

Einwilligung in Telefonwerbung durch doppeltes "Opt-In" Verfahren?

Werbeanrufe sind nur zulässig, soweit der angerufene potentielle Kunde vorher einem solchen Anruf ausdrücklich zugestimmt hat. Da dies in der Praxis relativ schwer umzusetzen ist, ohne gänzlich auf Telefonwerbung zu verzichten, hat die AOK nun versucht, durch ein von ihr angebotenes Gewinnspiel potentielle Kunden zur Einwilligung zu überreden. Die Richter in Karlsruhe mussten nun entscheiden, ob das von der AOK verwendete doppelte „Opt-In“ Verfahren den wettbewerbsrechtlichen Bestimmungen genügt.

Die AOK für Sachsen und Thüringen, hatte sich im Jahr 2003 gegenüber der Verbraucherzentrale Sachsen verpflichtet, es zu unterlassen, Verbraucher ohne deren Einverständnis zu Werbezwecken anzurufen. Daneben hatte sie sich verpflichtet, für jeden Verstoß eine Vertragsstrafe von EUR 5.000 zu zahlen.

Nach der Unterzeichnung der strafbewehrten Unterlassungserklärung erhielten zwei Verbraucher Werbeanrufe von einem Call-Center, das von der AOK beauftragt worden war. Die Verbraucherzentrale hat die AOK daraufhin auf Zahlung von EUR 10.000 aus dem mit dieser geschlossenen Unterlassungsvertrag in Anspruch genommen.

Die AOK wehrte sich gegen die Vorwürfe und behauptete, die Einwilligung der Angerufenen im sog. „Double-Opt-In-Verfahren“ erhalten zu haben. Die Verbraucher hätten an einem von der AOK angebotenen Online-Gewinnspielen teilgenommen, dort ihre Telefonnummer angegeben und durch Markieren eines Feldes ihr Einverständnis auch mit der Telefonwerbung erklärt. Daraufhin sei ihnen eine E-Mail mit dem Hinweis auf die Teilnahme an dem Gewinnspiel an die angegebene E-Mail-Adresse übersandt worden, die sie durch Anklicken eines darin enthaltenen Links bestätigt hätten.

Entscheidung des Gerichts

Der Bundesgerichtshof entschied mit [Urteil vom 10. 02.2011 - I ZR 164/09](#) (Telefonaktion II), dass das von der AOK zum Kundenfang verwendete doppelte „Opt-In“ Verfahren wettbewerbswidrig sei. Das teilte der BGH jetzt in seiner Pressemitteilung 29/11 mit.

Das von der AOK elektronisch durchgeführte „Double-Opt-In-Verfahren“ sei ungeeignet, um ein Einverständnis von Verbrauchern mit Werbeanrufen zu belegen. Zwar könne bei Vorlage der dabei angeforderten elektronischen Bestätigung angenommen werden, dass der die Einwilligung in Werbeanrufe enthaltende Teilnahmeantrag für das Online-Gewinnspiel tatsächlich von der angegebenen E-Mail-Adresse stamme. Es sei damit aber nicht sichergestellt, dass es sich bei der angegebenen Telefonnummer tatsächlich um den Anschluss des Absenders der Bestätigungs-E-Mail handelt. Das Gesetz verlange aber zwingend, dass der konkret angerufene Teilnehmer vor dem Werbeanruf ausdrücklich sein Einverständnis erklärt hat.

Fazit



Die Karlsruher Richter blieben Ihrer Linie treu, das gesetzliche Verbot von Telefonwerbung ohne vorherige Einwilligung umzusetzen. Werbeanrufe sollen nur erlaubt sein, wenn der Angerufene selbst vorher ausdrücklich einem solchen Anruf zugestimmt hat. Bestehen Zweifel über die Identität des Angerufenen mit demjenigen, welcher eingewilligt haben soll, so gehen diese zu Lasten des Werbenden, welcher dann kostenpflichtig abgemahnt und zur Unterlassung aufgefordert werden kann.