Digitorney

Syndikus TV

Newsflash aus dem Digitorney Anwaltspool:

Grenzen der Briefkasten-Werbung an Verbraucher

Mit Urteil vom 14.01.2016 (3 S 227/14) hat das Landgericht Freiburg entschieden, dass Briefkastenwerbung sofort unterbunden werden muss, wenn ein Verbraucher der postalischen Zusendung widerspricht. Unser Digitorney Newsflash erläutert die Details dieser für Direktmarketing von Unternehmen relevanten Entscheidung.

Der Sachverhalt: In dem zugrunde liegenden Fall hatte ein Verbraucher postalisch Werbung erhalten und dem Absender noch am selben Tag per E-Mail mitgeteilt, dass er keine Werbung wünsche. Am Folgetag bestätigte der Absender dies und teilte mit, dass es sich wegen üblicher Vorlaufzeiten für Werbeaktionen nicht verhindern lasse, dass es noch zur Zusendung weiterer Werbung kommt. Weil knapp einen Monat später dennoch weitere Werbung einging, forderte der Verbraucher den Absender zur Unterlassung und Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung auf und erhob schließlich Klage.

Die Entscheidung: Das Landgericht Freiburg judizierte, dass Briefkastenwerbung unzulässig sei, wenn der Adressat seinen Widerspruch in einer für den Werbenden erkennbaren Weise zum Ausdruck gebracht hat. Sie sei gegenüber einem Verbraucher nach § 7 Abs. 2 Nr. 1 i. V. m. Abs. 1 Nr. 1 UWG stets unzulässig, wenn sie hartnäckig, d.h. wiederholt, erfolgt und wenn der Verbraucher dies erkennbar nicht wünscht. Ferner führte das Gericht aus, dass es keine obergerichtliche oder höchstrichterliche Rechtsprechung dazu gebe, dass einem Unternehmen ein Umstellungszeitraum zuzubilligen ist. Zudem sei vorliegend zwischen der ersten und zweiten Werbung nahezu ein Monat vergangen und erst auf Grundlage der wiederholten Briefkastenwerbung sei der Absender zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungs-erklärung aufgefordert worden.

Die Bewertung: Für verbraucherbezogenes Direktmarketing – auch für die weit verbreitete Briefkastenwerbung – sollten im Unternehmen strukturierte Prozessabläufe aufgesetzt und praktiziert werden. Im Fall von Widersprüchen ist aufgrund der vorstehenden Entscheidung sicherzustellen, dass jegliche Werbemaßnahmen mit Blick auf den widersprechenden Verbraucher sofort eingestellt werden. Sollte weitere Werbung bereits auf dem Postweg und von dem Absender nicht mehr zu stoppen sein, dürfte dies keinen Verstoß gegen § 7 Abs. 2 Nr. 1 i. V. m. Abs. 1 Nr. 1 UWG darstellen. Dazu muss der Absender jedoch belegen können, dass sich die Werbung außerhalb seiner Sphäre befindet.

Der Autor ist Managing Digitorney und verfügt über mehr als 10 Jahre anwaltliche Erfahrung in Kanzleien und Rechtsabteilungen. >> mandat@digitorney.com