

Werbung in Autorespondern ist unzulässig!

Der Gebrauch von automatisierten Antworten auf Kundenanfragen ist heute weit verbreitet – und grundsätzlich zulässig. Allerdings darf auch in an sich zulässige Mails keine Werbung eingebaut werden, wie das AG Bonn jetzt nochmals bestätigt hat.

Gegenstand des entschiedenen Falles war eine automatisierte Eingangsbestätigung, die der Kläger von der Beklagten erhalten hatte.

In dieser E-Mail war der Zusatz “Wie schützen Sie sich und Ihre Daten vor Cyberkriminellen und anderen Bedrohungen? Wir zeigen Ihnen, worauf Sie im digitalen Alltag achten sollten www...de !” angefügt.

Dieser Zusatz stellte nach Auffassung des AG Bonn (Urt. v. 1.8.2017, Az. 104 C 148/17) Werbung per E-Mail dar, für die der Versender keine Einwilligung hatte.

Eingriff in die Privatsphäre

Grundsätzlich ist die Werbung per E-Mail ohne ausdrückliche Einwilligung des Adressaten gem. § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG verboten. Da der Kläger vorliegend aber kein Mibewerber war, konnte er sich nicht direkt auf diese Vorschrift berufen.

Ein Unterlassungsanspruch bestand dennoch, da das Versenden von unzulässiger Werbung per E-Mail auch einen widerrechtlichen Eingriff in das allgemeine Persönlichkeitsrecht darstellt.

Dadurch dass der Kläger unaufgefordert Werbung erhalte, werde er insbesondere in seiner geschützten Privatsphäre gestört.

Diese Störung überwiege auch das Interesse der Beklagten, mit potentiellen Kunden in Kontakt zu treten, um sie anzuwerben.

Gericht folgt dem BGH

Die Entscheidung ist keine Überraschung.

Der BGH (Urt. v. 15.12.2017, Az. VI ZR 134/15) hatte einen ganz ähnlichen Fall zu entscheiden, in dem die Werbung aber einen noch deutlich größeren Teil der E-Mail ausmachte.

Hier hatte der BGH ebenfalls den Anspruch aus dem allgemeinen Persönlichkeitsrecht gewährt, das er durch die Werbung ohne Einwilligung verletzt sah.

Hierzu führte er aus:

Das allgemeine Persönlichkeitsrecht schützt den Bereich privater Lebensgestaltung und gibt dem Betroffenen das Recht, im privaten Bereich in Ruhe gelassen zu werden. Hieraus folgt ein Recht des Einzelnen, seine Privatsphäre freizuhalten von unerwünschter Einflussnahme anderer, und die Möglichkeit des Betroffenen, selbst darüber zu entscheiden, mit welchen Personen und gegebenenfalls in welchem Umfang er mit ihnen Kontakt haben will. Das allgemeine Persönlichkeitsrecht kann deshalb vor Belästigungen schützen, die von einer unerwünschten Kontaktaufnahme ausgehen.

Das AG Bonn orientiert sich in seiner Urteilsbegründung an jener des BGH.

Fehlendes Einverständnis genügt

Der BGH stellte den Eingriff in die Privatsphäre des Betroffenen allerdings für den Fall fest, dass dieser der Werbung eindeutig widersprochen hat. Wobei auch nach dem BGH-Urteil klar war, dass auch bereits die erste Mail, in der Werbung integriert ist, unzulässig war. Das musste der BGH nur nicht so explizit entscheiden.

Das AG Bonn entschied nun, dass eben auch die erste Mail bereits rechtswidrig ist und einen Unterlassungsanspruch auslöst.

Zu diesem Schluss kam es auf dem Wege der richtlinienkonformen Auslegung von § 823 Abs. 1 BGB im Lichte von Art. 13 Abs. 1, 5 der Datenschutzrichtlinie (Richtlinie 2002/58/EG).

Danach darf elektronische Post nur bei vorheriger Einwilligung zur Direktwerbung genutzt werden.

Die Direktwerbung ist hier nicht allein durch die Eingangsbestätigung gegeben, die an sich nicht zu beanstanden ist, dafür aber durch den Zusatz, der vom Zweck einer Eingangsbestätigung abweicht und der Absatzförderung des Unternehmens dient.

[hubspotform whitepaper="true" title="Wann ist Werbung an Bestandskunden zulässig?" image_path="" image_text="Werbung per E-Mail ist grundsätzlich nur mit Einwilligung des Empfängers zulässig. Unter engen Voraussetzungen darf man aber auch Werbung an Bestandskunden ohne Einwilligung verschicken. Aber wann sind diese Voraussetzungen erfüllt? Wir erklären es Ihnen in unserem kostenlosen Whitepaper." copy_text="" portal_id="603347" form_id="8e3b4ded-b7b4-4b7a-acf8-716a257307e6" css=""]

Fazit

Das Gesetz spricht von "Werbung per elektronischer Post" und kennt nicht die klassische "Werbemail". Daher ist auch die Einbettung von Werbung in eine an sich zulässige Mail unzulässig, sofern nicht die Einwilligung des Empfängers hierzu vorliegt. (mr)

Bildnachweis: Zerbor/shutterstock.com