

E-Mail-Werbung

OLG München verschärft Zulässigkeitsvoraussetzungen für das Double-Opt-in-Verfahren bei E-Mail-Werbung

Die Zulässigkeit von E-Mail-Werbung bedarf grundsätzlich der vorherigen ausdrücklichen Einwilligung der Adressaten. Unternehmen lassen sich eine Menge einfallen, um an diese Einwilligung zu gelangen. Dabei hat sich ein Verfahren etabliert, das als sogenanntes Double-Opt-in-Verfahren bekannt ist.

Was ist das Double-Opt-in-Verfahren?

Darunter versteht man ein zweistufiges Verfahren zur Einholung der Einwilligung. Der Interessent erklärt zuerst mit Angabe seiner E-Mail-Adresse in einem Online-Formular des Anbieters, dass er entsprechende Werbung wünscht. Er erhält sodann eine Bestätigungs-E-Mail mit einem Link, der vom Empfänger aktiviert werden muss. Dadurch erklärt er seine Einwilligung in den Empfang von Werbe-E-Mails. Mit der zweiten E-Mail wird bestätigt, dass der Interessent in den E-Mail-Verteiler zwecks Werbung aufgenommen wird.

Bislang wurde dieses Verfahren zur Einholung der Einwilligung als unproblematisch angesehen. Insbesondere das Zusenden der Bestätigungs-E-Mail wurde für zulässig gehalten, wenn diese zuerst versandte E-Mail keine Werbung enthielt. Das OLG München hat mit Urteil vom 27.09.2012 – 29 U 1682/12 die Anforderungen an dieses Verfahren jedoch verschärft.

Wie entschied das OLG München?

Das Gericht entschied, dass bereits diese erste E-Mail, mit der zur Bestätigung einer Bestellung im Double-Opt-in-Verfahren aufgefordert wird, als Werbung zu qualifizieren ist und daher grundsätzlich unter das Verbot des § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG fällt. Danach ist E-Mail-Werbung ohne vorherige ausdrückliche Einwilligung des Adressaten unzulässig. Bislang wurde überwiegend angenommen, dass die erste Bestätigungs-E-Mail noch nicht als Werbung anzusehen ist, wenn darin keine (zusätzliche) Werbung enthalten ist. In dem Fall des OLG München konnte nun aber der Anbieter die ausdrückliche Einwilligung zum Erhalt der ersten Bestätigungs-E-Mail nicht nachweisen. Er hatte eine Einwilligung lediglich behauptet, aber nicht dokumentiert.

Praxishinweis:

Ob dieses – allerdings rechtskräftige – Urteil des OLG München einer Überprüfung durch den BGH standgehalten hätte, ist fraglich. Mit Urteil vom 10.02.2011 – I ZR 164/09 – hat der BGH in einem anderen Rechtsstreit zum Double-Opt-in festgestellt, dass eine Bestätigungs-E-Mail an einen Verbrauchers grundsätzlich ausreicht, um eine ausdrückliche Einwilligung zu dokumentieren.

Nach dem Urteil des OLG München ist unklar, wie die Einwilligung in E-Mail-Werbung rechts-sicher zu dokumentieren ist, wenn die erste Zusendung der Bestätigungs-E-Mail dafür nach OLG München nicht ausreicht. Empfehlenswert ist, jede Form der elektronischen Einwilli-gung in einem Online-Formular zu speichern und damit zu dokumentieren.

Kontakt:

REMMERTZ SON Rechtsanwälte
Rechtsanwalt Dr. Frank R. Remmert
Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz
Blumenstr. 17, 80331 München
remmertz@rs-iplaw.de

www.iplegal.de