

# Die Zulässigkeit von E-mail Werbung

Contributed by Sebastian Ritze  
Thursday, 01 March 2001

Das Landgericht Traunstein hat in seinem Beschluß vom 18. Dezember 1997 (2 HKO 3755/97) verfügt, dass "Werbung an Privatleute über E-Mail ohne vorherige Zustimmung der betreffenden Personen zu senden" unzulässig ist. Begründet wird dies mit dem Aufwand der dem Empfänger bei der Aussonderung dieser Werbung entsteht.

Die zwei bekanntesten Urteile zum Thema Werbung durch E-mail sind die des LG Traunstein und des AG Kiel.

## I. Das Urteil des LG Traunstein

Das Landgericht Traunstein hat in seinem Beschluß vom 18. Dezember 1997 (2 HKO 3755/97) verfügt, dass "Werbung an Privatleute über E-Mail ohne vorherige Zustimmung der betreffenden Personen zu senden" unzulässig ist. Begründet wird dies mit dem Aufwand der dem Empfänger bei der Aussonderung dieser Werbung entsteht. Die Erkenntnis, ob es sich um Werbung oder sonstige Korrespondenz handelt, wird regelmäßig erst durch Studium des Inhalts möglich. Eine kurze Überprüfung des Inhaltsverzeichnisses sei nicht ausreichend, da "bei Aussonderung von Werbung ohne Lesen des Textes die Gefahr [besteht], daß auch erwünschte Sendungen vernichtet werden". Eine Anwendung von Filterprogrammen wird durch das Gericht nicht als ausreichende Möglichkeit erachtet der Email Werbung zu begegnen, da auf diesem Wege wichtige Nachrichten verloren gehen können und mit einer Umgehung dieser Filterprogramme seitens der Versender zu rechnen ist.

Unter Berücksichtigung der Tatsache, dass ein weiteres Anschwellen der Werbung durch e-mail zu erwarten ist, "weil sie für die Werbenden besonders attraktiv ist und billig, schnell, gezielt und massenhaft in Wohnungen und Büros gebracht werden kann", kann die Unterlassung dieser Werbung verlangt werden.

## II. Unterlassungsansprüche einer Privatperson gegen die unaufgeforderte Zusendung von Werbemails

Ein Unterlassungsanspruch gegen die unaufgeforderte Zusendung von Emails kann aus §§ 1004, 823 BGB analog geltend gemacht werden. In der Literatur wird dies von Schmittmann abgelehnt. Danach liegt keine vergleichbare Situation mit der Telefax-Werbung vor, da keine Wirtschaftsgüter des Empfängers betroffen sind und "nur" Zeit, Arbeitsaufwand und Speicherplatz blockiert würden.

## III. Grundsätzliches zu Thema Werbemails:

Nachfolgende Ausführungen richten sich an die Nutzer, die sich mit der Thematik eingehender befassen wollen.

Der Kläger kann die Klage an das zuständige Gericht des Ortes einreichen, in dem er die Email erhalten hat. Die prozessualen Vorschriften (§ 32 ZPO) knüpfen jeweils an den Begehungsort der angegriffenen Handlung an. Zuständig ist danach das Gericht, in dessen Bezirk irgendein Tatbestandsmerkmal verwirklicht ist. Bei Versendung einer e-mail ist dies jedenfalls auch der jeweilige Standort des Empfangscomputers, also dort, wo die e-mail gelesen wurde.

Zur Beurteilung der Zulässigkeit von Werbemails wird - so auch durch das LG Traunstein - Werbung in vergleichbaren Medien herangezogen, wie z.B. bei Briefkasten-, Telefon-, Telex-, Teletex-, Telefax- und BTX-Werbung.

Folgende Gründe sprechen (teilweise) für einen Unterlassungsanspruch einer Privatperson, an den unaufgefordert Werbemail geschickt wird:

### Die Kostenfrage:

Die Abfrage von Emails ist mit Kosten verbunden. So hat der Kunde je nach Anbieter z.B. Telefonkosten und Providerkosten zu tragen. Dies wird bei Fikentscher/ Möllers als entscheidendes Argument für die Unzumutbarkeit von Werbemails dargestellt. Auch wenn der Betroffene über einem IMAP Zugang verfügt, bei dem er feststellen kann, von wem die Nachricht stammt, fallen die Verbindungsentgelte zur Einsicht an - wenn auch diese sehr gering sind. Wie jedoch nachfolgend gezeigt wird, kann es auf die Kostenfrage nicht ankommen.

Die unaufgeforderte Werbung per Telefax stellt nach der Rechtsprechung einen unzulässigen Eingriff in das Eigentum (durch die Verwendung des Faxpapiers) des Empfängers dar. Hingegen entstehen dem Empfänger von Werbemails nur Verbindungskosten für den Abruf seiner Nachrichten. Ein reiner Vermögensschaden (so wie bei der Werbemail) ist jedoch anders als eine Eigentumsverletzung (Faxpapier) nicht ersatzfähig. Entscheidungserheblich war bei den einschlägigen [...] Telefaxurteilen jedoch die Belästigung der Empfänger. Somit sollte auch auf diesen Punkt abgestellt werden und nicht die Kostenfrage. So ist in Zukunft durchaus die Situation denkbar, daß durch eine sog. flatrate (Nutzungsdauer unabhängiger Pauschalbetrag für den Internetzugang) diese Argumentation hinfällig wird. Zusätzliche Kosten entstehen dann nämlich nicht mehr, es sei denn, es wird über das Transfervolumen abgerechnet. Zusammenfassend läßt sich zu dem Punkt der Kostenfrage sagen, daß beim unaufgeforderten Zusenden von Werbeemails "nur" Kosten entstehen, die nicht ersatzfähig sind, das Vermögen als solches nicht von § 823 BGB geschützt wird. Da keine Verletzung vorliegt, kann auch keine Unterlassung gegen zukünftige Werbemails verlangt werden, sofern man seine Argumentation auf die Kostenseite aufbaut. Gewichtiger ist hingegen das nachfolgende Argument.

#### Informationsfreiheit:

Die negative Informationsfreiheit (also Informationen nicht zur Kenntnis nehmen zu müssen) wird durch Werbemails dadurch verletzt, als das es nicht ohne weiteres möglich ist, aus der Kopfzeile bzw. dem Betreff auf den Inhalt der Email zu schließen, zumal dieser teilweise absichtlich falsch gestaltet wird. Hingegen ist es bei postalischen Werbesendung wesentlich einfacher auf den Inhalt zu schließen ohne diesen erst lesen zu müssen. Filterprogramme stellen ebenfalls kein wirksames Mittel dar, unerwünschte Werbemails auszusortieren. Dies wird sowohl bei Fikentscher/Möllers als auch im Urteil des LG Traunstein dargelegt. Danach birgt eine Filterung die Gefahr der Löschung erwünschter Mail und ist außerdem zu umgehen. Das AG Kiel bestreitet dagegen die Existenz einer negativen Informationsfreiheit mit beachtlichen Argumenten.

#### Eingeschränkte Empfangsmöglichkeit:

Eine Blockade der Empfangsmöglichkeit für berechtigte Sendungen, wie dies z.B. bei einem Faxgerät oder Telexgerät der Fall ist, ist nur teilweise begründet. Das LG Traunstein verneint eine Blockade der Empfangsmöglichkeit bei einem Email-Konto. Das Gericht gibt jedoch nicht zu erkennen, worauf diese Entscheidung beruht. Hat der Empfänger unlimitierten Platz zum Empfang von Emails verfügbar, so ist die Annahme des Gerichts zutreffend, da gerade die Kosten für das Zwischenspeichern bis zum Abruf der Emails keine Argument darstellen (siehe oben).

Verfügt der Empfangende jedoch nur über begrenzten Speicherplatz zum Empfang von Emails, stellt sich die Situation anders dar. So kann ein vermehrtes Auftreten von Werbemails die Speicherkapazität des Emailaccounts erschöpfen. Ankommende Nachrichten werden dann nicht mehr aufgenommen und regelmäßig an den Absender zurückgeschickt. In diesem Fall ist die Situation mit der eines blockierten Fax- bzw. Telexgerätes vergleichbar und nicht hinzunehmen. Praktisch wird dies jedoch kaum vorkommen, da Werbemails relativ klein sind und die elektronischen Briefkästen immer größer.

#### 3. Ergebnis:

Bejaht man die Existenz einer negativen Informationsfreiheit, so wäre das erstmalige Zusenden von E-Mail Werbung ohne das Einverständnis der Empfänger unzulässig. Ein Empfänger kann jedenfalls nach dem erstmaligen Erhalt einer Werbemail widersprechen. Der Werbende hat darauf weitere Sendungen zu unterlassen.

In der Praxis stellt sich jedoch das Problem, daß viele Sendungen aus dem Ausland kommen und damit eine Unterlassungsklage hinfällig wird. Häufig sind nicht einmal die Absender zu ermitteln, weil der Absender nicht ersichtlich ist oder sich widerrechtlich einer falschen Absenderadresse bedient.