

Leitfaden für rechtssicheres E-Mail-Marketing

Mit seriöser Adressgewinnung auf der sicheren Seite

Datenschutz geht vor Adresshandel: Nach diesem Prinzip wurde kürzlich die gesetzliche Grundlage angepasst. Doch fehlt Unternehmen, die heute E-Mail-Marketing betreiben und die entsprechenden Adressen kaufen, oft der Überblick über die aktuelle Rechtslage. Folgende Faktoren schaffen Rechtssicherheit und saubere Adressdatengewinnung.

Die alten Adressbestände vieler Adressbroker werden aufgrund der aktuellen Gesetzesänderung nach einer Übergangsfrist von einem Jahr wertlos. „Trotzdem arbeiten noch immer nicht alle E-Mail-Marketingunternehmen nach den neuesten Standards“, bemängelt Stefan Appenrodt, geschäftsführender Gesellschafter der McCrazy



Stefan Appenrodt
Geschäftsführer
McCrazy GmbH, Wieda

GmbH, einem der leistungsfähigsten E-Mail-Marketingunternehmen Deutschlands, die Realität. Sein Rat: Wer zukünftig die folgenden Punkte beachtet, handelt rechtskonform und ethisch korrekt:

1. Double-Opt-In: Pflicht

Eine seriöse Adressgewinnung sieht vor, dass ein Verbraucher seine Angaben selbst noch einmal bestätigt, bevor seine Adressdaten genutzt werden. Die E-Mail zur Bestätigung, dass die Adressdaten genutzt werden dürfen, sollte werbefrei sein.



Preise ausloben – Das Gewinnspielportal Siegerstrasse.de veröffentlicht seine Gewinner regelmäßig

2. Einwilligungsklausel: eindeutig

Seriös kann E-Mail-Marketing nur sein, wenn dem Verbraucher zweifelsfrei klar ist, dass er der Nutzung seiner Daten für Marketingzwecke zustimmt. Ganz neu ist hierbei: Die Einwilligung muss konkret formuliert sein. Außerdem müssen alle möglichen Verwendungen des Datensatzes benannt werden! So sieht ein Teilnehmer bereits im Vorwege, welche Unternehmen seine Daten in Zukunft nutzen. Diese Regel bedeutet im Umkehrschluss auch, dass die Daten nicht mehr „auf Halde“, also für unbestimmte Marketingaktionen, gewonnen werden können.

3. Gewinnspielteilnahme: ohne Marketing-Einwilligung

Unseriöse Gewinnspielveranstalter verstecken den Hinweis auf die Weitergabe der Adressdaten gern in

den allgemeinen Teilnahmebedingungen, denen jeder Mitspieler zustimmen muss. Dies ist jedoch laut Telemediengesetz (§ 12, Absatz 3) verboten. Bei seriösen Gewinnspielen werden die Daten dagegen unabhängig von der Teilnahme generiert. Sie bieten unabhängige Felder – die Zustimmung zu den Teilnahmebedingungen und die Verwendung der Daten zu Werbezwecken – zum Ankreuzen an.

4. Gewinnerbekanntgabe: regelmäßig

Obskure Gewinnspiele sind zum Beispiel an sehr langen Laufzeiten zu erkennen, oder daran, dass sie immer wieder neu aufgelegt werden. Seriöse Veranstalter veröffentlichen ihre glücklichen Gewinner regelmäßig. Ein Beispiel hierfür ist auf www.siegerstrasse.de zu finden.

5. Datenschutzgesetz: alle drei Punkte erfüllt?

Wer personenbezogene Daten automatisiert verarbeitet, muss nicht nur einen Datenschutzbeauftragten benennen. Adressunternehmen müssen zudem ihr Datenverarbeitungsverfahren anmelden sowie ein vollständiges Verzeichnisse veröffentlichen.

Über die McCrazy GmbH

McCrazy ist eines der leistungsfähigsten E-Mail-Marketingunternehmen Deutschlands. McCrazy verfügt über vier Millionen aktuelle Datensätze und pflegt aktive Mitgliedschaften in allen wichtigen Fachverbänden.

Das mittelständische Unternehmen mit Sitz im Harz wurde vor zehn Jahren von den Brüdern Stefan und Thomas Appenrodt gegründet; dritter Gesellschafter ist Olaf Strecker.

Hauptgeschäftsfelder sind die schnelle Generierung von Zehntausenden E-Mail-Adressen in wenigen Tagen, Gewinnspielmarketing, Co-Registrierungen sowie Adressvermittlung.



McCrazy GmbH

Otto-Haberlandt-Straße 59
37447 Wieda

T +49 (0) 55 86/8 00 78 11
F +49 (0) 55 86/8 00 78 30

Ansprechpartner: Stefan Appenrodt
sa@mccrazy.de

www.mccrazy.de