

Checkliste für korrektes E-Mailmarketing

Folgende **Checkliste für korrektes E-Mailmarketing** geht in manchen Punkten weiter als die Forderungen des Gesetzgebers. Die Checkliste ist nicht als abschliessend zu verstehen. Beim Erarbeiten von internen Vorgaben zu E-Mailmarketing bzw. zur Überprüfung der bestehenden Unternehmenspraxis lohnt sich der Beizug eines Internetjuristen.

Massnahme	Vorgabe
Korrekte und unmissverständliche Absenderadresse (keine Verschleierung der Identität und des Zwecks der E-Mailsendung)	Pflicht
Impressum im Werbe-E-Mail und Gewähr der Erreichbarkeit des Absenders	
Einfache und gut sichtbare Ablehnungsmöglichkeit für künftige Sendungen (derselbe Kommunikationsweg, keine weiteren Kosten); z.B. Abmeldelink bzw. Rücksendung des E-Mails mit Ablehnungsnotiz	Pflicht
Vorgängig ausdrückliche Einwilligung einholen oder die Zustimmung des Empfängers ergibt sich aus einem beim Absender getätigten Kauf	Pflicht
Offline Einwilligung schriftlich einholen bzw. bestätigen lassen	
Online Einwilligung: aktiv ein Häckchen setzen lassen , welches die Zustimmung in Massenwerbung der besuchten Website wiedergibt (das Häckchen nicht standardmässig als gesetzt vorgeben)	Pflicht
Double Opt-in bei online erfolgten Einwilligungen (der Empfänger erhält nach seiner Adressfreigabe ein E-Mail zur nochmaligen Bestätigung seiner Einwilligung zugeschickt. Damit wird verhindert, dass jemand absichtlich falsche Anmeldungen vornimmt)	
Verzicht auf Versand an Kunden, mit denen man längere Zeit keinen Kontakt mehr hatte ; stattdessen können diese Kunden per E-Mail angefragt werden, ob man künftig Massenwerbung zu eigenen Produkten und Dienstleistungen senden darf	
Sicherstellen, dass Kunden und E-Mailempfänger, die sich abgemeldet haben, keine weiteren Massen-E-Mails des Unternehmens mehr erhalten	Pflicht
Kunden keine Drittwerbung zustellen; andernfalls vorgängig ausdrückliche Einwilligung der Kunden einholen	Pflicht
Kunden keine Werbung zu eigenen Produkten und Dienstleistungen zustellen, die keinen Bezug zur eigentlichen Kundenbeziehung haben; andernfalls ausdrückliche Einwilligung des Kunden einholen	Pflicht
Keine Massenwerbung über den gesamten Kundenstamm machen	Pflicht

Personalisieren der Werbe-E-Mails (Persönliche Ansprache, Bezugnahme auf Ereignis, Treffen usw.)	
Bei Outsourcing des E-Mailmarketings an Dritte : sicherstellen, dass dieser die gesetzlichen Vorgaben im UWG und DSGVO einhält	Pflicht

Der Anti-Spam-Artikel (Art. 3 lit. o UWG) lautet:

«Unlauter handelt, wer Massenwerbung ohne direkten Zusammenhang mit einem angeforderten Inhalt fernmeldetechnisch sendet oder solche Sendungen veranlasst und es dabei unterlässt, vorher die **Einwilligung** der Kunden einzuholen, den **korrekten Absender** anzugeben oder **auf eine problemlose und kostenlose Ablehnungsmöglichkeit** hinzuweisen; wer beim Verkauf von Waren, Werken oder Leistungen Kontaktinformationen von Kunden erhält und dabei auf die Ablehnungsmöglichkeit hinweist, handelt nicht unlauter, wenn er diesen Kunden ohne deren Einwilligung Massenwerbung für **eigene** ähnliche Waren, Werke oder Leistungen sendet.»

Weitere Informationen zu Spamming und korrektem E-Mailmarketing finden Sie auf <http://www.yourlaw.ch/itlaw/spamming.asp>.

Autor: Mathias Kummer
© www.yourlaw.ch 2007