

Rechtliche Rahmenbedingungen

E-Mail-Werbung an Bestandskunden

Inhaltsverzeichnis

Inhaltsverzeichnis	2
Einführung.....	3
I. Anforderungen nach dem UWG.....	4
1. Im Zusammenhang mit dem Kauf einer Ware oder Dienstleistung	4
2. Direktwerbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen	5
3. Kein Widerspruch des Kunden.....	6
4. Hinweis auf jederzeitige Widerspruchsmöglichkeit	6
II. Anforderungen nach der DSGVO	8
1. Berechtigtes Interesse	8
2. Anpassung der Datenschutzerklärung	8
III. Checkliste für Ihren Online-Shop	9

Einführung

Newsletter-Werbung ist ein effektives Marketinginstrument, welches allerdings auch mit einigen juristischen Stolpersteinen verbunden ist. Grundsätzlich ist der Versand von elektronischer Post nach § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG nämlich nur zulässig, wenn der Empfänger ausdrücklich eingewilligt hat. Eine Ausnahme von diesem Grundsatz kann unter Umständen dann bestehen, wenn Sie Newsletter an Bestandskunden verschicken.

Hier haben wir die wichtigsten Informationen zusammengefasst, die Sie bei E-Mail-Werbung innerhalb bestehender Kundenbeziehungen beachten müssen.

I. Anforderungen nach dem UWG

Unter welchen Voraussetzungen E-Mail-Werbung an Bestandskunden, die nicht ihre ausdrückliche Einwilligung gegeben haben, zulässig ist, bestimmt [§ 7 Abs. 3 UWG](#). Diese ist nur zulässig, wenn Sie

1. die E-Mail-Adresse des Kunden im Zusammenhang mit dem Kauf einer Ware oder Dienstleistung erhalten haben,
2. die Adresse zur Direktwerbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen verwenden,
3. der Kunde nicht widersprochen hat und
4. Sie den Kunden bei der Erhebung der Adresse und bei jeder weiteren Verwendung klar und deutlich darauf hinweisen, dass er einer weiteren Zusendung jederzeit widersprechen kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

Beachten Sie, dass alle Voraussetzungen des § 7 Abs. 3 UWG kumulativ vorliegen müssen.

1. Im Zusammenhang mit dem Kauf einer Ware oder Dienstleistung

Sie müssen die E-Mail-Adresse des Kunden im Zusammenhang mit dem Kauf einer Ware oder Dienstleistung erhalten haben (§ 7 Abs. 3 Nr. 1 UWG). Das bedeutet, dass Sie die Adresse **vom Kunden selbst erhalten** haben. Durch Adresshändler oder Adressbücher erlangte E-Mail-Adressen dürfen Sie nicht verwenden.

Zudem ist es erforderlich, dass tatsächlich ein **Vertrag geschlossen** wurde (vgl. OLG Düsseldorf, Urt. v. 5.4.2018 - I-20 U 155/16; LG München I, Urt. v. 4.6.2018 - 4 HK O 8135/17). Nach der Ansicht des Münchner OLG umfasst dies nicht nur Kaufverträge, sondern alle Austauschverträge und damit auch kostenlose Mitgliedschaften (OLG München, Urt. v. 15.2.2018 - 29 U 2799/17).

Hinweis: Bestellabbrecher-E-Mails

Sofern sich ein Nutzer lediglich bei Ihnen registriert hat ohne aber zu bestellen, ist es nicht möglich, sich auf die Ausnahme des § 7 Abs. 3 UWG zu berufen. Dies betrifft auch sog. „Bestellabbrecher-E-Mails“: Sofern ein Nutzer den Bestellprozess zwar betritt, aber nicht abschließt, haben Sie die E-Mail-Adresse nicht im Zusammenhang mit dem Kauf einer Ware oder Dienstleistung erhalten.

2. Direktwerbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen

Sie dürfen die E-Mail-Adresse nur für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen verwenden und nicht zur Werbung für andere Unternehmen. Es muss sich also um **eigene Produkte** handeln. Weiter muss es sich um **ähnliche Waren** oder Dienstleistungen handeln. Darunter sind alle Waren zu verstehen, die dem gleichen erkennbaren oder doch typischen Verwendungszweck oder Bedarf des Kunden entsprechen; gegebenenfalls ist es noch zulässig, Zubehör oder Ergänzungswaren zu bewerben (OLG Jena, Urt. v. 21.4.2010 – 2 U 88/10).

In der Praxis kann es jedoch Schwierigkeiten bereiten, zu entscheiden, ob nun für ein ähnliches oder ein anderes Produkt geworben wird. Es sind jedoch schon mehrere Urteile ergangen, die bei der Einordnung helfen können:

- Wenn ein „Gaming-Stuhl“ gekauft und anschließend ein Gutschein übersandt wird, der für das gesamte Sortiment sowie das Outlet mit Sonderartikeln, Restposten und B-Ware eingelöst werden kann, handelt es sich nicht um Werbung für eigene ähnliche Waren (LG Frankfurt a.M., Urt. v. 22.3.2018 – 2-03 O 372/17).
- Bei den mit einer kostenlosen Mitgliedschaft verbundenen eingeschränkten Nutzungsmöglichkeiten und den mit einer kostenpflichtigen Mitgliedschaft verbundenen weiteren Nutzungsmöglichkeiten eines Partnerschaftsportals handelt es sich um eigene ähnliche Dienstleistungen (OLG München, Urt. v. 15.2.2018 – 29 U 2799/17).
- Wenn eine Kinderhose gekauft wird, anschließend jedoch für das gesamte Bekleidungsangebot geworben wird, handelt es sich nicht um ähnliche Waren (LG Berlin, Urteil v. 16.11.2017 – 16 O 225/17).
- Wird ein Geduldsspiel gekauft und werden anschließend Lautsprecher, „Origami Papier-Servietten“, „leuchtende Party-Gläser“, „witzige Eiswürfelboxen“ und ein „Musik-Abmischgerät“ als „Must-haves für deine Silvesterparty“ beworben, handelt es sich nicht um ähnliche Waren (KG, Beschl. v. 18.3.2011 – 5 W 59/11).
- Die E-Mail-Adresse, die Sie bei einer Bestellung von Holzkitt erlangt haben, dürfen Sie ausschließlich zur Direktwerbung für die Waren verwenden, die der Oberflächenbehandlung von Holz dienen. Die versendeten Newsletter bewarben u. a. Macheten, Laubstaubsauger, Energiesparlampen, Regenbekleidung oder Einkochautomaten. Dass diese zwar alle in einem stationären Handwerkermarkt käuflich zu erwerben wären, macht sie nicht zu dem erworbenen Holzkitt ähnlichen Waren im Rechtssinne (OLG Jena, Urt. v. 21.4.2010 – 2 U 88/10).

Da es sich bei der Regelung des § 7 Abs. 3 UWG um einen Ausnahmetatbestand handelt, ist dieser **eng auszulegen**. Die Rechtsprechung zeigt, dass die Ähnlichkeit der Produkte nur wenig Spielraum bietet.

3. Kein Widerspruch des Kunden

E-Mail-Werbung an Bestandskunden ist nicht gestattet, wenn der Kunde widersprochen hat. Der Widerspruch muss nicht per E-Mail erfolgen, es besteht z. B. auch die Möglichkeit anzurufen. Ein Eintrag des Kunden in die Robinson-Liste reicht für einen Widerspruch hingegen nicht aus, da die Erklärung des Widerspruchs dem Unternehmer zugehen muss.

Hinweis: Robinson-Liste

Die Robinson-Liste ist eine Einrichtung, um Verbraucher vor unerwünschter Werbung zu schützen. Hierzu können sich Verbraucher in die Schutzliste eintragen. Unternehmer können ihre Werbelisten damit abgleichen und unerwünschte Werbung vermeiden.

4. Hinweis auf jederzeitige Widerspruchsmöglichkeit

Sie müssen den Kunden bereits bei Erhebung der E-Mail-Adresse und bei jeder Verwendung klar und deutlich darauf hinweisen, dass er der Verwendung jederzeit widersprechen kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen (§ 7 Abs. 3 Nr. 4 UWG). Diese Information darf nicht an versteckter Stelle stehen und muss inhaltlich verständlich sein.

„Bei Erhebung“ der E-Mail-Adresse meint, dass Sie den Kunden in **unmittelbarer Nähe des Eingabefeldes für die E-Mail-Adresse** gut sichtbar über die Verwendung zu Werbezwecken für eigene ähnliche Produkte informieren müssen. Auf diese Widerspruchsmöglichkeit müssen Sie zudem bei **jeder weiteren Verwendung** hinweisen. Dies bedeutet, dass in jeder E-Mail auf eine entsprechende Widerspruchsmöglichkeit hingewiesen werden muss. Hier hat sich als Best Practice eine direkte Abbestellmöglichkeit per Link in der Fußzeile des Newsletters etabliert.

Bei einem Widerspruch dürfen keine höheren Kosten als nach den Basistarifen entstehen. Dies bedeutet, dass Sie z. B. für eine telefonische Übermittlung des Widerrufs keine Mehrwertnummer zur Verfügung stellen dürfen.

Der Hinweis muss im Bestellprozess des Shops unabhängig von der gewählten Zahlungsart erfolgen (d. h. auch bei Auswahl der Zahlungsart PayPal Express). Andernfalls ist es nicht möglich, sich auf die Ausnahmeregelung zu berufen. Sofern dies technisch nicht umgesetzt werden kann, ist eine Nutzung dieser E-Mail-Adressen für Werbung im Rahmen des § 7 Abs. 3 UWG nicht zulässig.

Beispiel für den Hinweis bei Erhebung der E-Mail-Adresse

Ihre persönlichen Daten (* notwendige Informationen)

Anrede: Herr Frau *

Vorname: *

Nachname: *

E-Mail-Adresse: *

Wir behalten uns vor, Ihnen regelmäßig Angebote zu ähnlichen Produkten aus unserem Sortiment per E-Mail zuzusenden, sofern wir Ihre E-Mail-Adresse mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung erhalten und Sie dem nicht widersprochen haben. Sie können der Verwendung Ihrer E-Mail-Adresse zu Werbezwecken jederzeit bspw. durch formlose E-Mail widersprechen, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

Firmendaten (falls erforderlich)

Firmenname:

USt-IdNr.: Nur für Deutschland und EU!

Ihre Adresse

Strasse/Nr.: *

Postleitzahl: *

Ort: *

Land: *

Alternatives Muster

Wir nutzen Ihre E-Mail-Adresse, um Ihnen Angebote zu eigenen ähnlichen Produkten per E-Mail zu schicken. Dem können Sie jederzeit kostenlos widersprechen. Hier mehr erfahren: [Datenschutzerklärung](#) <Link auf Passus in Datenschutzerklärung>

II. Anforderungen nach der DSGVO

1. Berechtigtes Interesse

Der Ausnahmetatbestand des § 7 Abs. 3 UWG gilt auch nach Inkrafttreten der DSGVO weiter, da er auf der EU-Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation (2002/58/EG) basiert und gemäß Art. 95 DSGVO weiterhin bestehen bleibt.

Eine E-Mail-Werbung an Bestandskunden ohne Einwilligung kann datenschutzrechtlich auf Grundlage des Art. 6 Abs. 1 lit. f DSGVO erfolgen. Danach ist eine Datenverarbeitung dann rechtmäßig, wenn sie zur Wahrung der berechtigten Interessen des Verantwortlichen oder eines Dritten erforderlich ist, sofern nicht die Interessen oder Grundrechte und Grundfreiheiten der betroffenen Person, die den Schutz personenbezogener Daten erfordern, überwiegen. Es ist also eine **Interessenabwägung** vorzunehmen.

Grundsätzlich kann auch die Verarbeitung personenbezogener Daten zum Zwecke der Direktwerbung als eine einem berechtigten Interesse dienende Verarbeitung betrachtet werden (ErwG 47 DSGVO). Wenn die Anforderungen des § 7 Abs. 3 UWG erfüllt werden, dann wird typischerweise auch die Interessenabwägung nach Art. 6 Abs. 1 lit. f DSGVO dazu führen, dass kein Interesse der betroffenen Person entgegensteht. Datenschutzrechtlich ist ebenfalls zu berücksichtigen, dass betroffene Personen jederzeit Widerspruch gegen die Datenverarbeitung nach Art. 21 Abs. 2 DSGVO einlegen können.

Das bedeutet, dass, wenn § 7 Abs. 3 UWG erfüllt ist, die Datenverwendung zum Newsletterversand regelmäßig auch nach Art. 6 Abs.1 lit. f DSGVO zulässig ist.

2. Anpassung der Datenschutzerklärung

In der Datenschutzerklärung müssen Sie den Kunden über die **Verwendung** der E-Mail-Adresse zum Newsletterversand und die Möglichkeit, den Newsletter jederzeit abbestellen zu können, informieren. Hinzu kommt die Pflicht, über die **Rechtsgrundlage** dieser Datenverwendung zu informieren.

Hinweis

Sie haben noch keinen passenden Text für Ihre Datenschutzerklärung? Wenn Sie unseren [Trusted Shops Rechtstexter](#) nutzen, können Sie eine Datenschutzerklärung mit einer entsprechenden Information für den Versand von E-Mail-Werbung für Bestandskunden erstellen.

III. Checkliste für Ihren Online-Shop

Die folgenden Punkte sollten Sie bei E-Mail-Werbung an Bestandskunden in Ihrem Online-Shop beachten

- Haben Sie die E-Mail-Adresse des Kunden im Zusammenhang mit dem Kauf einer Ware oder Dienstleistung erhalten?
- Verwenden Sie die E-Mail-Adresse zur Werbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen?
- Hat der Kunde nicht widersprochen?
- Wird der Kunde bei Erhebung der E-Mail-Adresse und bei jeder weiteren Verwendung klar und deutlich darauf hingewiesen, dass er einer weiteren Zusendung jederzeit widersprechen kann, ohne dass hierfür andere Kosten entstehen als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen?
- Wird eine Interessenabwägung vorgenommen und stehen keine überwiegenden berechtigten Interessen des Betroffenen der Datenverarbeitung entgegen?
- Wird der Kunde in der Datenschutzerklärung darüber informiert, dass seine E-Mail-Adresse zum Newsletterversand verwendet wird und er diesen jederzeit abbestellen kann? Geben Sie die Rechtsgrundlage dieser Datenverwendung an?



+49 221 77536-7490

shop@trustedshops.com

Sie haben weitere Fragen zum Thema „E-Mail-Werbung an Bestandskunden“?
Das Trusted Shops Team hilft Ihnen gerne weiter.