

Arbeitshilfe: Newsletter

Grundsätzlich müssen für einen rechts- und datenschutzkonformen Newsletter-Versand zwei Gesetzbücher beachtet werden: Die EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)/das Gesetz über den Kirchlichen Datenschutz (KDG) und das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG).

Sehen wir uns im ersten Schritt die Anforderungen der DSGVO/des KDG im Bezug auf den Datenschutz beim Newsletter an:

Die DSGVO/das KDG regelt wie mit personenbezogenen Daten umgegangen werden muss. Da die eMail-Adresse des Empfängers als personenbezogenes Datum gilt, fällt sie also unter die DSGVO/das KDG. Wenn man also eMail Marketing betreibt muss man den Datenschutz beachten.

1. Sorgfältige Auswahl des eMail Marketing Dienstleisters

Da Sie die personenbezogenen Daten an einen Dritten (z. B.: Newsletter2Go) zum Newsletter-Versand weitergeben, dürfen Sie den Newsletter Datenschutz nicht außer Acht lassen. Der Versanddienstleister sollte sorgfältig nach den Datenschutzkriterien ausgewählt werden (siehe Artikel 28 DSGVO/§29 KDG). Nur so können Sie datenschutzkonformes eMail Marketing sicherstellen. Aus Sicht des Datenschutzes sind Anbieter außerhalb Europa (z. B. Software aus USA) zu vermeiden, da sonst ein Verstoß gegen die DSGVO bzw. das KDG vorliegt.

2. Vertrag zur Auftragsdatenverarbeitung (ADV) abschließen

Gemäß DSGVO/KDG sind Sie dazu verpflichtet, vor der Weitergabe personenbezogener Daten einen sogenannten Vertrag zur Auftragsdatenverarbeitung zu unterzeichnen. Das heißt konkret, dass Sie einen ADV mit Ihrem Versanddienstleister schriftlich schließen sollten, bevor Sie Empfängerdaten in das Newsletter System hochladen. Vor Abschluss eines ADV wenden Sie sich bitte an Ihren Datenschutzbeauftragten.

3. Newsletter in Datenschutzerklärung aufnehmen

Damit Ihre Websitebesucher sich über die Verwendung ihrer Daten rechtskonform informieren können, sollten Sie in Ihrer Datenschutzerklärung auf den Newsletter hinweisen. Hierbei empfiehlt es sich zu beschreiben, was die Kundin/der Kunde von der Anmeldung zum Newsletter erwarten darf und natürlich was mit den Daten passiert. Außerdem sollten Sie den Double-Opt-In Prozess (siehe 4.) bei der Newsletter Anmeldung in Ihrer Datenschutzerklärung mitaufnehmen.

Transparenz zahlt sich hier in der Regel aus. Daher empfiehlt es sich durchaus die Newsletter Software in der Datenschutzerklärung ebenfalls direkt zu benennen und zu verlinken. Machen Sie jedoch auch deutlich, dass Sie die erhobenen eMail-Adressen nicht verkaufen, dies schafft Vertrauen.

Um also die rechtlichen Vorgaben zu beachten, sollten Sie den Newsletter und die Newsletter-Anmeldung in Ihrer Datenschutzerklärung aufnehmen.

Nachdem wir die Anforderungen der DSGVO/des KDG durchgegangen sind, kommen wir nun zum Anmeldeprozess des Newsletters.

4. Double-Opt-In Anmeldung zum Newsletter

Die aktuelle Rechtslage sieht in Deutschland ein sogenanntes Double-Opt-In (DOI) Anmeldeverfahren vor. Das bedeutet, dass ein/e Empfänger/in bei der Anmeldung zum Newsletter eine Bestätigungs-eMail mit einem Bestätigungslink bekommt, bevor er/sie aktiv in dem Newsletter-Verteiler aufgenommen ist. Erst wenn der/die Empfänger/in nun auch den Bestätigungslink in der Bestätigungsemail geklickt hat, ist er/sie aktiv in dem Verteiler aufgenommen. Dies stellt sicher,

dass fremde Personen oder zufällige eMail-Adressen nicht wahllos bei Newslettern angemeldet werden können. Mit dem Double-Opt-In-Verfahren können Sie der aktuellen Rechtslage einer „ausdrücklichen Einwilligung“ bei der Newsletter-Anmeldung gerecht werden.

5. Nachweis des Double-Opt-In / Einwilligung zum Newsletter

Damit Sie im Ernstfall gute Argumente für das Anschreiben einer/eines Newsletter-Empfängerin/s haben, sollten Sie das Datum und die Uhrzeit der Einwilligung zum Newsletter auf jeden Fall speichern. Vergewissern Sie sich, dass Uhrzeit und Datum der Newsletter-Anmeldung gespeichert werden, um die rechtlichen Anforderungen zu erfüllen.

6. Nur eMail-Adresse als Pflichtfeld bei Newsletter-Anmeldung abfragen

Sie sollten zusätzlich beachten, dass bei der Newsletter-Anmeldung lediglich die eMail-Adresse als Pflichtfeld abgefragt werden darf. Grundsätzlich ist es dabei empfehlenswert nicht zu viele Daten abzufragen, da mit jedem weiteren Datenfeld in der Regel die Conversion-Rate zur Newsletter-Anmeldung sinkt.

7. Werbefreie DOI-eMails

Die sogenannten DOI-eMails (die Bestätigungs-eMails bei der Newsletter-Anmeldung) erfreuen sich in der Regel sehr hoher Öffnungsraten (> 80%). Damit werden sie automatisch attraktiv für das Einbinden von werblichen Inhalten, wie zum Beispiel Gutscheinen, Produktangeboten und Ähnlichem. Dies ist jedoch nicht erlaubt, da der/die Nutzer/in zu diesem Zeitpunkt noch nicht dem Erhalt von Werbung zugestimmt hat. Richterliche Urteile haben festgesetzt, dass höchstens das Unternehmenslogo in der DOI-eMail angezeigt werden darf (natürlich neben dem üblichen Text und Call-To-Action zur Newsletter-Anmeldung).

8. Abmeldelink im Newsletter

Ein Abmeldelink muss in jedem Ihrer Newsletter enthalten sein. Nur so kann sichergestellt werden, dass sich der/die Empfänger/in mit nur einem Klick von dem Erhalt des Newsletters abmelden kann. Außerdem hat dies für Sie einen wesentlichen Vorteil: Sie müssen nicht die Abmeldungen manuell vornehmen, sondern können dies automatisch durch die Newsletter Software verwalten lassen. Hinweis: Lassen Sie auch davon ab, nach der Abmeldung eine Abmeldebestätigung per eMail zu versenden. Dies mag vielleicht ein gut gemeinter Service sein, hat für den/die Newsletter-Empfänger/in allerdings wenig Nutzen und ist rechtlich unzulässig für Ihr eMail Marketing.

9. Impressum im Newsletter

Nicht zuletzt sollten Sie auch darauf achten, dass Ihr Newsletter ein Impressum enthält. Diese Notwendigkeit der Impressumspflicht im Newsletter sieht das Telemediengesetz (TMG) im §5 vor. Klären Sie also, am besten im Footer des Newsletters darüber auf, wer der/die Absender/in des Newsletters ist, inkl. Anschrift und natürlich Abmeldelink.

Fazit:

Es gibt einige rechtliche Anforderungen für Newsletter, die Sie beachten sollten, um einer möglichen Abmahnung vorzubeugen. Wenn Sie sich dazu noch an den Grundsatz halten „Ich verschicke nur was ich selbst gut finde“, sind rechtliche Beschwerden und Abmahnungen sehr unwahrscheinlich. Die teilweise verbreiteten rechtlichen Bedenken beim Newsletter-Versand sind daher größtenteils unbegründet.