

Online-Marketing

BERATUNGSBRIEF VON TORSTEN SCHWARZ

AUSGABE 04/2010 – APRIL



www.Online-Marketing-Experts.de

Sonderdruck Beratungsbrief Ausgabe April 2010

Holen Sie sich Ihren Online-Marketing-Experten ins Haus

Mit dem Beratungsbrief von Dr. Torsten Schwarz

Der innovative Fachinforma- tionsdienst:

- Beratungsbrief für neue Impulse und Tipps
- Online-Wissensdatenbank für aktuelle Recherchen und Problemlösungen

Testen Sie jetzt im
2-Monats-Abo



www.Online-Marketing-Experts.de

Vorsicht bei gekauften Adressen

Bekanntlich ist der Versand einer Werbe-E-Mail nur zulässig, wenn eine ausdrückliche Einwilligung des betroffenen Empfängers vorliegt. Fehlt diese, ist das Versenden von Werbe-E-Mails als sogenannte „unzumutbare Belästigung“ grundsätzlich wettbewerbswidrig, und aus einem Verstoß können Unterlassungsansprüche gegen das versendende Unternehmen erwachsen.

Von Dr. Martin Schirnbacher

Wer daher eine Adressen-Datenbank für Werbezwecke selbst aufbaut, benötigt vor dem Versand der ersten werbenden E-Mail die Einwilligung des Adressaten. Auch bei gekauften Adressen ist Vorsicht geboten.

Dies zeigt das zur Frage der Haftung für gekaufte Adresslisten ergangene Urteil des OLG Düsseldorf vom 24.11.2009 (Az. I-20 U 137/09). Das Gericht hat entschieden, dass sich der Ankäufer von E-Mail-Adressdaten nicht mit einer allgemein gehaltenen Zusicherung des Veräußerers, dass das Adressmaterial zur E-Mail-Werbung geeignet ist, begnügen darf, sondern die Wirksamkeit von Werbe-Einwilligungen selbst überprüfen muss.

Ankauf von Adresslisten

Im konkreten Fall betrieben beide Parteien des Rechtsstreits Reiseportale im Internet. Die Antragsgegnerin erwarb eine Kundenkartei samt E-Mail-Adressen und nutzte diese für eigene Werbezwecke. Der Veräußerer hatte ausdrücklich zugesichert, dass für alle erworbenen Adressen eine wirksame Einwilligung vorliege. Daraufhin versandte die Beklagte insgesamt 360.000 werbende E-Mails.

E-Mail-Versand ohne Einwilligung

Eine in der Kundenkartei enthaltene Person erhielt von der Antragsgegnerin eine werbende E-Mail, ohne dass sie in den Erhalt von Werbe-E-Mails eingewilligt hatte. Daraufhin begehrte die Antragstellerin als Mitbewerberin der Antragsgegnerin von dieser Unterlassung des Versands von Werbe-E-Mails ohne vorherige ausdrückliche Einwilligung der Empfänger.

Das Landgericht Kleve hat den Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung zunächst abgelehnt. Die Antragstellerin hatte jedoch im Berufungsverfahren Erfolg.

Allgemeine Zusicherung genügt nicht

Nach Auffassung des OLG Düsseldorf hätte sich insbesondere der Geschäftsführer der Antragsgegnerin nicht auf die allgemein gehaltene Zusicherung des Verkäufers der E-Mail-Adressen verlassen dürfen. Jener hatte neben der Gesellschaft persönlich auf Unterlassung. Dies folge insbesondere daraus, dass er bei Übernahme des Adressbestandes bzw. spätestens bei Veranlassung der Werbeaktion keine Maßnahmen getroffen hat, um unlautere E-Mail-Werbung zu verhindern. Ein blindes Vertrauen in die Zusicherung des Verkäufers führe zur direkten Haftung des Ankäufers. Dieser müsse die angeblichen Werbeeinwilligungen überprüfen und könne die Verantwortung nicht auf Dritte abschieben.

Auch wenn der Geschäftsführer die Werbeaktion nicht selbst durchgeführt hat, habe er den Betrieb nicht derart organisiert, dass sichergestellt war, dass E-Mail-Werbung

lediglich an diejenigen Personen versandt wurde, die zuvor auch eine Einwilligung ausdrücklich erklärt hatten.

Erforderlichkeit einer zumindest stichprobenartigen Überprüfung

Das Gericht hielt Maßnahmen zur Überprüfung der Einwilligungen, seien sie auch nur stichprobenartig, für erforderlich. Im konkreten Fall war eine solche Prüfung auch sehr wohl möglich. Zwar sei eine telefonische Überprüfung der einzelnen gekauften Adressen auf Einwilligung des Betroffenen nicht zwingend erforderlich. Vielmehr genüge auch eine Überprüfung der gespeicherten Daten des jeweiligen Kunden. Zu berücksichtigen sei dabei, dass die Einwilligung des Kunden nach § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG (Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb) „ausdrücklich“ erfolgt sein muss, was der Versender auf irgendeine Weise zu dokumentieren bzw. im Streitfall zu beweisen habe.

Fazit: Folglich ist dem Ankäufer eines E-Mail-Adressbestandes zu raten, das Vorliegen der Einwilligungen zumindest stichprobenartig möglichst schon vor Vertragsschluss zu überprüfen, um sich nicht etwaigen Abmahnungen von Wettbewerbern oder Verbraucherschutzverbänden oder Unterlassungsklagen von Betroffenen ausgesetzt zu sehen.

Zudem empfiehlt es sich, in Adresskauf- oder Adressmietverträgen stets eine Zusicherung hinsichtlich der ausdrücklichen Einwilligung der E-Mail-Empfänger aufzunehmen und Regelungen für den Fall von Abmahnungen zu treffen. Auf diese Weise kann der Ankäufer der Daten den Verkäufer wenigstens wegen der finanziellen Folgen einer möglicherweise unlauteren E-Mail-Werbung in Regress nehmen.

Zum Autor: Dr. Martin Schirnbacher

ist Fachanwalt für IT-Recht bei HÄRTING Rechtsanwälte in Berlin. Schwerpunkt seiner Tätigkeit ist die vorwiegend beratende Begleitung von Unternehmen aus vielen Bereichen der Technologie. Er berät beispielsweise Software-Unternehmen bei Vertragsverhandlungen, prüft Online-Geschäftskonzepte und Marketingideen und begleitet innovative Geschäftsideen vom Schutz der Idee über die Erstellung von Allgemeinen Geschäftsbedingungen bis zur Beilegung etwaiger Streitigkeiten.

