

Die Seite der Schweizerischen Lauterkeitskommission | La page de la Commission Suisse pour la Loyauté



«Kundenbeziehung»

Entscheid der Schweizerischen Lauterkeitskommission (SLKE) vom 20. Januar 2021
(III. Kammer)

UWG 3 I o; SLK-GS C.4 II. Eine bestehende Kundenbeziehung rechtfertigt die Zustellung von Massenwerbung mit kommerziellem Angebot eines Drittanbieters jedenfalls dann nicht, wenn der Kunde hierzu keine entsprechende Einwilligung abgegeben hat (E. 4).s

Eine Einwilligung zur Datenbearbeitung für Marketingzwecke an Drittanbieter bedarf einer ausdrücklichen spezifischen Erklärung; enthalten die formulierten Marketingzwecke keine Bewerbung von Drittparteienangeboten, kann für solche Zwecke keine Einwilligung abgeleitet werden (E. 5).¹

Sachverhalt

Ein im Versicherungssektor tätiges Unternehmen hatte einem seiner Kunden im Rahmen einer «Mailing-Aktion» Werbung eines Drittanbieters per E-Mail zukommen lassen. Da dies den Kunden störte, erhob er Beschwerde. Die Beschwerdegegnerin bedauerte diese Zustellung, wies aber darauf hin, dass entgegen den Angaben des Beschwerdeführers eine Einwilligung zur Zustellung vorgelegen habe.

Die III. Kammer hat die Beschwerde im Sinne der Erwägungen gutgeheissen und der Beschwerdegegnerin empfohlen, dem Beschwerdeführer inskünftig keine solche E-Mail-Werbung mehr zu senden.

Erwägungen der III. Kammer

1.

Der Beschwerdeführer beanstandet, dass er von der Beschwerdegegnerin am 29. April 2020 eine E-Mail mit Marketingelementen erhalten habe. Es sei zwar eine grundlegende Kundenbeziehung zum Absender vorhanden. Ihm sei aber nicht bewusst, dass er ansatzweise oder konkret eine Zustimmung zum Versand gegeben habe. Die beworbene Plattform habe zudem keinen Zusammenhang zum Kundenverhältnis.

Mitgeteilt von **MISCHA SENN**, Prof. Dr. iur., Fachexperte und Vizepräsident der SLK.

LCD 31 o; Règle CSL C.4 II. Une relation d'affaires avec un client ne justifie pas l'envoi de publicité de masse proposant les offres commerciales d'un prestataire tiers, encore moins si le client n'y a pas consenti (consid. 4).

Le consentement au traitement des données à des fins de marketing pour des prestataires tiers requiert une déclaration spécifique et explicite. Si les fins de marketing formulées n'incluent pas la promotion d'offres de tiers, alors il n'est pas possible de déduire un consentement à cette fin (consid. 5).²

2.

Die Beschwerdegegnerin bedauert, dass der Beschwerdeführer diese E-Mail erhalten habe. Es habe sich um eine Unterstützungsaktion für durch die Coronakrise schwer getroffene KMU gehandelt. Aufgrund des Non-Profit-Charakters seien bei dieser spontanen Aktion die Voraussetzungen von Art. 3 Abs. 1 lit. o des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb, UWG, wohl nicht vertieft geprüft worden. Im Rahmen des Vertragsabschlusses würden die Versicherungskunden aber standardmässig eine Einwilligung zur Datenbearbeitung für Marketingzwecke abgeben. Für Kunden, die dies nicht wollen, werde im CRM-System ein Werbestopp hinterlegt. Dies sei beim Beschwerdeführer nicht der Fall gewesen.

3.

Gemäss Art. 3 Abs. 1 lit. o UWG handelt unlauter, 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

- 1 Die Leitsätze und die Sachverhaltsdarstellung sind nicht Bestandteil des offiziellen Entscheides; sie stammen vom Berichterstatter.
- 2 Les principes généraux et l'exposé des faits ne font pas partie de l'arrêt officiel, mais proviennent du rapporteur.

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 (vgl. auch Grundsatz Nr. C.4 Abs. 2 Ziff. 5 und Abs. 3 der Lauterkeitskommission [SLK-GS]).

4.

Vorliegend besteht zwischen den Parteien eine Kundenbeziehung. Die Inhalte der beanstandeten E-Mail bewerben jedoch ein kommerzielles Drittparteienangebot (Förderung des Umsatzes Dritter) sowie ein Gewinnspiel der Beschwerdegegnerin. Direkte Werbung für eigene ähnliche Leistungen (Werbung für Versicherungsleistungen) enthält die E-Mail nicht. Die Kundenbeziehung dient in diesem Fall daher nicht als Rechtfertigung für die Zustellung der Massenwerbung ohne vorgängige Einwilligung.

5.

Auch die von der Beschwerdegegnerin geltend gemachte Einwilligung zur Datenbearbeitung für Marketingzwecke, welche alle ihre Versicherungskunden im Rahmen des Vertragsabschlusses erteilen würden, rechtfertigt die Zustellung der beanstandeten Massenwerbung nicht. Die im vorliegenden Einwilligungstext (sog. Schlusserklärung) formulierten Marketingzwecke umfassen keine Bewerbung von Drittparteienangeboten. Nach Auffassung der Lauterkeitskommission ist zudem das Vorliegen einer Einwilligung im Sinne von Art. 3 Abs. 1 lit. o UWG nur dann zu bejahen, wenn der Kunde ausdrücklich eine spezifische Erklärung abgegeben hat, dass er einem Empfang von Newslettern oder anderen Formen fernmeldetechnisch versandter Massenwerbung zustimmt (Opt-In).