

von Rechtsanwalt **Felix Barth**

Frage des Tages: Ist das Überreichen einer Visitenkarte bereits eine Einwilligung in Werbung per E-Mail?

Gerade auf Messen sieht man das auch heute noch überall: Der Austausch von Visitenkarten. Und dann? Natürlich will der Empfänger die erhaltenen Daten irgendwie nutzen - aber auch für Werbung per E-Mail? Mit dieser Frage hat sich kürzlich das Bundesverwaltungsgericht in Österreich beschäftigt und entschieden, dass das Überreichen einer Visitenkarte auf einer Messe keine Einwilligung in Werbung per E-Mail darstellt (Urteil vom 16.08.2023, Geschäftszahl W157 2262141-1).

In dem Fall ging es um die Frage, ob eine konkludente Einwilligung vorliegt, wenn jemand seine Visitenkarte hinterlässt. Das Gericht entschied, dass dies nicht ausreicht, selbst wenn die E-Mail-Adresse handschriftlich auf der Karte vermerkt ist. Es wurde betont, dass eine klare und eindeutige Handlung erforderlich ist, um eine Einwilligung zu begründen. Schweigen oder das Hinterlassen einer Visitenkarte auf einer Messe reichen nicht aus. Im vorliegenden Fall wurde übrigens auch bemängelt, dass in der Werbe-E-Mail erst in einem Anhang die Möglichkeit angeboten wurde, der Nutzung der elektronischen Kontaktdaten zu widersprechen. Da diese Information erst nach dem Öffnen von sechs als Anhang gekennzeichneten Dateien gefunden werden konnte, wurde dies als Fehlen einer solchen Möglichkeit bewertet.

Die vom Gericht aufgestellten Grundsätze zur Einwilligung entsprechen dem Grunde nach auch der Linie der deutschen Rechtsprechung. In einem Fall des LG Berlin (Urteil vom 16.11.2017, Az.: 16 O 225/17) etwa war zu entscheiden, ob die Angabe einer E-Mail-Adresse im Rahmen einer Bestellung bereits als Einwilligung gewertet werden kann. Dies verneinte das Gericht. Eine ausdrückliche Einwilligung in die Zusendung dieser E-Mails habe nicht vorgelegen. Zwar habe der Beklagte in seinen AGB bzw. in der Datenschutzerklärung darauf hingewiesen, dass die Kundendaten zu Werbezwecken genutzt werden können, jedoch genügten diese Hinweise nicht den gesetzlichen Anforderungen.

Zusammengefasst ergeben sich für eine wirksame Einwilligung in diesem Zusammenhang folgende formale und inhaltliche Anforderungen:

- **Form:** Die Einwilligung im Online-Bereich zum Newsletterversand kann durch Anklicken einer Check-Box (wie bisher auch) eingeholt werden- es genügt hierfür eine konkludente, unmissverständliche Handlung - allerdings ist der Newsletterversender in der Beweispflicht die erteilte Einwilligung nachzuweisen (hierzu noch weiter unten) - es sollte daher dringend das Double-Opt-In-Verfahren verwendet werden.
- **Informiertheit:** Die Einwilligung muss das Erfordernis der Informiertheit erfüllen. Hierfür ist Voraussetzung, dass der Betroffene über die Identität des Newsletterversenders, über die Zwecke der Datenverarbeitung und über sein jederzeitiges, freies Widerrufsrecht zu informieren ist. Zusätzlich ist in der Datenschutzerklärung ein entsprechender Informationspassus aufzunehmen.

- **„Freiwilligkeit“ und sog. Kopplungsverbot** Eine erteilte Einwilligung muss zwingend freiwillig erfolgen. Nach dem sog. Kopplungsverbot sollen vertragliche Einwilligungsklauseln in der Regel nicht freiwillig und daher unwirksam sein, wenn sich diese auf Daten erstrecken, die für die Erfüllung des Vertrages nicht erforderlich sind.
- **Ausdrücklichkeit:** Der Betroffene muss selbst aktiv eingewilligt haben in die Werbemaßnahme (sog. Opt-In), der Betroffene muss also z.B. ein betreffendes Häkchen einer Check-Box aktiv setzen. Das [LG München I \(Urt. v. 4.6.2018, 4 HK O 8135/17\)](#) hat entschieden, dass ein voreingestelltes Häkchen in einer Check-Box nicht als Einwilligung in den Erhalt von E-Mail-Werbung ausreicht.
- **Widerrufsmöglichkeit:** Einwilligungserklärungen sind jederzeit mit Wirkung für die Zukunft frei widerruflich. Dazu genügt in der Regel, wenn dem Empfänger am Ende einer E-Mail die Möglichkeit gegeben wird, sich durch Klicken eines Links vom Newsletter-Empfang wieder zu lösen.

Entscheidend für den **Inhalt der Einwilligungserklärung** ist, dass der Einwilligende in **verständlicher und leicht zugänglicher Form in einer klaren und einfachen Sprache** (Art. 7 Abs. 2 DSGVO) über den Inhalt seiner Einwilligungserklärung informiert wird.

Alles Wissenswerte zum Thema E-Mail-Marketing finden Sie in [diesem ausführlichen Artikel](#).

Autor:

RA Felix Barth

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz / Partnermanagement