

NEWSLETTER

Bermudadreieck aus BDSG / UWG / BGB

*Lösungsfindung für den Versand von Newslettern
unter Berücksichtigung des BDSG (EU DSGVO), BGB und UWG*

Übersicht: Voraussetzungen rechtssicherer Newsletter-Versand

1. Information und Zweckbindung	2. Freiwilligkeit	3. Aktive Einwilligung	4. Nachweisbarkeit
<p>a. Empfänger genau darüber informieren zu welchem Zweck die erhobenen Daten genutzt werden → beispielsweise zur Versendung von Angeboten oder eines monatlichen Newsletters.</p> <p>b. ACHTUNG: Die Informationen zur Datennutzung und Datenschutz müssen transparent, verständlich, leicht zugänglich und in klarer und einfacher Sprache verfasst sein!</p> <p>→ Datenschutzerklärung mit Inkrafttreten der EU DSGVO anpassen!</p> <p>→ Ihre Interessen (zum Beispiel regelmäßige Information zu Aktionen und Produktneuheiten) müssen genau benannt werden. Dies gilt auch bei der Anmeldung zu einem Newsletter.</p> <p><u>c. Information zum Widerruf der Einwilligung:</u> Vor der Einwilligung müssen Betroffene zukünftig außerdem über das Widerrufsrecht informiert werden.</p>	<p>Die Einwilligung muss freiwillig sein und darf nicht an Bedingungen gekoppelt sein.</p> <p>Es ist nicht zum Beispiel nicht zulässig, dass ein Kauf im Online Shop nur möglich ist, wenn der Käufer bei der Registrierung auch den Newsletter abonniert.</p> <p>→ Am besten Hinweis zur Freiwilligkeit ergänzen!</p>	<p>Privacy by Default</p> <p>Der Kunde oder Interessent muss aktiv seine Einwilligung geben.</p> <p>Das bedeutet, dass Checkboxen nicht vorausgewählt sein dürfen. Der Kunden muss die Checkboxen zur Einwilligung selbst anklicken.</p> <p>Privacy by Default bedeutet in diesem Zusammenhang, dass das System eine aktive Freischaltung durch den und oder Interessenten erforderlich macht.</p> <p>Opt-In ist erforderlich</p> <p>Folglich ist ein Opt-In des Kunden oder Interessenten erforderlich.</p> <p>Bevor der Kunde sein Opt-In abgibt, muss er alle relevanten zur Datennutzung und Datenschutz leicht zugänglich präsentiert bekommen (siehe Info Punkt 1).</p>	<p>Double Opt-In</p> <p>Sie müssen jederzeit nachweisen können, dass der Kunde oder Interessent eingewilligt (1. Opt-In) hat und dazu auch noch sicherstellen, dass er das selbst gemacht hat.</p> <p>Der Nachweis der Einwilligung ist im Zweifelsfall schriftlich zu belegen.</p> <p>Das können Sie nur Sicherstellen, indem Sie dem Kunden nach der Anmeldung eine Email mit Bestätigungslink schicken. Erst wenn der diesen Link aktiv durch Anklicken bestätigt, wird er für den Newsletter Empfang freigeschalten.</p> <p>Speichern der Einwilligung</p> <p>Speichern Sie die Einwilligungen beispielsweise in einer Datenbank. Technisch sollte das kein großes Problem darstellen. Zudem gibt es einige Tools, die Ihnen dabei helfen.</p> <p>Im Zweifelsfall müssen Sie den Nachweis bringen.</p> <p>Fangen Sie lieber gleich mit der Anpassung Ihres Systems an.</p>

Kurzcheck: Erforderlicher Zustand VS. Ist-Zustand

Erforderlicher Zustand

Ist-Zustand

Ausdrückliche aktive Zustimmung (1. Opt-In)

JA

NEIN

Bestätigung der Email-Adresse (2. Opt-In)

JA

NEIN

Sicherstellung der Nachweisbarkeit der Opt-Ins

JA

NEIN

Hinweis auf jederzeitige Widerrufbarkeit

JA

NEIN

Hinweis auf (AGB und) Datenschutzbestimmungen

JA

NEIN

Abbestellen jederzeit möglich z.B. durch Asutragungslink

JA

NEIN

Mögliche Folgen bei Nichtbeachtung: Im Bermudadreieck

Eine Pauschale Aussage über die Folgen ist nicht möglich. Theoretisch können drei Gesetze als Anspruchsgrundlage für Abmahnungen oder Klagen herangezogen werden, je nachdem ob es sich um B2B oder B2C Kunden oder Interessenten handelt:

BDSG / EU DSGVO

- Fehlender Hinweis auf Datenschutzerklärung
- Keine Einwilligung in die Datennutzung
- Kein Hinweis auf Widerruf
- Keine Nachweisbarkeit

UWG

- Abmahnungen aufgrund wettbewerbswidrigen Verhaltens durch Wettbewerber

BGB (B2B)

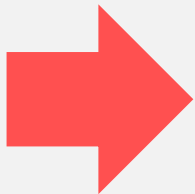
- Abmahnungen aufgrund eines Eingriffs in den Gewerbebetrieb durch Empfänger

Ausnahme für Bestandskunden nach §7 UWG Abs. 3

UWG § 7 Unzumutbare Belästigungen

(3) Abweichend von Absatz 2 Nummer 3 ist eine unzumutbare Belästigung bei einer Werbung unter Verwendung elektronischer Post nicht anzunehmen, wenn

- 1. ein Unternehmer im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung von dem Kunden dessen elektronische Postadresse erhalten hat,*
- 2. der Unternehmer die Adresse zur Direktwerbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen verwendet,*
- 3. der Kunde der Verwendung nicht widersprochen hat und*
- 4. der Kunde bei Erhebung der Adresse und bei jeder Verwendung klar und deutlich darauf hingewiesen wird, dass er der Verwendung jederzeit widersprechen kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.*



Die Voraussetzungen des §7 UWG Abs. 3 für den Versand von Newslettern an Bestandskunden **müssen kumulativ vorliegen** → Auch dann gibt es eine sehr enge Auslegung, welche Inhalte im Newsletter vorkommen dürfen.

Nachweis muss auch hier im Zweifelsfall belegbar sein.

Fragen? Ich helfe Ihnen gerne weiter!

**Kontaktmöglichkeiten finden Sie jederzeit unter
www.externer-datenschutzbeauftragter-stuttgart.de**