



Werbemails und Spammails

Belästigungen durch elektronische Post

Im Zusammenhang mit Werbemails und Spammails ist § 7 UWG zu beachten. Denn § 7 UWG regelt, dass eine geschäftliche Handlung, durch die ein Marktteilnehmer in unzumutbarer Weise belästigt wird, unzulässig ist und dies insbesondere für Werbung gilt, obwohl erkennbar ist, dass der angesprochene Marktteilnehmer diese Werbung nicht wünscht. Unter Werbung wird dabei jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem Ziel verstanden, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen zu fördern.

§ 7 UWG hat das Ziel, dass die Handlungen verboten werden, die allein durch ihre Art und Weise schon als belästigend empfunden werden können und deren Inhalt deshalb keine Rolle mehr spielt [vgl. Begründung des Regierungsentwurfs zum UWG, BT-Drucks. 15/1487, S. 20].

In Bezug auf Werbemails und Spammails legt § 7 UWG fest, dass eine unzumutbare Belästigung stets anzunehmen ist bei Werbung unter Verwendung elektronischer Post, ohne dass eine vorherige ausdrückliche Einwilligung des Adressaten vorliegt.

Wenn ein Verein seine E-Mail-Adresse auf seine Homepage stellt, ist darin nach Ansicht des BGH [Urteil v. 17.07.2008 - I ZR 197/05] keine stillschweigende Einwilligung in die Übermittlung von Anfragen mit kommerziellen Inhalt zu sehen. Denn an das Vorliegen einer stillschweigenden Einwilligung sind gewisse Voraussetzungen geknüpft, die mit der Einrichtung einer E-Mail-Adresse und dem Veröffentlichen dieser Adresse auf der Vereinshomepage nicht erfüllt sind. Die vom Verein eingerichtete E-Mail-Adresse dient nämlich zur Kontaktaufnahme mit dem Verein. Das gleiche gilt auch dann, falls der Verein auf seiner Homepage beispielsweise in begrenztem Umfang gegen Entgelt Fanartikel anbieten sollte; denn dies ist nicht als eigentlicher Vereinszweck anzusehen, sondern stellt sich als untergeordnetes Hilfsgeschäft dar.

Möchte der Verein selbst Werbemails oder einen Newsletter verschicken hat er sich auf gewisse Sorgfaltspflichten einzustellen und diese umzusetzen. Zu empfehlen ist das sogenannte „Double-Opt-In-Verfahren“. Bei diesem Verfahren wird demjenigen, der zum Beispiel einen Fanartikel auf der Vereinswebsite bestellt, per E-Mail bei seiner Anmeldung ein Bestätigungslink zugesandt. Diesen Link muss er dann anklicken. Danach erst erhält er weitere Informationen. Aber auch bei einem Double-Opt-In-Verfahren sollten die Vorgänge am besten dokumentiert werden [vgl. BGH 10.02.2011, - I ZR 164/09]; d.h. den Versandzeitpunkt der Bestätigungsmail und Datum und Uhrzeit des Anklickens des Bestätigungslinks notieren sowie festhalten, dass eine korrekte Durchführung des Verfahrens stattgefunden hat.