

Die Rechtslage für E-Mail-Marketing in Deutschland, in Österreich und in der Schweiz

Welche Gemeinsamkeiten und welche Unterschiede gibt es?

Immer häufiger werden die Rechtsexperten der Certified Senders Alliance (CSA) auf Messen und E-Mail-Marketing-Veranstaltung, zuletzt auf der DMX Austria 2016 in Wien, gefragt inwiefern sich die **rechtlichen Rahmenbedingungen für Deutschland, Schweiz und Österreich** unterscheiden. Grundsätzlich gilt in allen drei Ländern: **Ohne Zustimmung** der Empfänger dürfen **keine werbliche E-Mails** verschickt werden. Es gibt jedoch einige wenige Unterschiede, die bezüglich der konkreten Einwilligungserklärung und bestehenden Ausnahmen in den einzelnen Ländern beachtet werden müssen.

Anbei haben wir eine Tabelle für Sie zusammengestellt, in der die rechtlichen Besonderheiten übersichtlich dargestellt werden:

	Deutschland	Schweiz	Österreich
Rechtsgrundlagen	§ 7 (2) Nr. 3, Nr. 4 und (3) UWG, § 4a (1) Satz 2 BDSG § 28 (3) S.1 BDSG und (4), § 13 TMG	§ 3 lit o.UWG, Art. 45 a FMG, Art. 4 (3) und (4) DSG	§ 107 (2), (3), (5) (TKG 2003), § 24 MedienG, § 5 ECG
Einwilligung (Opt-In)	Grundsatz bei Zusendung von werblichen E-Mails	Grundsatz	Grundsatz bei Zusendung von werblichen E-Mails oder eine E-Mail sich an mehr als 50 Empfänger richtet (Achtung, also auch bei privaten E-Mails)
Formschriften bei der Einwilligung	Transparent, freiwillig, bewusst, eindeutig, ausdrücklich und separat	Ausdrücklich, keine bereits vorangeklickten Checkboxen	Keine, auch schlüssige Zustimmung grundsätzlich gültig

	Deutschland	Schweiz	Österreich
Beweislast für Rechtmäßigkeit der Zusendung an Empfänger	Trägt Versender	Trägt Versender	Trägt Versender
Double-Opt-In	Empfohlen	Empfohlen	Empfohlen
Ausnahmen (Opt-Out)	<p>Bei bestehender Kundenbeziehung,</p> <p>Voraussetzungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> E-Mail-Adresse „im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung von dem Kunden“ erhalten Zudem muss der Kunde „bei der Erhebung der Adresse und bei jeder Verwendung klar und deutlich darauf hingewiesen“ worden sein, dass er der Verwendung seiner E-Mail-Adresse für Werbung jederzeit widersprechen kann, „ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen“ - und der Kunde darf natürlich nicht widersprochen haben. Anschließende Werbung für ausschließlich 	<p>Bei bestehender Kundenbeziehung,</p> <p>Voraussetzungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> Zusammenhang zwischen der seinerzeit bezogenen Leistung und der beworbenen Leistung (Bewerbung vergleichbarer Produkte oder Dienstleistungen). keine Bewerbung Drittleistungen der Absender muss eindeutig erkennbar sein leicht auffindbare, kostenlose Abmeldemöglichkeit 	<p>Bei bestehender Kundenbeziehung,</p> <p>Voraussetzungen:</p> <ul style="list-style-type: none"> der Absender hat die Kontaktinformation für die Nachricht im Zusammenhang mit einem Verkauf oder einer Dienstleistung an seinen Kunden erhalten hat, UND die Nachricht zur Direktwerbung für eigene ähnliche Produkte oder Dienstleistungen erfolgt, UND der Empfänger bei der Erhebung sowie zusätzlich bei jeder Übertragung klar und deutlich die Möglichkeit erhalten hat, eine solche Nutzung der elektronischen Kontaktinformation kostenfrei und problemlos abzulehnen UND der Empfänger die Zusendung nicht von vornherein, insbesondere nicht

	„eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen“		durch Eintragung in die in § 7 Abs. 2 ECG genannte Liste, abgelehnt hat.
Abmelde-möglichkeit	Pflicht	Pflicht	Pflicht
Impressum	Pflicht	Pflicht	Pflicht
Identität/Kommer-zieller Charakter	Verschleierung der Identität und des kommerziellen Charakters verboten	Verschleierung der Identität und des kommerziellen Charakters verboten	Verschleierung der Identität und des kommerziellen Charakters verboten
Sanktionen bei Nicht-beachten der Vorschriften	<p>Unterlassungs- und Schadensersatzansprüche aus §§ 1004, 823 I BGB für Privatpersonen und Unternehmen</p> <p>Unterlassungsanspruch aus § 8 UWG für Mitbewerber</p>	vorsätzlich unlauterer Wettbewerb wird nach Artikel 3 UWG wird auf Antrag mit Freiheitsstrafe bis zu drei Jahren oder Geldstrafe bestraft (Art. 23 UWG).	<p>§ 109 Abs. 3 Nr. 20 TKG 2003, Verwaltungsstrafbestimmung Geldstrafe bis zu 37.000,00 Euro</p> <p>Unterlassungsanspruch B2B/BCB gemäß § 354 AGBG</p> <p>Mitwerber haben Unterlassungs- und Schadensersatzansprüche (bei Verschulden) aus § 14 Abs. 1 i. V. m. § 1 UWG und § 16 Abs. 1 UWG</p>

Autoren: Legal Team der Certified Senders Alliance