

Auch AG Düsseldorf empfiehlt "Double Opt-in" für Newsletteranmeldung

Dass der Versand von Newslettern nicht so ohne Weiteres zulässig ist, dürfte mittlerweile hinreichend bekannt sein. Wer dennoch Werbe-E-Mails verschickt, muss zum einen mit wettbewerbsrechtlichen Abmahnungen rechnen, aber auch mit der Geltendmachung von Unterlassungsansprüchen der Empfänger dieser Newsletter selbst.

Zahlreiche Urteile beschäftigen sich schon mit der Frage, wie man eine Anmeldung zum Newsletter nachweisen kann. Die derzeit herrschende Meinung geht davon aus, dass dies nur über das Double-Opt-In-Verfahren möglich ist.

Verwendung des Opt-In-Verfahren

Vor dem AG Düsseldorf (Urteil v. 14.07.2009, Az: 48 C 1911/09) wurde ein Internetseiten-Betreiber verklagt, der E-Mail-Werbung an einen Rechtsanwalt geschickt hatte. Auf der Internetseite des Beklagten konnte man eine E-Mail-Adresse zum Newsletterempfang eintragen, wobei lediglich Opt-In genutzt wurde, also keine weitere Bestätigungsabfrage versendet wurde. Lediglich eine Begrüßungsmail wurde verschickt, in welcher ein Hinweis auf die Abmeldemöglichkeit erteilt wurde, wenn die E-Mail-Adresse irrtümlich verwendet worden war (sog. Confirmed-Opt-In).

Weitere E-Mail-Werbung

Im weiteren Verlauf erhielt der Kläger weitere Werbung via E-Mail. Schließlich mahnte er die Beklagte ab, die sich aber weigerte, eine Unterlassungserklärung abzugeben. Die Beklagte behauptete, der Kläger hätte die Zusendung der Newsletter selbst durch die Eintragung seiner E-Mail-Adresse veranlasst, zumindest habe er die Registrierung durch einen Dritten veranlasst.

Beweislast liegt beim Versender

Das AG Düsseldorf entschied, dass der Kläger einen Anspruch auf Unterlassung und Erstattung der Anwaltskosten hat. Das Versenden der E-Mails stellte einen Eingriff in den eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb dar und ist rechtswidrig. Gerade ein Anwalt, der zur Vermeidung von Haftungsfällen, jede einzelne E-Mail genau lesen muss, wird durch derartige SPAM-Nachrichten von der Arbeit abgehalten.

Außerdem entschied das Gericht, dass der Versender der E-Mails für die Anmeldung der Empfänger beweispflichtig sei:

“Die Beklagte ist beweisfällig dafür, dass die Versendung der Werbe-E-Mail vom 01.10.2008 durch eine vorherige Zustimmung des Klägers gerechtfertigt war. Die von ihr vorgetragenen Indizien rechtfertigen diesen Rückschluss nicht.”

Empfehlung des Gerichts: “Double-Opt-In”

Das Gericht entschied weiter, dass zumindest eine Haftung als Mitstörer in Betracht komme, da sie die Inhaberin der Internetseite ist.

“Denn Sie hat mit ihrer Internetseite die Möglichkeit zur Versendung von Werbung an Privatpersonen und Gewerbetreibende geschaffen, die mit der Zusendung nicht einverstanden sind.”

Die Beklagte hätte ausreichende Möglichkeiten schaffen müssen, die verhindern, dass auch Personen diese E-Mails erhalten, die keine Einwilligung erteilt haben.

“Hierzu hätte sie das so genannte Double-opt-in-Verfahren für die Versendung ihres Newsletters wählen müssen. [...]”

Auf diese Weise wird verhindert, dass die E-Mail-Adresse ohne Einverständnis des Empfängers für einen fortlaufenden Bezug von Newsletters verwendet wird. Reagiert der Empfänger gar nicht, gilt dies als Ablehnung. Dies ist bei dem so genannten confirmed-opt-in anders, hier muss der Empfänger aktiv werden, um eine künftige Überflutung seines Postfaches durch einen fortlaufenden Newsletter zu verhindern (vgl. AG Berlin-Mitte, Urteil v. 1106.2008; Az: 21 C 43/08).“

Unterlassung und Kostentragung

Da der Versand des Newsletters rechtswidrig war, hatte der Kläger einen Anspruch auf Unterlassung und Übernahme der vorgerichtlichen Rechtsanwaltskosten. Damit beliefen sich die Kosten für einen einzigen Newsletter auf 302,10 Euro. Das sind Kosten, die man als werbendes Unternehmen vermeiden kann.

Fazit

Gerade jetzt in der Weihnachtszeit nimmt die Versendung von Newslettern zu. Wer aber Newsletter an Personen verschickt, die diesen nicht wünschen, muss damit rechnen, abgemahnt und evtl. sogar verklagt zu werden. Dabei ist es unabhängig, ob der Newsletter an eine gewerbliche oder private E-Mail-Adresse versandt wird. Letzteres stellt einen rechtswidrigen Eingriff in das allgemeine Persönlichkeitsrecht des Empfängers dar. Bitte achten auch Sie darauf, dass Sie jede Anmeldung zum Newsletter nachweisen können, am besten mittels Double Opt-In. (mr)

Bildnachweis: Zerbor/shutterstock.com

Lesen Sie hier mehr zum Thema Newsletter:

5.000 Euro Ordnungsgeld wegen unerlaubter E-Mail-Werbung
LG Berlin zur (Un)Zulässigkeit von Tell-a-Friend-Funktionen
AG München: Einmaliger E-Mail-Kontakt stellt keine Einwilligung in E-Mail-Werbung dar
BGH: Bereits einmaliger Versand von Werbe-Mail ist rechtswidrig
Abmeldungen vom Newsletter dürfen auf keinen Fall ignoriert werden
Inhaber der Website haftet für Newsletter-Versand
LG Essen: Nachweis zur Newsletter-Anmeldung nur durch Double-Opt-in möglich
AG Hamburg: Newsletter-Einwilligung nur durch „Double Opt-In“ beweisbar