

Bitte keine Werbung einwerfen! – Hinweise zum rechtssicheren Verschicken von E-Mail-Werbung

E-Mail-Werbung juristisch sicher verschicken:

Werbung per E-Mail geht schnell, einfach und kostengünstig. Mit wenigen Klicks ist es möglich, elektronische Postfächer vollzumüllen. Das geht beim guten alten Briefkasten nicht so einfach. Deswegen hat sich der Gesetzgeber zur Werbung per E-Mail ein paar Sonderregeln einfallen lassen. Das Wichtigste vorweg: Auf's Detail kommt es an!



Was ist Werbung?

Werbung ist im Grunde der Versuch der Beeinflussung. Der Kunde soll durch die positive Darstellung eines Produktes zum Kauf verführt werden. Unter dem Begriff der Werbung werden alle Handlungen summiert, die der Unternehmer unternimmt, um seinen Absatz zu steigern. Langfristig soll dadurch ein positives Image aufgebaut werden.

Das mit Werbung wirklich alle Handlungen gemeint sind, die der Absatzförderung dienen können, zeigt das [aktuelle Urteil des Bundesgerichtshofs \(BGH\)](#).

Frage nach Bewertung ist Werbung

In diesem Fall hat ein Verkäufer den Kunden in einer Rechnungs-E-Mail um eine positive Bewertung gebeten:

„Sehr geehrte Damen und Herren, anbei erhalten Sie Ihre Rechnung im PDF-Format. [...] Deshalb bitten wir Sie darum, wenn Sie mit unserem Service zufrieden waren, uns für Ihren Einkauf eine 5-Sterne Beurteilung zu geben. [...] Zur Bewertung: über folgenden Link einfach einloggen und eine positive 5-Sterne Beurteilung abgeben. [...]“

Bereits das stellt eine Werbung dar. Nach Ansicht der Richter (Urteil vom 10.07.2018, VI ZR 225/17) dient eine solche Kundenzufriedenheitsabfrage zumindest auch dazu, den Kunden an sich zu binden. Beim Kunden würde so der Eindruck erweckt, dass sich der Unternehmer auch nach abgeschlossenem Kauf noch um ihn als Kunde bemühe. Der Unternehmer bringe sich beim Kunden in Erinnerung, was der Kundenbindung diene und eine Weiterempfehlung ermögliche. Damit würde auch für weitere Geschäftsabschlüsse geworben.

Da die Richter die Feststellung trafen, dass es sich bei der Bitte um Werbung handelte, kamen sie folgerichtig dazu, dass es sich um belästigende Werbung handelte. Grund hierfür sind die eindeutigen Regeln aus dem Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG).

Die Regel



In § 7 UWG ist geregelt, wann eine Werbung unzumutbar belästigend und damit unzulässig ist. Absatz Zwei der Norm zählt eine Reihe von Beispielen auf. Liegt eines dieser Beispiele vor, so ist immer von einem belästigenden Werbecharakter auszugehen, und die Richter haben gar keine andere Wahl, als die Werbung für unzulässig zu erklären.

So ist Werbung per E-Mail immer belästigend, wenn vorher keine Erlaubnis des Kunden eingeholt wurde.

Vorausgewählte Check-Box

Mit der Frage, ob eine vorausgewählte Check-Box eine Einwilligung im Sinne dieses Gesetzes darstellt, hat sich das Landgericht München I (Urt. v. 04.06.2018 – 4 HK O 8135/17) beschäftigt.

Während des Bestellvorgangs erschien dem Kunden folgender Text:

„[x] Ja, beraten Sie mich per E-Mail zu Produkten von [anonymisiert], senden Sie mir wertvolle Tipps von Ärzten und Hebammen und aktuelle Rabattaktionen zu Pampers & Co. zu.“

Dies stellte keine zulässig eingeholte Einwilligung dar: Eine Einwilligung setzt schon per Definition das Aktivwerden des Kunden voraus, um Werbung zu erhalten. Hier musste der Kunde aber aktiv werden, um keine Werbung zu erhalten.

Die Ausnahme

Ausnahmsweise darf der Händler dem Kunden aber auch Werbung schicken, ohne das dieser vorher eingewilligt hat. Nämlich dann, wenn es sich um die sogenannte Bestandskundenwerbung handelt. Diese stellt unter bestimmten Voraussetzungen keine unzumutbare Belästigung dar:

- Der Händler hat die E-Mail-Adresse des Kunden im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung erhalten,
- der Unternehmer verwendet diese Adresse ausschließlich für Werbung mit Produkten die den bereits bestellten ähneln,
- der Kunde hat eine Verwendung nicht widersprochen und
- der Händler weist den Kunden bei jeder Verwendung der E-Mail-Adresse darauf hin, dass der Kunde jederzeit widersprechen kann.

Grund für diese Ausnahme ist, dass der Unternehmer nach dem Verkauf eines Produktes davon ausgehen kann, dass sich der Kunde für weitere Produkte aus der Sparte interessiert.

Ähnliche Waren

Der Verkäufer muss allerdings genau darauf achten, dass er bei dieser Form der Werbung wirklich nur für ähnliche Produkte und Dienstleistungen wirbt. Mit genau diesem Stolperstein hat sich das Landgericht Frankfurt am Main

(<https://www.dr-bahr.com/news/online-shop-kann-sich-bei-e-mail-werbung-mit-gutscheinen-nicht-auf-ausnahmeregelung-des-7-abs3-uw.html>) erst beschäftigt.

Nach einem getätigten Kauf schickte ein Verkäufer folgende E-Mail an den Kunden:

„Sehr geehrter Herr ..., seit Ihrem letzten Einkauf ist einige Zeit vergangen. Wir würden uns freuen, Sie

wieder einmal in unserem Shop begrüßen zu dürfen. Dafür schenken wir Ihnen einen 5-Euro-Gutschein, den Sie nach Ihren Wünschen in unserem Shop einlösen können. (...) Lösen Sie Ihren Gutschein einfach bei Ihrer nächsten Bestellung bis einschließlich 28.08.2017 ein. (...) Beste Auswahl: Etwa 150.000 Artikel erwarten Sie – alles in nur einem Shop! (...) Ihr Testsieger-Shop: Mehrfach ausgezeichnet für Kundenzufriedenheit (...) Besuchen Sie unser Schnäppchen-Outlet! Hier finden Sie Sonderartikel, Restposten und B-Ware zu besonderen Schnäppchenpreisen. ...

Sie erhalten dieses Informationsschreiben als Kunde von ... (Kundennummer: ...). Falls Sie zukünftig keine Informationen, Ankündigungen von Sonderaktionen oder Gutscheine mehr per Mail von uns erhalten möchten, klicken Sie bitte zum Abmelden hierauf.”

Eine Einwilligung holte er sich dafür nicht ein und beruft sich auf die privilegierte Bestandskundenwerbung. Zu unrecht, befanden die Richter. Die Werbung mittels Gutschein stellt nämlich gerade keine Werbung für ein ähnliches Produkt dar. Vielmehr ist sie eine Einladung, sich durch das komplette Sortiment zu shoppen.

Immerhin hat der Händler korrekt auf das Widerspruchsrecht seines Kunden hingewiesen.

Hinweise für die Werbung per E-Mail

Bei der Werbung mittels E-Mail gibt es ein paar Stolpersteine, die man als Händler dringend beachten sollte. Hält man sich als Online-Händler an [ein paar grundlegende Spielregeln](https://www.onlinehaendler-news.de/recht/117-leitlinien-zum-rechtssicheren-versand-von-e-mail-werbung.html) (https://www.onlinehaendler-news.de/recht/117-leitlinien-zum-rechtssicheren-versand-von-e-mail-werbung.html), ist E-Mail-Werbung ein gutes und sicheres Mittel, um Kunden langfristig zu binden.

Der Händlerbund hilft!

Die rechtliche Absicherung ihrer Internetpräsenzen verursacht vielen Online-Händlern einen enormen Mehraufwand. Der Händlerbund steht Ihnen bei juristischen Fragen als kompetenter Partner zur Seite. Wenn Sie sich als Händler jetzt für die umfangreichen Rechtsdienstleistungen des Händlerbundes entscheiden, erhalten Sie mit dem Rabattcode P822#2015 einen Nachlass von 3 Monaten auf das Mitgliedschaftspaket Ihrer Wahl im ersten Jahr. [Jetzt informieren!](#)

Über die Autorin

Sandra May schreibt seit September 2018 als juristische Expertin für OnlinehändlerNews. Bereits im Studium spezialisierte sie sich auf den Bereich des Wettbewerbs- und Urheberrechts. Nach dem



Abschluss ihres Referendariats wagte sie den eher unklassischen Sprung in den Journalismus. Juristische Sachverhalte anschaulich und für Laien verständlich zu erklären, ist genau ihr Ding.

Titelbild © BillionPhotos.com / Fotolia

Beitragsbild © vege / Fotolia

Beitragsbild © Robert Kneschke / Fotolia

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG
Fraunhoferstr. 6, 83059 Kolbermoor
Telefon 08031 / 2575-100
Telefax 08031 / 2575-101
E-Mail: info@seo-kueche.de

SEO-Küche Internet Marketing GmbH & Co. KG,
HRA 11167 AG Traunstein
pers. Haftende Gesellschafterin:
SEO-Küche Verwaltungs GmbH, Kolbermoor, HRB
22414 AG Traunstein
Geschäftsführer: Christian Brunnenmayer, Patrick Keller,
Oliver Lindner
Ust-IdNr.: DE 286 985 708, Steuer Nr.
156/174/08500

HypoVereinsbank
IBAN DE45 700202700015260147
BIC HYVEDE33XXX