

Stellt die Angabe der E-Mail-Adresse im Bestellprozess eine Einwilligung dar?

Zum Versenden von Werbe-Mails ist zunächst eine Einwilligung des Kunden erforderlich. Gerade im Hinblick auf die nahende DSGVO steht das Thema Einwilligung im Fokus. Das LG Berlin hat sich nun damit beschäftigt, ob die Angabe der E-Mail-Adresse im Bestellprozess eine wirksame Einwilligung sein kann.

Das LG Berlin (Urt. v. 16.11.2017, 16 O 225/17) hatte einen Fall zu entscheiden, in dem ein Sportartikel-Händler einem Kunden wiederholt Werbe-Mails geschickt hatte.

Dabei hatte dieser nicht bewusst seine Einwilligung zum Erhalt von Werbung gegeben.

Nach einer erfolglosen Abmahnung klagte er dann auf Unterlassung.

Einwilligung durch Bestellung?

Die Beklagte war der Ansicht, dass der Kläger seine Einwilligung bereits dadurch erteilt habe, dass er seine E-Mail-Adresse im Bestellprozess angegeben sowie sowohl den AGB als auch der Datenschutzerklärung zugestimmt hatte.

Zumindest habe er der Direktwerbung nicht widersprochen.

In den AGB der Beklagten in Verbindung mit ihrer Datenschutzerklärung hieß es u.a.:

“Als Kunde werden deine Daten zum Zweck der Vertragserfüllung und für eigene Werbezwecke genutzt.”

Nach Ansicht des Landgerichts erfüllte dies allerdings nicht die Anforderungen einer “ausdrücklichen Einwilligung”:

“Der Adressat der E-Mails, Herr R., hat zuvor nicht ausdrücklich in den Empfang eingewilligt.

Zum einen stellt die bloße Angabe einer E-Mail-Adresse im Rahmen des Bestellvorgangs keine Einwilligung zum Erhalt von Werbe-E-Mails dar.

Zum anderen genügt es nicht, dass die Beklagte in ihren AGB bzw. ihrer Datenschutzerklärung ausführt, dass die Kundendaten für Werbezwecke genutzt werden.”

Ohne Zwang, konkret und in Kenntnis der Sachlage

Stattdessen habe eine Einwilligung gemäß dem Schutzzweck der Datenschutzrichtlinie 2002/58/EG ohne Zwang, für den konkreten Fall und in Kenntnis der Sachlage zu erfolgen.

Darüber hinaus müsse die Person durch die Einwilligung akzeptieren, dass sie betreffende personenbezogene Daten verarbeitet werden.

Ferner besage das Erfordernis der "spezifischen Angabe", dass die Einwilligung gesondert erklärt werden müsse und daher nicht in Textpassagen enthalten sein dürfe, die auch andere Erklärungen oder Hinweise enthalten.

Dies sei im vorliegenden Fall nicht gegeben gewesen, sodass der Empfänger auch nicht seine Einwilligung zum Erhalt von E-Mail-Werbung gegeben hatte.

Der Unterlassungsanspruch bestand.

Bestandskundenausnahme greift nicht

Auch die sogenannte **Bestandskundenausnahme** griff hier nicht, entschied das Gericht. Gemäß § 7 Abs. 3 UWG darf man E-Mail-Werbung auch ohne Einwilligung verschicken, wenn alle 4 folgenden Voraussetzungen erfüllt sind:

Abweichend von Absatz 2 Nummer 3 ist eine unzumutbare Belästigung bei einer Werbung unter Verwendung elektronischer Post nicht anzunehmen, wenn

1. ein Unternehmer im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung von dem Kunden dessen elektronische Postadresse erhalten hat,
2. der Unternehmer die Adresse zur Direktwerbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen verwendet,
3. der Kunde der Verwendung nicht widersprochen hat und
4. der Kunde bei Erhebung der Adresse und bei jeder Verwendung klar und deutlich darauf hingewiesen wird, dass er der Verwendung jederzeit widersprechen kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

Der Kunde im Ausgangsfall hatte eine Kinderhose gekauft.

Die Werbe-Mails, die er daraufhin bekam, enthielten allerdings nicht nur Werbung für ähnliche Waren (also z.B. für andere Kinderhosen), sondern beinhalteten Werbung für das komplette Bekleidungsassortiment der Beklagten.

Damit war also bereits Nr. 2 der Voraussetzungen für die sog. Bestandskundenausnahme nicht erfüllt, sodass es auf die weiteren Voraussetzungen gar nicht mehr ankam.

Fazit

Für den Versand von E-Mail-Werbung sollte immer die ausdrückliche Einwilligung eingeholt werden. Zwar eröffnet das Gesetz in der sog. Bestandskundenausnahme auch die Möglichkeit, Werbe-Mails ohne Vorliegen einer Einwilligung zu versenden, diese Ausnahme ist aber sehr eng auszulegen und Unternehmer können sich fast nie darauf berufen. (mr)

Bildnachweis: Zerbor/shutterstock.com