

von Anna-Lena Baur

"Generaleinwilligung" in E-Mail-Werbung ist unwirksam: BGH verlangt Auflistung der zu bewerbenden Produkte

Das E-Mail-Marketing in Deutschland wird leider auch in Zukunft nicht einfacher werden. Mit Urteil vom 15.03.2017 (Az.: VI ZR 721/15) ist der BGH erneut auf die Voraussetzungen eingegangen, die an eine wirksame Einwilligung zu stellen sind. Um Einwilligungserklärungen rechtssicher zu gestalten, verlangt der BGH neuerdings eine abschließende Auflistung der Produkte für die zukünftig per E-Mail geworben werden soll.

Einwilligung ist grds. erforderlich

Grundsätzlich gilt: E-Mails mit werblichen Inhalt (dazu gehören auch Newsletter), dürfen nur mit Einwilligung des jeweiligen Empfängers verschickt werden (es sei denn, die Ausnahmevorschrift des § 8 Abs. 3 UWG ist einschlägig).

Ohne eine Einwilligung kann die elektronische Werbenachricht eine "unzumutbare Belästigung" und damit eine wettbewerbswidrige Handlung im Sinne des § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG darstellen bzw. ist eine solche E-Mail als unzulässiger Eingriff in das allgemeine Persönlichkeitsrecht (bei einer natürlichen Person) oder einen Eingriff in das Recht am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb des Empfängers anzusehen.

Der BGH hatte in Sachen Einwilligung die nachstehende Definition bemüht:

Der Begriff der "Einwilligung" ist deshalb richtlinienkonform zu bestimmen. Art. 2 Abs. 2 Buchst. f der Richtlinie verweist für die Definition der Einwilligung auf Art. 2 Buchst. h der Richtlinie 95/46 EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 24. Oktober 1995 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten und zum freien Datenverkehr. Einwilligung ist "jede Willensbekundung, die ohne Zwang für den konkreten Fall und in Kenntnis der Sachlage erfolgt."

BGH verlangt konkrete Angabe aller zukünftig beworbenen Produkte

Eine Einwilligungserklärung in den Bezug von E-Mailnachrichten werblichen Inhalts sollte unbedingt gesondert und eingeholt werden, eine Einwilligung in Allgemeinen Geschäftsbedingungen genügt hierfür eindeutig nicht.

Für die Wirksamkeit der Einwilligungserklärung ist insbesondere auf deren Formulierung zu achten (beachten Sie hierzu unseren ausführlichen und informativen **Beitrag**). Nach neuester Rechtsprechung des BGH hält dieser es für zwingend erforderlich, dass dem potentiellen Empfänger der E-Mails klar ist, **welche Produkte oder Dienstleistungen** welcher Unternehmer von der Einwilligung konkret erfasst sind.

Der BGH hatte im Rahmen seiner Entscheidung die nachstehende Einwilligungsklausel als unzulässig qualifiziert, da diese gegen das Transparenzgebot gemäß § 307 Abs. 1 S. " BGB verstößt:

"Mit der Angabe seiner persönlichen Daten erklärt der Nutzer sein Einverständnis, dass er von - der Beklagten- und den hier genannten Sponsoren Werbung per E-Mail an die vom Nutzer angegebene E-Mail-Adresse erhält."

Die Verlinkung hinter dem Wort "hier" enthielt eine Sponsorenliste, in der neben dem Werbepartner des Beklagten 25 weitere Unternehmen aufgelistet waren.

Verdeckte Generaleinwilligung unzulässig

Nach Ansicht des BGH lag keine wirksame Einwilligung vor, da aus der vorformulierten Einwilligungserklärung nicht hinreichend klar hervorging, für welche konkreten Produkte die Unternehmen werben dürfen. Der BGH sah darin eine **unzulässige**, weil **verdeckte "Generaleinwilligung"**. Die Angabe der vom BGH geforderten Informationen kann insbesondere dann schwierig sein, wenn sich das Produktsortiment, das ein Händler bewerben will, regelmäßig ändert.

Der BGH führte diesbezüglich aus:

"Selbst, wenn im Streitfall die Liste der "Sponsoren" abschließend und ohne Erweiterungsmöglichkeit bestimmt wäre, bleibt offen, für welche Produkte und Dienstleistungen diese werben. Aus ihren Firmen allein kann nicht auf die zur zukünftigen Bewerbung anstehenden Produkte geschlossen werden. Deren Zusammensetzung und Umfang kann wechseln oder erweitert werden. Soweit es sich wie im Streitfall bei den Sponsoren auch um Marketingunternehmen handelt, die selbst für Kunden Werbekampagnen entwerfen und durchführen, wird der Kreis der beworbenen Unternehmen und Produkte gänzlich unübersehbar."

Anforderungen gelten auch für bereits verwendete Einwilligungserklärungen

Grundsätzlich gilt die Rechtsprechung des BGH nicht nur für neu abzugebende Einwilligungserklärungen. Auch bereits abgegebene Einwilligungen sowie derzeit verwendete Erklärungen sind im Streitfall an den Maßstäben der neuen BGH Rechtsprechung zu messen. Ob es nötig sein könnte, dass bereits erteilte Einwilligungen erneut eingeholt werden müssen, ist eine Frage des Einzelfalls und kann nicht pauschal beantwortet werden. In jedem Fall sollten Händler ihre Einwilligungserklärungen jetzt auf den Prüfstand stellen, um Abmahnungen zu verhindern - nur die wenigsten Erklärungen dürften bereits eine Produktliste enthalten.

Autor:

Anna-Lena Baur

(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)