**CHECKLISTE: Prüfpunkte bei Werbeaktivitäten**

**Aktivität**

**Das sollten Sie berücksichtigen**

**Alles in Ordnung?**

Adressgewinnung für Werbezwecke

* Um an Adressdaten von Verbrauchern zu kommen, denkt man vielleicht daran, das Internet, Web- seiten oder soziale Netzwerke nach Adressen zu durchforsten und diese zu nutzen. Das kann nach hinten losgehen. Einerseits liegt ggf. ein Verstoß gegen die Nutzungsbedingungen vor. Anderer- seits sind manche Daten nur zur Erfüllung gesetzlicher Anforderungen veröffentlicht, z. B. in einem Impressum. Will man diese Daten verwenden, wird es mit der Rechtsgrundlage schwierig.
* Der Zukauf von Adressen kann ebenso problematisch sein. Auch für deren Verarbeitung bedarf es einer Rechtsgrundlage. Besser ist es, etwa Daten im „Lettershop“-Verfahren zu nutzen. Ihr Unter- nehmen kommt mit den Daten nicht in Kontakt. Der Lettershop-Betreiber versendet dann eigen- ständig die Werbung Ihres Unternehmens an die von ihm verwalteten Adressen.

q Ja q Nein

E-Mail-Newsletter mit integrierten Angeboten

* Hier ist entscheidend, dass der Inhaber der betreffenden E-Mail-Adresse in den Empfang des Newsletters wirksam eingewilligt hat. Das gilt für jede E-Mail-Adresse, und zwar unabhängig, ob diese einem Verbraucher gehört oder es sich um eine geschäftliche E-Mail-Adresse handelt.
* Prüfen Sie, ob das Double-opt-in-Verfahren richtig funktioniert. Das ist wichtig. Schließlich muss Ihr Unternehmen das Vorliegen einer Einwilligung beweisen können (Art. 7 Abs. 1 DSGVO).

q Ja q Nein

Werbe- und Rabatt- aktionen gegenüber Bestandskunden

* Vielleicht wird überlegt, Bestandskunden per E-Mail anzuschreiben und ihnen einen Gutschein zukommen zu lassen. Das ist jedoch nicht zulässig. Bei solchen E-Mail-Werbeaktionen bedarf es der vorherigen ausdrücklichen Einwilligung des Empfängers (§ 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG).
* Zwar kann die Sache auch ohne Einwilligung zulässig sein. § 7 Abs. 3 UWG formuliert jedoch strenge Anforderungen, die alle erfüllt sein müssen.

q Ja q Nein

Cashback-Aktionen

* Hier wird versucht, den Absatz durch Rückerstattungen zu steigern. Wird z. B. Produkt A gekauft, werden 50 € erstattet. Die Rechtsgrundlage ist an sich meist nicht das Problem. Hier kann sich Ihr Unternehmen oft auf Art. 6 Abs. 1 Satz 1 Buchst. b DSGVO stützen.
* Schwierig kann es werden, wenn Rechnungen eingereicht werden müssen oder Bankverbin- dungsdaten erfasst werden. Achten Sie hier auf passende Schutzmaßnahmen.

q Ja q Nein

Empfehlungswer- bung durch Kunden

* Auch hier ist die Umsetzung entscheidend. Zum Problem kann es werden, wenn Ihr Unternehmen bei Kunden etwa E-Mail-Adressen anderer potenzieller Kunden sammelt und für Werbezwecke verwendet. Hier fehlt Ihrem Unternehmen die Einwilligung des Adressaten.
* Eine unproblematische Ausgestaltung kann hingegen folgende sein: Ein Kunde kann sich Rabatt- codes generieren. Diese kann er dann in Eigenregie an Freunde und Bekannte weiterleiten.

q Ja q Nein

Gewinnspiele

* Prüfen Sie, inwieweit die in diesem Zusammenhang verarbeiteten personenbezogenen Daten erforderlich sind.
* Sollen Daten (auch) für Werbezwecke verarbeitet werden, muss die Rechtsgrundlage passen. Oft geht es nicht ohne Einwilligung.

q Ja q Nein