

OLG Hamm: Einwilligungsklausel in E-Mail-Werbung darf nicht zu unbestimmt sein

Für das Versenden von Newslettern ist eine vorherige, ausdrückliche und informierte Einwilligung des Empfängers notwendig. Das OLG Hamm entschied nun (Urt. v. 3.11.2022 – I-4 U 201/21), dass eine zu unbestimmte Einwilligungsklausel in den Erhalt von E-Mail-Werbung unwirksam sei und zu einem Wettbewerbsverstoß führe.

Die Beklagte vertreibt online und stationär Bekleidung. Der Kläger ist ein Verband zur Förderung gewerblicher Interessen verschiedener Branchen. Deren Prozessbevollmächtigter erwarb im Jahr 2016 im stationären Handel der Beklagten Kleidung und meldete sich in diesem Zusammenhang für das Kundenbindungsprogramm (Kundenkarte) der Beklagten an. Der Kundenkartenantrag enthielt folgende Erklärung:

„Einwilligung in das Kundenkartenbonusprogramm

*Ich bin damit einverstanden, dass die von mir angegebenen persönlichen Daten (...E-Mail Adresse...) sowie meine Kaufrabattdaten (Kaufdaten und Kaufpreis) **zum Zwecke des Kundenkartenprogramms und für Werbezwecke** (... per E-Mail) von der Beklagten gespeichert, verarbeitet und genutzt werden.“*

Der Widerruf der erteilten Einwilligung sollte ausweislich des Kundenkartenantrags an die E-Mail-Adresse xxx gerichtet werden. In den Jahren 2016 und 2018 erhielt der Prozessbevollmächtigte der Klägerin verschiedene Werbe-E-Mails von unterschiedlichen E-Mail-Adressen der Beklagten. Dabei handelte es sich sowohl um personalisierte Werbung als auch um allgemeine Werbung. Im Jahr 2019 erhielt er eine weitere Werbe-E-Mail der Beklagten und verwendete den in der E-Mail angegebenen Link, um sich vom Newsletter abzumelden. Einige Monate später erhielt der Prozessbevollmächtigte des Klägers zwei weitere Werbe-E-Mails. Daraufhin mahnte der Kläger die Beklagte erfolglos ab. Er vertrat die Ansicht, dass das Verhalten der Beklagten gegen § 7 UWG verstoße. Insbesondere lasse die Einwilligungserklärung aus der Anmeldung zum Kundenbindungsprogramm nicht hinreichend erkennen, dass diese sich auf zwei unterschiedliche Werbemaßnahmen beziehe, so dass die Einwilligung nicht wirksam erteilt sei.

Die Beklagte vertrat die Ansicht, dass der Prozessbevollmächtigte des Klägers sich durch die im Februar 2016 abgegebene Erklärung neben der Anmeldung bei dem Kundenkartenprogramm auch bei dem von ihr angebotenen allgemeinen Newsletter angemeldet und jeweils wirksame Einwilligungen für den Erhalt von E-Mails erteilt habe.

Das erstinstanzlich zuständige LG Dortmund wies die Klage wegen eines unzulässigen Klageantrages des Klägers ab. Das OLG Hamm entschied als Berufungsinstanz, dass dem Kläger ein Anspruch auf Unterlassen zustehe.

Anforderungen an eine Einwilligung

Zunächst stellte das Gericht klar, dass der Werbende stets darlegen und im Streitfall beweisen müsse, dass im Zeitpunkt der Versendung der Werbe-E-Mails eine vorherige, ausdrückliche Einwilligung des Empfängers vorliege. Für die Bestimmung des Begriffs der Einwilligung sei Art. 4 Nr. 11 DSGVO maßgeblich. Eine solche Einwilligung sei im konkreten Fall nur erteilt, wenn sich aus ihr klar ergebe, welche einzelnen Werbemaßnahmen davon erfasst seien.

Seit dem 25.05.2018 gilt die Definition der Einwilligung in Art. 4 Nr. 11 DSGVO. Danach ist Einwilligung „jede freiwillig für den bestimmten Fall, in informierter Weise und unmissverständlich abgegebene Willensbekundung in Form einer Erklärung oder einer sonstigen eindeutig bestätigenden Handlung, mit der die betroffene Person zu verstehen gibt, dass sie mit der Verarbeitung der sie betreffenden personenbezogenen Daten einverstanden ist“[...]. Für den konkreten Fall wird die Einwilligung erteilt, wenn sich aus ihr

klar ergibt, welche einzelnen Werbemaßnahmen welcher Unternehmen davon erfasst werden, d.h. auf welche Waren oder Dienstleistungen welcher Unternehmer sie sich bezieht [...]. Sie muss daher gesondert erklärt werden und darf nicht Textpassagen enthalten sein, die auch andere Erklärungen und Hinweise enthalten [...].

Reichweite einer Einwilligung ist durch Auslegung zu ermitteln

Anschließend führte das Gericht aus, dass eine Erklärung und deren inhaltliche und zeitliche Reichweite durch Auslegung zu ermitteln sei. Dabei seien allgemeine Auslegungskriterien heranzuziehen. Demnach komme es darauf an, ob aus Sicht des Erklärenden bei verständiger Würdigung eine Einwilligung des Werbenden für die betreffende Kontaktaufnahme anzunehmen sei. Maßgeblich für diese Bewertung sei der durchschnittliche Verbraucher.

Ob eine Erklärung eine Einwilligung darstellt und wie weit sie inhaltlich und zeitlich reicht, ist durch Auslegung anhand der Umstände des Einzelfalls zu ermitteln [...]. Dabei sind die allgemeinen Auslegungsgrundsätze heranzuziehen. Es kommt also darauf an, ob aus der Sicht des Erklärenden bei verständiger Würdigung eine Einwilligung des Werbenden für die betreffende Kontaktaufnahme zu Werbezwecken anzunehmen ist. Er darf dabei von einem normal informierten und angemessen aufmerksamen und verständigen Durchschnittsverbraucher ausgehen. Maßgebend ist der Durchschnitt der jeweils angesprochenen Verbrauchergruppe. Hat der Werbende – wie zumeist – die Erklärung vorformuliert kommt es darauf an, ob der Durchschnittsverbraucher ihr eine Einwilligung entnehmen kann [...].

Zu unbestimmte Einwilligungsklausel in den Erhalt von Werbemails

Der vorliegenden Einwilligung sei nicht mit hinreichender Deutlichkeit zu entnehmen, dass sie sich einerseits auf den Erhalt von personalisierten Newslettern im Rahmen des Kundenbindungsprogramms und andererseits auf den Erhalt von allgemeinen Newslettern beziehe. Eine solche Aufspaltung hätte eine verständliche Erläuterung bedurft. Die vorformulierte Einwilligungsklausel verstehe der Durchschnittsverbraucher dahingehend, dass damit die Einwilligung erteilt worden sei, die E-Mail-Adresse sowohl für die Teilnahme am Kundenkartenprogramm als auch für allgemeine Werbezwecke zu nutzen.

Der Prozessbevollmächtigte des Klägers hat am 20.02.2016 sein Einverständnis damit erklärt, dass u.a. seine E-Mail-Adresse „zum Zweck des Kundenkartenprogramms und für Werbezwecke“ verwendet wird. Entgegen der Auffassung der Beklagten ist der Erklärung ist dagegen nicht mit hinreichender Deutlichkeit zu entnehmen, dass sich die Einwilligung einerseits auf den Erhalt von (personalisierten) Newslettern im Rahmen des Kundenkartenprogramms, andererseits – und davon abgegrenzt – auf den Erhalt von allgemeinen „Newslettern“ bezieht. Für ein derartiges Verständnis wäre es vielmehr Voraussetzung, dass die Beklagte diese Unterscheidung und Aufspaltung der Einwilligung für den durchschnittlichen Kunden verständlich erläutert hätte. Den von der Beklagten vorformulierten Text versteht der Durchschnittsverbraucher ohne diese Erläuterung so, dass er damit eine Einwilligung erteilt hat, die E-Mail-Adresse für die Teilnahme an dem Kundenkartenprogramm (z.B. durch Übermittlung von Gutscheinen, Abfragen der Aktualität der hinterlegten Daten o.ä.) und auch für allgemeine Werbezwecke – nämlich sämtliche sonstige Werbemaßnahmen per E-Mail einheitlich – zu nutzen.

Wirksamer und einheitlicher Widerruf der Einwilligung

Es liege ein wirksam erteilter und einheitlicher Widerruf der Einwilligung in den Erhalt von Werbung per E-Mail durch den Prozessbevollmächtigten des Klägers vor, so das Gericht.

Eine etwa erteilt wirksame Einwilligung hat der Prozessbevollmächtigte des Klägers jedenfalls insgesamt widerrufen. Dabei kann dahinstehen, ob dies schon am 02.03.2016 erfolgt ist. Jedenfalls hat sich der Prozessbevollmächtigte des Klägers am 02.01.2019 unstreitig von dem „Email04 Newsletter“ abgemeldet [...]. Damit hat er letztlich erklärt, keine weitere Werbung in Form eines Newsletters per E-Mail erhalten zu wollen und so die – aus den dargelegten Gründen – einheitlich für den Erhalt von Werbung per E-Mail erteilte Einwilligung (einheitlich) widerrufen.

Fazit

Die Differenzierung des OLG Hamm zwischen allgemeinen Newslettern im Rahmen des Kundenbindungsprogramms und allgemeinen Newslettern im Übrigen ist nicht nachvollziehbar. Schließlich bezog sich die Einwilligungsklausel auf das „Kundenkartenprogramm“ und „Werbezwecke“. Nichtsdestotrotz verdeutlicht das Urteil noch einmal, dass im Streitfall das Vorliegen einer wirksamen Einwilligung zum Zeitpunkt des Versendens einer Werbemail von demjenigen zu beweisen ist, der sich darauf beruft. Zudem müssen Einwilligungsklauseln präzise formuliert werden, sodass die betroffene Person i.S.d. Art. 4 Nr. 11 DSGVO die Einwilligung in informierter Weise abgeben kann.

Für unsere Kunden und Kundinnen

Kunden und Kundinnen unserer Legal Produkte finden in ihrem **Legal Account** ein umfangreiches Whitepaper zum Newsletterversand.

Alexander Kirch/Shutterstock.com