WETTBEWERBSRECHT – W08

Stand: August 2025

Ihr Ansprechpartner
Ass. iur. Kim Pleines

E-Mail
kim.pleines@saarland.ihk.de

Tel.
(0681) 9520-640

Fax
(0681) 9520-690

Telefon-, Fax-, E-Mail- und Brief-Werbung

Werbung ist ein **Grundpfeiler** unserer **marktwirtschaftlichen Ordnung**. Werbung mittels Brief, Telefon, Telefax und E-Mail bietet die **Möglichkeit, geschäftliche Verbindungen herzustellen und zu pflegen**. Wer die rechtlichen Grenzen für den Einsatz dieser Kommunikationsmittel kennt, kann seine Strategien planen, ohne mit Abmahnungen und Beschwerden rechnen zu müssen. Nachfolgend finden Sie Hinweise, was Sie wettbewerbsrechtlich beachten sollten.

Briefwerbung

Grundsätzlich ist es **wettbewerbsrechtlich zulässig**, Werbesendungen in Form von Werbebriefen, Flugblättern, Handzetteln und Prospekten in Briefkästen einzuwerfen. Grund: Der Empfänger erkennt meist schon an der äußeren Form und spätestens beim Öffnen des Umschlags, dass es sich um Werbung handelt. Bei mangelndem Interesse kann er ohne Lesen des Textes die Werbung sofort wegwerfen. Bei Adress- und Kundendaten sind daneben auch die datenschutzrechtlichen Vorschriften zu beachten.

Wohnungsinhaber, die sich durch einen Aufkleber am **Briefkasten gegen** den **Einwurf** von Werbematerial wehren, haben damit zum Ausdruck gebracht, dass sie **keine unaufgeforderten Werbesendungen** erhalten möchten. Wenn sich die Inhaber von Briefkästen mit einem Aufkleber auf dem Kasten allein den Einwurf von „Werbesendungen und Prospekten“ verbeten haben, so ist damit der Einwurf von Zeitungen und Zeitschriften sowie von Anzeigenblättern nicht unzulässig. Die Zeitungen dürfen dann auch Prospekte enthalten. Nur wenn der Empfänger durch einen Aufkleber an seinem Briefkasten deutlich macht, dass er die Zustellung der Zeitung oder Zeitschrift nicht wünscht, darf auch diese nicht eingeworfen werden.

Verbraucher, die keine Werbesendungen und auch keine Telefonanrufe erhalten möchten, können sich in die sog. „**Robinson-Liste**“ aufnehmen lassen. So kann das Werbeunternehmen sie von künftigen Werbesendungen ausschließen.

Telefonwerbung

Für die Telefonwerbung gilt, dass sie gegenüber **Verbrauchern** nur mit deren **vorheriger ausdrücklicher Einwilligung** und gegenüber **Gewerbetreibenden** nur mit deren **zumindest mutmaßlichen Einwilligung** zulässig ist. Wird ein Verbraucher ohne ausdrückliche vorherige Einwilligung angerufen, drohen Geldbußen bis zu 300.000 €.

Unerbetene telefonische Anrufe von Gewerbetreibenden (oder deren Vertretern) bei **Privatpersonen** zu Werbezwecken sind daher **grundsätzlich wettbewerbswidrig**, weil belästigend. **Ausnahme**: Der Angerufene hat **zuvor ausdrücklich seine Einwilligung erklärt**. Die Einwilligung ist nur dann ausdrücklich, wenn sich aus einer vorherigen Erklärung des Verbrauchers unmittelbar seine Einwilligung zum Telefonat ergibt und diese auf ein konkretes Vertragsverhältnis gerichtet ist

Telefonwerbung ist auch dann nicht zulässig, wenn der betreffende Anrufer seine Ware oder Leistung gar nicht im Einzelnen anpreist, sondern lediglich einen **Termin für ein Verkaufsgespräch** anstrebt. Die vorherige **briefliche Ankündigung** des Anrufs durch den Werbetreibenden ändert nichts an der Wettbewerbswidrigkeit des unerbetenen Anrufes. Genauso wenig ist es erlaubt, einen Telefoninhaber, der aufgrund einer Prospektwerbung Informationsmaterial angefordert hat, stattdessen in ein telefonisches Werbegespräch zu verwickeln.

Telefonwerbung bei Verbrauchern ist **rechtlich unbedenklich**, wenn der Telefoninhaber **zuvor** seine **Einwilligung** dazu ausdrücklich gegeben hat, etwa durch Einsendung einer entsprechenden Werbekarte. Als Einverständnis wird gewertet, wenn der Angerufene im Rahmen der Geschäftsanbahnung mit einer telefonischen Betreuung einverstanden war. Oder der Kunde hat für zukünftige Kontakte neben seiner Adresse auch seine **Telefonnummer** ausdrücklich **mitgeteilt**.

Achtung: Unternehmen müssen seit dem 1. Oktober 2021 die vorherige ausdrückliche Einwilligung des Verbrauchers dokumentieren. Diese Dokumentation muss zudem für 5 Jahre aufbewahrt werden. Verstöße hiergegen sind eine Ordnungswidrigkeit und können mit einer Geldbuße geahndet werden. Die Bundesnetzagentur stellt Informationen bereit, wie die Einwilligung dokumentiert werden muss.

Im geschäftlichen Bereich gilt: Erlaubt sind Werbeanrufe, wenn der angerufene Unternehmer seine Einwilligung mit der Telefonwerbung **ausdrücklich erklärt** hat **oder** wenn eine **mutmaßliche Einwilligung** vorliegt. Eine mutmaßliche Einwilligung darf angenommen werden, wenn aufgrund konkreter Umstände ein **sachliches Interesse des Angerufenen an gerade dieser Art der Kontaktaufnahme** besteht. Diese mutmaßliche Einwilligung kann bei bestehenden Geschäftsbeziehungen ebenso existieren wie auch bei neuen unternehmerischen Kontakten.

Indizien für die Annahme einer mutmaßlichen Einwilligung können sein:

- Verwendbarkeit des beworbenen Produktes/der beworbenen Dienstleistung im **Kernbereich** des angerufenen Unternehmens,
- besondere **Eilbedürftigkeit** des angebotenen Produktes,
- objektive **Günstigkeit** des Angebots.

Bei der Beurteilung der Frage, ob der Anrufer von einer mutmaßlichen Einwilligung des anzurufenden Gewerbetreibenden ausgehen konnte, ist auf die Umstände vor dem Anruf sowie auf die Art und den Inhalt der Werbung abzustellen. Maßgeblich ist, ob der Werbende bei verständiger Würdigung der Umstände annehmen durfte, **der Anzurufende erwarte einen solchen Anruf oder werde ihm jedenfalls positiv gegenüberstehen**. Ein **allgemeiner Sachbezug zu den** vom angerufenen Unternehmen **angebotenen Waren oder Dienstleistungen** (z.B. Werbung für Drucker, Kopierer und Faxsysteme) ist im Allgemeinen für die Annahme einer mutmaßlichen Einwilligung **nicht ausreichend**, weil Telefonwerbung gegenüber Gewerbetreibenden andernfalls nahezu unbeschränkt zulässig wäre. Nicht ausreichend ist auch, dass ein Unternehmen auf seiner Homepage seine Telefonnummer angibt. Das Risiko einer Fehleinschätzung trägt dabei der Anrufende.

Werbung mittels Telefax, E-Mail und automatischer Anrufmaschinen

Werbung mittels Telefax, E-Mail und automatischer Anrufmaschinen darf **nur mit vorheriger ausdrücklicher Einwilligung des Adressaten** erfolgen. Es wird also nicht zwischen Verbrauchern und Unternehmern als Adressaten unterschieden. Dem Angerufenen muss bei seiner **Einverständniserklärung** hinreichend **klar** sein, **welches konkrete Unternehmen für welches Produkt oder welche Dienstleistung** ihn **per Fax oder Mail** kontaktieren will. Dabei ist der Grund der Kontaktierung bei einem Verbraucher höher anzusetzen als bei einem Unternehmer.

Speziell für die **E-Mail-Werbung** hält das Gesetz für den Unternehmer eine **Erleichterung** bereit:

- Erhalt der E-Mail-Adresse durch den Kunden im Zusammenhang mit Verkauf einer Ware,
- Werbung für eigene, ähnliche Ware,
- Kunde hat nicht widersprochen,
- Kunde wird bei Erhebung der E-Mail-Adresse und in jedem Mail-Newsletter klar auf die Abbestellmöglichkeit hingewiesen.

Wichtig: Alle Voraussetzungen müssen **gleichzeitig** erfüllt sein, damit die Werbung per Mail auch ohne eine ausdrückliche Einwilligung zulässig ist.

Die Rechtsprechung setzt dabei an die **Ähnlichkeit der Ware** enge Voraussetzungen. Die Ähnlichkeit muss sich auf die bereits gekauften Waren beziehen und dem gleichen typischen Verwendungszweck oder Bedarf des Kunden entsprechen. Gegebenenfalls ist es noch zulässig, Zubehör oder Ergänzungssachen zu bewerben.

Newsletter

Viele Unternehmen nutzen die Möglichkeit der Werbung über einen Newsletter. Für den Newsletter hat sich die **Double-Opt-In-Lösung** durchgesetzt. Dies heißt: Die Unternehmensseite enthält die Eintragungsmöglichkeit für einen kostenlosen Newsletterbezug, der Verbraucher nutzt diesen Link, anschließend sendet das Unternehmen eine Bestätigungsmail mit der Aufforderung, diesen neuen Link anzuklicken, der Verbraucher nutzt den Link und aktiviert damit sein Abonnement für den Newsletter.

Die **Bestätigungsmail** des Unternehmens an den Verbraucher ist **bereits als Werbung** anzusehen. Das heißt: Um diese Mail zu senden, braucht der Unternehmer bereits eine Einwilligung des Verbrauchers. Das heißt für den Newsletterversender: Er muss die über das Webformular eingegebene E-Mail-Adresse mitsamt dem Zeitpunkt der Eingabe und der IP-Adresse des Eingebenden protokollieren. Diese Protokolldatei sollte so gespeichert werden, dass der einzelne Eintrag jederzeit ausgedruckt und so die Einwilligung erklärt werden kann.

Die an die Mailadresse versandte **Bestätigungsmail** muss **frei von Werbung** sein. Selbst Logos des Unternehmens haben in der Bestätigungsmail nichts zu suchen. Auch die IP-Adresse des Klicks auf den Bestätigungslink und der Zeitpunkt des Klicks sollte protokolliert werden. Diese Protokolldatei sollte für die Dauer des Abonnements gespeichert werden.

Die Datenschutzerklärung auf der Homepage sollte über die Erhebung und Speicherung der IP-Daten von Personen, die das Webformular zur Bestellung des Newsletters verwenden, informieren.

Eine einmal erteilte Einwilligung erlischt nicht automatisch durch Zeitablauf, kann aber im Einzelfall bei längerer Nichtbenutzung als verwirkt gelten, besonders wenn sie nicht mehr aktuell ist

Wie bekomme ich die Einwilligung für meine Werbung?

Die Einwilligung sollte aus Beweisgründen schriftlich eingeholt werden.

Die Einwilligung kann auch **brieflich** eingeholt werden. Möglich – wenn auch nicht besonders praxistauglich – ist, per erlaubten Werbebrief den Kunden anzuschreiben. Dem Brief beigefügt ist ein z.B. ein QR-Code oder ein vorbereitetes Antwortschreiben, in dem eine Erklärung des Empfängers enthalten ist, dass er mit Werbung per Telefon, Telefax und E-Mail durch das anschreibende Unternehmen künftig einverstanden ist. Grundsätzlich muss auch der Kunde darüber informiert werden, dass er diese Einwilligung jederzeit widerrufen kann.

Muster Einwilligungserklärung:

Einwilligungserklärung zur Kontaktaufnahme

☐ ja, ich bin damit einverstanden, zu [Angabe der Produkte bzw. Dienstleistungen] durch das Unternehmen [Angabe des Unternehmens, das den Kontakt aufnimmt] für mich [und meine Familie] kontaktiert zu werden.

☐ per Telefon, E-Mail

Vorname:_____ Nachname: _____

Telefonnummer: _____ E-Mail: _____

Unterschrift: _____ Datum: _____

Die Einwilligungserklärung können Sie jederzeit mit Wirkung für die Zukunft widerrufen. Bitte richten Sie Ihren Widerruf an [Angabe des Unternehmens wie zuvor mit Angabe von Kontaktweg]. Selbstverständlich können Sie auch zu jedem späteren Zeitpunkt mit Wirkung für die Zukunft von Ihrem Widerrufsrecht Gebrauch machen oder einen eingelegten Widerruf wieder zurücknehmen.

_____ _____

Datum Unterschrift

Wenn das werbende Unternehmen diese Erklärung unterschrieben vorliegen hat, wurde „grünes Licht“ für unaufgeforderte Werbung gegeben. Wenn keine Rückantwort erfolgt, darf nicht von einer Einwilligung ausgegangen werden. Werbemaßnahmen per Telefon, Telefax und E-Mail haben dann zu unterbleiben. Verlangt der Kunde, sei es ein Unternehmen, sei es ein Verbraucher, die Löschung seiner Daten bzw. **widerruft** er seine **Einwilligung**, dann haben Werbeaktivitäten künftig zu unterbleiben. Dasselbe gilt für den **Widerspruch** gegen die Verwendung seiner Daten zu Direktmarketingmaßnahmen.

Dieses Merkblatt soll – als Service Ihrer IHK – nur erste Hinweise geben und erhebt daher keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Obwohl es mit größtmöglicher Sorgfalt erstellt wurde, kann eine Haftung für die inhaltliche Richtigkeit nicht übernommen werden.