

Hinweise und Einwilligungserklärung zum Newsletterversand

Bei diesen Texten handelt es sich um ein Muster und keine individuelle Rechtsberatung im Einzelfall.

Die Texte wurden mit größter Sorgfalt erstellt, es handelt sich aber gleichwohl um ein Muster. Das Muster und die Hinweise erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit. Da wir Ihren konkreten Einzelfall und damit auch die genutzte Datenverarbeitung nicht kennen oder überprüfen, können wir keine Gewähr für die Vollständigkeit und Richtigkeit übernehmen.

Viele datenschutzrechtliche Fragen können nur für den Einzelfall beantwortet werden. Jede Datenschutzerklärung oder anderes Muster sollte deshalb nur nach einer individuellen anwaltlichen Prüfung verwendet werden. Muster können keine Rechtsfragen im Einzelfall erfassen oder Aussagen über die Rechtmäßigkeit der genutzten Verarbeitungen treffen. Muster sind kein Ersatz für eine anwaltliche Beratung zu konkreten Datenschutzfragen. Die finale Verantwortung sowie Haftung für die Nutzung des Musters liegt bei Ihnen.

Die erzeugten Texte unterliegen dem Schutz des Urheberrechts. Die Übernahme dieser Texte durch Wettbewerber*innen ist untersagt.

S.scope & focus
Ihre Daten - mit Sicherheit!

Hinweise und Einwilligungserklärung zum Newsletterversand

Hintergrundinformationen

1. Der Newsletterversand oder das sichere E-Mail-Marketing

Dieser Text soll Ihnen einen Überblick über die Möglichkeiten des sicheren E-Mail-Marketings bieten. Bei der Gestaltung und Einbindung des Newsletters müssen mehrere Punkte beachtet werden:

1. Korrekte und dokumentierte Einwilligung
2. Double-Opt-in-Verfahren (sofern notwendig)
3. Analyse des Newsletters nur mit Einwilligung
4. Widerrufsmöglichkeit der Einwilligung schaffen
5. Impressum
6. Datenschutzerklärung bzw. Transparenzhinweise
7. Abmeldelink bzw. Hinweis, wie die Abmeldung zu geschehen hat (Widerrufsmöglichkeit)
8. Speicherdauer bestimmen bzw. wann erlischt eine erteilte Einwilligung; bei Bestandskund*innen: wann darf nicht mehr beworben werden

2. Die Einwilligung und andere Möglichkeiten E-Mail-Marketing zu betreiben

Sie müssen in diesem Kontext zwei Situationen unterscheiden:

1. Neukund*innen
2. Bestandskund*innen

Bei Neukund*innen kann eine Werbung per Mail nicht auf einem irgendwie gearteten berechtigten Interesse gem. Art 6 Abs. lit. f DSGVO gestützt werden. Zwar sieht der Erwägungsgrund 47 vor, dass Werbung ein berechtigtes Interesse sein kann und man sich trefflich darüber streiten kann, ob dieses auch das E-Mail-Marketing betrifft. Jedoch hat der deutsche Gesetzgeber das UWG geschaffen. In § 7 UWG wird das E-Mail-Marketing als sehr problematisch dargestellt, - ob dieses zutrifft sei einmal dahingestellt - so dass immer eine Einwilligung des Beworbenen erforderlich ist. Nutzen Sie daher unser Formular.

Bei Bestandskund*innen ist eine Werbung unter den Voraussetzungen des § 7 Abs. 3 UWG und der DSGVO möglich. Hier dürfen wir einmal die Datenschutzkonferenz zitieren:

„E-Mail-Adressen, die unmittelbar von den betroffenen Personen im Rahmen einer Geschäftsbeziehung (Bestandskunden) erhoben wurden, können grundsätzlich für E-Mail-Werbung genutzt werden, wenn dieser Zweck der E-Mail-Werbung entsprechend Art. 13 Abs. 1 lit. c DS-GVO den betroffenen Personen bei der Datenerhebung transparent dargelegt worden ist. Überwiegende schutzwürdige Interessen der betroffenen Person nach Art. 6 Abs. 1 Satz 1 lit. f DS-GVO sind insbesondere dann nicht gegeben, wenn die in § 7 Abs. 3 UWG enthaltenen Vorgaben für elektronische Werbung eingehalten werden.“

https://www.datenschutz-berlin.de/fileadmin/user_upload/pdf/orientierungshilfen/2018-OH-Werbung.pdf (Punkt

1.4.1)

§ 7 Abs. 3 UWG fordert:

1. Erhebung der E-Mail-Adresse im Zusammenhang mit einem Produktverkauf (nur bei Bestandskund*innen, nicht bei Anbahnung) und
2. Verwendung für eigene ähnliche Produkte und
3. Kein Widerspruch der*des Empfänger*in (Stichwort Blacklist) und
4. Information über die Widerspruchsmöglichkeit der*des Empfänger*in.

Exkurs Werbung: Telefonische Werbung bei Unternehmern ist leichter möglich. Bei Verbraucher*innen ist die Werbung per Brief möglich. Nur achten Sie drauf, wenn jemand der Bewerbung widerspricht, müssen Sie sofort alle Werbemaßnahmen einstellen und dafür Sorge tragen, dass keine weitere Werbung erfolgt (Stichwort Backlist).

Gute Informationen zur Werbung allgemein und zur Sicht der Aufsichtsbehörden finden Sie in der Orientierungshilfe der Datenschutzkonferenz unter

https://www.datenschutz-berlin.de/fileadmin/user_upload/pdf/orientierungshilfen/2018-OH-Werbung.pdf

Hinweis: Die meisten Newsletter-Anbieter*innen nutzen Trackingsysteme mit sogenannten Webbeacons, (sog. Zähl-Pixel, um das Navigationsverhalten von Nutzer*innen nachzuvollziehen). Nutzen Sie nur solche Systeme, bei denen Sie das unterbinden können.

Hinweis: Offene Verteiler kosten Geld. Was bedeutet das? Wenn Sie keine*n Newsletter-Anbieter*in nutzen, achten Sie darauf, dass Sie die Betroffenen nicht ins Cc, sondern ins Bcc setzen. Wenn Sie einen offenen E-Mail-Verteiler nutzen, dann können erhebliche Strafen auf Sie zukommen. Dass dies nicht nur graue Theorie ist, hat das Bayrische Landesamt für Datenschutzaufsicht (BayLDA) klar gemacht. Bereits am 28.06.2013 wurde dort eine Pressemitteilung darüber herausgegeben, dass gegen eine Mitarbeiterin eines Unternehmens ein Bußgeld verhängt wurde, weil sie mit einem offenen E-Mail-Verteiler personenbezogene E-Mail-Adressen einem großen Empfänger*innenkreis übermittelt hat (Pressemitteilung BayLDA). Aktueller ist ein Fall aus Sachsen-Anhalt: So wurde gegen einen Mann ein Bußgeld in Höhe von etwa 2.600 Euro verhängt, weil er eine Vielzahl von E-Mails an jeweils über 100 Empfänger*innen versandte und dabei für jede*n Empfänger*in die anderen E-Mail-Adressen sichtbar waren.

3. Das Double-Opt-In-Verfahren

Oder auch zweifache Einwilligung. Sie müssen nachweisen können, dass eine korrekte Einwilligung durch die*den zu Bewerbende*n erteilt wurde. Dazu versendet man eine automatische E-Mail, um die eingetragene E-Mail-Adresse sowie das Erteilen der Zustimmung zum Versenden von Werbe-Mails zu bestätigen. Das Double-Opt-In-Verfahren gilt als Best Practice für das E-Mail-Marketing, besonders, wenn digitale Anmeldewege gewählt werden. Hierzu sind auch einige Urteile ergangen. Wenn Sie eine schriftliche Einwilligung vorliegen haben, sollte dieses den Nachweiserfordernissen genügen.

4. Impressum und Telemediengesetz (TMG)

Gem. § 6 Abs. 1 Nr. 2 TMG muss „die natürliche oder juristische Person, in deren Auftrag die kommerzielle Kommunikation erfolgt, klar identifizierbar sein“. Der werbliche Charakter des Newsletters darf damit nicht verschleiert werden.

Bei Newslettern handelt es sich um Telemedien, so dass Sie ein Impressum, wie Sie es auch auf Ihrer Homepage haben, in den Newsletter einbinden müssen. Wir raten dazu dieses nicht nur zu verlinken, sondern es vollständig aufzunehmen.

5. Transparenzinformation gem. Art. 13 DSGVO

Sie müssen natürlich wie immer über die Datenverarbeitung informieren. Hierzu können Sie unseren Musterhinweis auf der letzten Seite dieses Dokuments verwenden, sofern Sie eine gestufte Information anstreben, wie wir es vorschlagen. Also nicht direkt über alles informieren, sondern auf Ihre Datenschutzerklärung verweisen. Dort müssen natürlich die entsprechenden Hinweise in der Datenschutzerklärung vorhanden sein.

Hierzu können Sie Generatoren im Netz nutzen oder auf die Datenschutzerklärung von Prof. Thomas Hoeren <https://www.itm.nrw/lehre/materialien/musterdatenschutzerklaerung/> als Muster zurückgreifen.

6. Widerrufsmöglichkeit schaffen

Best Practice: Link im Newsletter schaffen, der die Abmeldung ermöglicht. Wenn das nicht möglich ist, dann geben Sie einen Hinweis auf die Widerrufsmöglichkeit.

Speicherdauer bestimmen bzw. wann erlischt eine erteilte Einwilligung; bei Bestandskund*innen: wann darf nicht mehr beworben werden

Die Datenschutzkonferenz fasst dieses recht treffend zusammen:

„Nicht eindeutig zu beantworten ist die Frage, wie lange Kontaktdaten nach dem letzten aktiven Geschäfts- oder Direktwerbekontakt zu einer betroffenen Person für die werblichen Zwecke der Reaktivierung, Rückgewinnung etc. noch genutzt werden dürfen, bzw. ab wann nach Art. 6 Abs. 1 Satz 1 lit. f DSGVO überwiegende schutzwürdige Interessen der betroffenen Person einer länger währenden werblichen Nutzung entgegenstehen.

Eine konkrete Frist hat der Gesetzgeber nicht vorgesehen.

Entscheidend ist, ob aufgrund der Art der Geschäftsbeziehung noch eine Erforderlichkeit zur weiteren Nutzung der Daten für Zwecke der Direktwerbung von dem Verantwortlichen nachvollziehbar dargelegt werden kann. Wenn nach der Rechtsprechung eine vor 17 Monaten erteilte und bisher nicht genutzte Einwilligung zur E-Mail-Werbung „ihre Aktualität verliert“ und deshalb insoweit keine rechtliche Grundlage mehr ist [...], kann dieser zeitliche Maßstab auch bei der Interessenabwägung nach Art. 6 Abs. 1 Satz 1 lit. f DS-GVO zu den vernünftigen Erwartungen der betroffenen Person eine Orientierung bieten, wenn nach einer langen „Werbepause“ die Kontaktdaten der Person plötzlich wieder für eine Werbezusendung verarbeitet werden. Auch dürfen keine überwiegenden schutzwürdigen Interessen der betroffenen Personen einer werblichen Nutzung entgegenstehen.

So kann z. B. die Konditionenabfrage bei einem Bestattungsunternehmen keine längerfristige Datennutzung für werbliche Zwecke rechtfertigen.“

https://www.datenschutz-berlin.de/fileadmin/user_upload/pdf/orientierungshilfen/2018-OH-Werbung.pdf

Einwilligungserklärung zur Datenverarbeitung

Firma XY
Adresse
*Verantwortliche*r*
*Datenschutzbeauftragte*r*
(falls vorhanden)
Kontaktdaten

Einwilligungserklärung

In unserem monatlichen elektronischen Newsletter informieren wir *[Firmenname]* Sie per E-Mail über aktuelle Leistungen und Neuigkeiten. Dies ist ein kostenloser Service für Sie als unsere*n Kund*in.

- Ja, ich bin damit einverstanden, dass meine Kontaktdaten (Name und E-Mail-Adresse) zum Zweck der Werbung und Information zum Leistungsspektrum der Firma *[Firmenname]* gespeichert und zur Kontaktaufnahme genutzt werden.

Vor- und Zuname
[in Druckbuchstaben]

Ort, Datum

Unterschrift

Die Datenverarbeitung ist für die Werbe-Zusendungen per E-Mail erforderlich und beruht auf Art. 6 Abs. 1 lit. a DSGVO. Eine Weitergabe der Daten an Dritte findet nicht statt. Die Daten werden gelöscht, sobald sie für den Zweck ihrer Verarbeitung nicht mehr erforderlich sind.

Sie sind berechtigt, Auskunft der bei uns über Sie gespeicherten personenbezogenen Daten zu beantragen sowie bei Unrichtigkeit der Daten die Berichtigung oder bei unzulässiger Datenspeicherung die Löschung der Daten zu fordern. Ferner können Sie jederzeit und ohne Angabe von Gründen von Ihrem Widerspruchsrecht Gebrauch machen und die erteilte Einwilligungserklärung mit Wirkung für die Zukunft abändern oder gänzlich widerrufen. Sie erreichen die verantwortliche Person unter [\[datenschutz@firma.de\]](mailto:datenschutz@firma.de).

Ihnen steht des Weiteren ein Beschwerderecht bei der verantwortlichen Aufsichtsbehörde zu.

Weitere Informationen erhalten Sie unter [\[Link zu Ihrer Datenschutzerklärung\]](#).