

AG Hannover: Bewertungsaufforderung per Mail ist Werbung

✖ Bewertungssysteme sind für Online-Shop ein sehr wichtiges Tool im Marketing-Mix geworden. Die eigenen Kunden sollen ihre Erfahrungen mit dem Shop erzählen. Aber wie bekommt man den Kunden zur Abgabe einer Bewertung? Die einfachste Variante ist das Versenden einer Bewertungsaufforderung per Mail. Dies ist ohne Einwilligung aber unzulässig, wie das AG Hannover nun entschieden hat.

Lesen Sie mehr zu der Entscheidung.

Vor dem AG Hannover (Urt. v. 3.4.2013, 550 C 13442/12) ging es um die Zulässigkeit des Versands von Bewertungsaufforderungen per Mail. Zentrale Frage war dabei, ob es sich bei einer solchen Mail um Werbung handelt oder nicht.

Einkauf im Online-Shop

Der Kläger (ein Anwalt) bestellte bei der Beklagten Autoreifen. Er teilte der Beklagten explizit mit, dass er keine Werbung, Newsletter, Bewertungsanfragen etc. wünsche. Dem Kläger wurde von der Beklagten auch bestätigt, dass er aus dem Newsletter-Verteiler ausgetragen worden sei.

Über 3 Monate später erhielt er dann von der Beklagten per Mail eine Bewertungsanfrage zu den Reifen.

Daraufhin mahnte er die Beklagte ab. Da diese eine Unterlassungserklärung nicht abgab, klagte er auf Unterlassung und machte eigene Anwaltskosten i.H.v. 338,50 Euro geltend.

Die Beklagte war dagegen der Meinung, bei der Bewertungsanfrage handle es sich gar nicht um Werbung.

“Es handele sich nicht um Werbung, lediglich die bereits vom Kläger erworbenen Reifen hätten bewertet werden sollen. Die mit der Abmahnung übersandte vorformulierte Unterlassungserklärung sei zu weit gefasst.

Eine Wiederholungsgefahr könne lediglich in Bezug auf die bereits verwendete E-Mail-Adresse des Klägers bestehen.

Noch zu errichtende E-Mail-Adressen des Klägers könnten vom Unterlassungsanspruch nicht umfasst werden.”

Bewertungsaufforderung ist Werbung

Zunächst musste das Gericht also entscheiden, ob es sich bei der Bewertungsaufforderung per Mail um Werbung handelte. Diese Frage wurde durch das Gericht bejaht.

“Die hier versendete sogenannte Feedback-Anfrage ist zur Überzeugung des Gerichts auch einem Werbeschreiben gleich zu stellen. Umfragen zu Meinungsforschungszwecken lassen sich ohne Weiteres als Instrumente der Absatzförderung einsetzen. Wegen der Tarnung des Absatzinteresses greifen sie sogar noch gravierender in die Rechte des Betroffenen ein.

Ein absatzfördernder Zweck ist bereits auch dann anzunehmen, wenn Verbrauchergewohnheiten abgefragt werden, die im Zusammenhang mit den Produkten oder

Dienstleistungen des Auftraggebers stehen.“

Keine Einwilligung

Der Versand von Werbung per E-Mail kann gerechtfertigt sein, sofern der Empfänger zuvor seine ausdrückliche Einwilligung erteilt hatte. Eine solche Einwilligung lag in dem Fall aber nicht vor, vielmehr hatte der Empfänger sogar ausdrücklich erklärt, er will keine Werbung (und auch keine Bewertungsanfragen) erhalten. Und dies wurde sogar noch vom Unternehmen bestätigt.

Alle E-Mail-Adressen des Klägers

Weiter entschied das Gericht, dass der Unterlassungsanspruch auch nicht nur auf die E-Mail-Adresse beschränkt ist, an die die Mail geschickt wurde, sondern alle Mail-Adressen des Klägers erfasst sind.

“Der Unterlassungsanspruch des Klägers ist auch nicht nur auf die von der Beklagten bereits verwendete E-Mail-Adresse beschränkt.

Der Kläger kann von der Beklagten beanspruchen, dass sie es unterlässt, weitere Werbeschreiben unter beliebigen E-Mail-Adressen an den Kläger ohne sein Einverständnis zu versenden.

Der Unterlassungsanspruch des Klägers ist nicht auf ein Verbot der Versendung von E-Mails 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.“

Damit schließt sich das Gericht der Auffassung des BGH an. Das LG Berlin (Beschluss v. 16.10.2009, 15 T 7/09) hatte in einem ähnlich gelagerten Fall noch zur dadurch erweiterten Haftung des Beklagten entschieden:

“Dem ist lediglich hinzuzufügen, dass für die Antragsgegner so zwar ein erheblich höheres Risiko eines Verstoßes besteht (vgl. KG, Beschluss vom 28.3.2003 – 9 U 352/02), was aber nur dann zum Tragen kommt, wenn sie weiterhin unzulässigerweise unerbetene E-Mail-Werbung versenden, sich also weiterhin rechtswidrig verhalten.“

Keine Erstattung der Anwaltskosten

Dem Anwalt stand also ein Unterlassungsanspruch zu. Die vorgerichtlichen (eigenen) Anwaltskosten bekam er jedoch nicht erstattet:

“Ein Anspruch auf Erstattung der vorprozessualen Rechtsanwaltskosten besteht ebenfalls nicht. Nach Rechtsprechung des BGH besteht kein Erstattungsanspruch, soweit der Rechtsanwalt in eigener Sache eine Abmahnung ausspricht, was dem Kläger auch bekannt sein dürfte.“

Fazit

Unabhängig von der Diskussion, ob eine Bewertungsanfrage Werbung ist oder nicht, sollte ein Kunde, der explizit erklärt, dass er keine Bewertungsanforderungen wünscht, aus dem entsprechenden Verteiler gestrichen werden. Das gilt nicht nur für Bewertungsaufforderungen, sondern auch für Newsletter-Abmeldungen. (mr)

Lesen Sie mehr zu dem Thema:

Rechtliche Stolpersteine bei der Newsletter-Werbung

Abmeldungen vom Newsletter müssen beachtet werden

Newsletter-Werbung: Wie konkret muss die Einwilligung sein?

6.000 Euro Streitwert für e-Mail-Werbung ohne Einwilligung

OLG Köln: 500 Euro Vertragsstrafe für unzulässige e-Mail-Werbung

Wer haftet für die Versendung von unautorisierten Spam-Mails bei Affiliate-Marketing?

OLG München: Double-Opt-In Mail kann unzulässige Werbung sein