BGH verbietet Werbung in einer Bestätigungsmail

Der BGH hat sich mit der Frage beschäftigt, ob es zulässig ist, Werbung in eine Eingangsbestätigung per Mail zu packen. Hintergrund war ein Streit zwischen einem Verbraucher und seiner ehemaligen Versicherung, der jetzt vom obersten deutschen Zivilgericht beendet wurde.

Der BGH (Urt. v. 16.12.2015, VI ZR 134/15) hat entschieden, dass Werbung innerhalb einer an sich zulässigen Mail genauso behandelt wird wie eine reine Werbemail: Zulässig nur mit ausdrücklicher Einwilligung.

Der Kunde einer Versicherung hatte per E-Mail bei der Versicherung angefragt, ob seine Kündigung eingegangen war. Die automatischen Eingangsbestätigung bestand zu zwei Dritteln aus Werbung für eine Wetter-App.

Auch auf weitere E-Mails (unter anderem einen Werbewiderspruch, einer Mail an den Datenschutzbeauftragten des Unternehmens und auf die anwaltliche Abmahnung) erhielt er immer die gleiche Eingangsbestätigung mit der Werbung. Das AG Stuttgart Bad Cannstatt hielt diese Art der Werbung für rechtswidrig, das LG Stuttgart (Urt. v. 4.2.2015, 4 S 165/14) entschied in der Berufung, die Werbung sei zulässig.

Der BGH hob die Entscheidung des LG Stuttgart auf und untersagte diese Form der Werbung.

Die Urteilsgründe liegen zur Zeit noch nicht vor. Sobald das der Fall ist, werden wir ausführlicher über die Gründe und mögliche “Schlupflöcher” berichten.

Aus der Pressemitteilung des BGH:

> *“Die zugelassene Revision hat zur Aufhebung des Berufungsurteils und zur Wiederherstellung des amtsgerichtlichen Urteils geführt. Jedenfalls die Übersendung der Bestätigungsmail mit Werbezusatz vom 19. Dezember 2013 hat den Kläger in seinem allgemeinen Persönlichkeitsrecht verletzt, weil sie gegen seinen zuvor erklärten ausdrücklichen Willen erfolgt ist.”*

Der Kunde hatte diese Eingangsbestätigung inkl. Werbung am 10., 11. und 19. Dezember 2013. Am 10. Dezember auf seine erste Mail hin, am 11. Dezember als Reaktion auf seinen Werbewiderspruch, am 19. Dezember dann auf eine weitere Sachstandsanfrage.

Da er vor dem 19. definitiv seinen Widerspruch erklärt hatte, war die Übersendung am 19. klar unzulässig.

Das Problem hier für den Unternehmer: Diese Eingangsbestätigungen werden automatisch und inhaltich immer identisch verschickt. In dem Moment des Versands weiß der Automatismus also nicht, ob der E-Mail-Schreiber zuvor widersprochen hat.

Hinzu kommt: Werbung per E-Mail ist grundsätzlich nur bei Vorliegen einer ausdrücklichen Einwilligung zulässig.

Und so lässt sich auch erklären, weshalb in den Tenor des Urteils die erste Mail vom 10. Dezember ebenfalls als Beispiel für die Rechtswidrigkeit aufgenommen wurde.

Fazit

Es war zu erwarten, dass der BGH Werbung in der Eingangsbestätigung für unzulässig erklären und nicht der Entscheidung des LG Stuttgart folgen wird. Online-Händler und andere Werbetreibende sollten ihre Mailings jetzt auf werbliche Inhalte untersuchen. Fraglich ist natürlich, wie weit man hier gehen muss. Ist der Verweis auf einen Blog in der Signatur schon als verbotene Werbung einzustufen? Oder gar der bloße Link auf die eigene Website? Diese Fragen sind jetzt noch unbeantwortet – aber vielleicht geben die Urteilsgründe hier Antworten. (mr)