

von **Kathrin Brandner**

## Bitte stets Werbung senden: Einwilligung in E-Mail-Werbung erlischt nicht durch Zeitablauf

Das Amtsgericht (AG) Hamburg entschied, dass die Einwilligung in E-Mails mit Werbeinhalt nicht durch den bloßen Zeitablauf erlischt. Voraussetzung dafür ist, dass der Empfänger die Einwilligung in die Werbung durch E-Mails erteilt, die erhaltenen E-Mails bisher nicht beanstandet und der Unternehmer die Einwilligung regelmäßig durch den Versand von Werbe-E-Mails nutzt – so das Amtsgericht Hamburg.

### Sachverhalt

Die Klägerin nahm 2010 bei einem Online-Gewinnspiel teil und gab dafür ihre persönlichen Daten und die geschäftlich genutzte E-Mail-Adresse an. In diesem Zusammenhang erklärte sie sich einverstanden, dass der Beklagte an diese E-Mail-Adresse Werbung senden darf. Der Beklagte sendete daraufhin der Klägerin immer wieder Werbe-E-Mails. Zudem standen sie in diesen sechs Jahren in geschäftlichem Kontakt.

### Urteil

Das AG Hamburg entschied mit Urteil vom 24.08.2016, dass die Klägerin im Jahr 2011 wirksam ihre Zustimmung zum Erhalt der Werbe-E-Mails erteilte und diese Zustimmung auch nicht durch den bloßen Zeitablauf erlosch, weil die Klägerin regelmäßig E-Mail-Werbung der Beklagten erhielt.

### Kein Erlöschen der Einwilligung durch Zeitablauf

Für Werbende bedeutet dies, dass eine einmal erteilte Einwilligung nicht ohne weiteres durch den bloßen Ablauf einer gewissen Zeit erlischt, wenn der Unternehmer nachweisen kann, dass er die ganze Zeit über Werbe-E-Mails versandt hat. Der Unternehmer kann seinem Kunden also jahrelang Werbung mittels E-Mails senden, auch wenn der Empfänger bereits viele Jahre zuvor die Einwilligung erteilt hatte. Wenn über Jahre hinweg von dieser Einwilligung Gebrauch gemacht wurde und regelmäßiger geschäftlicher Kontakt bestand, kann sich der Empfänger nicht darauf berufen, dass die Einwilligung unwirksam sei und deshalb unlautere Werbung vorläge.

Daraus darf aber nicht der Schluss gezogen werden, dass die erteilte Einwilligung für Werbe-E-Mails nie durch Zeitablauf unwirksam werden kann. Macht der Absender über einen längeren Zeitraum hinweg keinen Gebrauch von der Einwilligung, kann er nicht darauf vertrauen, dass die Einwilligung immer noch fortwirkt. Für diesen Zeitraum gibt es aber keine konkret festgelegten Fristen. Vielmehr ist es eine Entscheidung des Einzelfalls, die anhand der Verhältnismäßigkeit beantwortet werden muss.

## Nachweis

Vor Gericht muss der Werbende nachweisen können, dass über den gesamten Zeitraum hinweg E-Mailwerbung versandt wurde. Das AG Hamburg zeigt den Werbenden auf, wie sie den Nachweis der Einwilligung für versandte E-Mail-Werbung erbringen müssen: im „Double-Opt-In-Verfahren“. Dies bedeutet für den Absender, dass er neben der Einwilligung auch den regelmäßigen Versand von Werbung an den Empfänger dokumentieren muss.

Autor:

**Kathrin Brandner**

(freie jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)