

von Daniel Röder

Berechtigtes Feedback oder unzumutbare Belästigung? LG Hannover zu Kundenzufriedenheitsbefragungen per E-Mail

Mit seinem Urteil vom 21.12.2017 (Az.: 21 O 21/17) stellte das LG Hannover fest, dass Kundenzufriedenheitsbefragungen per E-Mail ohne Einwilligung des Verbrauchers in eine solche Kontaktaufnahme unzulässig sind, sofern nicht andere gesetzliche Normen eine Verwendung der durch den Verbraucher zur Verfügung gestellten Kontaktdaten für diesen Zweck billigen.

Sachverhalt

Die Klägerin (Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main e. V) mahnte die Beklagte (Händlerin im Internethandel, mit Waren vornehmlich aus dem EDV-Bereich) wegen einer unzulässigen geschäftlichen Handlung gem. § 7 Abs. 1 S. 1, Abs. 2 Nr. 3 UWG ab und forderte die Beklagte zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung auf. Ein Kunde tätigte über Amazon eine Bestellung bei der abgemahnten Händlerin. Wenig später erhielt dieser eine E-Mail mit Details zur Firma der Beklagten, eine Rechnung sowie deren Datenschutzerklärung. Der Grund für die Abmahnung stellte folgende Passage einer E-Mail mit dem Betreff „Ihre Meinung zählt“ dar, welche dem Verbraucher nach dessen Kauf zugesendet wurde:

“

"Sie haben kürzlich bei uns ein Produkt gekauft. Dafür möchten wir uns noch einmal bedanken. Falls Sie mit dem Produkt zufrieden sind würden wir uns über ein kurzes Feedback freuen. Sollten Sie Fragen zu Ihrem Produkt haben oder auf ein Problem gestoßen sein, stehen Ihnen mein Team und ich jederzeit sehr gern zur Verfügung. Wir wünschen Ihnen viel Vergnügen mit ihrem neuen Artikel und hoffen Sie bald wieder als Kunden auf Amazon begrüßen zu dürfen. (...)"

”

Da die Beklagte die Abgabe einer Unterlassungserklärung mit Schreiben ablehnte, wurde Klage vor dem LG Hannover erhoben.

Urteil des LG Hannover

Das LG Hannover gab der Klage mit Urteil vom 21.12.2017 (Az.: 21 O 21/17) statt. Der Klägerin stehe gegen die Beklagte ein Anspruch auf Unterlassung der Werbung in Form der streitgegenständlichen E-Mail aus §§ 8 Abs. 1, 7 Abs. 1 S. 1, Abs. 2 Nr. 3 UWG zu.

Die Versendung der vorliegenden E-Mail sei als unzulässige geschäftliche Handlung im Sinne des § 7 Abs. 1 S. 1 UWG einzustufen, durch welche ein Marktteilnehmer in unzumutbarer Weise belästigt werde. Nach § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG liege eine unzumutbare Belästigung bei Werbung unter Verwendung elektronischer Post dann vor, wenn keine im Vorfeld eingeholte ausdrückliche Einwilligung des Adressaten vorgewiesen werden könne.

„Werbung“ im allgemeinen Sprachgebrauch sei jedes Tätigwerden des Unternehmers, wenn auf die Absatzförderung der jeweiligen Waren/Dienstleistungen abgezielt werde (unmittelbare Werbung). Auch mittelbare Absatzförderung, z.B. durch Sponsoring, sei vom Begriff der Werbung erfasst. Somit falle unter den Begriff der Werbung jede Äußerung beim Betreiben eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem Zweck, den Absatz von Waren/Dienstleistungen zu fördern.

Im konkreten Fall nahm das LG Hannover das Vorliegen mittelbarer Werbung an, da die streitgegenständliche E-Mail der Kundenbindung diene, weil der Kunde ermutigt würde, neue Käufe über den Unternehmer abzuwickeln. Daher sei die Werbung mittelbar auf die Förderung der Geschäfte gerichtet. Auch liege keine ausdrückliche Einwilligung des Adressaten gemäß § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG vor, welche die streitgegenständliche E-Mail legitimieren könne.

Des Weiteren seien die Voraussetzungen des Ausnahmetatbestands nach § 7 Abs. 3 UWG nicht gegeben, so das LG. Die Voraussetzungen, welche von einer unzumutbaren Belästigung bei einer Werbung unter Verwendung elektronischer Post (E-Mail) wegführen, lauten wie folgt:

“

1. Der Unternehmer muss die im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung von dem Kunden dessen elektronische Postadresse erhalten haben
2. Weiter muss der Unternehmer die Adresse zur Direktwerbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen verwendet haben
3. Der Kunde darf der Verwendung nicht widersprochen haben
4. Der Kunde muss bei Erhebung der Adresse und bei jeder Verwendung klar und deutlich darauf hingewiesen werden, dass er der Verwendung jederzeit widersprechen kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen

”

Laut dem LG Hannover seien die Voraussetzungen des § 7 Abs. 3 Nr. 1-4 UWG nicht gegeben. Alleine schon fraglich sei, ob die Beklagte die elektronische Postadresse (E-Mail-Adresse) vom Kunden erhalten habe. Weiter sei der Kunde weder bei Erhebung der Adresse noch bei der Verwendung der Adresse durch Versendung der streitgegenständlichen E-Mail klar und deutlich aufgeklärt worden, dass er der Verwendung jederzeit widersprechen könne. Daraus ergebe sich, dass der Ausnahmetatbestand des § 7

Abs. 3 UWG nicht erfüllt sei, mithin eine unzulässige geschäftliche Handlung im Sinne des § 7 Abs. 1 S. 1 UWG vorliege.

Fazit

Kundenzufriedenheitsbefragungen per E-Mail ohne Einwilligung des Verbrauchers in eine solche Kontaktaufnahme können leicht als unzulässige geschäftliche Handlung im Sinne des § 7 Abs. 1 S. 1 UWG zu klassifizieren sein. Da es sich bei sog. Kundenzufriedenheitsbefragungen um (mittelbare) Werbung handelt, ist zu deren Rechtskonformität eine vorherige ausdrückliche Einwilligung des Adressaten nötig, vgl. § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG. Der Ausnahmetatbestand des § 7 Abs. 3 UWG normiert Voraussetzungen, welche bei Erfüllung - abweichend von § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG - eine unzumutbare Belästigung bei einer Werbung unter Verwendung von E-Mails ausschließt.

Autor:

Daniel Röder

(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)