

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

BGH: Kundenzufriedenheitsanfrage via Rechnungs-mail nur mit Einwilligung

Gute Kundenbewertungen sind oft das Zünglein an der Waage, wenn es darum geht den Kunden für sich zu gewinnen. Umso mehr begeben sich Händler auf Bewertungsfang. Aber Vorsicht: Wer zur Abgabe einer Kundenzufriedenheitsanfrage beim Kunden proaktiv anfragen will, der muss sich an bestimmte Regeln halten. Denn: Die Kundenzufriedenheitsanfrage per E-Mail stellt **Werbung** dar, welche nur dann an den betreffenden Kunden übersendet werden darf, wenn diesbezüglich vorab eine **ausdrückliche Einwilligung** des Kunden eingeholt wurde. Dies gilt auch für den Fall, dass diese Anfrage in der Rechnungs-mail an den Kunden verpackt wird (BGH, Urteil vom 10.07.2018, VI ZR 225/17).

I. Kundenzufriedenheitsanfrage = Werbung?

Der BGH-Entscheidung lag folgende Konstellation zu Grunde: Der Händler, in dem Fall auf der Plattform Amazon, hat an den Kunden in der per mail übermittelten Rechnung eine Kundenzufriedenheitsanfrage versteckt – sprich: In der Rechnungsmail wurde der Kunde aufgefordert/angefragt doch über den Verkäufer eine möglichst positive Bewertung anzugeben.

Rechtlich gesehen ist das Verschicken entsprechender Anfragen dann problematisch, wenn es sich um Werbung handelt: Werbung mittels elektronischer Post an Verbraucher ist nach § 7 Absatz 2 Nr. 3 UWG unlauter, wenn der Adressat im Vorhinein nicht ausdrücklich darin eingewilligt hat.

Zwar gibt es vereinzelt Gerichtsentscheidungen, die in einer Feedbackanfrage ohne Einwilligung keinen Wettbewerbsverstoß sehen - erwähnt sei hier etwa das Landgericht Coburg (Urt. vom 17.02.2012, Az.: 33 S 87/11) mit der Begründung, dass der Versand von Bewertungsanfragen schon keine unzumutbare Belästigung für den Adressaten darstellt. Der BGH (Urteil vom 10.07.2018, VI ZR 225/17) hat nun zu dieser Thematik Stellung genommen und festgestellt: Die Kundenzufriedenheitsanfrage ist als Werbung einzustufen.

Wenngleich die Aufforderung zur Abgabe einer Bewertung zunächst nicht wie eine Werbung wirken möge, so dient diese Maßnahme doch zur Kundenbindung und Absatzförderung im weitesten Sinne. Denn durch gute Händlerbewertungen wird der Absatz gesteigert, da sich gute Bewertungen eines Händlers auf den Absatz auswirken.

II. Auch Kundenzufriedenheitsanfrage in Rechnung einwilligungspflichtig

Zusätzlich hat der BGH auch zu kombinierten Kundenbewertungsanfragen geurteilt: Die Kundenzufriedenheitsanfrage fällt auch dann unter den Begriff der Werbung, wenn die Anfrage in einer per E-Mail übermittelten Rechnung für ein zuvor gekauftes Produkt erfolgt.

Es ist also auch eine in der Rechnung versteckte Kundenzufriedenheitsanfrage einwilligungspflichtig, auch wenn die Zusendung der Rechnung an sich nicht einwilligungspflichtig ist.

Der BGH bejahte hier also einen Unterlassungsanspruch wegen der Verletzung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts. Den Weg über das UWG war hier verwehrt, da es an einer Mitbewerberstellung fehlte, da sich der Kunde gewehrt hatte.

Wichtig: Die Rechnung muss also zwingend immer frei von jeglicher Art von jeglicher Werbung sein, sofern der Empfänger nicht zuvor ausdrücklich eingewilligt hat.* Händler sind angehalten hier Ihre Vorlagen in der Kundekommunikation zu überarbeiten – und ggf. auch zu prüfen, wie dies ggf. automatisiert auf den Handelsplattformen wie Amazon & Co. gehandhabt wird. Im Zweifel wird hier nämlich natürlich der Händler in die Verantwortung genommen.

Auch interessant in diesem Zusammenhang sind die weiteren unterinstanzlichen Entscheidungen, welche wir [hier](#) und [hier](#) besprochen haben.

III. Exkurs: Ausnahmegvorschrift – aber keine Anwendung bei Kundenzufriedenheitsanfrage

Es bedarf nicht immer eine Einwilligung bei Versendung von Werbemails. Das Gesetz erwähnt in § 7 Abs. 3 UWG eine Ausnahme von diesem Einwilligungsvorbehalt: Danach wäre für eine Versendung einer E-Mail mit werblichen Inhalt zulässig, wenn

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

Sofern also diese Voraussetzungen vorliegen, kann der Versender auf eine Einwilligung verzichten.

Aber: Auf die Ausnahme aus § 7 Abs. 3 UWG können sich Händler in Sachen Kundenzufriedenheitsanfrage nicht berufen. Gemäß dieser Ausnahmegvorschrift wäre für eine zulässige Versendung einer E-Mail mit werblichen Inhalt ua. Voraussetzung, dass der Unternehmer an die Kunden E-Mail-Adresse lediglich Direktwerbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen übersendet.

Das Anschreiben an einen Kunden zur Kundenzufriedenheitsanfrage sehen wir aber nicht als eine solche Direktwerbung an, da die Bewertung von Produkt oder Unternehmen darüber doch klar hinausgeht.

Davon abgesehen: In der Praxis ist die Einhaltung dieser Ausnahmevorschriften oft schwer nachweisbar bzw. komplex, da es sich um mehrere Voraussetzungen handelt, die kumulativ vorliegen müssen. Hier können leicht Fehler passieren und selbst wenn alle Voraussetzungen erfüllt sind, müssen diese vom Versender, also dem Händler, auch nachgewiesen werden im Zweifel.

Wer also auf Nummer sicher gehen will, der sollte sich eine Einwilligung holen.

Tipp: Wie genau der Händler am Besten zu einer Einwilligung des Kunden kommt und was er dabei zu beachten hat findet sich in diesem [Beitrag](#).

IV. By the way: shopVote

Anlässlich dieser BGH-Entscheidung in Sachen Werbe-mails und Bewertungsanfrage dürfen wir auf den sinnigen Service von shopVote hinweisen.

Kundebewertungsanfrage: Automatisierter Prozess der Easy-Review Funktion

shopVote bietet im Zusammenhang mit Kundebewertungsanfragen einen entscheidenden Vorteil: Die abmahnsichere Easy-Review-Funktion im Kundenbewertungssystem von ShopVote bietet Händlern eine einfache und automatisierte Möglichkeit Kundenbewertungen zu sammeln. Diese ist direkt in den Bestellprozess integriert, ohne dass der Händler hier selbst noch Hand anlegen müsste. Kunden werden direkt nach dem Einkauf in Ihrem Onlineshop gefragt, ob sie nach erfolgter Lieferung eine Bewertung zu dieser Transaktion abgeben möchten – und dies datenschutzkonform (DSGVO), rechtssicher und transparent.

Der Händler muss sich also gerade nicht selbst Gedanken zur Einwilligung und deren rechtssicherer Umsetzung machen – dies geschieht bei Nutzung von shopVote automatisiert.

Vorteil: shopVote

Und weil wir gerade dabei sind – der kostenfreie Service von shopVote hat natürlich noch zahlreiche weitere Vorteile zu bieten:

- unbegrenzter Zugriff auf alle Basis- & Premiumfunktionen für Shopbewertungen
- keinerlei Kosten (auch keine versteckten) und das dauerhaft!
- unlimitierte Anzahl von Shopbewertungen kostenfrei sammeln
- [Bewertungs-Sterne in Google AdWords™](#)
- [Bewertungs-Sterne bei Google Shopping™](#)
- [Bewertungs-Sterne für organische Suchergebnisse](#)

- [Ansprechende Bewertungsgrafiken \(z.B. schwebendes Badget\)](#)
- [Vielfältige Darstellungs- & Integrationsmöglichkeiten der Bewertungssterne](#)
- [AllVotes](#): ShopVote-Bewertungen & externe Bewertungen in einer Grafik
- [Bedarfsgerechte, flexible Bewertungskriterien](#)
- [EasyReviews](#): Rechtssicher, vollautomatisch, Bewertungen sammeln
- [ReviewTab](#): Ihre Bewertungen auf Ihrer Facebook-Präsenz
- Zukünftige Premium-Funktion für Shopbewertungen ebenfalls kostenfrei

Tipp: ShopVote kann jetzt auch Produktbewertungen

Mit dem Bewertungsportal ShopVote können neben Shopbewertungen nun auch [Produktbewertungen](#) gesammelt werden.

Die Nutzung des Bewertungsportals shopVote bietet die IT-Recht Kanzlei ihren Mandanten inkludiert an – und das kostenfrei. Weitere Infos zum Thema shopVote finden Sie [hier](#).

V. Fazit

Wer Kunden dazu bewegen will Bewertungen abzugeben, muss regelmäßig hierzu die Einwilligung beim Kunden abholen. Unzulässig ist es dabei, eine solche Kundenzufriedenheitsanfrage in einer Rechnung zu platzieren, denn auch dies wird als Werbung gesehen und ist abmahnbar. Auf die Ausnahmeregelung des § 7 Abs. 3 UWG kann sich der Versender von Kundenbewertungsanfragen übrigens nicht berufen, da solche Anfragen nicht von dieser Ausnahmenvorschrift gedeckt sind.

Wer es einfach und sicher will: Der nutzt die automatisierte Funktion easy-Review von shopVote – einem kostenfreien Service für Mandanten der IT-Recht Kanzlei.

Autor:

RA Felix Barth

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement