

Ist Werbung in einer automatischen Eingangsbestätigung zulässig?

☒ Werbung per E-Mail ist in letzter Zeit häufiger Thema in der Rechtsprechung. So hatte im Mai vergangenen Jahres das AG Stuttgart – Bad Cannstatt entschieden: Wird eine automatische Eingangsbestätigung per Mail verschickt und enthält diese zum größten Teil Werbung, handle es sich um eine unzumutbare Belästigung. Diese Entscheidung wurde nun vom LG Stuttgart aufgehoben.

Lesen Sie mehr zu den Gründen.

Das AG Stuttgart – Bad Cannstatt (Urt. v. 14.5.2014, 10 C 225/14) entschied im vergangenen Jahr eine bis dahin noch nicht beantwortete Frage: Darf in einer vom System automatisch verschickten Eingangsbestätigung per Mail Werbung enthalten sein oder ist auch hierfür die ausdrückliche Einwilligung des Empfängers erforderlich?

Was war passiert?

Der Kunde einer Versicherung kündigte seinen Vertrag. Später schrieb er eben dieser Versicherung eine Mail mit der Bitte, die Kündigung zu bestätigen. Daraufhin erhielt er eine automatische Eingangsbestätigung per Mail zurück.

Inhaltlich wurde darin kurz der Eingang seiner Mail-Anfrage bestätigt und anschließend folgte ein großer Werbeblock. Ein Drittel der Mail bestand aus der Eingangsbestätigung, die zwei anderen Drittel waren Werbung.

Der Kunde wandte sich noch mehrfach an das Unternehmen. Auch an den Datenschutzbeauftragten wandte er sich. Alles, was er aber von dem Unternehmen zurück erhielt, waren die gleichen Eingangsbestätigungen inkl. Werbeblock.

Selbst auf eine Abmahnung per Mail erhielt er diese Eingangsbestätigung noch.

Das AG Stuttgart – Bad Cannstatt stufte diese Mails als unzumutbare Belästigung ein, weil der Kunde niemals sein ausdrückliches Einverständnis in den Erhalt von Werbung per Mail erteilt hatte.

Automatische Eingangsbestätigung per Mail inkl. Werbung

Diese Entscheidung hat das LG Stuttgart (Urt. v. 4.2.2015, 4 S 165/14) nun aufgehoben.

Eine geltend gemachte Verletzungshandlung des allgemeinen Persönlichkeitsrechtes bedürfe einer gewissen Erheblichkeit, so das Gericht. An dieser fehle es aber im vorliegenden Fall. Vorliegend habe es sich nämlich nicht um eine klassische Werbemail gehandelt, sondern um eine automatische Eingangsbestätigung der Beklagten, die unmittelbar auf die E-Mail des Klägers versandt wurde.

“Die Umstände, bei denen die Rechtsprechung eine nicht unerhebliche Belästigung annimmt, liegen bei der streitgegenständlichen E-Mail nicht vor. Denn abgesehen davon, dass dem Kläger nach seinem eigenen Vortrag [...] keine weiteren Kosten durch das Öffnen der E-Mail entstanden sind, war auch kein spezielles Aussortieren erforderlich.

Denn die E-Mails der Beklagten hätte der Kläger – auch ohne den jeweiligen Zusatz am Ende – öffnen müssen. Abgesehen davon war auch bereits aus dem Betreff, nämlich “automatische Antwort auf Ihre Mail”, und aus der Uhrzeit für den Kläger erkennbar, dass es sich bei der E-Mail um eine Eingangsbestätigung handelte.

Ein Aussortieren ist in einem solchen Fall schon deshalb nicht erforderlich, weil für gewöhnlich solche E-Mails nicht von den Empfängern gelöscht werden, damit sie später einen Nachweis für den Eingang ihrer E-Mail haben.“

Werbung war unerheblich

Dass neben der Bestätigung des Eingangs einer Mail-Anfrage inhaltlich diese Mail auch aus Werbung bestand, war für das Gericht unerheblich.

“Der Umstand, dass am Ende der E-Mail auf eine kostenlose Unwetterwarnung per SMS und auf die App ... hingewiesen wird, ändert nichts daran, dass eine erhebliche Belästigung nicht angenommen werden kann. Zwar dürfte es sich dabei um Werbung handeln.

Denn der Begriff der Werbung umfasst alle Maßnahmen eines Unternehmens, die auf die Förderung des Absatzes seiner Produkte oder Dienstleistungen gerichtet sind, wobei auch die mittelbare Absatzförderung umfasst ist.

Die Gefahr, dass der Empfänger ohne die Versendung einer weiteren E-Mail an den Absender weitere Werbung erhält, besteht im Grundsatz zu den “klassischen” Werbe-E-Mails nicht.

Der Umstand, dass am Ende E-Mail der Hinweis “Diese E-Mail wird automatisch vom System generiert. Bitte antworten Sie nicht darauf” erfolgt, ist nicht erheblich. Abgesehen davon, dass der Kläger nicht gezwungen war, die E-Mail bis zum Schluss zu lesen, da sich bereits aus der E-Mail-Adresse “noreply...” ergibt, dass auf diese E-Mail nicht direkt geantwortet werden kann, kann aufgrund obiger Ausführungen eine erhebliche Beeinträchtigung nicht angenommen werden.

Schließlich war aufgrund des insgesamt geringen Umfangs der E-Mail das Wesentliche der E-Mail sofort herauszulesen.“

Liegt ein Wettbewerbsverstoß vor?

Das Gericht musste die Frage hier nur aus einem relevanten Blickwinkel beantworten: Stellt diese Eingangsbestätigung per Mail inkl. werblichen Inhalt eine Verletzung des allgemeinen Persönlichkeitsrechtes dar. Diese Frage hat es verneint.

Hintergrund für Betrachtung aus diesem Blickwinkel war, dass der Empfänger hier selbst auf Unterlassung geklagt hätte.

Hätte dagegen ein Mitbewerber, die Wettbewerbszentrale oder ein Verbraucherverband Ansprüche auf Unterlassung aus § 7 Abs. 2 UWG geltend gemacht (also eine klassische wettbewerbsrechtliche Abmahnung ausgesprochen), wäre die Beurteilung der Frage womöglich anders ausgefallen.

Denn im Rahmen der Prüfung, ob ein Verstoß gegen das allgemeine Persönlichkeitsrecht vorliegt, kommen die Grundsätze des § 7 Abs. 2 UWG erst in einer zweiten sich anschließenden Frage zum Tragen: War die Verletzung des Persönlichkeitsrechts rechtswidrig?

Da das Gericht hier schon gar keinen Eingriff erkannt hat, musste es sich mit dieser zweiten Frage gar nicht beschäftigen.

In einem wettbewerbsrechtlichen Prozess würde die erste Frage gar nicht gestellt werden. In diesem würde nur geprüft werden:

Handelt es sich um Werbung, die per E-Mail verschickt wurde?

Hat der Empfänger hierzu seine ausdrückliche Einwilligung erteilt?

Wird die erste Frage mit “ja” und die zweite mit “nein” beantwortet, liegt ein Wettbewerbsverstoß vor, eine Erheblichkeitsprüfung findet nicht statt, weil in diesen Fällen nach dem Wortlaut des Gesetzes “stets” eine unzumutbare Belästigung anzunehmen ist.

Entscheidung des BGH erwartet

Das Urteil des LG Stuttgart liegt nun vor, aber damit ist das Verfahren noch nicht abgeschlossen. Das Gericht hat die Revision zum BGH zugelassen, weil die Rechtsfrage grundsätzliche Bedeutung hat.

“Die Frage, ob in der im Rahmen einer noreply-E-Mail in Form einer automatisierten Eingangsbestätigung versandten Werbung ein Eingriff in das Allgemeine Persönlichkeitsrecht zu sehen ist, ist höchstrichterlich nicht entschieden und tritt in einer Vielzahl von Fällen auf.”

Fazit

E-Mail-Werbung ist derzeit ein großes Thema in der Rechtsprechung. Die Tendenz geht dahin, dass immer mehr Empfänger solcher Werbung selbst abmahnen und am Ende auch die Gerichte bemühen. Händler sollten ihre System-Mails prüfen und zumindest für dieses Thema eine Sensibilität entwickeln. In der speziellen Frage der Werbung innerhalb einer automatischen Bestätigungsmail muss die Entscheidung des BGH abgewartet werden. Schaut man allerdings in die Standard-Kommentarliteratur zu § 7 UWG, besteht zumindest aus wettbewerbsrechtlicher Sicht wenig Hoffnung, dass Werbung in einer automatischen Eingangsbestätigung zulässig sein soll. (mr)

Lesen Sie mehr zum Thema E-Mail-Werbung

Shop bestätigt Eröffnung eines Kundenkontos – und wird abgemahnt
Rechtliche Stolpersteine bei der Newsletter-Werbung