

von Rechtsanwalt **Nicolai Amereller**

## Aufgepasst: Werbliche Inhalte machen Abwicklungsemails rechtlich angreifbar

Im Zuge einer Onlinebestellung erfolgen zahlreiche Abwicklungsemails an den Kunden, etwa hinsichtlich Eingangsbestätigung, Auftragsbestätigung, Versandbestätigung, Trackinginformationen oder Rechnung. Händler müssen aufpassen, dass derartige Transaktions- bzw. Systememails nicht durch darin enthaltene werbliche Elemente „verseucht“ werden und letztlich als (unzulässige) Werbeemails dann zahlreiche Folgeprobleme auslösen können.

### Worum geht es?

Wer in einem Onlineshop bestellt, erhält in aller Regel im Nachgang einige Emails vom Verkäufer in Bezug auf die Abwicklung des Vertrags.

So ist der Verkäufer etwa verpflichtet, dem Kunden den Zugang von dessen Bestellung unverzüglich auf elektronischem Wege zu bestätigen, also eine sogenannte Bestelleingangsbestätigungsmail zu übersenden.

Verbrauchern ist zudem eine Bestätigung des Vertrags, in der der Vertragsinhalt wiedergegeben wird, auf einem dauerhaften Datenträger bis spätestens zur Lieferung der Ware zur Verfügung zu stellen. Dies erfolgt meistens durch die Übersendung einer Auftragsbestätigungsemail, die nicht selten auch zur Annahme des Kundenangebots und damit Herbeiführung eines Vertragsschlusses genutzt wird.

Darauf folgt in aller Regel eine Versandbenachrichtigungs-Email, mit welcher der Kunde über den erfolgten Versand unterrichtet wird und welche ggf. Trackinginformationen für eine Sendungsverfolgung beinhaltet. In manchen Fällen werden Trackinginformationen auch mit einer gesonderten Email übermittelt.

Schließlich wird auch die Rechnung in vielen Fällen mittels Email an den Kunden übersendet.

Solche Mails sind aus Händlersicht für die Platzierung von Werbung sehr interessant, weil eine sehr hohe Öffnungsrate und bereits ein Vertrauensverhältnis besteht, so dass eine gute Basis für ein Up- oder Cross-Selling gegeben ist.

Doch zunehmende Abmahnungen in diesem Bereich zeigen: Hier ist Vorsicht geboten!

## Grundsatz: Keine Werbe-Email ohne vorherige, ausdrückliche Einwilligung

Im Bereich des Email-Marketing gilt ein eiserner Grundsatz: Der Versand von Werbeemails darf immer erst dann erfolgen, wenn der Empfänger in den Erhalt zuvor ausdrücklich eingewilligt hatte. Davon gibt es nur die (sehr enge) Ausnahme nach § 7 Abs. 3 UWG, was die Email-Werbung gegenüber Bestandskunden für Waren oder Dienstleistungen, die ähnlich zu bereits im Rahmen einer bestehenden Geschäftsverbindung bezogenen Waren oder Dienstleistungen sind, wenn weitere Voraussetzungen erfüllt sind, betrifft.

Liegt keine ausreichende Einwilligung vor (bzw. ist die die sehr enge Ausnahme des § 7 Abs. 3 UWG nicht erfüllt), wird die Werbeemail zur Spam-Email und schafft unter Umständen große Probleme:

Zum einen kann der Empfänger einer solch unzulässigen Werbeemail dann direkt gegen den Versender vorgehen, diesen abmahnen, eine auf Unterlassung von Spam gerichtete strafbewehrte Unterlassungserklärung sowie ggf. Abmahnkosten und Schadenersatz fordern.

Zum anderen können aber auch Mitbewerber und Abmahnverbände gegen den Versand von Spam-Emails vorgehen, sollten diese davon Kenntnis erlangen.

Ein besonderes Phänomen sind dabei einige bekannte Rechtsanwälte, die in Eigenmandatierung oder für einen (sehr kleinen) Mandantenkreis immer wieder in sehr großem Umfang entsprechende Abmahnungen aussprechen.

Damit lässt sich festhalten: Wer systematisch mit unzulässiger Email-Werbung arbeitet, wird früher oder später Probleme bekommen.

## Abwicklungsmails haben regelmäßig keinen werblichen Charakter

Doch was sind eigentlich Werbe-Emails, an die so hohe rechtliche Anforderungen gestellt werden?

Der Definition nach liegt dann eine Werbe-Email vor, wenn der Inhalt der Email auf die Förderung des Absatzes des sendenden Unternehmens gerichtet ist. Das ist nahezu schon immer dann der Fall, wenn nur auf die entgeltlichen Leistungen des Unternehmers oder eines Dritten hingewiesen wird.

Die Schwelle für das Einstufung einer Email als „Werbe-Email“ liegt damit sehr niedrig.

Die vorgenannten Abwicklungsmails sind regelmäßig bereits nicht als Werbe-Emails einzustufen, wenn diese

- im Rahmen einer Kommunikation aufgrund einer bestehenden Geschäftsbeziehung erfolgen, und
- zur Abwicklung des dabei geschlossenen Vertrags erforderlich bzw. dieser zumindest dienlich sind, und
- inhaltlich und von ihrer Aufmachung her sachlich und nüchtern gehalten sind, also keinerlei nicht für die Vertragsabwicklung nicht notwendige werbliche Elemente beinhalten.

Wer also darauf achtet, dass er ausschließlich die für die Vertragsabwicklung notwendigen Emails an seine Kunden sendet und diese Emails dabei komplett sachlich und nüchtern hält, es sich vom Gesamteindruck her also um eine reine, notwendige Information in Bezug auf die Abwicklung des Vertrags handelt, der versendet keine Werbe-Emails.

In der Folge benötigt der Versender – anders als bei einer Werbe-Email – keine vorherige ausdrückliche Einwilligung des Empfängers, bevor er eine solche Mail versenden darf.

## Wo liegt nun das Problem?

Online-Händler versehen Abwicklungsmails gerne mit werblichen Inhalten, die über die eigentliche Information, für welche die Abwicklungsmail bestimmt ist, hinausgehen, weil davon auszugehen ist, dass der Empfänger solche Mails aus Interesse am Schicksal der getätigten Bestellung öffnen und auch sorgfältig lesen wird.

Zudem ist der Kunde in diesem Moment in aller Regel dem Verkäufer wohl gesonnen und es hat sich durch die bereits getätigte Bestellung ein Vertrauensverhältnis eingestellt. Mit anderen Worten: Die Platzierung von Werbung in solchen Abwicklungsmails hat einen großen Werbewert und verspricht insbesondere im Bereich Up- und Crossselling durchaus Erfolge.

Ein typisches Beispiel ist etwa das Versehen der Bestelleingangsbestätigungs-Email mit einem Hinweis, dass der Käufer den Verkäufer auf dem Bewertungsportal XY bewerten kann und/ oder um eine entsprechende Bewertungen gebeten wird.

Die Bewertungsbitte bzw. -aufforderung dient zumindest mittelbar zur Absatzförderung des Verkäufers, da eine Vielzahl von Bewertungen Vertrauen bei neuen Kunden schaffen kann und hat mit der Abwicklung des Vertrags in der Sache nichts zu tun.

Ebenso macht ein Händler eine Rechnungs-Email zur Werbeemail, indem er in dieser zugleich für andere von ihm angebotene Waren wirbt oder auf eine Rabattaktion für künftige Bestellungen hinweist.

Damit besteht das Risiko, dass ein entsprechender werblicher Inhalt die gesamte Abwicklungs-Email „infiziert“ und dadurch insgesamt zur Werbe-Email macht. In diesem Fall hätte die Email dann gerade nicht versendet werden dürfen, da für solche Abwicklungs-Emails ja keine ausdrückliche vorherige Einwilligung erteilt wird (anders etwa als für Email-Werbung in Form eines Email-Newsletters).

Mit anderen Worten: Wer als Online-Händler seine Abwicklungsmails mit werblichen Inhalten versieht, läuft dadurch Gefahr, unerlaubte Email-Werbung zu betreiben. In der Konsequenz muss mit Abmahnungen und Ansprüchen seitens der Empfänger, Mitbewerber und Abmahnverbände gerechnet werden.

## Typische Fallen

Für die „Infektion“ einer Abwicklungs-Email kommt es grundsätzlich nicht auf die Art der enthaltenen Werbung an.

Dennoch handelt es sich immer wiederkehrende, typische Werbeinhalte, die gerne genutzt werden und dann zu den geschilderten Problemen führen können.

Sie sollten sich also hüten, einen der folgenden werblichen Inhalte in Ihre Abwicklungsmail(s) aufzunehmen:

- Werbung für eigene Waren oder Dienstleistungen
- Bewertungsanfragen, Bewertungsaufforderungen bzw. auch bloße Hinweise auf Bewertungsmöglichkeiten (etwa durch Nennung, Verlinkung oder Darstellung von Logos entsprechender Bewertungsportale)
- Werbung für weitere Webauftritte, etwa Social-Media-Seiten oder Bitte um „Folgen“ bzw. „Likes“ auf Social-Media-Seiten
- Hinweise auf Anbieter von Käuferschutzleistungen bzw. Bewerbung der Käuferschutzleistung als solcher
- Hinweise auf Anbieter, die den Shop zertifiziert haben (Vertrauensanbieter), etwa durch Verlinkung der dortigen Profilseite oder durch Darstellung von Logos der Anbieter
- Werbung für Kooperationspartner (etwa: „aufgrund Ihrer Bestellung bei uns erhalten Sie Zeitschrift XY 3 Monate kostenfrei“)
- Werbung für involvierte Dienstleister (etwa Tools zur Rechnungsabwicklung oder Versandabwicklung)
- Werbung für angebotene Vorteils-Programme wie „Kunden werben Kunden“, Bonusprogramme, Treuerprogramme, Versandkostenflatrate etc.
- Werbung für Rabatte (z.B. „Ihr Gutscheincode für die nächste Bestellung!“)
- Werbung für eine Newsletteranmeldung
- Anfügen von werblichen Anhängen (etwa Kataloge, Angebote des Monats etc. als PDF-Anhang)
- Sonstige Werbung, etwas hinsichtlich eines bald stattfindenden Messeauftritts oder zur Rekrutierung neuer Mitarbeiter

Bitte beachten Sie: Es kommt hierbei nicht darauf an, ob die Werbung in Text oder Bild erfolgt.

Man kann sich sicherlich darüber streiten, ob bereits jeder werbliche Inhalt eine an sich „statthafte“ Abwicklungsemail infiziert und damit zur unzulässigen Werbe-Email macht.

Steht der informelle Teil der Abwicklungsemail inhaltlich klar im Vordergrund und tritt der werbliche Inhalt klar zurück, ließe sich noch versuchen, zu argumentieren, dass insgesamt durch die Email zumindest keine unzumutbare Belästigung vorliegt.

Die Gerichte urteilen hier jedoch tendenziell streng und setzen die Voraussetzungen für das Vorliegen einer Werbeemail dabei sehr niedrig an. Zudem sind die Grenzen hier natürlich fließend, so dass jeder werbliche Inhalt in einer Abwicklungs-Email zum Risiko für deren Versender wird.

## Best practice: So wenige Emails und so wenig werbliche Elemente wie möglich

Wer in diesem Zusammenhang als Online-Händler das Risiko einer Abmahnung möglichst kleinhalten möchte, der sollte zwei Dinge beachten:

- Versenden Sie so wenige Abwicklungsmails wie möglich
- Halten Sie den Inhalt der Abwicklungsmails jeweils so sachlich und nüchtern wie möglich, verwenden Sie dabei also im Idealfall keine bzw. nur die absolut notwendigsten werblichen Inhalte

So können zwei Emails, einmal zur Versandbenachrichtigung und einmal zur Übermittlung von Trackinginformationen in der Regel zu einer Email zusammengefasst werden, ebenso wie einer Auftragsbestätigungs-Email bereits die Rechnung angehängt und so eine separate Rechnungs-Email vermieden werden kann.

Inhaltlich sollte der Fokus ganz klar auf die zu vermittelte Information gerichtet und begrenzt sein. In einer Auftragsbestätigungs-Email hat daher ein Hinweis zur Bewertungsmöglichkeit oder die „Absicherung“ des Kunden durch einen Käuferschutzanbieter daher nichts zu suchen.

Generell empfiehlt sich, auch in Bezug auf die grafische Gestaltung eine nüchterne Darstellungsweise zu wählen. Hier ist einfacher Text gegenüber bunten Logos und Bannern eindeutig der Vorzug zu geben.

## Aufpassen beim Mailversand durch Dritte

In vielen Fällen werden die später abgemahnten Emails gar nicht vom Händler selbst (als Abwicklungsmails) versendet, sondern von dritten Versendern, mit denen der Händler zusammenarbeitet.

Dies sind in erster Linie Werbeemails von Bewertungssystemanbietern und Käuferschutzdiensten, welche diese im Nachgang zu Bestellungen dann im Auftrag des Händlers an die Kunden versenden. Solche Mails, bei denen es zumeist um eine Bewertungsaufforderung bzw. Hinweise zum Käuferschutz geht sind klar Werbe-Emails und damit ist der Versand ohne vorherige, ausdrückliche Einwilligung des Empfängers unzulässig.

Nicht selten reicht eine falsche Einstellung bei entsprechenden Bewertungs- und Käuferschutzdienstleistern, um den automatisierten Versand entsprechender Emails auszulösen.

Dass solche Emails jedoch erst dann versendet werden dürfen, wenn zuvor (!) die ausdrückliche (!) Einwilligung des jeweiligen Empfängers in den Erhalt von Email-Werbung nachweislich (!) eingeholt wurde, geht dabei nicht selten unter.

In der Praxis bedeutet dies, dass tägliche tausende solcher Emails mehr oder weniger automatisiert, oftmals auch ohne Wissen des Händlers, versendet werden, obwohl es keine rechtliche Grundlage für deren Versand gibt.

Rechtlich betrachtet fallen dann solche, von dritten Anbietern für den jeweiligen Händler (technisch)

versendeten Werbe-Emails auf den Händler zurück. D.h. dieser muss sich dann bei Abmahnungen um den Ärger kümmern.

Die Anbieter sichern sich meist dadurch ab, dass der Händler bestätigen muss, die rechtlichen Rahmenbedingungen für einen legalen Versand solcher Emails (insbesondere durch Einholung einer Einwilligung) geschaffen hat. Viele Händler überlesen dies oder wissen gar nicht, wann solche Werbe-Emails überhaupt legal versendet werden dürfen. Unter Umständen nehmen hier auch Webdesigner oder Agenturen bei der Einbindung Einstellungen vor, die nicht mit dem Händler abgestimmt sind und dann zu Problemen führen.

Im Zweifel prüfen Sie unbedingt Ihre vorgenommenen Einstellungen bei den entsprechenden Diensten, insbesondere im Zusammenhang mit Bewertungsanfragen und Käuferschutzhinweisen.

In Bezug auf aktuelle Abmahnungen von Bewertungserinnerungs-Emails informieren wir Sie gerne [hier](#)

## Fazit:

Nur die wenigsten Kunden dürften sich von Abwicklungsmails mit werblichen Inhalten ernsthaft gestört fühlen. Denn: Die Email wäre ja so oder so „angefallen“.

Protagonisten sind hier einzelne Rechtsanwälte, oftmals im Wege der Eigenmandatierung, primär solche, die vermutlich keine Auslastung durch externe Mandate erzielen können.

Bei juristischer Betrachtung sind werbliche Inhalte in Abwicklungsmails aber in jedem Fall klar als problematisch zu sehen und sollten daher vermieden werden.

Insbesondere ein Rechtsanwalt aus Berlin mahnt derzeit sowohl isolierte Bewertungserinnerungs-Emails als auch mit werblichen Inhalten versehene Abwicklungs-Emails in größerem Umfang ab.

Soll das Risiko gering gehalten werden, empfiehlt es sich, möglichst wenige Abwicklungsmails jeweils ohne werbliche Inhalte zu versenden.

Sie wünschen sich einen rechtssicheren Internetauftritt, um effektiv Abmahnungen vermeiden zu können? Sehr gerne [unterstützen wir Sie dabei!](#)

Autor:

**RA Nicolai Amereller**

Rechtsanwalt