

Gutschein per E-Mail - unzulässige Werbung?

Das Landgericht Frankfurt a.M. hat entschieden, dass ein Gutscheinversand per E-Mail eine unzumutbare Belästigung im Sinne des Wettbewerbsrechts darstellt, wenn keine Einwilligung des Empfängers vorliegt und im Rahmen einer Kundenbeziehung nicht „eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen“ beworben werden, sondern die gesamte Produktpalette.

Ein Verbraucher kaufte bei einem Online-Shop einen „Gaming-Stuhl“. Eine ausdrückliche Einwilligung in den Erhalt von Werbung per E-Mail wurde nicht erteilt.



© focus online - Fotolia.com

094325716

Einige Zeit später schickte der Händler dem Kunden eine E-Mail mit folgendem Inhalt:

„(...) seit Ihrem letzten Einkauf ist einige Zeit vergangen. Wir würden uns freuen, Sie wieder einmal in unserem Shop begrüßen zu dürfen. Dafür schenken wir Ihnen einen 5-Euro-Gutschein, den Sie nach Ihren Wünschen in unserem Shop einlösen können. (...) Beste Auswahl: Etwa 150.000 Artikel erwarten Sie - alles in nur einem Shop! (...)“

Ein Wettbewerbsverein störte sich an der Tatsache, dass der Werbe-E-Mail keine Einwilligung seitens des Kunden zugrunde lag. In der Folge mahnte der Verein den Händler ab und forderte die Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung. Dem kam der Online-Händler nicht nach, so dass der Fall dem LG Frankfurt a. M. zur Entscheidung vorgelegt wurde.

Die Entscheidung des LG Frankfurt a.M.

Das LG Frankfurt a. M. stellte mit [Urteil vom 22.03.2018 - Az. 2-03 O 372/17](#) fest, dass die Versendung des Gutscheins per E-Mail im konkreten Fall eine unzumutbare Belästigung im

Sinne des Wettbewerbsrechts darstellt. Dem Einwand des Händlers, dass der Ausnahmetatbestand des § 7 Abs. 3 UWG erfüllt sei, erteilten die Richter eine Absage.

Danach muss die Direktwerbung per E-Mail neben weiteren Voraussetzungen für „eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen“ erfolgen. Insofern müsse die Werbung im Hinblick auf die bereits gekauften Waren oder Dienstleistungen erfolgen, die beworbene Waren oder Dienstleistung müsse dem gleichen erkennbaren oder doch typischen Verwendungszweck oder Bedarf des Kunden entsprechen, so das Gericht. Dann sei davon auszugehen, dass der Durchschnittskunde die Werbung nicht als Belästigung, sondern als nützliche Information auffasse.

Dies war nach Auffassung des Gerichts nicht der Fall. Vorliegend hatte der Kunde einen „Gaming-Stuhl“ bestellt. In der E-Mail wurde jedoch die gesamte Produktpalette des Händlers beworben („*Etwa 150.000 Artikel erwarten Sie*“). Der beworbene Inhalt sei damit umfassend und gehe über das vom Empfänger der E-Mail gekaufte Produkt oder auch ähnliche Produktkategorien und Zubehör hinaus.

Fazit

Sofern keine ausdrückliche Einwilligung zum Versand von E-Mail-Werbung vorliegt, kann die Werbung dennoch zulässig sein, wenn sie bei Erfüllung weiterer Kriterien im Rahmen einer Kundenbeziehung für „eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen“ im Hinblick auf das vom Kunden bestellte Produkt genutzt wird. Dies gilt auch bei Versand eines Gutscheins per E-Mail. Ein Verweis auf ein darüber hinausgehendes Sortiment des Unternehmens ohne Einwilligung des Empfängers ist dagegen unzulässig.