Neues BGH-Urteil: Sind alle bisherigen Einwilligungen in E-Mail-Werbung unwirksam?

Rechtssicher eine Einwilligung zum Versand von E-Mail-Werbung einzuholen wird nach einem aktuellen BGH-Urteil noch schwieriger als es ohnehin schon ist. Denn der BGH hat Vorgaben gemacht, über was der zukünftige Empfänger bereits vorab informiert werden muss.

Der BGH (Urt. v. 14.3.2017, VI ZR 721/15) musste sich mit der Frage beschäftigen, ob ein Unternehmen wirksame Einwilligungen zum Versand von werblichen E-Mails eingeholt hatte.

Ein Verlag hatte unter anderem zwei Unternehmen mit dem Versand von werblichen E-Mails, unter anderem auch an den Kläger. Dieser erhielt per Mail Werbung für die Printprodukte des Verlags und mahnte daraufhin ab. Der Verlag wollte keine Unterlassungserklärung abgegeben. Er war der Meinung, der Kläger hätte beim Herunterladen einer Freeware-Software eine entsprechende Einwilligung erteilt.

Werbe-Mails waren unzulässig

Der BGH entschied, dass die Versendung der Werbe-Mails unzulässig war, da dem beklagten Verlag keine wirksame Einwilligung des Empfängers vorlag.

> *"Dem Kläger steht gegen die Beklagte gemäß § 1004 Abs. 1 Satz 2, § 823 Abs. 1, § 831 BGB ein Anspruch auf Unterlassung der Zusendung elektronischer Post mit werblichem Inhalt wegen eines rechtswidrigen Eingriffs in sein Recht am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb zu, soweit nicht die Voraussetzungen der Ausnahmeregelung des § 7 Abs. 3 UWG erfüllt sind. […]*
>
> *Das von der Beklagten veranlasste Zusenden der Werbe-E-Mails durch ihre Werbepartner stellt aber einen rechtswidrigen Eingriff in das Recht des Klägers am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb dar."*

Der Versand der Werbe-Mails war nicht durch eine vorherige Einwilligung des Empfängers gedeckt.

Der Beklagte holte eine Einwilligung mit folgendem Text ein:

> *"Mit der Angabe seiner persönlichen Daten erklärt der Nutzer sein Einverständnis, dass er von F. M. Limited und den hier genannten Sponsoren Werbung per E-Mail an die vom Nutzer angegebene E-Mail-Adresse erhält. Der Nutzer kann der werblichen Nutzung seiner Daten durch F. M. Limited jederzeit durch eine E-Mail an Info@f…-m…com widersprechen"."*

Das Wort "hier" war dabei mit einer Liste von insgesamt 26 Unternehmen verlinkt.

Diese Einwilligungserklärung sei aber nicht hinreichend konkret formuliert, entschied der BGH.

> *"Sie verstößt gegen das Transparenzgebot gemäß § 307 Abs. 1 Satz 2 BGB, das den Verwender Allgemeiner Geschäftsbedingungen verpflichtet, die Rechte und Pflichten seines Vertragspartners möglichst klar und durchschaubar darzustellen."*

Definition Einwilligung

Anschließend setzt sich der BGH mit der Definition der Einwilligung auseinander, die ihre Vorgaben im Europarecht hat.

> *“Der Begriff der “Einwilligung” ist deshalb richtlinienkonform zu bestimmen.*
>
> *Art. 2 Abs. 2 Buchst. f der Richtlinie verweist für die Definition der Einwilligung auf Art. 2 Buchst. h der Richtlinie 95/46 EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 24. Oktober 1995 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten und zum freien Datenverkehr.*
>
> *Einwilligung ist “jede Willensbekundung, die ohne Zwang für den konkreten Fall und in Kenntnis der Sachlage erfolgt”.”*

Nennung der Produkte erforderlich

Das erfordert nach Ansicht des BGH die Nennung der zukünftig beworbenen Produktbereiche bereits in dem Einwilligungstext.

> *“Die Einwilligung erfolgt für den konkreten Fall, wenn klar ist, welche Produkte oder Dienstleistungen welcher Unternehmen sie konkret erfasst. […]*
>
> *Diesen Anforderungen wird die von der Beklagten behauptete Einwilligung nicht gerecht.*
>
> *Selbst wenn im Streitfall die Liste der “Sponsoren” abschließend und ohne Erweiterungsmöglichkeit bestimmt wäre, bleibt offen, für welche Produkte und Dienstleistungen diese werben.*
>
> *Aus ihren Firmen allein kann nicht auf die zur zukünftigen Bewerbung anstehenden Produkte geschlossen werden.”*

Wird aus der Einwilligung also nicht klar, für welche Produkte in Zukunft geworben wird, ist die Einwilligung unwirksam und damit für den Versender unbrauchbar.

Was ist mit Alt-Einwilligungen?

Kaum ein Unternehmen nennt heute bereits die Produktbereiche für die in Zukunft geworben werden soll. Das kann zur Folge haben, dass man sich im Streitfall nicht auf diese Einwilligungen berufen kann, weil sie die Voraussetzungen an eine wirksame Einwilligung nicht erfüllen.

Hier bedarf es aber einer Einzelfallprüfung, denn nicht immer wird es notwendig sein, dass die Produktbereiche genannt werden.

Einschränkung für Werbemöglichkeit

Wenn man sich eine Einwilligung geben lässt, zukünftig E-Mail-Werbung z.B. für Schuhe zu versenden, dann muss man sich auch daran halten. Man darf dann also nicht z.B. auch Werbung für Handtaschen verschicken, wenn man diese später neu ins Sortiment aufnimmt.

Hierfür bräuchte man dann eine separate, neue Einwilligung.

Fraglich ist auch, wie konkret die Produkte genannt werden müssen. Reicht z.B. “Brillen”, wenn man Werbung für Gleitsicht- und Sonnenbrillen verschicken möchte oder muss man die Arten von Brillen dann konkret benennen?

Das OLG Düsseldorf (U. v. 20.04.2012, I-20 U 128/11) hatte einmal entschieden, dass es nicht

ausreicht, wenn man vorab darauf hinweist, dass der Kunde zukünfitg Werbung aus dem Bereich “Leben & Wohnen” erhält. Dies sei zu unbestimmt.

Fazit

Wenn man im Shop lediglich Produkte aus einer Kategorie im Angebot hat, dann wird man die Produkte wohl nicht noch einmal explizit erwähnen müssen. Vertreibt man allerdings Waren aus mehreren Produktgruppen, wird man diese in der Einwilligungserklärung aufführen müssen. Ob es ausreichend sein wird, wenn man schreibt, dass man zukünftig Werbung zu Produkten “aus unserem Sortiment” verschickt, ist aktuell noch unklar und wird wohl leider durch die Rechtsprechung geklärt werden müssen. (mr)

[hubspotform whitepaper=”true” title=”E-Mail-Werbung an Bestandskunden richtig versenden” image_path=”” image_text=”Für den Versand von Werbung per E-Mail ist grundsätzlich eine ausdrückliche Einwilligung des Empfängers erforderlich. Es gibt hiervon jedoch eine Ausnahme. In unserem kostenlosen Whitepaper erklären wir ganz genau, wann diese greift.” copy_text=”” portal_id=”603347″ form_id=”8e3b4ded-b7b4-4b7a-acf8-716a257307e6″ css=””]

Bildnachweis: Zerbor/shutterstock.com