

von Rechtsanwalt **Arndt Joachim Nagel**

Double-Opt-In-Verfahren stellt keine unzumutbare Belästigung dar

Das Amtsgericht München (Urteil des AG München vom 16.11.06, AZ 161 C 29330/06) hatte sich kürzlich mit der Frage auseinander zu setzen, ob die Werbung mit E-Mails, insbesondere Newslettern, auch dann eine unzumutbare Belästigung im Sinne des § 7 II Nr. 3 UWG darstellt, wenn hierbei auf das sog. Double-Opt-In-Verfahren zurückgegriffen wird.

Was versteht man unter Double-Opt-In-Verfahren?

Bei diesem Verfahren muss der Empfänger einer Werbe-E-Mail dem Empfang weiterer regelmäßiger Zusendungen in Form von E-Mails zunächst ausdrücklich zustimmen. Dies geschieht regelmäßig durch die einmalige Eintragung in eine Abonnentenliste (sog. Opt-In-Verfahren). Anschließend muss der Eintrag in die Abonnentenliste in einem weiteren Schritt bestätigt werden. Hierzu wird meist eine E-Mail mit der Bitte um Bestätigung an die eingetragene Kontaktadresse gesendet. Der Empfang von Werbe-E-Mails muss bei diesem Verfahren also doppelt bestätigt werden, daher auch der Name Double-Opt-In-Verfahren.

Der Fall des AG München

In dem vom Gericht zu entscheidenden Fall ging es um einen Mann, der vier verschiedene E-Mail-Adressen besaß, auf denen er regelmäßig unerwünschte Werbung vorfand. Als er schließlich an einem Tag vier E-Mails von der gleichen Person an seine vier Adressen bekam, stellte er einen Antrag auf Erlass einer einstweiligen Verfügung beim AG München. Dem Versender der Emails sollte bei Androhung eines Ordnungsgeldes und von Ordnungshaft die Zusendung von E-Mails untersagt werden. In den betroffenen E-Mails war die Aufforderung enthalten, innerhalb von vier Tagen einen Bestätigungslink anzuklicken, sofern weitere E-Mails gewünscht würden. Sollte dies nicht geschehen, würde der Empfänger automatisch von der Versandliste gestrichen.

Nach Auffassung des Antragstellers stellten die ihm zugesandten Werbemails eine unzumutbare Belästigung dar, da er nie seine Einwilligung für deren Zusendung erteilt hatte. Das Gericht sah dies jedoch anders und wies den Antrag mit folgender Begründung zurück (siehe auch Pressemitteilung des Amtsgericht München vom 22.01.2007):

Eine unzumutbare Belästigung liege nicht vor. Grundsätzlich bestehe zwar nach ganz einhelliger Auffassung ein Anspruch gegen die Abwehr unerwünschter Werbe-E-mails. Andererseits dürfe dieser Anspruch nicht dazu führen, dass jeglicher Verkehr auf elektronischem Postwege so risikobehaftet sei, dass er faktisch verhindert werde. Viele Internetnutzer wollten gerne die Möglichkeit, Informationen und Werbung aus dem Netz zu beziehen sowie Bestellungen aufzugeben. Es müsse möglich sein, erwünschte E-mails zu versenden und gleichzeitig die missbräuchliche Eintragung in Email-Verteiler auszufiltern. Hierfür sei das vom Antragsgegner benutzte Verfahren, das sog. Double-Opt-In-Verfahren, ein geeigneter Mechanismus. Durch einfaches Wegklicken beziehungsweise allein durch Nichtreaktion auf die Bestätigungsanforderung sei sichergestellt, dass weitere E-mails nicht mehr zu erwarten seien. Es war daher dem Antragssteller zumutbar, durch einfaches Abwarten und Nichtstun der Aufforderung zur Bestätigung nicht zu folgen.

Fazit

Das Double-Opt-In-Verfahren ist eine in wettbewerbsrechtlicher Hinsicht nicht zu beanstandende Methode der E-Mail-Werbung. Es hat den Vorteil, dass Adressaten, die zukünftig von E-Mail-Werbung verschont bleiben wollen aus dem Verteiler des Versenders aussortiert werden. Nachteilig ist an diesem Verfahren jedoch, dass vielen Empfängern die zweimalige Bestätigung des Empfangs von Werbe-E-mails zu umständlich sein und der Versender potenzielle Interessenten wieder verlieren könnte.

Autor:

RA Arndt Joachim Nagel

Rechtsanwalt und Fachanwalt für Informationstechnologierecht