

von Sarah Freytag

## LG Frankfurt a.M. : Kein "Freischuss" für "Ausreißer" - Persönlich adressierte Briefwerbung trotz Verbraucherwiderspruch ist Wettbewerbsverstoß

Auch wenn bei der Briefwerbung gegenüber Verbrauchern weniger strenge Anforderungen gelten als bei der Mailwerbung und so insbesondere nicht vorher die ausdrückliche Einwilligung des Empfängers einzuholen ist, so gilt dort zumindest eine Widerspruchslösung und heißt ein „Nein“ auch eindeutig „Nein“. Wie das LG Frankfurt a.M. jüngst entschied, stellt das Sichhinwegsetzen über einen ausdrücklich geäußerten Widerspruch in den Erhalt von persönlich adressierter Briefwerbung eine abmahnbare unzumutbare Belästigung dar. Die IT-Recht Kanzlei stellt das Urteil vor.

### I. Der Sachverhalt

Eine Bank verschickte an eine Verbraucherin per Brief Werbung für ein Girokonto, obwohl diese zuvor per Mail ausdrücklich gefordert hatte, keine Briefwerbung mehr von dem Kreditinstitut erhalten zu wollen.

Die Klägerin, eine qualifizierte Einrichtung zum Schutz von Verbraucherinteressen, nahm daraufhin die Bank auf Unterlassen in Anspruch.

### II. Das Urteil: Werbewiderspruch indiziert unzumutbare Belästigung

Das Landgericht Frankfurt gab der Klägerin mit Urteil vom 28.02.2019 (Az. 2-03 O 337/18) Recht und verurteilte die Beklagte, es zu unterlassen, an einen Verbraucher Briefwerbung zu versenden, wenn der Verbraucher zuvor der Versendung von Werbeschreiben ausdrücklich widersprochen hat. Der Unterlassungsanspruch ergebe sich aus § 7 Absatz 1 Satz 2 UWG.

## 1. Anwendbarkeit des § 7 Absatz 1 Satz 2 UWG

Dabei betonte das Gericht, dass die Vorschrift aus § 7 Absatz 1 Satz 2 UWG neben dem § 7 Absatz 2 Nummer 1 UWG Anwendung finde. Nach § 7 Abs. 1 Satz 2 UWG liegt eine unzumutbare Belästigung in dem Versand von (Brief)werbung insbesondere dann, wenn der Verbraucher diese nicht wünscht.

## 2. Unzumutbare Belästigung bei Widerspruch gegen persönlich adressierte Briefwerbung indiziert

Die Zusendung des Werbeschreibens stelle, so das Gericht, eine unzumutbare Belästigung dar. Zwar führe unerwünschter Briefwerbung nicht per se zu einer unzumutbaren Belästigung, jedoch sei im vorliegenden Fall zu berücksichtigen, dass die Unzumutbarkeit durch den Widerspruch des Adressaten indiziert werde. Diese Indizwirkung entfalle auch nach der hier durchgeführten und erforderlichen Interessensabwägung nicht. Die Interessensabwägung führe hier zu einem Vorrang der Interessen der Verbraucherin. Dies sei vor allem damit zu begründen, dass es sich hier um einen für die Beklagte erkennbaren Fall der unerwünschten Werbung handele.

## 3. Unterschied zum Urteil des Landgericht Dortmund

Im Unterschied zum Urteil des Landgerichts Dortmund vom 22.12.2016 (Az. 3 O 110/16), läge hier insbesondere kein im Rahmen des § 7 Absatz 1 Satz 2 UWG tolerierbarer "Ausreißer" vor. Ein sogenannter "Freischuss" für einen erstmaligen Verstoß gegen § 7 UWG sei gerade nicht vom Gesetzgeber intendiert. Das Landgericht Dortmund urteile damals, dass ein einmaliger Ausreißer bei Postwurfsendungen noch zu keiner unzumutbaren Beeinträchtigung des Verbrauchers führen würde. Den entscheidenden Unterschied sah das Landgericht Frankfurt a.M. in der Adressierung der Einwurfschreibung. Eine individuelle Adressierung der Werbesendungen erlaube es dem Werbenden, leichter ein System vorzuhalten, welches effektiv und zuverlässig verhindere, dass Verbraucher die dem Empfang von Werbung widersprochen haben, Zusendungen erhalten.

## III. Fazit

Für den Versand von individuell adressierter Briefwerbung gilt nach dem Urteil des LG Frankfurt a.M. ein strengerer Sorgfaltsmaßstab als für unadressierte Einwurfschreiben. Bereits ein erstmaliger Versand nach ausdrücklich geäußertem Widerspruch kann einen Unterlassungsanspruch begründen. Für den Versand von Briefwerbung ist in der Praxis in jedem Fall unbedingt darauf zu achten, dass Verbraucher, die dem Erhalt von Werbung widersprochen haben, auch konsequent keine Werbesendungen erhalten dürfen. Hierzu müssen interne Vorkehrungen getroffen werden, die derartige Verstöße bereits im Vorfeld verhindern.

Autor:

**Sarah Freytag**