

von Rechtsanwalt **Jan Lennart Müller**

Ist das Versenden einer Aufforderung zur Bewertungsabgabe (Feedbackanfrage) zulässig?

Das Landgericht Coburg (Urteil vom 17.02.2012, Az.: 33 S 87/11) hatte sich vor Kurzem mit der Frage auseinandersetzen gehabt, ob die Kontaktaufnahme mit einem Kunden zum Zwecke der Aufforderung zur Bewertungsabgabe (Feedbackanfrage) rechtlich zulässig ist, wenn der Kunde die Übersendung von E-Mail-Werbung zuvor ausdrücklich untersagt hatte. Das Gericht kam zur Erkenntnis, dass die Übersendung der Feedbackanfrage zulässig sei, dies überrascht ein wenig, da mit guten Argumenten das Gegenteil vertreten werden kann.

1. Was war passiert?

Der Kläger kaufte vom Beklagten Stühle über das Internet, zudem widersprach der Kläger gegenüber dem Beklagten hinsichtlich der Übersendung von Werbe-E-Mails. Trotz dieses Widerspruchs kontaktierte der Beklagte den Kläger im Nachgang zur Bestellung mit der Aufforderung zur Bewertungsabgabe, sog. Feedbackanfrage.

2. Entscheidung des LG Coburg und Kritik

Das Landgericht Coburg hatte in der zweiten Instanz (zuvor AG Coburg) darüber zu entscheiden gehabt, ob die Übersendung der Feedbackanfrage rechtlich zu monieren ist. Das Gericht gelangte zur Erkenntnis, dass eine unzumutbare Belästigung nicht vorgelegen habe und die Feedbackanfrage damit in Ordnung gewesen sei. Das Gericht begründet seine Auffassung wie folgt:

“

Unabhängig von der Frage, ob es sich bei der Feedbackanfrage der Beklagten um Werbung handelt, ist diese jedenfalls nicht als unzumutbare Belästigung zu qualifizieren. Maßgeblich dafür ist das Empfinden eines durchschnittlichen Marktteilnehmers. Kriterien für eine Unzumutbarkeit sind z. B. die Intensität des Eingriffs, die Gefahr einer Summierung, etwaige Ausweichmöglichkeiten des Kunden sowie eine Möglichkeit der schonenderen Ausübung des Handelnden. Eine Gesamtwürdigung der Umstände ergibt hier, dass es sich nicht um eine unzumutbare Belästigung handelt, obwohl der Kläger vor Versendung der Feedbackanfrage ausdrücklich darauf hingewiesen hat, dass er weitere Werbung nicht wünscht. (...) Hierbei handelt es sich – wenn überhaupt – dann zumindest nicht überwiegend um eine Werbemaßnahme, sondern auch und vor allem um eine Zufriedenheitsanfrage und Kundenservice, die der Verbesserung der Abläufe bei der Beklagten und dem Abstellen von Mängeln dienen soll.

”

Diese Ausführungen des LG Coburg verwundern ein wenig, da das Gericht ernsthaft an der Werbequalität des Newsletters zweifelte. Mit der Aufforderung zur Bewertungsabgabe möchte sich der jeweilige Händler zum einen nochmals in das Bewusstsein des Kunden rufen, um diesen zu einem erneuten Shop-Besuch zu animieren. Zum anderen zielt eine Feedbackanfrage auf die Abgabe einer möglichst positiven Bewertung für den Händler ab. Die Erteilung positiver Bewertungen ist ein entscheidender Faktor, wenn es darum geht für seinen Online-Auftritt Werbung zu betreiben. Viele potentielle Käufer werden sich von positiven Bewertungen beeinflussen lassen und sich zum Kauf animieren lassen.

Ferner möchte der Händler durch das Feedback seine Leistungen verbessern und damit auch seinen Absatz fördern. Hinzu kommt, dass als Werbung bereits schon die Umfrage eines Marktforschungsinstituts angesehen worden ist, wenn es bei der Umfrage ausschließlich um die Zufriedenheit der Kunden mit den Dienstleistungen eines Unternehmens geht, mit dem Ziel, die Serviceleistungen des Unternehmens zu verbessern und dadurch den eigenen Kundenstamm zu erhalten ([OLG Köln, Urteil vom 12.12.2008, Az.:6 U 41/08](#)).

Das LG Coburg führte noch Folgendes zur Begründung für seine Entscheidung an:

“

Vom objektiven Empfängerhorizont aus ist eine solche Feedbackanfrage im Zusammenhang mit einem vorangegangenen Geschäftskontakt keineswegs offenkundig als Werbung anzusehen, auch wenn das im Rahmen juristischer Diskussionen durchaus so gesehen werden mag. Die Intensität des Eingriffs war vergleichsweise gering, die Gefahr einer Summierung war nicht gegeben. Es handelte sich lediglich um eine einmalige Anfrage im Zusammenhang mit einem vorangegangenen Geschäftskontakt. Darüber hinaus sind im heutigen Geschäftsverkehr via Internet Feedbackanfragen allgemein üblich.

”

Es ist sehr erstaunlich, dass es ein Gericht als Rechtfertigung ausreichen lässt, auf die „Üblichkeit“ einer Handlung zu verweisen. Die „Üblichkeit“ von Handlungen taugt nicht als Maßstab, da sich eine Rechtsverletzung nicht aus der Häufigkeit der verletzenden Handlungen rechtfertigen lässt.

Auch muss betont werden, dass der [BGH \(Beschluss vom 20.05.2009, Az.:I ZR 218/07\)](#) entschieden hatte, dass bereits die einmalige Kontaktaufnahme als unzumutbare Belästigung ausreichend ist, um einen Rechtsverstoß zu bejahen. Der BGH betonte in der vorgenannten Entscheidung, dass unverlangt zugesandte E-Mail-Werbung regelmäßig den Betriebsablauf des Unternehmens beeinträchtigt, mit dem Sichten und Aussortieren unerbetener E-Mails ist ein zusätzlicher Arbeitsaufwand verbunden. Angesichts dieser Wertung des BGH, erscheint die Beurteilung des LG Coburg neben der Sache liegend. Ferner könnte argumentiert werden, dass nach der Rechtsprechung des LG Coburg es der Kunde schlechthin hinzunehmen hätte, wenn er bei jeder Bestellung im Internet eine Bewertungsaufforderung erhielte, da dies nach Ansicht des LG Coburg zum einen üblich und zum anderen lediglich jeweils einmalig geschehe.

3. Ausblick

Das Urteil des LG Coburg ist bislang die einzige uns bekannte Entscheidung eines deutschen Gerichts zur Frage nach der Zulässigkeit von Feedbackanfragen. Zwar hatte das LG Coburg sich im Ergebnis auf die Seite der Händler geschlagen, jedoch ist diese Rechtsprechung nicht verallgemeinerungsfähig. Aus Händlersicht bleibt abzuwarten, wie andere Gerichte die Zulässigkeit von Feedbackanfragen beurteilen werden, es erscheint nicht ausgeschlossen, dass sich eine gegenläufige Auffassung in der Praxis durchsetzen könnte.

Update (vom 18.09.2013): Das Amtsgericht Hannover hatte ebenfalls über die Zulässigkeit der Übersendung von Bewertungsanfragen zu entscheiden gehabt (Urteil vom 03.04.2013, Az.: 550 C 13442/12). Das AG Hannover geht, im Gegensatz zum LG Coburg, davon aus, dass die Übersendung von Bewertungsanfragen Werbung darstelle und ohne vorherige Einwilligung des Betroffenen **unzulässig** sei.

Update (vom 23.10.2015): Auch das AG Düsseldorf (Urteil vom 27.10.2014; Az.: 20 C 6875/14) hatte die Auffassung vertreten, dass eine Feedback-Anfrage als **unzulässige** E-Mail-Werbung zu werten ist, sofern hierfür keine Einwilligung durch den betroffenen Empfänger erteilt worden ist.

Autor:

RA Jan Lennart Müller

Rechtsanwalt