

Double-opt-in bei E-Mail Werbung unzulässig

Wer Werbung per E-Mail versenden möchte benötigt hierzu die Einwilligung des Empfängers. Um diese Einwilligung einzuholen wird in das sogenannte Double-Opt-In Verfahren verwendet, welches bislang als zulässiges Verfahren für die Einholung einer Einwilligung erachtet wurde. Das Oberlandesgericht München hat durch ein neuerliches Urteil dieser Form der Einholung von Einwilligung jedoch eine Absage erteilt.

Unter Double-Opt-In bei E-Mail Werbung versteht man ein zweistufiges Verfahren zur Einholung der Einwilligung. Zunächst erklärt der Nutzer unter Angabe seiner E-Mail Adresse, dass er entsprechende Werbung wünscht. Daraufhin erhält er eine Bestätigungs-E-Mail mit einem Bestätigungslink zum anklicken. Klickt der Nutzer diesen Link an, erteilt er seine Einwilligung in die Zusendung von Werbe-E-Mails.

Bislang wurde diese Bestätigungs-E-Mail von den Gerichten selbst nicht als unzulässige Werbung angesehen, sofern in dieser E-Mail nur die Bestätigung abgefragt wurde und keine zusätzliche Werbung enthalten war.

Entscheidung des Gerichts

Das OLG München ([Urteil vom 27.09.2012 – Az. 33 O 11089/11](#)) hat diese Rechtsprechung nun über den Haufen geworfen, in dem es die Bestätigungs-E-Mail als Werbung einstuft die eine Einwilligung erfordert. Da eine solche Einwilligung mit dieser E-Mail gerade erst eingeholt werden soll, liegt zu diesem Zeitpunkt eine nachweisbare Einwilligung jedoch nie vor. Daher bejahen die Münchner Oberlandesrichter einen Unterlassungsanspruch wegen Zusendung der Bestätigungs-E-Mail einer Steuerberatungsgesellschaft gegen einen Anlageberater.

Fazit

Die Entscheidung des OLG München führt faktisch dazu, dass das bewährte Double-Opt-In Verfahren zur Einholung von Einwilligungen in Werbe-E-Mails unzulässig ist. Denn setzt man eine Einwilligung bereits für die Bestätigungs-E-Mail voraus, wäre diese Bestätigungs-E-Mail sinnlos, da man mit ihr ja gerade die noch nicht bestehende Einwilligung einholen will. Die Konsequenz aus der Entscheidung wäre das man die Einwilligung nahezu nicht mehr elektronisch einholen könnte und z.B. auf den Postweg ausweichen müsste.

Sofern das OLG München eine Entscheidung des BGH zur Begründung heranzieht überzeugt dies nicht. Zwar hat der BGH eine solche Einwilligung per Double-Opt-In mittels E-Mail in Bezug auf Telefonwerbung für nicht ausreichend erachtet, allerdings wurde dies damit begründet, dass die Werbung ja dann nicht an die bestätigte E-Mail Adresse sondern eine Telefonnummer erfolge.

Es bleibt zu hoffen dass hier in einem etwaigen Revisionsverfahren der BGH das Münchner Urteil keinen Bestand haben wird. Das OLG München hat die Revision in Teilen jedenfalls zugelassen.