

Ein schmaler Grat: Werbliche Ansprache rechtssicher machen

Categories : [Datenschutzrecht](#), [Energie](#), [Gas](#), [Strom](#), [Wettbewerbs- und Kartellrecht](#)

Tagged as : [Direktansprache](#), [Direktwerbung](#), [DS-GVO](#), [Einwilligung](#), [Informationspflichten](#), [Marketing](#), [personenbezogene Daten](#), [unlauterer Wettbewerb](#), [Werbung](#), [Widerrufsmöglichkeit](#)

Date : 14. April 2021

Seit mehr als einem Jahr dauert die Covid-19-Krise nun schon an. In diesen außergewöhnlichen Zeiten, wo der persönliche Kontakt und das „In-die-Augen-schauen“ fehlt, kommt der werblichen Kundenansprache daher eine herausragende Bedeutung zu. Dabei ist allerdings einiges zu beachten, wenn man Bußgelder oder Abmahnungen vermeiden will.

Datenschutz und Wettbewerbsrecht

Besonders erfolgversprechend sind Marketing-Methoden, bei denen Produkte gezielt beworben und Kunden direkt angesprochen werden. Direktwerbung in Form von Werbeschreiben, aber auch die Kundenansprache per Telefon, sind in der Geschäftswelt der Versorgungsunternehmen nicht mehr wegzudenken, sei es um Neukunden zu gewinnen oder um Bestandskunden zu halten.

Die erste Frage, die sich aus Sicht der Werbetreibenden dabei stellen sollte, ist die nach der Form des Direktmarketings – und nach dem jeweiligen Rechtsrahmen. Die individuelle Kundenansprache birgt nämlich rechtliche Fallstricke. Zum einen setzt Direktwerbung die Nutzung personenbezogener Daten, wie Postanschrift, E-Mail-Adresse oder Telefonnummer voraus, so dass die Vorgaben des Datenschutzrechts zu beachten sind. Zentral ist dabei die Frage nach der Rechtsgrundlage für die Datenverarbeitung: Kann ich meine geplante Werbemaßnahme noch auf ein überwiegendes berechtigtes Interesse nach Art. 6 Abs. 1 Buchst. f) [DS-GVO](#) stützen oder brauche ich dafür bereits eine Einwilligung? Wie kann ich sicherstellen, dass eine Einwilligung wirksam ist? Sie muss nämlich freiwillig und „in informierter Weise“ erfolgen. Außerdem ist darauf hinzuweisen, dass die Einwilligung jederzeit widerrufen werden kann.

Daneben spielen bei dem Thema Werbung auch die Regelungen des unlauteren Wettbewerbs eine Rolle. Insbesondere [§ 7 UWG](#) enthält wichtige Aussagen und feine Differenzierungen hinsichtlich der Rechtmäßigkeit der unterschiedlichen Formen der werblichen Ansprache. Telefonische Werbung gegenüber Verbrauchern, ohne ausdrückliche vorherige Einwilligung etwa ist danach untersagt. Gegenüber sonstigen Marktteilnehmern hingegen können sich Werbetreibende unter Umständen auf eine sog. mutmaßliche Einwilligung stützen, wenn sie Telefonwerbung machen möchten.

Rechtliche Hürden im Blick behalten

Daneben existieren weitere „No-Gos“ und Pflichten wie die datenschutzrechtlichen Informationspflichten. Eine genau Beurteilung der Rechtmäßigkeit von Werbung (ob nun per Post, E-Mail oder Telefon) aus verschiedenen Blickwinkeln macht es deutlich: Es gibt rechtliche Hürden, die es bei der Kundenansprache zu beachten gilt. Dabei ist der Grat zwischen einer guten Werbeidee und einem bußgeldbewehrten Verstoß gegen die DS-GVO und/oder einer abmahnfähigen Verletzung des Wettbewerbsrechts schmal.

Ansprechpartner*innen: [Stefan Wollschläger](#)/[Alexander Bartsch](#)/[Kristin Thole](#)

PS: Sie interessieren sich für das Thema, dann schauen Sie gern [hier](#) und [hier](#).