

AG München: Widerspruch gegen Werbe-Mails an keine Form gebunden

Der Versand von Werbe-E-Mails ist grundsätzlich nur mit vorheriger, ausdrücklicher Einwilligung des Empfängers zulässig. Wurde die Einwilligung in den Newsletter-Versand widerrufen, führt dies zum Wegfall der Rechtsgrundlage für die Zusendung von Werbung. Das AG München entschied nun (Urt. v. 5.8.2022 - 142 C 1633/22), dass der Widerruf einer Einwilligung an keine Form gebunden sei und die Verwaltung der Kundendaten allein dem Werbetreibenden obliege.

Die Beklagte ist ein Pay-TV-Anbieter. Der Kläger meldete sich mit seiner privat und geschäftlich genutzten E-Mail-Adresse zum Versand des Newsletters der Beklagten an. Im Nachgang widersprach er gegenüber der Beklagten jedoch mit E-Mail vom 16.12.2021 einer werblichen Nutzung seiner personenbezogenen Daten. Trotz des Widerspruchs übersandte ihm die Beklagte am 9.1.2022 eine E-Mail, in der sie für den Abschluss eines Mediathek-Abonnements warb. Obwohl der Kläger die Beklagte am 16.1.2022 abmahnte, wurden ihm gleichartige E-Mails am 16.1.2022 und am 23.1.2022 zugesandt. Daraufhin erhob er Klage beim AG München. Das Gericht verurteilte die Beklagte zur Unterlassung.

Eingriff in das Allgemeine Persönlichkeitsrecht

Zunächst führte das Gericht aus, dass der Versand von Werbe-E-Mails gegen den erklärten Willen einen Eingriff in die geschützte Privatsphäre und damit in das Allgemeine Persönlichkeitsrecht darstelle. Eine Beeinträchtigung des Allgemeinen Persönlichkeitsrechts liege regelmäßig vor, wenn die Kontaktaufnahme gegen den Willen des Empfängers erfolge.

Die Verwendung von elektronischer Post für die Zwecke der Werbung gegen den eindeutig erklärten Willen des Klägers stellt einen Eingriff in seine geschützte Privatsphäre und damit in sein allgemeines Persönlichkeitsrecht dar, § 823 Abs. 1, § 1004 Abs. 1 Satz 2 BGB. 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. In der bloßen - als solche nicht ehrverletzenden - Kontaktaufnahme kann aber regelmäßig nur dann eine Beeinträchtigung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts liegen, wenn sie gegen den eindeutig erklärten Willen des Betroffenen erfolgt, weil ansonsten die Freiheit kommunikativen Verhaltens schwerwiegend beeinträchtigt wäre [...].

Widerspruch ist an keine bestimmte Form gebunden

Nach dem Widerspruch des Klägers sei das Übersenden von Werbung mittels elektronischer Post unzulässig gewesen, weil der Beklagten der entgegenstehende Wille des Klägers erkennbar war. Nicht nachvollziehbar sei der Einwand der Beklagten, der Kläger habe für den Widerspruch noch selbst Einstellungen im Kundenverwaltungssystem der Beklagten tätigen müssen. Der Widerspruch gegen die Verwaltung von E-Mails sei an keine bestimmte Form gebunden. Die Verwaltung obliege allein der Beklagten und könne nicht auf Kunden abgewälzt werden, so das Gericht.

Die Beklagte stellt nicht in Abrede, dass die von ihr unstreitig nach dem Widerspruch des Klägers übersandten E-Mails Werbung enthalten. Nach dem Widerspruch des Klägers war das Übersenden von Werbung mittels elektronischer Post gem. § 7 Abs. 3 Nr. 3 UWG unzulässig, weil der Beklagten der entgegenstehende Wille des Klägers dann erkennbar war. Nicht nachvollziehbar ist der Einwand der Beklagten, der Kläger habe in ihrem

„Kundenverwaltungssystem“ darüber hinaus noch bestimmte Einstellungen selbst tätigen müssen. Der Widerspruch gegen die Zulässigkeit elektronischer Werbung ist an keine bestimmte Form gebunden; die Verwaltung ihrer Kundendaten obliegt allein der Beklagten und kann nicht auf den Kunden abgewälzt werden.

Widerspruch gilt zeitlich unbeschränkt

Anschließend führte das Gericht aus, dass der Kläger der Nutzung seiner Daten ausdrücklich und unmissverständlich widersprochen habe. Dieser Widerspruch gelte zeitlich unbeschränkt. Für die Annahme einer mutmaßlichen Einwilligung ohne weitere Umstände sei künftig kein Raum.

Der Klageantrag ist entgegen der Auffassung der Beklagten auch nicht „zu weit gefasst“. Der Kläger hat der werblichen Nutzung seiner Daten ausdrücklich und unmissverständlich gegenüber der Beklagten widersprochen. Der Widerspruch gilt grundsätzlich zeitlich unbeschränkt, so dass für die Annahme einer mutmaßlichen Einwilligung durch die Beklagte künftig ohne weitere hinzutretenden Umstände kein Raum mehr ist.

Fazit

Ein Empfänger gewerblicher E-Mails muss jederzeit seine Einwilligung widerrufen können. Das AG München stellt im Einklang mit der DSGVO nochmals klar, dass ein Widerspruch gerade nicht an eine bestimmte Form gebunden ist und nicht von weiteren Handlungen des Kunden abhängig gemacht werden kann.

sergign/Shutterstock.com