



Hinweisblatt zum Versand von E-Mail-Werbung (Newslettern)

Bei der Versendung von E-Mail-Werbung bzw. E-Mail-Newslettern ist Folgendes zu beachten:

1. Versendung von E-Mail-Werbung mit vorheriger ausdrücklicher Einwilligung

Grundsätzlich ist die Einwilligung des Adressaten für die Zusendung von E-Mail-Werbung erforderlich. Dieser Grundsatz gilt unabhängig davon, ob der Adressat der E-Mail-Werbung Verbraucher oder Unternehmer ist.

An diese Einwilligung werden bei Einholung in elektronischer Form gewisse Anforderungen gestellt:

- a. Die Einwilligung muss durch eine **ausdrückliche** Handlung des Adressaten (bewusst und eindeutig) erfolgen (empfohlene Variante: Checkbox und Bestätigung, sog. Double-Opt-In).

Bitte beachten: vorangekreuzte Checkboxes (Opt-Out), bei denen der Kunde erst das bereits vorhandene Kreuz entfernen muss, um die E-Mail-Werbung nicht zu erhalten, stellen keine ausdrückliche Einwilligung dar und sind deshalb unzulässig.

- **Double-Opt-In** = Interessent (Abonnent) erhält nach Absenden seiner E-Mail-Adresse eine sog. Bestätigungsmail vom Empfänger (Unternehmer), die eine Aufforderung zum Anklicken eines Links enthält. Erst nach Aktivierung des Links wird die E-Mail-Adresse in den Verteiler aufgenommen, die Bestätigungsmail, die selber noch keine Werbung enthalten darf, kann nur einmal zugesandt werden, bestätigt der Interessent den Link nicht ist davon auszugehen, dass der vermeintliche Interessent den Newsletter nicht wünscht.

- b. Die Einwilligung des Adressaten muss **protokolliert** werden (Logfiles).
- c. Der Adressat muss vor Erklärung seiner Einwilligung auf die jederzeitige Widerrufsmöglichkeit (Abbestellmöglichkeit) **hingewiesen** werden.
- d. Der Händler ist für das Vorliegen einer Einwilligung des Adressaten beweispflichtig. Der Nachweis einer Einwilligung kann nur durch das oben beschriebene Double-Opt-In-Verfahren wirksam erbracht werden. Denn nur durch dieses Verfahren kann ausgeschlossen werden, dass unbefugte Dritte die Eintragung für den Newsletter vorgenommen haben.

2. Besonderheit „Tell-a-friend“- Funktion

Bei der Zusendung von Empfehlungs-E-Mails über eine Weiterempfehlungs-Funktion (sogenannte „Tell-a-friend“- Funktion) um unverlangt zugesandte und damit unlautere Werbung, weil die Empfehlungs-E-Mails regelmäßig ohne die erforderliche ausdrückliche Einwilligung des Empfängers erfolgen.

Der Verzicht auf diese Weiterempfehlungsfunktion ist aufgrund des hohen Abmahnrisikos dringend zu empfehlen.

3. Ausnahme: Versendung von E-Mail-Werbung ohne Einwilligung (sog. Direktwerbung)

Nur ausnahmsweise ist die vorherige, ausdrücklich erteilte Einwilligung des Adressaten für den Erhalt eines Newsletters **entbehrlich**, wenn folgende Voraussetzungen vorliegen:

- a. ein Unternehmer im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung von dem Kunden dessen elektronische Postadresse bereits erhalten hat, (sog. Bestandskunden);
- b. der Unternehmer die Adresse zur Direktwerbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen verwendet;

„Eigene ähnliche Waren“ sind solche, die sich gleichartig mit den bereits gekauften Waren sind und dem gleichen typischen Verwendungszweck oder Bedarf des Kunden entsprechen. Gegebenenfalls können Zubehör und Ergänzungswaren beworben werden.

- c. der Kunde der Verwendung seiner E-Mail-Adresse nicht widersprochen hat und
- d. der Kunde bei Erhebung der Adresse, in der Datenschutzerklärung der Webseite und bei jeder Verwendung klar und deutlich darauf hingewiesen wird, dass er der Verwendung jederzeit widersprechen kann, ohne das hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

In der Praxis bedeutet dass: Standardisierte Newsletter an eine Vielzahl von Kunden sind bei der Direktwerbung so gut wie unmöglich. Der Kunde muss bei Erhebung der Adresse und bei jeder Verwendung klar und deutlich darauf hingewiesen werden, dass er der Verwendung jederzeit widersprechen kann, was in der Praxis in den wenigsten Fällen umgesetzt wird.

Allein die Aufnahme der Klausel zur Direktwerbung in die AGB bzw. in die Datenschutzerklärung **reicht nicht aus**, um das ansonsten erforderliche ausdrückliche Zustimmungserfordernis entbehrlich zu machen.

4. Praktische Umsetzung

- **im eigenen Online-Shop**

Bei Erfassung der E-Mail-Adresse im Rahmen der persönlichen Daten muss deutlich sichtbar folgender Hinweis angebracht sein:

„Soweit Sie nicht widersprochen haben, nutzen wir Ihre E-Mail-Adresse, die wir im Rahmen des Verkaufes einer Ware oder Dienstleistung erhalten haben für die elektronische Übersendung von Werbung für eigene Waren oder Dienstleistungen, die denen ähnlich sind, die Sie bereits bei uns erworbenen haben. Sie können dieser Verwendung Ihrer E-Mail-Adresse jederzeit durch eine Mitteilung an uns widersprechen. Die Kontaktdaten für die Ausübung des Widerspruchs finden Sie im Impressum. Sie können auch den dafür vorgesehenen Link in der Werbemail nutzen. Hierfür entstehen keine anderen als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen.“



- **bei eBay und vergleichbaren Plattformen**

In **jeder** Artikelbeschreibung muss der folgende Hinweis deutlich sichtbar eingefügt werden:

„Mit dem Kauf erhalten wir Ihre E-Mail-Adresse. Soweit Sie nicht widersprochen haben, nutzen wir diese für die elektronische Übersendung von Werbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen. Sie können dieser Verwendung Ihrer E-Mail-Adresse jederzeit durch eine Mitteilung an uns widersprechen. Die Kontaktdaten für die Ausübung des Widerspruchs finden Sie im Impressum. Sie können auch den dafür vorgesehenen Link in der Werbemail nutzen. Hierfür entstehen keine anderen als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen.“

Bei der nachfolgenden Übersendung von Werbe-E-Mails (Direktwerbung) muss folgender Hinweis in der E-Mail deutlich sichtbar angebracht sein:

„Sie können der Verwendung Ihrer E-Mail-Adresse für die Zusendung von Direktwerbung für unsere Waren oder Dienstleistungen jederzeit durch eine Mitteilung an uns widersprechen. Die Kontaktdaten für die Ausübung des Widerspruchs finden Sie in der Anbieterkennung in dieser E-Mail. Sie können auch den dafür vorgesehenen Link nutzen. Hierfür entstehen keine anderen als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen.“

5. Abmeldung vom Newsletter

Zur Abbestellung genügt ein in die E-Mail eingefügter Link mit der Bezeichnung „Newsletter abbestellen“ o.ä., bei dessen Aufruf eine Webseite mit der Bestätigung der Abmeldung aufgerufen wird. Es wird empfohlen, diesen Link nicht im Kleingedruckten zu verstecken, sondern deutlich sichtbar hervorzuheben.

Bei der Abmeldung sollte auf die erneute Eingabe der E-Mail-Adresse oder gar der Login-Daten verzichtet werden.

Widerrufen Kunden ihre ausdrücklich erteilte Einwilligung für den Erhalt eines Newsletters bzw. widersprechen dem Erhalt weiterer Direktwerbung, darf diese Abmeldung nicht ignoriert werden. Vielmehr ist die E-Mail-Adresse aus der Verteilerliste zu entfernen. Es darf ab dem Zeitpunkt der Abmeldung keine weitere Werbung per E-Mail versendet werden, andernfalls droht eine Abmahnung wegen unzulässiger Zusendung elektronischer Werbung.

Bestehen Unklarheiten bezüglich der Identität einer Abmeldung vom Newsletter, müssen Unternehmer nachforschen, wer die Abbestellung gesendet hat.