

Unter der Überschrift „Mehr Fortschritt wagen – Bündnis für Freiheit, Gerechtigkeit und Nachhaltigkeit“ haben die zukünftigen Koalitionäre von SPD, Grünen und FDP am 24.11.2021 ihren Koalitionsvertrag vorgelegt. Die Ampelparteien wollen das Gesetzgebungsverfahren modernisieren und Planungsvorhaben straffen. Gerichtsverfahren sollen schneller und effizienter, der kollektive Rechtsschutz soll gestärkt werden. Die Gründung von Gesellschaften soll erleichtert werden, indem die Digitalisierung des Gesellschaftsrechts vorangetrieben wird und Beurkundungen per Videokommunikation auch bei Gründungen mit Sacheinlage und weiteren Beschlüssen erlaubt werden. Ferner sollen dauerhaft Online-Hauptversammlungen unter uneingeschränkter Wahrung der Aktionärsrechte ermöglicht werden. Die Vorschriften der Unternehmenssanktionen einschließlich der Sanktionshöhe sollen überarbeitet werden, um die Rechtssicherheit von Unternehmen im Hinblick auf Compliance-Pflichten zu verbessern und für interne Untersuchungen einen präzisen Rechtsrahmen zu schaffen. Die EU-Whistleblower-Richtlinie soll rechtssicher und praktikabel umgesetzt werden. Hinweisgeber(Inn)en sollen nicht nur bei der Meldung von Verstößen gegen EU-Recht, sondern auch von erheblichen Verstößen gegen Vorschriften oder sonstigem erheblichen Fehlverhalten, dessen Aufdeckung im besonderen öffentlichen Interesse liegt, vor rechtlichen Nachteilen geschützt werden. Das Gesetz über die unternehmerischen Sorgfaltspflichten in Lieferketten (s. dazu *Edel/Frank/N. Heine/M. Heine*, S. 2890 in diesem Heft) soll unverändert umgesetzt werden. Der Rechtsrahmen für Legal-Tech-Unternehmen soll erweitert und zudem sollen klare Qualitäts- und Transparenzanforderungen festgelegt werden. Die Rechtsanwaltschaft soll durch Modifizierung des Verbots von Erfolgshonoraren und Prüfung des Fremdbesitzverbots gestärkt werden.



Dr. Martina Koster,  
Ressortleiterin  
Wirtschaftsrecht

## Entscheidungen

### **EuGH: Inbox advertising – Begriff des „hartnäckigen und unerwünschten Ansprechens über E-Mail“**

Der EuGH hat mit Urteil vom 25.11.2021 – C-102/20 – entschieden, dass die Einblendung von Werbenachrichten in der E-Mail-Inbox in einer Form, die der einer tatsächlichen E-Mail ähnlich ist, stellt eine Verwendung elektronischer Post für die Zwecke der Direktwerbung im Sinne der Richtlinie 2002/58 dar. Diese Nachrichten begründen eine Verwechslungsgefahr, die dazu führen kann, dass ein Nutzer, der auf die der Werbenachricht entsprechende Zeile klickt, gegen seinen Willen auf eine die betreffende Werbung enthaltende Internetseite weitergeleitet wird.

Der Gerichtshof weist erstens darauf hin, dass die Richtlinie 2002/58 u. a. darauf abzielt, die Teilnehmer gegen die Verletzung ihrer Privatsphäre durch unerbetene Nachrichten für Zwecke der Direktwerbung, insbesondere durch automatische Anrufsysteme, Faxgeräte und elektronische Post, einschließlich SMS, zu schützen. Dieses Ziel muss unabhängig von der zugrunde liegenden Technologie gewährleistet sein, weshalb ein weiter und aus technologischer Sicht entwicklungs-fähiger Begriff der von dieser Richtlinie erfassten Art von Kommunikation geboten ist.

In Anbetracht der Modalitäten der Verbreitung der im Ausgangsverfahren in Rede stehenden Werbenachrichten ist der Gerichtshof der Ansicht, dass eine solche Vorgehensweise eine Verwendung elektronischer Post darstellt, die geeignet ist, das Ziel, die Nutzer vor einer Verletzung ihrer Privatsphäre durch unerbetene Nachrichten für Zwecke der Direktwerbung zu schützen, zu beeinträchtigen.

Zweitens ist der Gerichtshof der Auffassung, dass bereits die Art der Werbenachrichten, die

die Bewerbung von Diensten zum Gegenstand haben, und der Umstand, dass sie in der Form einer E-Mail verbreitet werden, es erlauben, diese Nachrichten als „Nachrichten für die Zwecke der Direktwerbung“ einzustufen. Dem Umstand, dass der Adressat dieser Werbenachrichten nach dem Zufallsprinzip ausgewählt wird, kommt nach Ansicht des Gerichtshofs keinerlei Bedeutung zu; entscheidend ist, dass eine zu kommerziellen Zwecken vorgenommene Kommunikation vorliegt, die einen oder mehrere Nutzer von E-Mail-Diensten direkt und individuell erreicht.

Drittens stellt der Gerichtshof klar, dass die Verwendung elektronischer Post für die Zwecke der Direktwerbung unter der Voraussetzung gestattet ist, dass ihr Empfänger zuvor darin eingewilligt hat. Eine solche Einwilligung muss in einer Willensbekundung der betroffenen Person zum Ausdruck kommen, die ohne Zwang, für den konkreten Fall und in Kenntnis der Sachlage erfolgt. Der E-Mail-Dienst T-Online wird den Nutzern in Form zweier Kategorien von E-Mail-Diensten angeboten, nämlich zum einen eines unentgeltlichen E-Mail-Dienstes, der durch Werbung finanziert wird, und zum anderen eines entgeltlichen E-Mail-Dienstes ohne Werbung. Der Gerichtshof ist daher der Ansicht, dass der Bundesgerichtshof festzustellen haben wird, ob der betroffene Nutzer, der sich für die unentgeltliche Variante des E-Mail-Dienstes T-Online entschieden hat, ordnungsgemäß über die genauen Modalitäten der Verbreitung einer solchen Werbung informiert wurde und tatsächlich darin einwilligte, Werbenachrichten zu erhalten.

Viertens ist der Gerichtshof zwar der Ansicht, dass die Einblendung dieser Werbenachrichten in der Liste der privaten E-Mails des Nutzers den Zugang

zu diesen E-Mails in ähnlicher Weise behindert wie dies bei unerbetenen E-Mails (auch als „Spam“ bezeichnet) der Fall ist, weist aber darauf hin, dass die Richtlinie 2002/58 nicht das Erfordernis vorschreibt, festzustellen, dass die Belastung des Nutzers über eine Belästigung hinausgeht. Zugleich stellt der Gerichtshof fest, dass eine solche Einblendung von Werbenachrichten dem Nutzer jedenfalls tatsächlich eine Belastung auferlegt.

Schließlich ist der Gerichtshof der Ansicht, dass ein Vorgehen, das darin besteht, in der Inbox eines Nutzers eines E-Mail-Dienstes Werbenachrichten in einer Form, die der einer tatsächlichen E-Mail ähnlich ist, einzublenden, unter den Begriff des „hartnäckigen und unerwünschten Ansprechens“ der Richtlinie 2005/29 fällt, wenn die Einblendung dieser Werbenachrichten zum einen so häufig und regelmäßig war, dass sie als „hartnäckiges“ Ansprechen eingestuft werden kann, und zum anderen bei Fehlen einer von diesem Nutzer zuvor erteilten Einwilligung als „unerwünschtes“ Ansprechen eingestuft werden kann.

(PM EuGH Nr. 210/2021 vom 25.11.2021)

Volltext: **BB-ONLINE BBL2021-2881-1**

unter [www.betriebs-berater.de](http://www.betriebs-berater.de)

### **BGH: Dieseldiagnostik – Haftung der AUDI AG wegen Pkw-Vertriebs mit sog. „Umschaltlogik“**

Mit Urteilen vom 25.11.2021 – VII ZR 238/20, VII ZR 243/20, VII ZR 257/20 und VII ZR 38/21 – hat der VII. Zivilsenat über Schadensersatzansprüche gegen die AUDI AG im Zusammenhang mit der sog. „Umschaltlogik“ beim Motortyp EA 189 entschieden und hierbei die stattgebenden Entscheidungen der Vorinstanzen jeweils bestätigt. Das Berufungsgericht hat im Ergebnis in allen vier Fällen einen Schadensersatzanspruch der je-