

Auch Werbung in Auto-Mail ist ohne Einwilligung unzulässig

☒ Werbung darf nur dann per Mail verschickt werden, wenn der Empfänger hierzu seine ausdrücklich Einwilligung erklärt hat. Das AG Stuttgart-Bad Cannstatt hat nun wenig überraschend entschieden, dass dieser Grundsatz auch gilt, wenn in einer Autoresponder-Mail werblicher Inhalt enthalten ist.

Lesen Sie mehr zu der Entscheidung.

Das AG Stuttgart – Bad Cannstatt (Urt. v. 25.4.2014, 10 C 225/14) hat entschieden, dass auch in einer Autoresponder-Mail keine Werbung enthalten sein darf, sofern der Empfänger nicht seine ausdrückliche Einwilligung in den Erhalt von Werbung per Mail erteilt hat.

Was war passiert?

Der Kläger, ein Verbraucher, kündigte am 22.11.2013 bei der Beklagten einen Versicherungsvertrag.

Am 10.12.2013 wandte er sich per Mail an die Beklagte mit der Bitte, den Eingang der Kündigung zu bestätigen. Daraufhin erhielt der Kläger eine Mail mit dem Betreff “Automatische Antwort auf Ihre Mail vom 10.12.2013 9:27:34: Versicherungsnummer ... // Kündigung”.

In der Mail stand dann unter dem Punkt “Übrigens” folgender Text:

“Unwetterwarnungen per SMS kostenlos auf Ihr Handy. Ein exklusiver Service nur für ... Infos und Anmeldung unter www...”

Neu für iPhone Nutzer: Die App inkl. Push Benachrichtigung für ... und vielen weiteren nützlichen Features rund um ... und ... <http://...>”

Aufgrund dieser Mail wandte sich der Kläger an den Datenschutzbeauftragten der Beklagten und rügte den Erhalt dieser Werbung. Daraufhin erhielt er wiederum als Bestätigung die dargestellte Mail mit der Werbung für den Unwetterwarnung-Service.

Auf eine Mail vom 19.12.2013 reagierte die Beklagte erneut lediglich mit der Werbe-Mail.

Selbst auf die Abmahnung vom 2.1.2014 reagierte die Beklagte wieder nur mit der automatischen Werbe-Mail. Am 15.1. erklärte die Beklagte dann letztlich, dass sie die geforderte Unterlassungserklärung nicht abgeben werde.

Klage wegen unverlangter Werbung

Der Verbraucher klagte daher auf Unterlassung. Bei den Auto-Mails handle es sich um Werbung, argumentierte der Kläger. Dies ergebe sich bereits daraus, dass die Bestätigung des Eingang einer Mail nur 209 Zeichen umfasse, der Werbeblock unter der Überschrift “Übrigens” aber aus 393 Zeichen bestehe.

Der Versand solcher Werbe-Mails sei auch unzulässig. Der Versand von unverlangten Werbe-Mails stelle einen Eingriff in das allgemeine Persönlichkeitsrecht dar.

Auch die “Bestandskundenausnahme” nach § 7 Abs. 3 UWG könne hier nicht greifen (Wann darf man Newsletter ohne Einwilligung verschicken?). Zum einen stehe die Werbung in keinem Zusammenhang mit den bereits genutzten Dienstleistungen und zum anderen fehle in der Mail die

Angabe einer Abmeldemöglichkeit.

Die Beklagte argumentierte, dass sie nicht willkürlich Mails versenden würde.

“Der Kläger habe sich vielmehr per E-Mail an sie gewandt und damit dieses Kommunikationsmittel ausgewählt. Sie sei daher berechtigt gewesen, dem Kläger auf diesem Weg den Erhalt der E-Mails zu bestätigen.”

Keine Werbung in der Mail

Des Weiteren argumentierte die Beklagte, es handle sich bei dem “Abspann” gar nicht um Werbung, da es darin gar nicht um Versicherungsprodukte gehe.

Klage hat Erfolg

Die Klage des Verbrauchers hatte vor dem AG Stuttgart-Bad Cannstatt Erfolg.

Die Zusendung unverlangter Werbung per Mail stelle eine Verletzung des Persönlichkeitsrechtes dar, stellte das Gericht zunächst fest. Dies entspricht ständiger Rechtsprechung, diese Frage ist auch nicht umstritten.

E-Mails enthielten Werbung

Die von der Beklagten verschickten Mails enthielten auch Werbung, stellte das Gericht weiter fest.

“Diese Mitteilungen enthielten auch Werbung. Zwar hat die Beklagte unter der Überschrift ‘Übrigens’ nicht ausdrücklich auf ein von ihr vertriebenes Versicherungsprodukt hingewiesen. Auch hat sie den Kläger als Adressaten der Mitteilung nicht zum Abschluss eines dieses Produkt betreffenden Vertrags aufgefordert.

Diesem Mitteilungsteil kommt trotzdem werbender Charakter zu, da die Beklagte mit diesem ‘Abspann’ auf einen von ihr ausschließlich für ihre Kunden eingerichteten Service hinweist und damit ihre Leistungen anpreist.”

Kläger hat nicht eingewilligt

Der Kläger hat auch nicht in die Zusendung von Werbung eingewilligt. Die Zusendung erfolgte also rechtswidrig.

“Für diese Beurteilung kommt es nicht darauf an, dass es der Kläger war, der sich am 10.12.2013 erstmals per E-Mail an die Beklagte gewandt und die Beklagte in den streitgegenständlichen Mitteilungen zunächst auf die ihr vom Kläger zugesandten Mitteilungen reagiert hat.

Der Kläger hat jedenfalls für die Beklagte erkennbar nicht in die Übermittlung von E-Mails mit “auch-werbenden” Charakter eingewilligt.

Jedenfalls nach Erhalt der klägerischen E-Mail vom 11.12.2013 musste der Beklagten bekannt sein, dass der Kläger keine Werbung wünscht und den ‘Abspann’ der Empfangsbestätigung als Werbung sieht.”

Fazit

Die Entscheidung ist nachvollziehbar und es handelt sich keineswegs um eine “absolute Fehlentscheidung” wie an manchen Stellen behauptet. Man muss sich die Situation vor Augen halten: Eine Kunde kündigt seinen Vertrag, verlangt eine Kündigungsbestätigung und erhält als Antwort eine Mail, die ausschließlich aus Werbung besteht. Daraufhin beschwert er sich beim Datenschutzbeauftragten des Unternehmens (!) und erhält als Antwort erneut eine Werbemail und selbst auf die Abmahnung erfolgte wieder nur eine automatische Werbemail.

Es war hier nicht so, dass am Ende der Mail lediglich auf die Website des Unternehmens hingewiesen wurde. Vielmehr bestand die Mail zu 2/3 aus Werbung, gemessen an der Zeichenzahl. Der werbliche Teil überwog also den Teil der Eingangsbestätigung bei Weitem. Auf derartige Werbung auch in Auto-Mails sollte verzichtet werden. (mr)

Lesen Sie mehr zum Thema Werbung per Mail und Newsletter

BGH: Bereits einmaliger Versand von Werbe-Mail ist rechtswidrig
Umfang des Unterlassungsanspruches wegen unerwünschter Werbe-Mails
OLG Düsseldorf: Geschäftsführer haftet persönlich für unzulässige E-Mail-Werbung
5.000 Euro Ordnungsgeld wegen unerlaubter E-Mail-Werbung
AG München: Einmaliger E-Mail-Kontakt stellt keine Einwilligung in E-Mail-Werbung dar
Abmeldungen vom Newsletter dürfen auf keinen Fall ignoriert werden