

von Katharina Meißner

KG Berlin zur E-Mailwerbung: Umfang der Sperrpflicht im Falle des Widerrufs

Problem: Ein Kunde widerruft seine Einwilligung zum Erhalt weiterer Werbe-Mails von einem Unternehmen, erhält aber dennoch in Folge weitere Newsletter, die an eine andere E-Mailadresse versendet werden. Das Kammergericht Berlin hat sich in seinem Urteil vom 31.01.2017 (Az. 5 U 63/17) mit dem Umfang der Sperrpflicht im Gefolge eines Werbewiderrufs zu beschäftigen gehabt, lesen Sie hierzu mehr:

Der Sachverhalt

Im konkreten Fall hatte ein Unternehmen auf Basis der Vorschrift des § 7 Abs. 3 UWG Werbenachrichten an einen Bestandskunden übermittelt. Der Bestandskunde hatte in der Folge dem Unternehmen gegenüber mitgeteilt, keine Werbung mehr an eine von ihm explizit benannte E-Mail-Adresse bekommen zu wollen. An diese Adresse hat der Kunde auch keine weiteren Werbe-Mails mehr erhalten. Doch es gingen Newsletter an andere beim Unternehmen hinterlegte E-Mail-Adressen des Kunden heraus. Diese elektronischen Postfächer hatte das Unternehmen offensichtlich im Rahmen der bisherigen Geschäftsbeziehung ebenfalls erhalten und gespeichert. Unzufrieden mit den erneuten Werbe-Mails ging der Kunde gegen das Unternehmen vor.

Problemstellung

Das Kammergericht hatte nun zu entscheiden, wie es sich mit E-Mail-Adressen verhält, die neben der konkret in der Newsletter-Abmeldung genannten beim Unternehmen gespeichert sind. Müssen **sämtliche Adressen** auf die Blacklist gesetzt werden oder reicht es aus, wenn **die vom Kunden im Widerspruch genannte Mail-Adresse** gesperrt wird? Dürfen dann an die anderen gespeicherten Mail-Adressen weiterhin Werbe-Mails rausgehen?

Newsletter nur für Bestandskunden und unter engen Voraussetzungen

Prinzipiell dürfen Unternehmen Bestandskunden nach § 7 Abs.3 UWG dann per E-Mail bewerben, wenn ein Unternehmen die E-Mail-Adresse des Kunden im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung erhalten hat und das Unternehmen nur für ähnliche Waren oder Dienstleistungen wirbt. Außerdem darf ein Bestandskunde der Verwendung zu Werbezwecken nicht widersprochen haben und muss bei der Erhebung der E-Mail-Adresse und bei jeder ihrer Verwendung klar und deutlich darauf hingewiesen worden sein, dass er der weiteren Versendung von Newslettern jederzeit widersprechen kann. Dabei dürfen für ihn keine Kosten über den üblichen Basistarifen entstehen.

Entscheidung des KG Berlin: Keine allumfassende Sperrpflicht

Im vorgenannten Fall ging es jedoch nicht um das weitere Versenden von Werbe-Mails an eine bereits abgemeldete E-Mail-Adresse, sondern um **zusätzlich** gespeicherte Adressen. Das Gericht sprach sich dafür aus, dass sich die Sperrpflicht lediglich auf die im Widerspruch des Kunden **konkret benannte E-Mail-Adresse** beschränkt. Das bedeutet, wenn der Kunde seine web.de-Adresse vom Newsletter abmeldet, er weiterhin Newsletter an seine hotmail.com-Adresse akzeptieren muss.

Möchte der Kunde sicherstellen, dass er generell keine Werbung mehr vom Unternehmen erhält, dann wird es nach der Rechtsprechung des KG Berlin notwendig, dass entweder sämtliche E-Mailadressen genannt werden (die im Bestand des Unternehmens vorhanden sind), an die keine Werbung mehr versandt werden soll oder zu erkennen gegeben wird, dass per se keine Mailwerbung an die Person des Malempfängers übersandt werden soll. Im Ergebnis ist die Entscheidung des KG Berlin zu begrüßen, da es eine Erleichterung für Online-Händler darstellt, nur diejenige(n) E-Mailadresse(n) zu sperren, die vom Widerruf des Kunden konkret benannt worden ist/sind.

Problem: Gibt der Malempfänger zu erkennen, dass generell keine Mailwerbung mehr übersandt werden soll, kann der Versender nicht mit Sicherheit feststellen, welche E-Mailadressen im Bestand der konkreten Person zuzuordnen sind. **Tipp:** In diesem Fall empfiehlt sich eine Nachfrage beim Malempfänger hinsichtlich der konkreten E-Mailadressen, die vom Widerruf umfasst sein sollen.

Fazit

Wenn bei einem Unternehmen eine Widerspruchsmeldung eingeht, trifft den Werbenden keine grundsätzliche Sperrpflicht. Die Sperrung erfasst nur die vom Mailempfänger konkret benannte(n) E-Mailadresse(n). Ausnahme: Gibt der Kunde allerdings unmissverständlich zu verstehen, dass er an keine der beim Unternehmen gespeicherten elektronischen Postfächer mehr Werbeinhalte erhalten will, dann trifft den Werbenden eine umfassende Sperrpflicht und er darf den Kunden über gar keine der gespeicherten E-Mail-Adressen mehr kontaktieren.

Autor:

Katharina Meißner

(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)