Inhaber der Website haftet für Newsletter-Versand

Die Einwilligung zum Empfang von E-Mail-Werbung spielt nicht nur im Bereich B2C, sondern auch im B2B-Handel eine wichtige Rolle. Das Gericht vertritt die mittlerweile herrschende Meinung, dass nur das Double-Opt-In ein zuverlässiges Verfahren zum Nachweis der Newsletter-Anmeldung darstellt.

Im vom AG Berlin Mitte entschiedenen Fall (Urteil v. 11.06.2008, 21 C 43/08) hatte ein Rechtsanwalt zahlreiche E-Mails mit dem Subject *„E-Mail gerichtet an Herrn… zur Domain „…-….com*“ erhalten und nahm darauf hin die Inhaberin der in Frage stehenden Domains auf Unterlassung der Störung in Anspruch.

Einladungsmails sind auch Werbung

Zunächst hat das Gericht festgelegt, dass es sich bei den versandten E-Mails um Mitteilungen handelt, die jedenfalls auch werbenden Charakter haben und deshalb als Werbung einzustufen sind.

> *„Zwar wird in allen E-Mails zunächst mitgeteilt, dass der Empfänger nun seine persönlichen Zugangsdaten für den Mitgliederbereich der jeweiligen Domain erhalte, und dann ausgeführt, auf welche Weise er mit diesen Angaben seinen Zugang frei schalten könne.* ***Am Ende des Textes wird dann aber auf die Möglichkeit hingewiesen, sich in den Mitgliederbereich einzuloggen, und viel Spaß gewünscht****.“*

Keine „Bestätigung“ ohne Kontaktaufnahme

> *„Für einen Empfänger wie die Klägerin, die zuvor von sich aus keinerlei Kontakt zu den jeweiligen Internetseiten der Beklagten hergestellt hatte, kann ein solches Schreiben* ***inhaltlich nur dahin verstanden werden, dass hier Interesse für die angebotene Dienstleistung*** *(die allerdings nicht näher beschrieben wird)* ***geweckt*** *und auf das Angebot der jeweiligen Seite aufmerksam gemacht werden soll.“*

Aus den E-Mails geht nicht hervor, dass mit dieser Mail lediglich überprüft werden soll, ob die angemeldete Person mit dem Inhaber der angegebenen E-Mail-Adresse identisch ist. Nach den AGB der Beklagten sollen diese Bestätigungs-E-Mails vielmehr zugleich vertragsbegründende Annahmeerklärungen sein.

Eingriff in den Gewerbebetrieb

Ähnlich wie die unzulässige Werbung in das Persönlichkeitsrecht von Verbraucher eingreift, greift sie auch in das Recht des eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetriebs der Klägerin ein.

> *„Das* ***Sichten und Aussortieren unerwünschter E-Mails*** *bindet nämlich* ***nicht unerheblich Zeit und Arbeitskraft****. … Denn für E-Mail-Werbung sind ihre geringen Kosten und ein minimaler Aufwand charakteristisch. Im Übrigen ist auch das* ***Löschen von E-Mails ohne vorherige Prüfung problematisch****, denn das versehentliche Löschen einer wichtigen Nachricht könnte für einen Rechtsanwalt einen Haftungsfall zur Folge haben.*
> *Die Beklagte kann sich auch nicht auf ein berechtigtes Eigeninteresse berufen, da das grundsätzliche Recht auf das Betreiben von Werbung die Interessenbeeinträchtigung der Klägerin nicht aufzuwiegen vermag.“*

Inhaber der Seite haftet auch

Als Inhaber der Internetseite hat die Beklagte die Versendung der Werbe-Emails nicht selbst veranlasst. Nach allgemeiner Auffassung **haftet der Inhaber der Seite als Mitstörer** , weil er die Möglichkeit zur Versendung von Werbung an Privatpersonen und Gewerbetreibende geschaffen hat, die mit der Zusendung nicht einverstanden sind. Eine Inanspruchnahme setzt die **Verletzung von Prüfungspflichten** voraus:

> *„Die Beklagten haben hier als Versender von Werbe-E-Mails das Risiko zu tragen, entsprechende Nachrichten an E-Mail-Adressen zu versenden, deren Inhaber dem nicht zugestimmt haben. Deshalb besteht für die Beklagten die Pflicht, geeignete Maßnahmen dafür zu treffen, dass auch tatsächlich nur Nachrichten an Adressen versandt werden, deren Inhaber hierin eingewilligt haben.“*

Die Beklagten haben offenbar keine Vorkehrungen getroffen, um die missbräuchliche Versendung von Emails durch Dritte unter Ausnutzung der Internetportale der Beklagten zu verhindern.

Vorsorge-Maßnahmen

Eine geeignete Maßnahme zur Verhinderung dieses Missbrauchs wäre zum Beispiel gewesen,E-Mail-Sendungen nur an solche Interessenten zu schicken, **die selbst eine Email an die Beklagte gesandt** haben. Ohne zumutbaren technischen Aufwand hätten die Beklagten zum Beispiel durch **Einbau eines Filters** überprüfen lassen können, ob ein und dieselbe E-Mail-Adresse bei dem Besuch der diversen Internetseiten der Beklagten mit verschiedenen Namensangaben gekoppelt wurden oder nicht.

Das „Double Opt-In“ – geeignet und ausreichend

Bemerkenswert ist, dass das AG Berlin Mitte, ebenso wie das AG Hamburg (Urteil v. 11.10.2006, Az.: 6 C 404/06) zunächst eine Erläuterung der unterschiedlichen Methoden zur Einholung des Einwilligung des E-Mail-Empfängers vornimmt, anhand dessen festgestellt wird, dass nur das „Double Opt-In“ verfahren einen Missbrauch ausschließen kann:

> *“Bei dem erstgenannten Verfahren trägt der Internetnutzer seine Daten in ein vorbereitetes Web-Formular ein und schickt sie durch Aktivieren des Sendebuttons ab („**opt-in**“). Der Adressat erteilt damit seine Zustimmung, Newsletter oder anderer elektronische Post zu empfangen. Beim „**confirmed-opt-in**“ wird nach dem Absenden per Button eine automatische Bestätigungsnachricht an den Nutzer versandt. **Beide Verfahren können nicht verhindern, dass der Empfänger ungewollt E-Mails bekommt. Beide Verfahren schließen den Missbrauch durch Unbefugte welche die Daten anderer Personen gegen deren Willen verwenden, nicht aus.***
> *Beim double-opt-in- Verfahren erhält der Interessent hingegen nach seiner Anmeldung eine Begrüßungsnachricht mit der Aufforderung, einen Link anzuklicken. Erst durch die Bestätigung dieser Begrüßungs-E-Mail wird der Empfang elektronischer Post aktiviert. Auf diese Weise wird verhindert, dass die E-Mail-Adresse ohne das Einverständnis des Empfängers verwendet wird. Reagiert der Empfänger gar nicht, wirkt dies als Ablehnung. Nach Auffassung des Gerichts ist es anerkannt, dass das sogenannte **double-opt-in-Verfahren geeignet und ausreichend ist, um einen Missbrauch durch Eingabe von E-Mail-Adressen von Dritten zu verhindern und keine unzumutbare Belästigung im Sinne von §§ 823, 1004 BGB darstellt** (vgl. AG München, …). “*

Bestätigungsmail ist kein Spam

Zwar erhält der Empfänger auch bei diesem Verfahren jedenfalls eine ungewollte E-Mail, diese sogenannte Begrüßungsmail ist aber jedenfalls dann, wenn sie inhaltlich so neutral gestaltet ist, dass ein werbender Charakter entfällt, hinzunehmen. Somit hat sich das Amtsgericht die Auffassung des LG Berlin angeschlossen.

> *„…jemand, der bereit ist, am E-Mail- und Internetverkehr teilzunehmen, auch bereit sein muss, ein nicht mehr zu reduzierendes Restrisiko im Zusammenhang mit diesem Kommunikationssystem zu akzeptieren.“*

Vorliegend ermöglichen die Bestätigungs-E-Mails jedoch nicht, den Zugang weiterer E-Mails durch einfaches Nichtstun zu verhindern. Dies sei ausreichend, um die Haftung des Domain-Inhabers zu begründen:

> *„Diese Überlegung zeigen, dass die Beklagten durch das Außerachtlassen jeglicher Sicherheitsvorkehrungen und durch die Wahl des konkreten opt-in-Verfahrens den unbekannten Dritten die Möglichkeit eröffnet haben, die streitgegenständlichen Störungen und Eingriffe vorzunehmen. Da die Beklagten die zumutbare Möglichkeit gehabt hätten, hier solchen Missbrauch zu erschweren, ohne ihr Geschäftsmodell aufgeben zu müssen, sieht das Gericht jedenfalls als Mitstörer an.“*

Fazit

Auch wenn die Datenbank zum Double-Opt-In sicherlich manipulieren kann, ist das Double-Opt-In-Verfahren derzeit das einzige von den Gerichten anerkannte, beweissichere Verfahren zur Newsletter-Anmeldung. Beim einfachen Opt-In kann eine E-Mail-Adresse von jedem beliebigen Dritten eingetragen werden. Will man als Shopbetreiber Ärger wegen dem Newsletterversand aus dem Weg gehen, sollte man zur Anmeldung nur das Double-Opt-In-Verfahren verwenden. (mr)

Bildnachweis: Zerbor/shutterstock.com

Mehr zum Thema unzulässige E-Mail-Werbung finden Sie im Blog:

AG Hamburg: Newsletter-Einwilligung nur durch „Double Opt-In“ beweisbar
LG Berlin: Bestätigungsmail bei Double-Opt-In kein Spam
Kein E-Mail-Newsletter an Gewerbetreibende ohne Einwilligung
LG Essen: Nachweis zur Newsletter-Anmeldung nur durch Double-Opt-in möglich
OLG Köln: Einwilligung zur Telefonwerbung in AGB ist unzulässig
BGH: “Opt-out”-Erklärung bei E-Mail Werbung unzulässig