

Rechtliche Anforderungen an Postwerbung

Newsletter sind die am weitesten verbreitete Werbemethode im E-commerce. Die traditionelle Post-Werbung wird aber nach wie vor verwendet. Wichtig ist, dass Post-Werbung rechtskonform verschickt wird, um mögliche Sanktionen zu vermeiden. Wie kann Post-Werbung rechtskonform in Spanien versendet werden?

Anwendungsbereich B2C

Die Zusendung von Postwerbung wird in Spanien in Artikel 30 des spanischen Datenschutzgesetzes (LOPD) und in Artikel 45-49 der Ausführungsverordnung des Datenschutzgesetzes (RLOPD) geregelt.

Diese Vorschriften gelten nur gegenüber Verbrauchern, denn gemäß Art. 2 Abs. 2 und Abs. 3 RLOPD werden natürliche Personen, die im Rahmen ihrer gewerblichen, geschäftlichen, handwerklichen oder beruflichen Tätigkeit handeln, vom Anwendungsbereich der Ausführungsverordnung ausgenommen.

Die spanische Datenschutzagentur (AEPD) hat eine Ausnahme für Unternehmer vom Anwendungsbereich in ihren Berichten (Aktenummer 0433/2008 und 0042/2008) angeordnet. Darüber hinaus, hat die AEPD in ihrem Bericht 0625/2009 Unternehmer vom Anwendungsbereich des Datenschutzgesetzes ausgenommen.

Informationspflicht

Wenn die Zusendung von Postwerbung angeboten wird, muss der Nutzer ausführlich über die Art, den Zweck und den Umfang der Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung der Daten sowie etwaige Widerspruchsrechte informiert werden. Die Erfüllung dieser Informationspflicht ist gemäß Art. 6 Abs. 1 LOPD eine Voraussetzung für die Erteilung einer wirksamen Einwilligung.

Darüber hinaus muss sichergestellt werden, dass die Einwilligungsklausel keine missbräuchliche Klausel nach Art. 80 fortfolgende des spanischen Verbraucherschutzgesetzes (LGDCU) darstellt.

Ausdrückliche Einwilligung

Postwerbung darf nach Art. 45 Abs. 1 Buchstabe b) RLOPD nur mit der unzweideutigen Einwilligung des Empfängers versandt werden. Diese Regelung unterscheidet sich von der im Artikel 21. Abs. 1 des spanischen E-Commerce Gesetzes (LSSICE) festgelegten Regelung für die Zusendung von E-Mail-Werbung, die die ausdrückliche Einwilligung des Betroffenen für die Zusendung von Newsletters erfordert.

Obwohl die Einholung einer impliziten Einwilligung theoretisch möglich wäre, hat die AEPD in ihrer Rechtsprechung Bedenken hinsichtlich der Nutzung von impliziten Einwilligungen in Bezug auf Postwerbung geäußert und im Gegensatz zu anderen Bereichen, wie der Nutzung von Cookies, die Anforderungen an eine zulässige implizite Einwilligung nicht geschildert. Darüber hinaus verlangt die Agentur, dass die verantwortliche Stelle der Daten Beweise für die Einholung einer unzweideutig erteilten Einwilligung zur Zusendung von Postwerbung zur Verfügung stellt.

Insofern scheint die Einholung einer ausdrücklichen Einwilligung zur Zusendung von Postwerbung aufgrund der Rechtssicherheit zu empfehlen. Diese kann mittels einer nicht vorangekreuzten Check-box eingeholt werden.

Überprüfung der Robisonliste

Nach Art. 45 Abs. 1 Buchstabe b) RLOPD muss der Unternehmer, wenn Daten zum Zwecke der Zusendung von Postwerbung aus einer öffentlich zugänglichen Quelle erhoben werden, überprüfen, ob der Empfänger sein Widerspruchsrecht zur Nutzung seiner Daten für Werbezwecke ausgeübt hat. Diese Anforderung gilt nicht, wenn der Online-Händler die Adresse direkt vom Nutzer mit seiner entsprechenden unzweideutigen Einwilligung erhebt.

Unternehmen können gegen Zahlung von 1.100 Euro jährlich Mitglied der Robisonliste werden. Unternehmen, die Zugriff auf die Robisonliste gewinnen wollen, müssen 300 € für das einmalige Herunterladen der Robisonliste, oder 1.100 Euro jährlich für einen unbegrenzten Zugang bezahlen. Für Mitglieder des spanischen E-Commerce Verbands (ADIGITAL) ist diese Dienstleistung kostenlos.

Fazit

Die Anforderungen an die Zusendung von Postwerbung sind jenen der Newsletter sehr ähnlich: Informationen über Art, Zweck und Umfang der Erhebung muss bei der Datenerhebung zur Verfügung gestellt werden und die Einwilligung des Empfängers muss eingeholt werden. Dabei empfiehlt es sich aus Gründen der Rechtssicherheit die ausdrückliche Einwilligung des Kunden einzuholen.

Wir helfen Ihnen gerne bei der Internationalisierung Ihres Online-Shops. (rg)

Bilquelle: Lukasz Stefanski/shutterstock.com

[hubspotform whitepaper="true" title="Gratis Whitepaper-Download 'Der internationale Online-Shop'" image_path="http://shopbetreiber-blog.de/wp-content/uploads/2016/10/shutterstock_105520049_300x200.jpg" image_text="Unsere Experten Madeleine Pilous und Frieder Schelle haben die wichtigsten rechtlichen Fragen zum Cross-Border E-Commerce beantwortet: Welches Recht gilt bei Verkäufen ins Ausland? Das deutsche Recht oder das des Ziellandes? Wo unterscheidet sich das Recht in der EU? Was bedeutet das für AGB und Datenschutz?" copy_text="" portal_id="603347" form_id="a9f3c307-0128-47ac-88c4-e7c2febb4c8a" css=""]