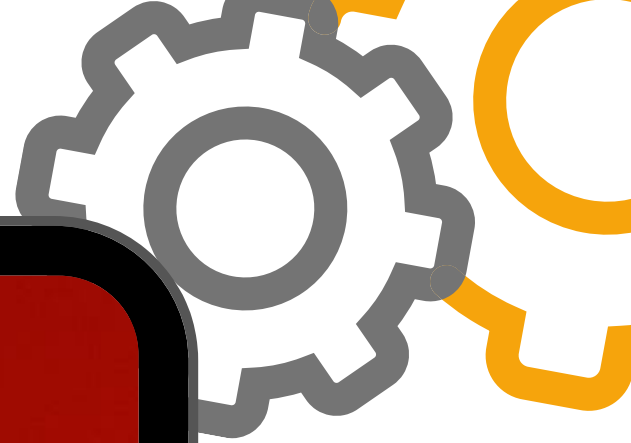


UNTERNEHMER ACADEMY

Part 11:

Direktmarketing: E-Mail,
Cold Calling & Co. – rechtlich
sauber umsetzen



Our Team - Herzlich Willkommen



Christina Schröder

Rechtsanwältin



Andreas Messerer

Prozesse / Technik



Hakan Tok

Social Media



Dr. Georg Schröder

Rechtsanwalt

Unternehmer-Academy



Jeden Freitag 16:00 Uhr

Frei und ohne Verpflichtung

30 Min. Vortrag / 15 Min. Fragen

Eure Fragen! Eure Vorschläge!

Keine §§ - nicht langweilig
(Ausnahme heute ;))!

service@recht24-7.de

Unternehmer-Academy - Part 11

Direktmarketing: E-Mail, Cold Calling & Co. – rechtlich sauber umsetzen



Inhaltsverzeichnis

Überblick

B2B - Business to Business

B2C - Business to Consumer

Telefon

Telefon

E-Mail

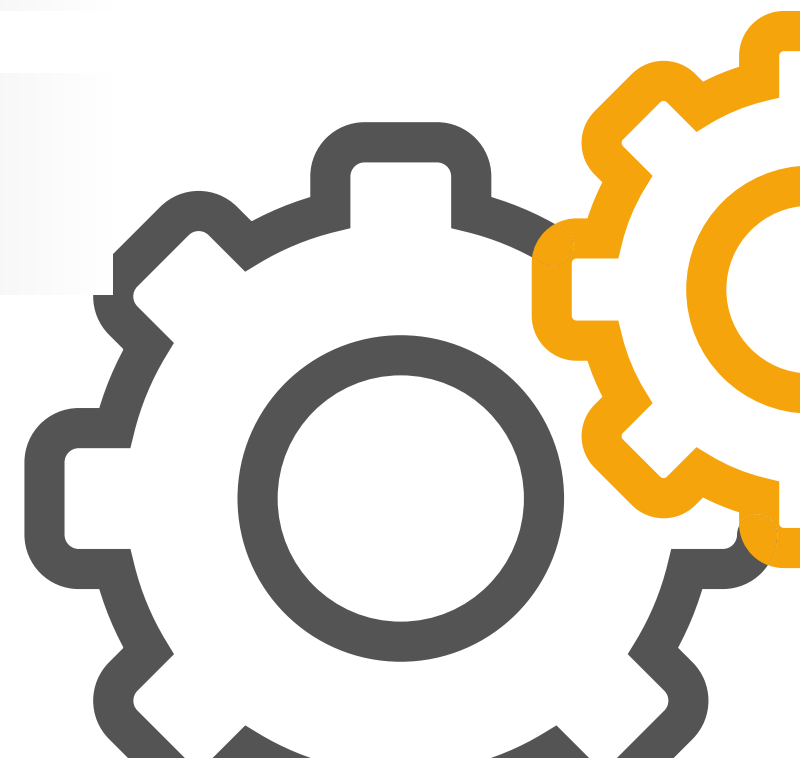
E-Mail

Adressen

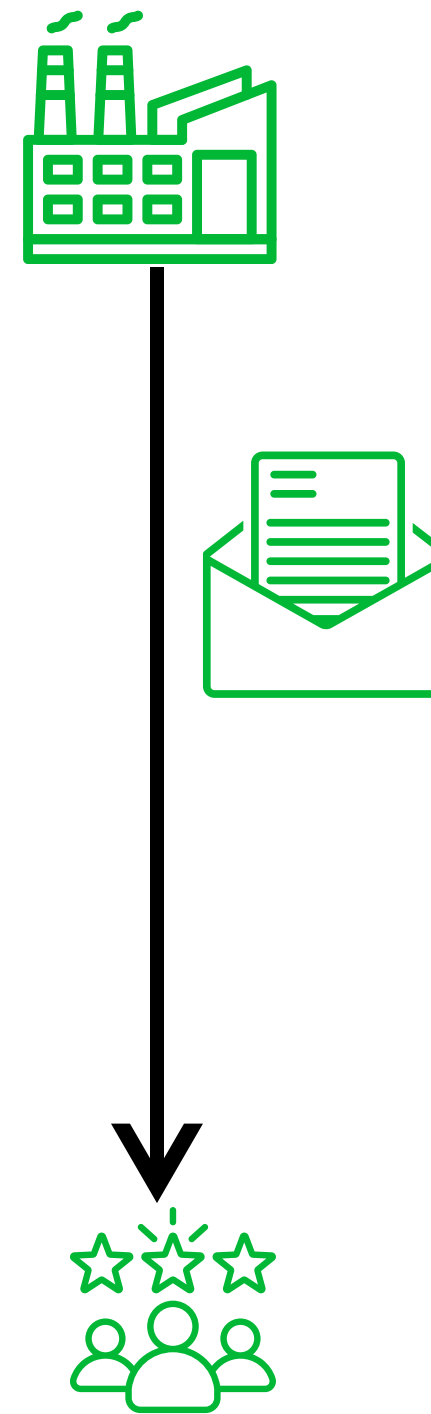
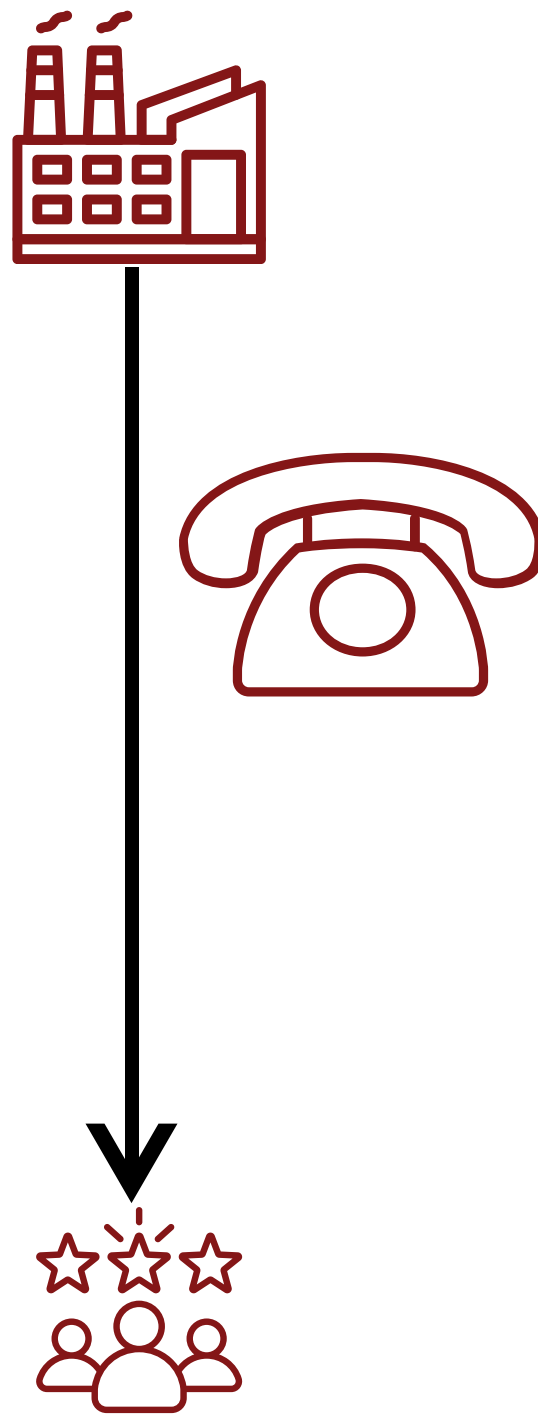
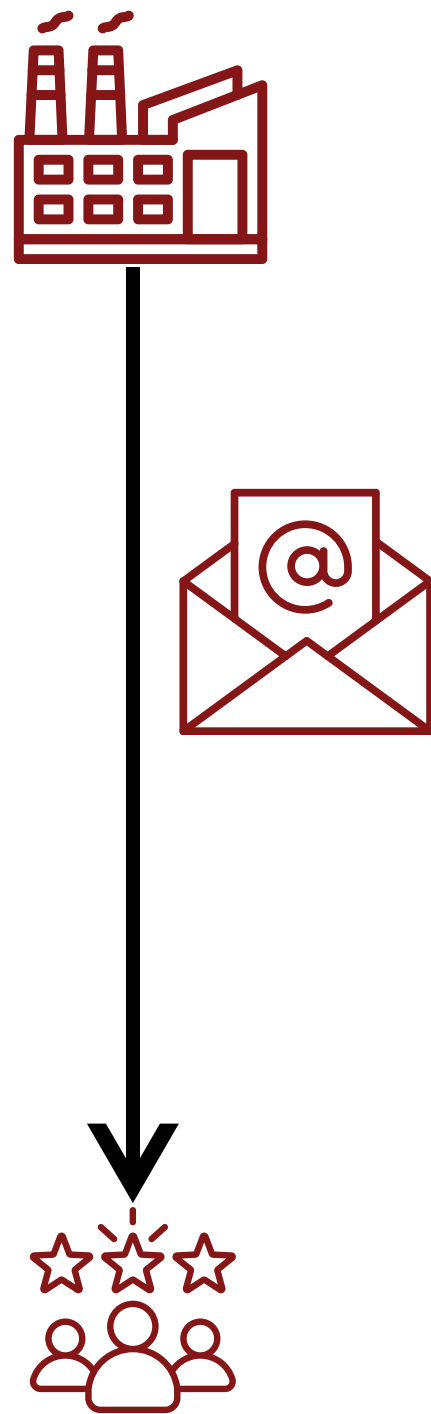
Adressen

LinkedIn

Risiken - Mitigation - MATRIX



Überblick



1

B2C – Cold Calling – Risiken



- in Deutschland – völlig eindeutig – unzulässig
- “Right to let be alone”

gemäß § 7 Abs. 2 Nr. 2 und 3 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG)
verboten

kann nach § 20 Abs. 1 und 2 UWG mit einem Bußgeld von bis zu 300.000 Euro

Abmahnung durch Mitbewerber, Verbraucherschutzvereine und Abmahnvereine

-> Anspruch auf Datenauskunft und Schadenersatz aus DS-GVO

1 B2C – Cold Calling – Risiken und Mitigation



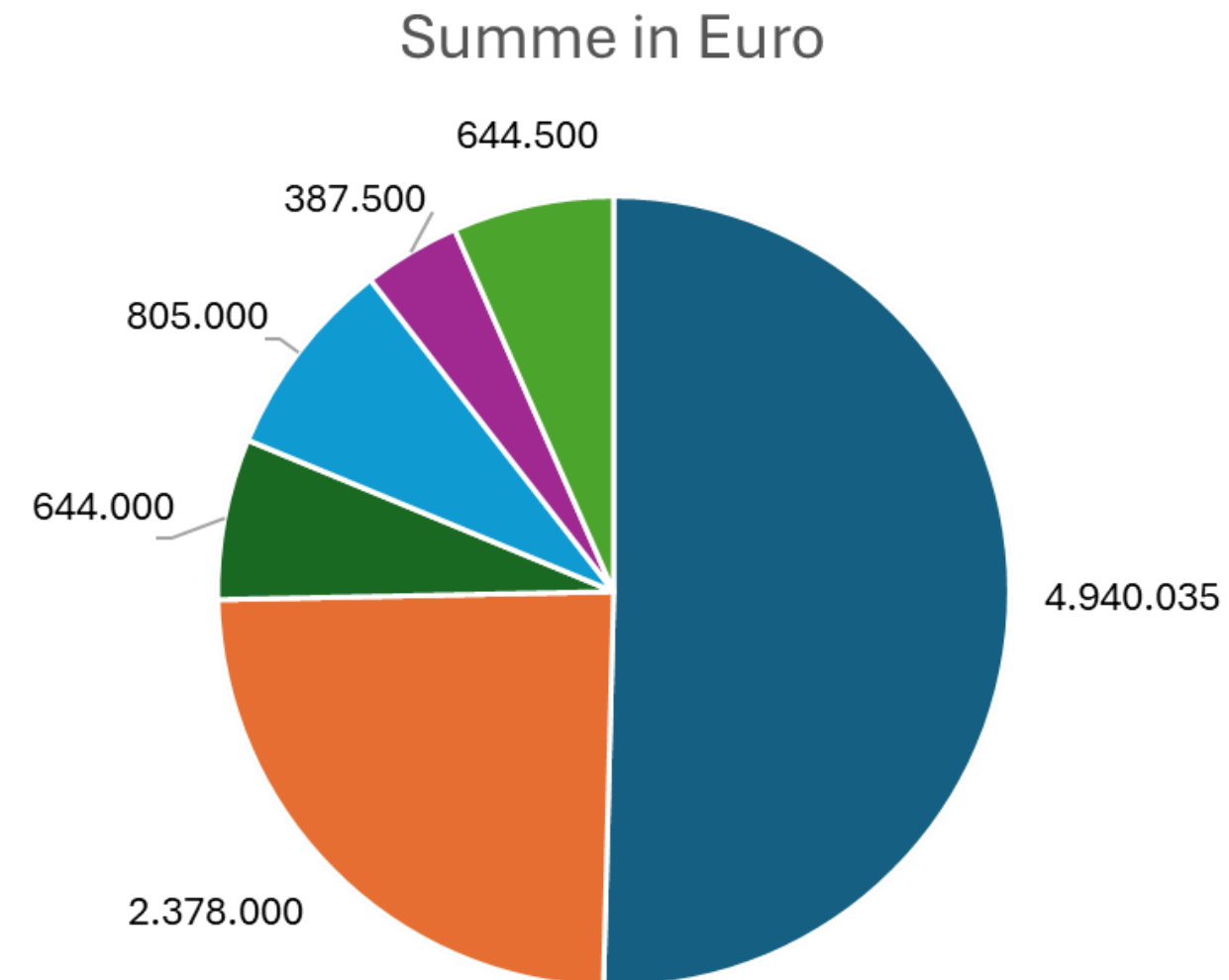
Bußgeld Übersicht Bundesnetzagentur seit 2017

Datum	Bußgeld in €	Gegenstand der Werbung	Rolle
14.05.2024	315.000	Energieversorgungsverträge	Call-Center
03. & 12.12.2018	300.000	Energieversorgung	Call-Center
27.07.2017	300.000	Energieversorgung	Auftraggeber
13.11.2023	285.000	Energieversorgung	Auftraggeber
12.04.2023	285.000	Energieversorgung	Call-Center
21.02.2023	285.000	Energieversorgung	Call-Center
28.06.2023	275.000	Energieversorgung	Auftraggeber

1 B2C – Cold Calling – Risiken und Mitigation



Summe der Bußgelder nach Branchen

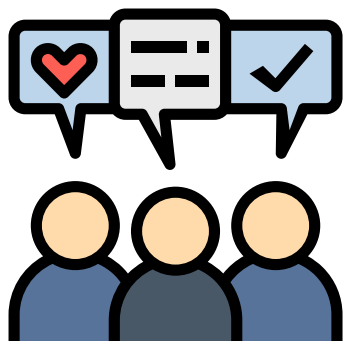
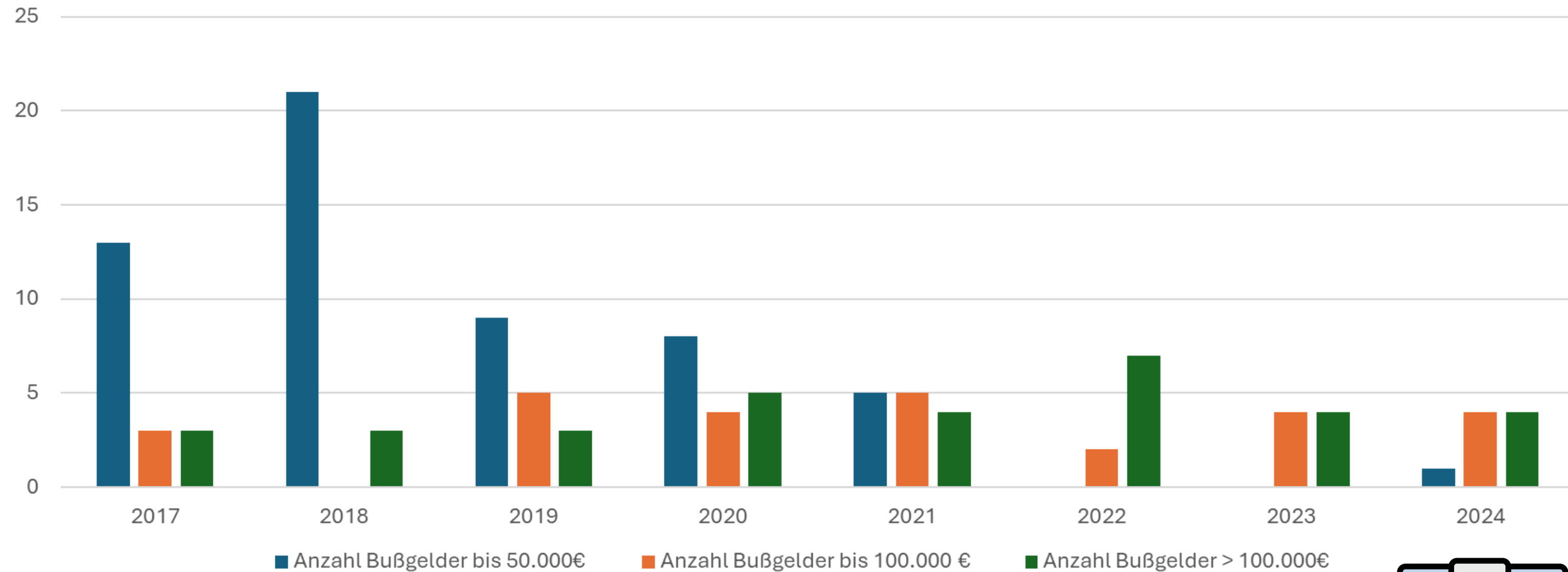


■ Energieversorgung/Energielieferverträge ■ Telekommunikation/Internet/Mobilfunk ■ Versicherung ■ Abonnements ■ Nahrung ■ Sonstige

1 B2C – Cold Calling – Risiken und Mitigation

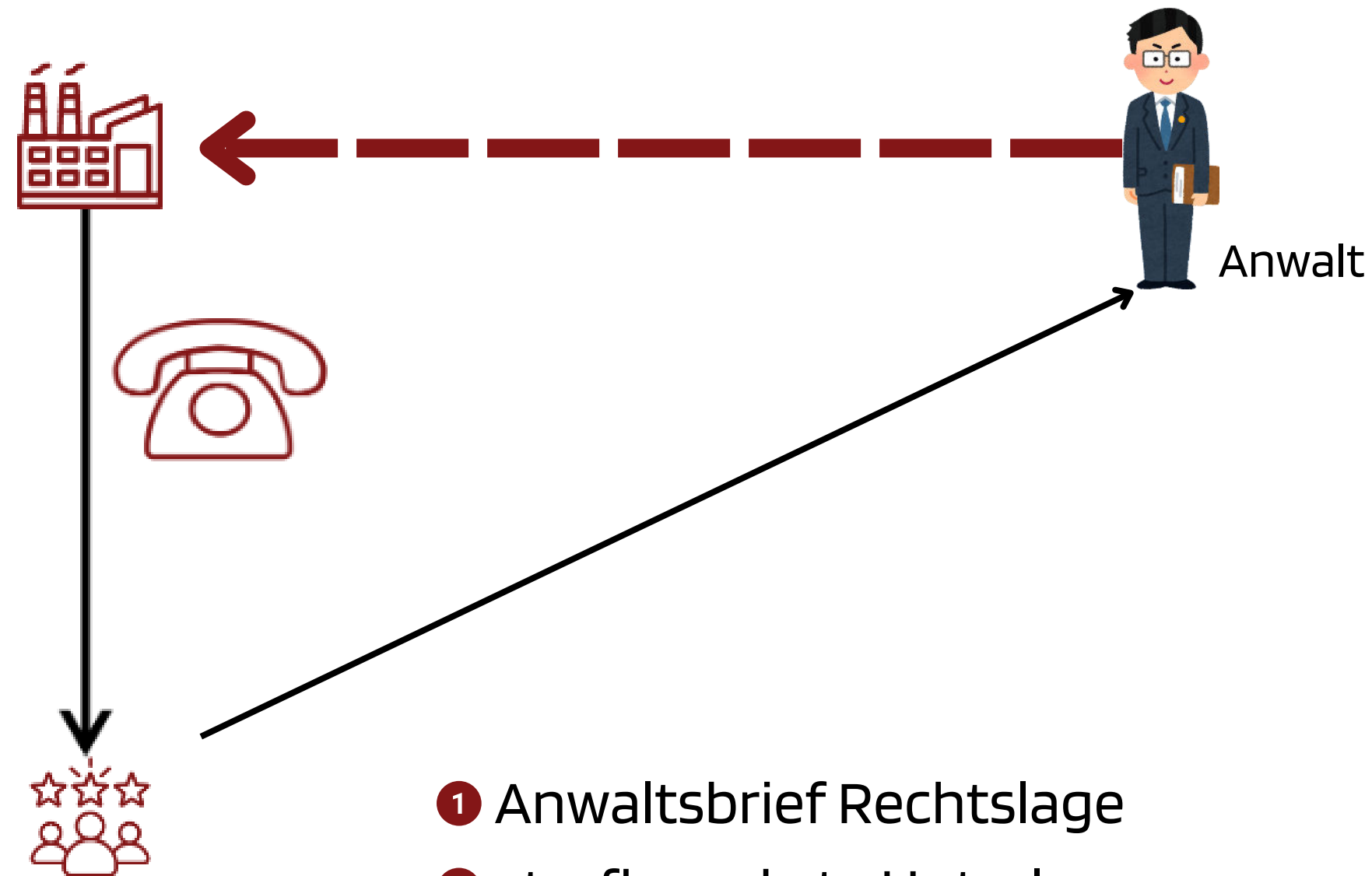


Bußgelder – Verteilung der Höhe nach



1 B2C – Cold Calling – Risiken und Mitigation

Abmahnungen – Mitbewerber



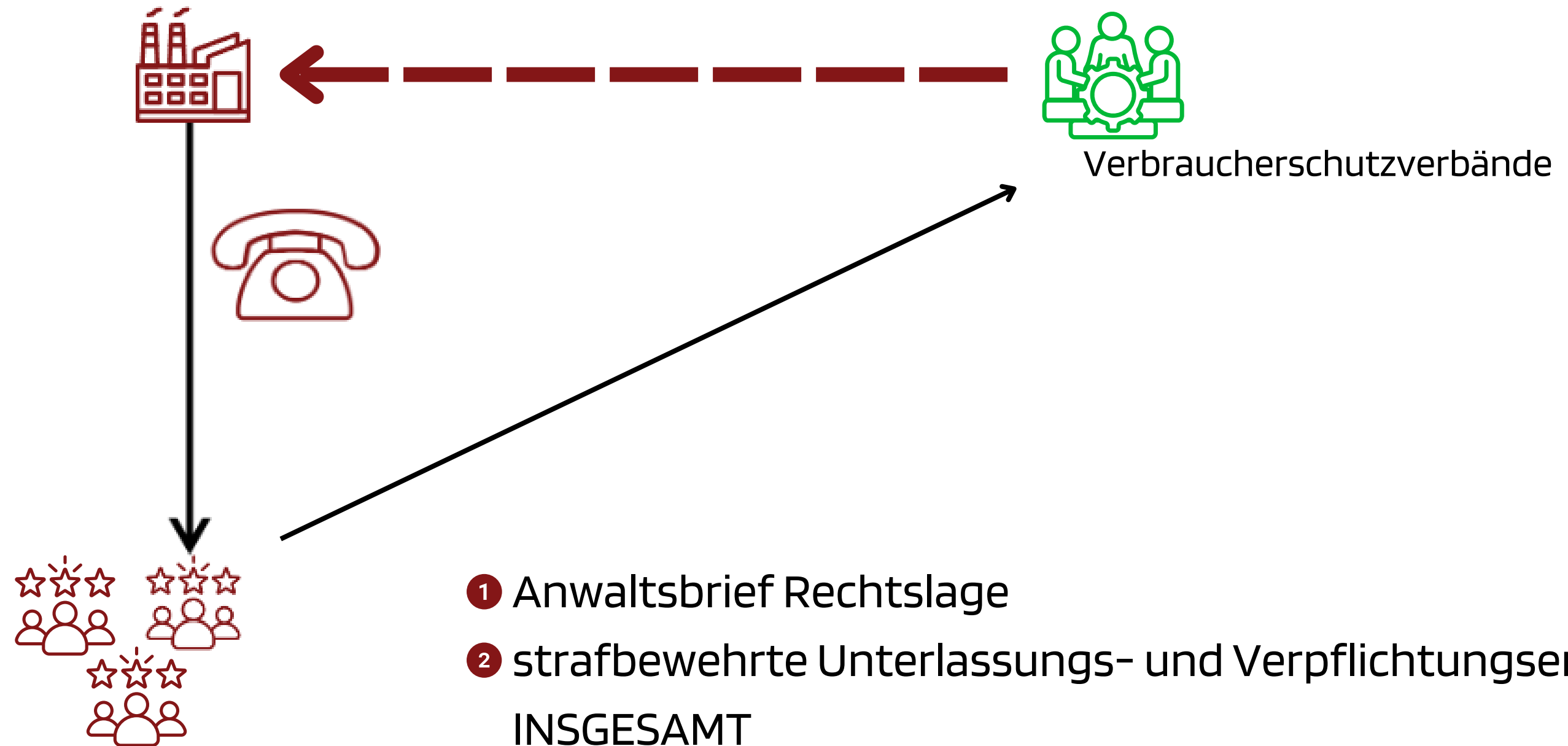
- 1 Anwaltsbrief Rechtslage
- 2 strafbewehrte Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung
NUR DIESER FALL
- 3 Rechnung des Anwalts (500,00 EUR bis 1.000,00 EUR)

1 B2C – Cold Calling – Risiken und Mitigation

Abmahnungen – Verbraucherschutzverbände

Wettbewerbszentralen

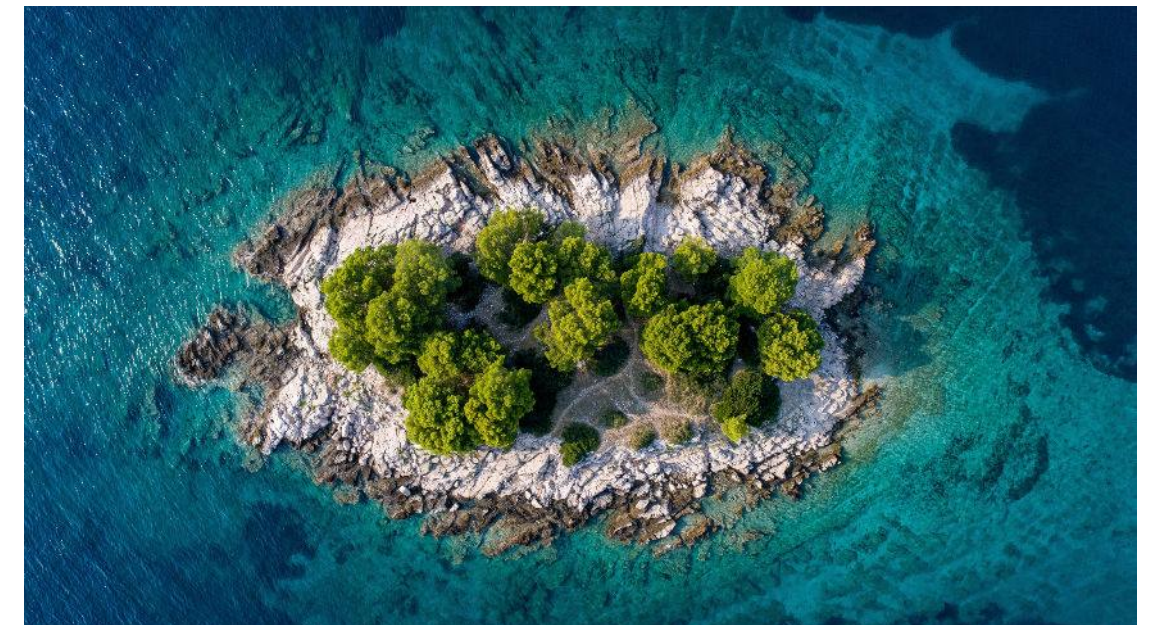
Können ein
werbliches
Verhalten
insgesamt
untersagen!



- 1 Anwaltsbrief Rechtslage
- 2 strafbewehrte Unterlassungs- und Verpflichtungserklärung
INSGESAMT
- 3 Rechnung des Anwalts (500,00 EUR bis 1.000,00 EUR)

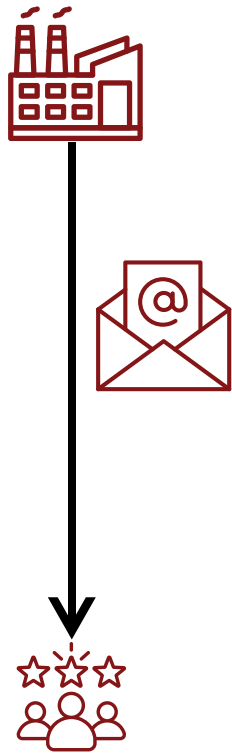
1 Cold Calling B2C – MITIGATION

–
(Einwilligung)



2

B2C – Cold Mailing



- in Deutschland – völlig eindeutig – unzulässig
- “Right to let be alone”

Abmahnung durch Mitbewerber, Verbraucherschutzvereine
und Abmahnvereine (500,00 EUR – 1.000,00 EUR)

Auskunft und Schadenersatz DS-GVO

- woher stammen die Daten
- Herkunft muss offengelegt werden
- bei fehlerhafter nicht vollständiger Auskunft
Schadenersatz (Gerichte bis zu 300,00 EUR)

2 Cold Mailing B2C – MITIGATION – Einwilligung

1. **Freiwilligkeit:** Die Einwilligung muss freiwillig erteilt werden. Es darf keine Benachteiligung drohen, wenn die Einwilligung nicht erteilt wird.
2. **Informiertheit:** Die Person muss genau wissen, wozu sie ihre Einwilligung gibt. Das bedeutet, sie muss umfassend über den Zweck der Verarbeitung und über die Identität des Verantwortlichen informiert sein. .

2 Cold Mailing B2C – MITIGATION – Einwilligung

- **Eindeutige Handlung:** Die Einwilligung muss durch eine klare Handlung erfolgen, z. B. durch das Ankreuzen eines Kästchens oder eine schriftliche Bestätigung. Vorab angekreuzte Kästchen sind nicht zulässig.
- **Widerrufbarkeit:** Es muss klar kommuniziert werden, dass die Einwilligung jederzeit widerrufen werden kann, ohne dass Nachteile entstehen.
- **Spezifisch und granular:** Die Einwilligung darf nicht pauschal für verschiedene Verarbeitungen abgefragt werden.

Nachweisbarkeit: Der Verantwortliche muss in der Lage sein, nachzuweisen, dass die Einwilligung ordnungsgemäß eingeholt wurde. Eine Dokumentation ist also notwendig.

2 Cold Mailing B2C – MITIGATION – Bestandskunden

Ähnliche Waren oder Dienstleistungen:

Die Werbung darf nur für ähnliche Produkte oder Dienstleistungen gemacht werden.

Kundendaten aus dem Verkauf:

Die Kontaktinformationen müssen im Zusammenhang mit dem Verkauf eines Produkts oder einer Dienstleistung von dem Unternehmen selbst erhalten worden sein.

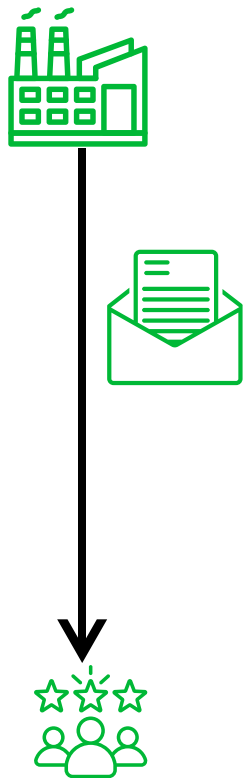
Hinweis auf Widerspruchsrecht bei Erstkontakt: Bei der Erhebung der Daten muss der Kunde klar und unmissverständlich darauf hingewiesen worden sein, dass er der Verwendung seiner Daten für Werbezwecke jederzeit widersprechen kann.

Kein Widerspruch!

2

B2C – Briefwerbung

- in Deutschland zulässig
- wichtig: Datenschutzhinweis



“Datenschutzhinweis

Wir verwenden Ihre Adressdaten, um Sie über unsere Produkte und Dienstleistungen zu informieren. Sie können der Nutzung Ihrer Daten für Werbezwecke jederzeit widersprechen, indem Sie uns unter [E-Mail] oder [Postanschrift] kontaktieren.

Weitere Informationen finden Sie in unserer Datenschutzerklärung unter [Link].”

B2C – Adressen – LISTBROKING

- **Einwilligung:** Die betroffene Person hat ausdrücklich zugestimmt (Art. 6 Abs. 1 lit. a DSGVO).
- **Berechtigtes Interesse:** Bei postalischer Werbung kann dies gelten, wenn die Rechte der betroffenen Person nicht überwiegen (Art. 6 Abs. 1 lit. f DSGVO).
- **Informationspflicht:** Betroffene müssen über die Datenverarbeitung informiert werden, insbesondere wenn die Daten nicht direkt von ihnen erhoben wurden (Art. 14 DSGVO).
- **Widerspruchsrecht:** Die Nutzung ist unzulässig, wenn die betroffene Person widersprochen hat.

3 B2C – Adressen – LISTBROKING – MITIGATION

Freistellung vom Leadlieferanten oder Adressbroker vertraglich vereinbaren

2 B2B – Cold Calling – Risiken (=Abmahnung)



- Einwilligung
- **Mutmaßliches Interesse:** Cold Calling ist erlaubt, wenn ein mutmaßliches Interesse des angerufenen Unternehmens an der beworbenen Dienstleistung oder dem Produkt besteht. Es muss davon ausgegangen werden, dass der Anruf im geschäftlichen Kontext nützlich und relevant ist.
- **Widerspruchsrecht**

2 B2B – Cold Calling – Mutmaßliches Interesse



ein **konkreter, aus dem Interessenbereich des Anrufempfängers herzuleitender Grund vorliegen**, der den Werbeanruf rechtfertigen könnte (BGH GRUR 2001, 1181, 1183 – Telefonwerbung für Blindenwaren).

Obergerverwaltungsgerichts (OVG) Saarland vom 20. April 2023:
Ankaufs von Edelmetallresten von Zahnarztpraxen und
Dentallaboren -> unzulässig

2 Cold Calling B2B – MITIGATION

Selektion Adressen in Richtung mutmaßliches Einverständnis optimieren

- Sicherstellen, dass die angerufenen Unternehmen ein mutmaßliches Interesse an dem Produkt oder der Dienstleistung haben.
- Branchen und Unternehmensgröße berücksichtigen, um die Relevanz des Angebots zu bewerten.

Call Center briefen hierzu und bei Eskalationsfällen

Black-List führen

Eskalationen professionell betreuen

B2B – Cold Mailing



ohne ausdrückliche Einwilligung unzulässig:

§ 7 Abs. 2 UWG:

2) Eine unzumutbare Belästigung ist stets anzunehmen

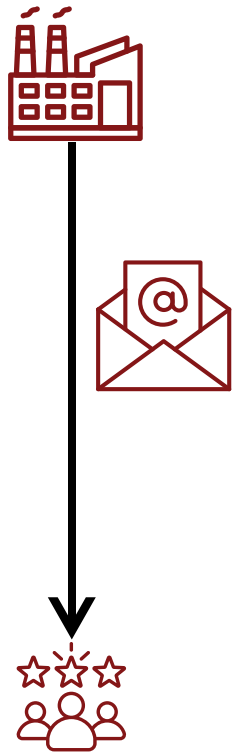
1.

bei Werbung mit einem Telefonanruf gegenüber einem Verbraucher ohne dessen vorherige ausdrückliche Einwilligung oder gegenüber einem sonstigen Marktteilnehmer ohne dessen zumindest mutmaßliche Einwilligung,

2.

bei Werbung unter Verwendung einer automatischen Anrufmaschine, eines Faxgerätes oder elektronischer Post, ohne dass eine vorherige ausdrückliche Einwilligung des Adressaten vorliegt,

B2B – Cold Mailing – Risiken



Abmahnung durch Mitbewerber, Wettbewerbszentrale und Verbraucherschutzvereine und Abmahnvereine (500,00 EUR – 1.000,00 EUR)

Auskunft und Schadenersatz DS-GVO

- woher stammen die Daten
- Herkunft muss offengelegt werden
- bei fehlerhafter nicht vollständiger Auskunft
Schadenersatz (Gerichte bis zu 300,00 EUR)

Cold Mailing B2B – MITIGATION

Werblicher Charakter?

- Sehr weit!
- nur bei individuellen Kooperationsanfragen u.U. wegfallend

Gestaffelt verschicken und Reaktionen abwarten

Black-List führen

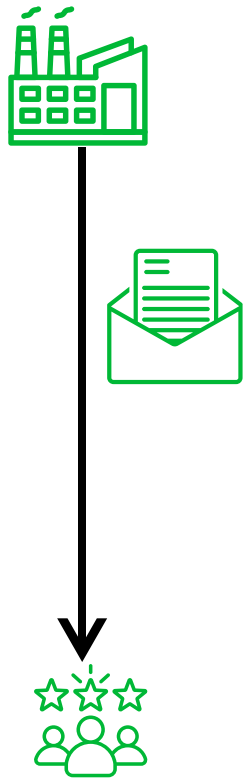
Bestandskundenwerbung -> siehe B2C (v.a. Hinweis bei Ersterhebung!)

Vorsicht bei Abmahnungen von Wettbewerbeszentrale und Verbraucherschutzzentralen -> gesamte Werbekanal kann geblockt werden

3

B2B – Briefwerbung

- in Deutschland zulässig
- wichtig: Datenschutzhinweis



“Datenschutzhinweis

Wir verwenden Ihre Adressdaten, um Sie über unsere Produkte und Dienstleistungen zu informieren. Sie können der Nutzung Ihrer Daten für Werbezwecke jederzeit widersprechen, indem Sie uns unter [E-Mail] oder [Postanschrift] kontaktieren.

Weitere Informationen finden Sie in unserer Datenschutzerklärung unter [Link].”

Sonderfall LinkedIn Spam



OLG Hamm, Beschluss vom 03.05.2023 (Az.: 18 U 154/22)

- Das Werbeverbot mit elektronischer Post gilt nicht nur für herkömmliche E-Mails, sondern auch für:
 - Nachrichten über Social Media-Dienste (z.B. Xing, Facebook, LinkedIn, WhatsApp)

Was sind die Konsequenzen?

1. Unterlassungsanspruch

- Verstoß gegen das Verbot belästigender Werbung (§ 7 II Nr. 2 UWG)

2. Datenschutzverstöße

- Versendung an natürliche Personen = Verarbeitung personenbezogener Daten
- Fehlende Einwilligung → fehlende Rechtsgrundlage für Datenverarbeitung



B2C

B2B



Ohne ausdrückliche Einwilligung unzulässig

Bußgelder
Abmahnungen
Schadenersatz



Mit mutmaßlichem Einverständnis zulässig

Abmahnungen
Schadenersatz



Ohne ausdrückliche Einwilligung unzulässig

Abmahnungen
Schadenersatz



Ohne ausdrückliche Einwilligung unzulässig

Abmahnungen
Schadenersatz



Zulässig ohne Einwilligung
Datenschutzhinweis nicht vergessen



Zulässig ohne Einwilligung
Datenschutzhinweis nicht vergessen

Nächste Veranstaltung



Social Media und Recht: Wie Sie rechtliche Risiken vermeiden

- Impressumspflicht und Datenschutzerklärung
Was muss auf jeder Social Media-Plattform angegeben werden? Rechtssichere Gestaltung des Impressums und der Datenschutzerklärung.
- Urheberrechte und Content-Sharing
Wie können Sie sicherstellen, dass Sie keine Urheberrechte verletzen, wenn Sie Bilder, Videos oder Texte teilen?
- Werbung richtig kennzeichnen
Wann ist ein Post Werbung? Wie können Sie Influencer-Partnerschaften oder Werbeposts korrekt und transparent kennzeichnen, um Abmahnungen zu vermeiden?
- DSGVO und Social Media
Wie gewährleisten Sie den Schutz personenbezogener Daten auf Plattformen wie Facebook, Instagram und Co.? Tipps zur richtigen Einwilligung und zu datenschutzkonformen Cookies und Tracking-Tools.
- Retargeting und personalisierte Werbung
Welche rechtlichen Vorgaben gelten für Retargeting-Kampagnen? So setzen Sie personalisierte Werbung DSGVO-konform ein, ohne rechtliche Fallstricke.
- Hate Speech und Moderation
Welche rechtlichen Konsequenzen können bei unerlaubten Kommentaren oder Inhalten auf Ihren Social Media-Profilen auftreten? Was müssen Sie bei der Moderation beachten?

Vielen Dank!



Video -> youtube Channel

Handout - www.recht24-7.de

Fragen - Anmerkungen:

service@recht24-7.de