

von Katharina Putz

LG Wiesbaden: Geschäftliche Überweisungen mit Werbung im Verwendungszweck sind abmahnbarer Spam

Überweist ein Online-Händler Geldbeträge an Kunden mit Werbebotschaften im Verwendungszweck, stellt dies Spam und damit unzumutbare Belästigung dar. Das Landgericht Wiesbaden hat diese Praxis mit Urteil vom 01.06.2021 (Az.: 11 O 47/21) als abmahnbaren Wettbewerbsverstoß eingestuft. Lesen Sie mehr dazu in unserem Beitrag.

I. Der Sachverhalt

Die Parteien waren Mitbewerber im Bereich der Vermittlung von digitalen Immobilien-Investments.

Die Beklagte tätigte 1-Cent-Überweisungen an willkürlich ausgewählte Verbraucher in ganz Deutschland. Als Verwendungszweck gab diese dabei an:

www.(...)crowd.com - (...) Group + (...) AG sagen DANKESCHOEN fuer ihr Vertrauen. Neue Crowd Founding-Emission

Die Beklagte stand mit den Empfängern in keinem geschäftlichen Kontakt. Eine Einwilligung der Empfänger für den Erhalt von Werbung wurde nicht erteilt.

Nach erfolgloser Abmahnung nahm die Klägerin die Beklagte vor dem LG Wiesbaden im gerichtlichen Eilverfahren auf Unterlassung dieser Praktik in Anspruch.

II. Die Entscheidung

Mit Urteil vom 01.06.2021 (Az.: 11 O 47/21) stufte das LG Wiesbaden das Vorgehen der Beklagten als wettbewerbswidrig ein.

1.) Nichtkenntlichmachung des kommerziellen Zwecks

Zum einen liege ein **Rechtsverstoß gemäß § 5a Abs. 6 UWG** vor. Die Beklagte habe nicht hinreichend gekennzeichnet, dass es sich um Werbung handele.

Nach § 5a Abs. 6 UWG handelt unlauter, wer den kommerziellen Zweck einer geschäftlichen Handlung nicht kenntlich macht, sofern sich dieser nicht unmittelbar aus den Umständen ergibt und das Nichtkenntlichmachen geeignet ist, den Verbraucher zu einer geschäftlichen Handlung zu veranlassen, die er andernfalls nicht getroffen hätte.

Der kommerzielle Zweck sei vorliegend durch die Beklagte nicht kenntlich gemacht worden.

Ein Nicht-Kenntlich-Machen liege vor, wenn das äußere Erscheinungsbild der geschäftlichen Handlung so gestaltet werde, dass der Verbraucher den kommerziellen Zweck nicht klar und eindeutig erkennen könne. Abzustellen sei dabei auf die Sicht des verständigen Durchschnittsverbrauchers.

Bei der 1-Cent-Überweisung werde der Verbraucher wegen des Verwendungszwecks davon ausgehen, dass er mit der Beklagten in einer konkreten geschäftlichen Beziehung gestanden habe. Tatsächlich bestand jedoch weder ein Anspruch auf die Zahlung, noch ein geschäftlicher Kontakt zwischen der Beklagten und den Überweisungsempfängern.

Der kommerzielle Zweck ergebe sich auch nicht aus den Umständen. Der Verbraucher könne nicht erkennen, dass der Überweisung ein Werbezweck zugrunde liege.

Nicht ausreichend sei, dass der durchschnittliche Verbraucher den werblichen Zweck der Überweisung nach analysierender Betrachtung erkennen könne.

Zwecks weiterer Aufklärung werde der Verbraucher die Website aus dem Verwendungszweck besuchen. Mit diesem Besuch tätige der Verbraucher eine geschäftliche Entscheidung, die er nicht getroffen hätte, wenn ihm der Werbezweck der Überweisung bewusst gewesen wäre.

2.) Unzumutbare Belästigung

Außerdem habe die Beklagte mit den 1-Cent-Überweisungen zunächst gegen § 7 Abs. 1 S. 1 UWG verstoßen.

Der Verbraucher rechne nicht damit, dass er im Verwendungszweck von Überweisungen Werbung finde, die eine geschäftliche Beziehung suggeriert. Beim Verbraucher werde die Befürchtung hervorgerufen, dass es sich um ein unlauteres Geschäftsmodell handle und die Kundendaten möglicherweise unlauter erworben worden seien. Zur Beseitigung der Ungewissheit werde der Verbraucher Recherchen zu der Überweisung tätigen. Dabei werde der Verbraucher, wie von der Beklagten beabsichtigt, die Internetseite aus dem Verwendungszweck aufrufen.

Das Gericht stufte die Werbemaßnahme der Beklagten auch als unzumutbar im Sinne des § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG ein. Es handle sich bei der Überweisung zwar um keine elektronische Nachricht im Sinne der Vorschrift. Trotzdem sei der Gedanke des § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG anzuwenden, nach dem **Werbung nur mit ausdrücklicher Einwilligung des Empfängers** versendet werden dürfe. Zudem sei bei der Unzumutbarkeit zu berücksichtigen, dass die Werbemaßnahme der Beklagten den besonders sensiblen Bereich des Zahlungsverkehrs berühre.

Durch die Überweisung und den Text im Verwendungszweck habe die Beklagte die Aufmerksamkeit der Verbraucher erregt. Der Verbraucher werde bedrängt sich durch Recherche auf der Internetseite mit dem Anliegen der Beklagten auseinanderzusetzen.

III. Fazit

Das Urteil des LG Wiesbaden vom 01.06.2021 (Az.: 11 O 47/21) stellt klar, dass Überweisungen mit Werbebotschaften im Verwendungszweck ohne entsprechende Einwilligung des Empfängers einen abmahnbaren Wettbewerbsverstoß darstellen. Dass der Empfänger mit der Überweisung Geld erhält, macht keinen Unterschied und rechtfertigt die Werbung nicht.

Im vorliegenden Fall wurden zwar nur willkürliche Geringbetragsüberweisungen an Verbraucher ohne entsprechende geschäftliche Beziehung behandelt.

Weil das Gericht Werbung in Verwendungszwecken geschäftsmäßiger Überweisungen ohne entsprechende, konkret auf die Werbung bezogene Einwilligung aber pauschal als Spam im Sinne des § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG qualifiziert, gilt Selbiges auch für **geschäftsbezogene Überweisungen (etwa Rückerstattungen, Gutschriften, Skonti)** - und zwar **nicht nur gegenüber Verbrauchern, sondern auch gegenüber Unternehmerkunden.**

Auch Werbeinhalte in Verwendungszwecken geschäftsbezogener (Rück)überweisungen von Geldbeträgen an Kunden stellen bei Fehlen einer entsprechenden Einwilligung abmahnbaren Spam dar und sollten zwingend unterlassen werden.

Autor:

Katharina Putz

Wissenschaftliche Mitarbeiterin