

E-Mailwerbung ohne Einwilligung

Mittlerweile wissen wir, im Bereich der elektronischen Kommunikation per E-Mail gilt: Keine Werbung ohne Einwilligung. Ohne vorherige ausdrückliche Einwilligung stellt E-Mail-Werbung grundsätzlich eine unzumutbare Belästigung der Empfängerinnen und Empfänger dar; egal, ob eine Privatperson oder ein Unternehmen adressiert wird.

Wichtig in diesem Zusammenhang ist ferner zu wissen: Die Beweislast für eine gültige Einwilligung trägt der/die Werbetreibende.

Für eine rechtssicher Emailwerbung müssen aber noch weitere Prozesse implementiert und Anforderungen erfüllt werden:

- Best Practice für die rechtssicher Einwilligung ist ein so genannter **Double-Opt-in-Prozess**, um Missbrauch im Einwilligungsprozess vorzubeugen.
- **Opt-Out-Prozess:** In jeder Werbemail müssen sich die Empfängerinnen und Empfänger ganz einfachen von einem Werbeverteiler abmelden können!
Auf dieses Widerspruchsrecht muss bei der Erhebung der E-Mail-Adresse und in jeder Werbe-E-Mail hingewiesen werden
- **Auskunftsprozess** über die gespeicherten Daten: Dabei muss gewährleistet sein, dass die relevanten Informationen nur Berechtigten zugänglich gemacht werden.
- Die **Identität des Werbenden** also des Absenders bzw. der Absenderin muss in jeder Werbe-E-Mail klar erkennbar sein
- Der **Betreff** einer Werbe-E-Mail muss den Inhalt der Nachricht richtig wiedergeben und deutlich machen, dass es sich um eine werbliche E-Mail handelt.

Ausnahmeregelung für E-Mail-Werbung ohne Einwilligung im Wettbewerbsrecht

Unter bestimmten Voraussetzungen ist es jedoch zulässig, Werbe-E-Mails ohne Einwilligung an Bestandskunden zu versenden. Die entsprechende Rechtsgrundlage ist der § 7 Abs. 3 UWG.

Welche Voraussetzungen müssen nun alle (gleichzeitig) erfüllt sein, um ohne Einwilligung per E-Mail zu werben?

Das werbende Unternehmen muss die E-Mail-Adresse im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung vom Kunden erhalten haben.

Es muss also bereits eine vertragliche Beziehung bestehen und das werbende Unternehmen muss die Emailadresse direkt vom Kunden bzw. von der Kundin bekommen haben.

Das Unternehmen verwendet die E-Mail-Adresse ausschließlich zur Werbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen.

Achtung, es dürfen nach geltender Rechtsprechung nur Produkte beworben werden, die einen ähnlichen Bedarf wie das gekaufte Produkt decken bzw. für eine ähnliche Verwendung gedacht sind. Es muss sich also um ein austauschbares Produkt handeln. Allerdings dürfen sinnvolle Ergänzungsangebote gemacht werden. Beispiel: Es wurde Wein gekauft und es wird für Wein und/oder für Weingläser geworben. Nicht zulässig wäre eine Werbung für andere Lebensmittel.

Kundinnen und Kunden dürfen der Verwendung der Emailadresse vorab nicht widersprochen haben.

Ein Kauf hebt einen bestehenden Widerruf nicht aus. Daher ist es wichtig, Einwilligungen zur Emailwerbung und auch Widersprüche zur Emailwerbung (Werbesperren) grundsätzlich mit einem Zeitstempel zu speichern!

Kaufende müssen bei der Erhebung der E-Mail-Adresse und bei jeder Verwendung klar und deutlich darauf hingewiesen werden, dass sie der Verwendung jederzeit kostenlos widersprechen können.

Jede Werbe-E-Mail muss also einen entsprechenden Hinweis und einen Abmeldelink enthalten. Aber auch im Kaufprozess muss bei der Abfrage der Emailadresse ein entsprechender Hinweis auf das Widerrufsrecht gegeben werden.

Sie haben Interesse an unserer Marketing-Fulfillment Plattform 3DCAY oder an einem weiteren Austausch zu relevanten Themen aus Marketing und Management?

Sprechen Sie uns an!

Jürgen Steven

Vertriebsleiter

www.3DCAY.de

+49 8137 6062 693

