

OLG Celle: Double-OptIn Mail ist keine unzulässige Werbung

Im Jahr 2012 sorgte ein Urteil des OLG München für Aufruhr im Online-Marketing. Das Gericht entschied damals, dass auch die Bestätigungsmail, die im Rahmen des Double-Opt-In Verfahrens verschickt wird, Werbung darstelle und daher ohne ausdrückliche Einwilligung unzulässig sei. Dieser Auffassung widersprach nun das OLG Celle.

Groß war die Aufregung, als das [OLG München \(Urt. v. 27.9.2013, 29 U 1682/12\)](#) entschieden hat, dass auch die Übersendung der Bestätigungsmail im Rahmen des Double-Opt-In Verfahrens Werbung darstelle und daher nur mit Einwilligung zulässig sei. Kann der Händler diese Einwilligung nicht nachweisen, kann er abgemahnt werden.

Mancherorts wurde nach dieser Entscheidung das Double-Opt-In für tot erklärt.

Andere Ansicht: OLG Celle

Die gegenteilige Ansicht hat jetzt das OLG Celle (Urt. v. 15.5.2014, 13 U 15/14) geäußert.

Grundsätzlich ging es in dem Verfahren um die Frage, ob es ausreichend ist, wenn der wegen unzulässigem Versand von Werbe-Mails Abgemahnte eine Unterlassungserklärung abgibt, die auf die konkrete Empfänger-Mail-Adresse beschränkt ist oder ob der Unterlassungsanspruch alle (evtl. auch noch unbekannt) Mail-Adressen des Klägers erfassen muss.

So entschieden das [AG Hannover](#), das [LG Berlin](#), das [LG Hagen](#) und auch das OLG München in der genannten Entscheidung, dass der Unterlassungsanspruch sämtliche E-Mail-Adressen des Klägers umfasst und nicht auf die Mail-Adresse beschränkt ist, an welche die eine Werbe-Mail versandt wurde. Dem widersprach – soweit ersichtlich – nur das OLG Frankfurt.

Das OLG Celle schloss sich der Auffassung an, dass der Unterlassungsanspruch sämtliche Mail-Adressen des Klägers umfasse.

“Der Unterlassungsanspruch umfasst nicht nur die konkrete Verletzungshandlung, sondern auch im Kern gleichartige Handlungen. Der Unterlassungsanspruch des Klägers ist daher nicht auf ein Verbot der Versendung von E-Mails an diejenige E-Mail-Adresse beschränkt, an die die Beklagte bislang E-Mails versandt hat, sondern umfasst auch weitere beliebige E-Mail-Adressen des Klägers. [...]”

Im vorliegenden Fall belastete ein Unterlassungsanspruch, der die Zusendung von Werbung an sämtliche E-Mail-Adressen des Klägers umfasste, die Beklagte jedoch nicht unverhältnismäßig. Insbesondere bürdete er ihr entgegen der Auffassung des Landgerichts und der Beklagten kein unzumutbares Risiko auf.”

Double-Opt-In-Mail ist keine Werbung

Wie nebenbei äußert der Senat dann noch seine Auffassung, dass die Bestätigungs-Mail im Rahmen des Double-Opt-In Verfahrens keine unzulässige Werbung darstelle:

“Ein Unterlassungsanspruch, der die unerwünschte Zusendung von Werbung an sämtliche E-Mail-Adressen des Klägers umfasst, belastete die Beklagte nicht unzumutbar und war daher nicht unverhältnismäßig.”

Der Senat neigt dazu, das sog. double-opt-in-Verfahren als praxisgerechte Möglichkeit anzusehen, die Einwilligung in E-Mail-Werbung nachzuweisen.

Der Beweiswert dieses Verfahrens mag betreffend Telefonwerbung gering sein, dürfte jedoch betreffend die hier in Frage stehende E-Mail-Werbung ausreichend sein.

Zwar kann der Verbraucher sich auch nach Bestätigung seiner Mail-Adresse im double-opt-in-Verfahren noch darauf berufen, er habe die unter dieser Adresse abgeschickte Einwilligung nicht abgegeben. Dafür trägt er allerdings die Darlegungslast.

Der Senat neigt entgegen der Auffassung des Oberlandesgerichts München (Urteil vom 27. September 2012 - 29 U 1682/12) auch dazu, die Übersendung einer Aufforderung zur Bestätigung im Rahmen des double-opt-in-Verfahrens nicht als unzulässige Werbung im Sinne des §§ 7 Absatz 2 Nr. 3 UWG anzusehen.“

Die Beantwortung dieser Frage war aber im vorliegenden Verfahren nicht entscheidungserheblich, daher "neigte" der Senat auch nur zu dieser Auffassung. Dies gibt aber Hoffnung, dass andere Gerichte die Auffassung aus München nicht teilen. Klärung kann letztlich aber nur der BGH herbeiführen.

Fazit

Das Double-Opt-In Verfahren war auch nach der Entscheidung aus München noch nicht tot. Erfreulich ist, dass sich jetzt ein Gericht mit der gegenteiligen Auffassung geäußert hat und die Bestätigungsmail nicht als unzulässige Werbung ansieht. Wichtig ist dabei aber, dass in dieser Mail keinerlei Werbung enthalten ist. Neben dem Link zur Bestätigung dürfen also keine Produkt- oder Unternehmensvorstellung (oder ähnliche Dinge) enthalten sein. (mr)

Bildnachweis: Zerbor/shutterstock.com