

Die „richtige“ Einwilligung in den Erhalt von Werbebotschaften per Telefon oder elektronischer Post bleibt ein Dauerbrenner

Die Verbreitung von Werbebotschaften über das Telefon oder elektronische Post (E-Mail, SMS, MMS etc.) erfreut sich weiterhin großer Beliebtheit. Aus diesem Grund sind Rechtsstreitigkeiten, die sich mit der Zulässigkeit dieser Werbeformen beschäftigen, keine Seltenheit. Auch der Bundesgerichtshof hat sich schon mehrfach mit damit im Zusammenhang stehenden Rechtsfragen beschäftigen müssen. Obwohl man mittlerweile die Ansicht vertreten kann, dass die rechtlichen Voraussetzungen für die Einholung einer wirksamen Einwilligung in entsprechende Werbemaßnahmen weitestgehend geklärt sein dürften, wird immer wieder versucht die Grenzen des Möglichen auszutesten. In einem am 2. Juni 2017 verkündeten Urteil hat das Oberlandesgericht Köln (Az.: 6 U 182/16) sich mit der Frage auseinandersetzen dürfen, ob die Telekom Deutschland GmbH ehemaligen Kunden auch bis zu 2 Jahre nach ihrem Ausscheiden aus einem bestehenden Vertragsverhältnis mit Werbebotschaften versorgen darf.

Was war geschehen?

Bei Bestellungen über die Internet-Domain www.telekom.de wurden die Kunden gefragt, ob sie auch nach Beendigung eines Vertrages für einen Zeitraum von maximal 2 Jahren per Telefon oder elektronischer Post über Angebote der Telekom Deutschland GmbH informiert werden wollen. Die entsprechende Check-Box war nicht vorab ausgefüllt. Die Klausel lautete wie folgt:

„Ich möchte künftig über neue Angebote und Services der Telekom Deutschland GmbH per E-Mail, Telefon, SMS oder MMS persönlich informiert und beraten werden.

Ich bin damit einverstanden, dass meine Vertragsdaten aus meinen Verträgen mit der Telekom Deutschland GmbH von dieser bis zum Ende des Kalenderjahres, das auf die Beendigung des jeweiligen Vertrages folgt, zur individuellen Kundenberatung verwendet werden. Meine Vertragsdaten sind die bei der Telekom Deutschland GmbH zur Vertragsverfüllung

(Vertragsabschluss, -änderung, -beendigung, Abrechnung von Entgelten) erforderlichen und freiwillig angegebenen Daten.“

Der Bundesverband der Verbraucherzentralen (nachfolgend Verbraucherzentrale genannt) hatte die Telekom abgemahnt und sie in diesem Zusammenhang aufgefordert, die oben genannte Klausel nicht weiter zu verwenden. Da die Telekom dieser Aufforderung nicht nachgekommen war, hat die Verbraucherzentrale zunächst das Landgericht Köln zwecks Klärung dieses Rechtsstreits angerufen. Das Landgericht Köln hat die Klage der Verbraucherzentrale jedoch abgewiesen.

Es lag keine Einwilligung für einen konkreten Fall in Kenntnis der Sachlage vor!

Das Oberlandesgericht Köln hat die Ansicht des Landgerichts Kölns nicht geteilt und aus den folgenden Gründen der Klage der Verbraucherzentrale stattgegeben:

Zunächst stellt das Oberlandesgericht Köln noch einmal klar, dass es sich bei einer Einwilligung als einer einseitigen Erklärung nicht um Vertragsbedingungen im eigentlichen Sinn handelt. In Übereinstimmung mit der Rechtsprechung des Bundesgerichtshofs hält es die §§ 305 ff. BGB trotzdem für anwendbar, da diese Normen den Vertragspartner des Verwenders von einseitig vorgegebenen Formulierungen vor einer unbilligen Benachteiligung schützen sollen. Dann stellt es fest, dass die streitgegenständliche Klausel nicht die in § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG genannten Voraussetzungen erfüllt und deshalb gemäß § 307 Abs. 2 Nr. 1 BGB unwirksam ist. Denn gemäß § 307 Abs. 2 Nr. 1 BGB sind Allgemeine Geschäftsbedingungen (AGB) unwirksam, wenn solche Bestimmungen von wesentlichen Grundgedanken gesetzlicher Regelungen abweichen und dadurch der Vertragspartner des Verwenders der AGB unangemessen benachteiligt wird.

Gemäß § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG sind Anrufe zu Werbezwecken gegenüber einem Verbraucher (im Sinne von § 13 BGB) nur erlaubt, wenn der Verbraucher dieser Art der Werbung vorher ausdrücklich zugestimmt hat. Nach Ansicht des Bundesgerichtshof setzt eine solche ausdrückliche Zustimmung voraus, dass der Unternehmer den Verbraucher vor der Abgabe der Einwilligungserklärung über den Inhalt der zu erwartenden Werbung und die Firmen, die ihm entsprechende

Werbung zukommen lassen wollen, genau in Kenntnis setzt und keinerlei Druck auf die Entscheidung des Verbrauchers ausübt.

An der Freiwilligkeit entsprechender Einwilligungen bestand aus Sicht des Oberlandesgerichts Köln kein Zweifel, da es den Kunden freistand, ob sie im Rahmen der Online-Abfrage die entsprechende Einwilligung erteilen wollen. Allerdings fehlten die notwendigen Angaben zu den Produkten bzw. Produktgruppen, für die die Telekom Werbung machen darf. Dieses Informationsdefizit führt dazu, dass die entsprechende Einwilligungserklärung nicht den gesetzlichen Vorgaben entspricht und damit zur Unwirksamkeit der entsprechenden Klausel.

Fazit

Diese Entscheidung hält sich im Wesentlichen an die Vorgaben des Bundesgerichtshofs und bestätigt einmal mehr, dass bei der Formulierung von Einwilligungserklärungen in AGB, die den Erhalt von Werbung per Telefon oder elektronischer Post zum Gegenstand haben, die folgenden 3 Fragen konkret zu beantworten sind:

- Für welche Firmen soll Werbung verschickt werden?
- Für welche Produkte bzw. Produktgruppen soll Werbung gemacht werden?
- Über welche Kommunikationswege soll die Werbung übermittelt werden?

Werden diese Fragen gar nicht oder nicht ausreichend detailliert beantwortet, so ist die Einwilligungserklärung unwirksam. Dies kann dazu führen, dass der Werbetreibende sowohl vom Empfänger der Werbebotschaften als auch von Konkurrenten oder Verbraucherschutzvereinen abgemahnt werden kann.

Da Einwilligungserklärungen, die sich auf per Telefon oder elektronischer Post zu übermittelnde Werbebotschaften beziehen, grundsätzlich keiner zeitlichen Einschränkung unterliegen, ist diese Problematik vom Oberlandesgericht Köln zu Recht nicht weiter problematisiert worden. Allerdings ist nicht nachvollziehbar, warum das Oberlandesgericht Köln nur einen Verstoß gegen § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG

(Werbung per Telefon) und nicht auch einen Verstoß gegen § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG (Werbung per elektronischer Post) angenommen hat. Zudem lässt das Oberlandesgericht die von ihm selbst aufgeworfene Frage offen, ob die Formulierung „individuelle Kundenberatung“ irreführend ist, da es sich beim Verbraucher nach Beendigung des Vertragsverhältnisses ja nicht mehr um einen Kunden der Telekom handelt. Diese rechtlichen Fragestellungen waren aufgrund der vorgenannten Tatsachen nicht entscheidungserheblich und mussten deshalb nicht weiter vertieft werden. Allerdings halte ich es für fernliegend von einer Irreführung von Verbrauchern auszugehen, wenn man in einer entsprechenden Einwilligungserklärung von einer Kundenberatung redet, obwohl es sich zu diesem Zeitpunkt noch nicht oder nicht mehr um Kunden des jeweiligen Unternehmens handelt. Trotzdem sollte man bei der Formulierung entsprechender Einwilligungserklärungen ins Kalkül ziehen, dass das Oberlandesgericht Köln diese Auffassung vertreten könnte, wenn sie entscheidungserheblich werden sollte.

Ass. jur. Kai Riefenstahl

16.07.2017