OLG Dresden: Kundenzufriedenheitsanfragen per Mail stellen Werbung dar

Die Frage beim Kunden, ob er mit dem Einkaufserlebnis oder den Produkten zufrieden sei, wird heute häufig gestellt. Will man dies aber per Mail oder telefonisch machen, ist eine ausdrückliche Einwilligung erforderlich, da solche Anfragen Werbung darstellen, wie das OLG Dresden jetzt noch einmal klargestellt hat.

Das OLG Dresden (Urt. v. 26.4.2016, 14 U 1773/15) stuft wie andere Gerichte auch, Kundenzufriedenheitsanfragen als Werbung ein. Das bedeutet, dass diese nicht per Mail an Kunden geschickt werden dürfen, wenn diese keine ausdrückliche Einwilligung zum Erhalt solcher Werbe-Mails erteilt haben.

> *"Die streitgegenständlichen E-Mails, die ohne vorherige ausdrückliche Einwilligung des Empfängers versandt wurden, stellen eine unzumutbar belästigende und damit unlautere Werbung dar, § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG."*

Was ist Werbung?

Das Gericht beschäftigt sich nach dieser grundsätzlichen Feststellung mit der Frage, was überhaupt Werbung ist. Der Begriff stammt aus der EU-Richtlinie über irreführende und vergleichende Werbung und ist dort definiert als

> *"jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen zu fördern."*

Diese Definition decke sich auch mit dem allgemeinen Sprachgebrauch von Werbung, so das Gericht weiter:

> *"Dies deckt sich mit dem allgemeinen Sprachgebrauch, wonach der Begriff der Werbung alle Maßnahmen eines Unternehmens umfasst, die auf die Förderung des Absatzes seiner Produkte oder Dienstleistungen gerichtet sind, mithin außer der unmittelbar produktbezogenen Werbung auch die mittelbare Absatzförderung -beispielsweise in Form der Imagewerbung oder des Sponsoring."*

Und dies treffe – unabhängig von weiteren werblichen Inhalten der Mail – auch auf Kundenzufriedenheitsumfragen zu.

> *"Unabhängig von diesem werbenden Inhalt der beanstandeten E-Mails handelt es sich hier um eine Kundenzufriedenheitsbefragung, die als Werbung anzusehen ist.*
>
> *Sie dient zumindest auch dazu, Kunden zu behalten und zukünftige Geschäftsabschlüsse zu fördern. Durch die E-Mails wird dem Kunden der Eindruck vermittelt, die Beklagtenseite bemühe sich auch nach Geschäftsabschluss um ihn, z. B. indem sie wie in der E-Mail um eine persönliche Bewertung ihres Leistungs- und Serviceangebots bittet, um ein Bild über die Stärken und Schwächen aus der Sicht des Kunden zu gewinnen.*
>
> *Dadurch bringt der Unternehmer sich auch bei dem Kunden in Erinnerung, was der Kundenbindung dient und eine Weiterempfehlung ermöglicht. Zutreffend hat das Landgericht den Zweck dieser „Kunden-Nachbetreuung", die sachlich außerhalb des geschuldeten Pflichtenprogramms steht, auch darin gesehen, weiteren Geschäftsabschlüssen den Weg zu ebnen und somit hierfür zu werben."*

Da es sich bei der Mail also um zielgerichtete Förderung künftigen Absatzes handelte, sei es für die Einordnung als Werbung unschädlich, dass hier ein Kunde, der bereits eingekauft hatte, angeschrieben wurde.

“Das ist üblich” ist kein Argument

Für das Gericht war es auch völlig unerheblich, dass solche Mails oft ohne Einwilligung verschickt werden.

> *“Dahinstehen kann, ob und inwieweit Kundenzufriedenheitsumfragen mit oder ohne werbende Zusätze und mit oder ohne erforderliche Einwilligung verbreitet sind.”*

Das sah das LG Coburg (Urt. v. 17.2.2012, 33 S 87/11) noch anders und entschied, dass Mails mit einer Bewertungsbitte deswegen nicht rechtswidrig seien, weil sie “allgemein üblich” sind.

Fazit

Die Entscheidung ist keine Überraschung, ist diese Auffassung doch die herrschende Meinung unter den Gerichten und Juristen. Der Werbebegriff ist sehr weit zu verstehen. Und auch Kundenzufriedenheitsumfragen dienen nur dem Zweck, den Absatz zu fördern, sonst würde man sie ja nicht durchführen. Das Gericht stellt noch einmal klar, dass für solche Anfragen per Mail eine ausdrückliche Einwilligung erforderlich ist. (mr)