Außerdem gehe der Anspruch der Wettbewerbszentrale über den des Herrn V. hinaus, nämlich dass über Herrn V. hinaus auch andere Personen keine unaufgeforderte E-Mail-Werbung der Beklagten erhielten.

Absender unklar

Die Beklagte wandte im Prozess dagegen ein, es sei völlig unklar gewesen, wer der Absender der “Abmelde-Mail” gewesen sei.

“[...] die Urheberschaft der E-Mail vom 24.6.2011 durch Herrn V. sei nicht erkennbar gewesen, da sie nur in seinem angeblichen Auftrag und unter der Verwendung einer völlig

anderen E-Mail-Adresse - "vxxx" - und eines anderen Providers - "googlemail" - versandt worden sei."

Außerdem argumentierte der Konzern, die Unterlassungserklärung gegenüber Herrn V. sei ausreichend gewesen.

Klage begründet

Das LG Braunschweig (Urt. v. 18.10.2012; 22 O 66/12) folgte hier der Argumentation der Wettbewerbszentrale und verurteilte den Konzern entsprechend zur Unterlassung.

Zwar hatte Herr V. im Jahr 2006 seine Einwilligung in den Empfang von Newsletter-Werbung erteilt, diese hatte er aber mit der Mail vom 24.6.2011 widerrufen. Damit lag zum Zeitpunkt des weiteren Newsletters am 29.7.2011 keine ausdrückliche Einwilligung mehr vor.

"Der Newsletter vom 29.07.2012 ist auch exakt an die E-Mail-Adresse „daxxx@gmx.de“ gerichtet worden, die Herr V. ausdrücklich bei seinem Widerruf vom 24.06.2011 angegeben hat. Demgegenüber kann sich die Beklagte auch nicht darauf berufen, sie habe angesichts der E-Mail-Adresse "vxxx@googlemail.com" nicht erkennen können, dass der Widerruf durch Herrn V. erfolgt sei."

Versender könnte Rücksprache halten

Den Einwand eines fehlenden Verschuldens seitens der Beklagten ließ das Gericht nicht gelten, da ein Verschulden für Unterlassungsansprüche nach UWG nicht erforderlich sei.

"Die Argumente der Beklagten wären auch nicht geeignet, von einem fehlenden Verschulden auszugehen. Die Beklagte hat in ihrem Newsletter die Adresse „v.-online.de“ für die Abbestellung des Newsletters angegeben. Angesichts der Daten der E-Mail und der in der Rückantwort vom 24.06.2011 enthaltenen Daten war die Beklagte in der Lage, die Urheberschaft von Herrn V. zu erkennen. Anderenfalls hätte sie - da an das Vorliegen einer vorherigen ausdrücklichen Einwilligung strenge Anforderungen zu stellen sind - die E-Mail vom 24.06.2011 zumindest zum Anlass nehmen müssen, eine entsprechende Rückfrage zu stellen."

Hat ein Newsletter-Versender also Zweifel an der Urheberschaft einer Abmeldung per Mail, so sollte er noch einmal nachfragen. Diese Nachfrage sollte aber wiederum nicht dafür genutzt werden, den Abmelder von den eigenen Leistungen zu überzeugen, da dies sonst wieder als unzulässige Werbung eingestuft werden könnte.

Unterlassungserklärung reichte nicht aus

Das Gericht hielt die Unterlassungserklärung gegenüber Herrn V. für nicht geeignet, die Wiederholungsgefahr auszuräumen.

Eine sog. Drittunterwerfung sei zwar unter Umständen geeignet, die Wiederholungsgefahr auszuräumen, allerdings ist dies immer vom jeweiligen Einzelfall abhängig. Derartige Umstände aber lagen hier nicht vor.

"Die Beklagte hat sich hier dem Betroffenen V. direkt unterworfen, obwohl Herr V. sich im Hinblick auf die unzulässige E-Mail nicht an die Beklagte, sondern an die Klägerin gewandt hat. Die Abgabe einer strafbewährten Unterlassungserklärung nur gegenüber Herrn V. hat für die Beklagte den erkennbaren Vorteil, dass sie im Fall einer weiteren unzulässigen E-Mail an einen anderen Verbraucher oder Mitbewerber keine Geltendmachung dieser Vertragsstrafe befürchten müsste, da Herr V. von einer E-Mail an andere Adressaten keinerlei Kenntnis erlangen würde."

Dagegen ist die Wahrscheinlichkeit, dass die Klägerin als Verband von einer weiteren unzulässigen E-Mail der Beklagten über eines seiner Mitgliedsunternehmen oder einen anderen Verbraucher erfahren würde, deutlich höher. Somit ist für die Beklagte im Falle eines weiteren Verstoßes das Risiko einer Vertragsstrafenverpflichtung gegenüber der Klägerin höher, als es dies bei einem Vertragsstrafeversprechen nur gegenüber Herrn V. wäre."

Auch hatte die Beklagte nach Ansicht des Gerichts keine plausiblen Gründe vorgetragen, weshalb sie zwar eine Unterlassungserklärung gegenüber Herrn V. abgegeben hatte, nicht aber gegenüber der Wettbewerbszentrale.

"Zwar ist Herr V. der Betroffene der unzulässigen E-Mail, für die ihm - mangels Vorliegen eines Wettbewerbsverhältnisses - ein bürgerlich-rechtlicher Abwehranspruch aus §§ 823, 1004 BGB zusteht, der allerdings ein Verschulden voraussetzt.

Die Beklagte kann sich aber nicht auf ein besonderes Eigeninteresse des Herrn V. berufen, da Herr V. den Anspruch gerade nicht persönlich gegen die Beklagte geltend gemacht hat, sondern die Klägerin als Verband darüber informiert hat, um seinem Anliegen größere Durchschlagskraft zu vermitteln.

Auch handelt es sich nicht um einen Verstoß im Bereich der persönlichen Ehre von Herrn V., der eine ausdrücklich nur ihm gegenüber abgegebene Unterlassungserklärung als plausibel und nachvollziehbar darstellen würde. [...]

Auch ist - wie bereits erörtert - der persönliche Anwendungsbereich bei dem Unterlassungsanspruch der Klägerin deutlich höher als der auf Herrn V. begrenzte Adressatenkreis. Insofern entfällt die Wiederholungsgefahr bei der Beschränkung der Unterlassungserklärung auf bestimmte Empfänger nicht."

Fazit

Abmeldungen vom Newsletter müssen unverzüglich umgesetzt werden, wie auch schon das LG Lübeck entschieden hatte. Meldet sich ein Kunde per Mail, aber diese Abmeldung kann nicht mit Sicherheit zugeordnet werden, sollte man als Händler noch einmal kurz nachfragen. (mr)

Bildnachweis: Zerbor/shutterstock.com