



# Hinweisblatt E-Mail-Werbung nach dem Kaufabbruch – Ist das zulässig?

Es ist für Händler so ärgerlich: Da kommt ein Kunde in einen Online-Shop, legt sogar ein Produkt in den Warenkorb und – schließt die Seite. Der Kauf wird abgebrochen und zurück bleibt der gefüllte Warenkorb. Die Verlockung ist an dieser Stelle groß, den Kunden auf seinen vereinsamten Warenkorb per E-Mail hinzuweisen und ihn so vielleicht doch noch vom Abschluss des Kaufes zu überzeugen. Doch Vorsicht: Hier lauert ein Stolperstein namens „unzulässige Werbung“.

Aber: Ist das überhaupt Werbung? Der Kunde wird schließlich nur an seine zurückgelassene Ware erinnert. Da man unter Werbung aber jedes Verhalten versteht, was darauf abzielt, den Kunden zum Abschluss eines Kaufes zu überreden, zählt auch diese Art der Erinnerung als Werbung. Da Werbung per E-Mail sehr einfach geht und man den Empfänger damit mit nur wenigen Klicks einer gehörigen Belästigung aussetzen kann, ist diese Form des Marketings besonders reglementiert.

Grundsätzlich ist Werbung laut § 7 des Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) nur mit Erlaubnis des Empfängers zulässig.

„Eine unzumutbare Belästigung ist stets anzunehmen bei Werbung unter Verwendung [...] elektronischer Post, ohne dass eine vorherige ausdrückliche Einwilligung des Adressaten vorliegt.“

Diese Einwilligung kann beispielsweise mittels einer Checkbox eingeholt werden. Wurde diese Erlaubnis eingeholt, so darf der Kunde auch an seinen abgebrochenen Kauf erinnert werden.

Allerdings sieht das UWG auch eine Ausnahme vor. Und zwar darf man als Händler Werbung per E-Mail ohne Einwilligung versenden, wenn es sich bei dem Empfänger um einen Bestandskunden handelt. Voraussetzungen dieser sogenannten Bestandskundenwerbung sind:

- Der Händler muss die E-Mail-Adresse im Zusammenhang mit einem Verkauf eines Produktes erhalten haben,
- diese E-Mail-Adresse wird ausschließlich dazu verwendet, um für ähnliche Waren oder Dienstleistungen Werbung zu betreiben,
- außerdem darf der Kunde der Verwendung nicht widersprochen haben und
- der Kunde muss sowohl bei der Erhebung der E-Mail-Adresse, als auch bei jeder Werbe-E-Mail darauf hingewiesen werden, dass er der Verwendung jederzeit kostenlos widersprechen kann.

Natur der Bestandskundenwerbung ist folgende: Der Kunde kauft von einem Händler ein bestimmtes Produkt. Aufgrund dieses Kaufes kann der Händler davon ausgehen, dass sich der Kunde für weitere, ähnliche Produkte interessiert. Die Betonung liegt hier allerdings auf „ähnliche“.

Im Falle der Erinnerung an den verwaisten Warenkorb bedeutet das, dass eine E-Mail ohne Einverständnis des Kunden nur dann möglich ist, wenn der Kunde schon einmal bestellt hat, sich in dem Warenkorb ein Produkt befindet, welches ähnlich zu dem bereits erworbenen ist und der Kunde der Verwendung der Adresse nicht widersprochen hat. Natürlich muss auch der Hinweis auf das Widerspruchsrecht erfolgen. Ansonsten dürfen Händler solcherlei Erinnerungs-E-Mails ausschließlich mit Erlaubnis des Kunden versenden.