

Neue DSGVO ab Mai 2018:
Rechtssicher agieren im E-Mail-Marketing
und zusätzliche Chancen nutzen

Allgemeines

Am 25. Mai 2018 tritt die neue EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) in Kraft.

Für Ihr E-Mail-Marketing ergeben sich dadurch einige Erfolgschancen, aber auch Veränderungen.

Eines vorab, wenn Sie heute schon rechtssicheres E-Mail-Marketing betreiben, werden keine allzu großen Anpassungen notwendig sein.

Die schon jetzt geltenden Anforderungen an das E-Mail-Marketing werden hauptsächlich durch Erweiterungen ergänzt.

Ziele der neuen Datenschutz-Grundverordnung sind:

- In allen EU-Staaten einheitliche Standards zu schaffen.
- Dem Einzelnen mehr Kontrolle über seine Daten zu geben.
- Das Datenschutzrecht innerhalb von Europa zu vereinfachen.

Die Anforderungen finden zukünftig ebenfalls im Geltungsbereich der ECO/CSA-Verbandsrichtlinien Anwendung und werden aktuell entsprechend eingearbeitet.

Nachfolgend erhalten Sie einen Überblick, wie Sie mit den Inxmail E-Mail-Marketinglösungen Ihre E-Mail-Kampagnen auch nach dem 25. Mai 2018 rechtskonform umsetzen.

Sie können die Zeit bis Inkrafttreten der neuen DSGVO schon nutzen und sich vorbereiten: Lesen Sie sich diese Zusammenfassung in Ruhe durch und informieren Sie sich bei Ihrem Datenschutzbeauftragten und/oder Rechtsbeauftragten.

Inxmail Produkte und die DSGVO

Wir bei Inxmail haben alle notwendigen Maßnahmen ergriffen, um vor dem Inkrafttreten der DSGVO im Mai 2018 den gesetzlichen Anforderungen zu entsprechen.

Alle Aspekte, welche die Weiterverarbeitung von Daten im Auftrag betreffen, sind **bereits** umgesetzt. Mit unserer Auftragsdatenverarbeitung (ADV) entsprechen wir **bereits** heute schon vor dem offiziellen Inkrafttreten der neuen Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO).

Die notwendigen Schritte in der Produktentwicklung, dem Datenschutz sowie der Kommunikation sind bereits eingeleitet.

Wichtige Anforderungen, zum Beispiel die Widerrufsmöglichkeit für personenbezogenes Linktracking betreffend, befinden sich aktuell in der Umsetzung.

Personalisierung und Datenschutz

Personalisierung bildet eine wichtige Grundlage für Kaufentscheidungen und Kundentreue. Gleichzeitig legen Kunden zunehmend eine stärkere Gewichtung auf den Datenschutz. Die DSGVO bietet das Potenzial, diese wichtigen Anforderungen durch gezieltes Marketing noch stärker in Einklang zu bringen.

Die DSGVO eröffnet neue Wege für Ihre Zielgruppenansprache sowie zur qualifizierten Leadgenerierung. Kunden, die ausdrücklich der Verwendung ihrer Daten zustimmen, besitzen ein hohes Interesse an Ihren Produkten.

Nutzen Sie diese Chance für eine stärkere Kundenbindung und ein noch besseres Kundenerlebnis.

Prozesse und Dokumente

Um Ihr E-Mail-Marketing den Anforderungen anzupassen, sollten Sie insbesondere folgende Punkte prüfen (lassen):

- Dokumentation der Datenverarbeitungsprozesse im Unternehmen
- Datenschutzerklärungen
- Einwilligungserklärungen (Anmeldeprozess mit allen notwendigen Informationen)
- Prozesse für Widerruf der Einwilligung, Altersverifizierung und Auskunftspflicht

Zustimmung und stärkeres Kopplungsverbot

Ab Mai 2018 müssen Sie eine aktive Zustimmung für jeden Verwendungszweck einholen. Diese Zustimmung muss freiwillig, spezifisch, informiert und eindeutig sein.

Ein Beispiel: Sie erfassen die E-Mail-Adresse Ihres Kunden, um den Download von Unterlagen, wie zum Beispiel eines Whitepapers, zu gewähren.

Um diese Daten auch für den Versand von Marketing-E-Mails zu nutzen, benötigen Sie zusätzlich eine aktive, freiwillige und ausdrückliche Zustimmung des Kunden für diesen Verwendungszweck.

Die DSGVO stärkt hier auch das Kopplungsverbot, indem die Abfrage der personenbezogenen Daten darauf beschränkt werden sollte, die für die Vertragserfüllung (in diesem Beispiel der Download der Unterlage) zwingend notwendig sind. Für zusätzliche Dienstleistungen muss dem Nutzer zwingend die freie Wahl gelassen werden.

Sie sollten daher im Einzelfall, beispielsweise für eine Newsletter-Anmeldung, prüfen, welche Angaben notwendig sind und diese auf ein Minimum beschränken. Für zusätzliche Daten und Verwendungszwecke, die nicht zur Vertragserfüllung notwendig sind, können Sie optionale Elemente bereitstellen, die als freiwillige Angabe oder Auswahl eindeutig zu erkennen sind.

Personenbezogenes, anonymisiertes Tracking

Sie können personenbezogenes oder anonymisiertes Tracking auch weiterhin nutzen. Wichtig ist, dass der Empfänger jederzeit die Möglichkeit haben muss von personenbezogenem, zu anonymisiertem Tracking zu wechseln.

In den Inxmail Produktlösungen ist dies so umgesetzt, dass es keine Auswirkung auf die statistischen Auswertungen hat, unabhängig davon, welches Tracking pro Empfänger aktiviert ist. Bei Empfängern, die sich für ein anonymisiertes Tracking entscheiden, ist es nicht nachvollziehbar, welche Links dieser Empfänger geklickt hat.

Pseudonymisierung

Die DSGVO definiert Pseudonymisierung als „Verarbeitung personenbezogener Daten in einer Weise, dass die personenbezogenen Daten ohne Hinzuziehung zusätzlicher Informationen nicht mehr einer spezifischen, betroffenen Person zugeordnet werden können“. Dies dient der Verbesserung des Datenschutzes. Wichtig für Sie: Daten, die sich direkt einer spezifischen Person zuordnen lassen, sollten von verarbeiteten Daten getrennt gespeichert werden.

Wenn die Daten keiner spezifischen Person zugeordnet werden können, ist es auch nicht notwendig, Korrektur-, Lösch-, oder Auskunftsmöglichkeiten anzubieten.

Pseudonymisierung kann ein guter Mittelweg sein, um weiterhin bestimmte Daten zu verwenden und gleichzeitig den hohen Datenschutz-Anforderungen zu entsprechen.

Altersverifizierung

Die DSGVO sieht vor, dass personenbezogene Daten von unter 16-jährigen nicht beziehungsweise nur mit dem Einverständnis der Eltern verarbeitet werden. Sie sollten prüfen, wie im Anmeldeprozess eine Altersbestätigung integriert werden kann. Dies kann nach jetzigem Kenntnisstand auch textlich gelöst werden, zum Beispiel folgendermaßen: „Mit der Anmeldung bestätige ich, dass ich älter als 16 Jahre bin...“.

An- und Abmeldeprozess – Widerruf zum Tracking

Zukünftig müssen Sie dem Empfänger die unterschiedlichen Zwecke der Datenverarbeitung deutlich machen und pro Zweck die Zustimmung einholen sowie dokumentieren. Das betrifft sowohl den Anmeldeprozess, als auch den Abmeldeprozess.

So kann ein Empfänger zum Beispiel die Zustimmung zum Tracking widerrufen, aber den Newsletter abonnieren.

Anmeldeprozess

Konkret bedeutet dies beispielsweise, einmal die Zustimmung zum Erhalt des Newsletters und einmal die Zustimmung zum persönlichen Tracking im Anmeldeformular zum Newsletter umzusetzen.

Diese Zustimmung muss dokumentiert sein und bei der Datenerhebung müssen umfangreiche Informationspflichten erfüllt werden (zum Beispiel Zweck der Verwendung, Verantwortliche, Kontaktdaten, Datenschutzbeauftragter, Widerrufbarkeit, Beschwerderecht, Rechtsgrundlage der Erhebung...).

Hier ist es gegebenenfalls erforderlich, dass Sie Ihre Anmeldeseite oder Ihr Anmeldeformular entsprechend anpassen, damit Sie die differenzierten, aktiven Zustimmungsmöglichkeiten einräumen und die Vorgaben aus der Informationspflicht erfüllen.

Weiterhin sollten Sie prüfen, in welchen Systemen die Anmeldedaten hinterlegt und gespeichert werden.

Abmeldeprozess

Bieten Sie dem Empfänger die gleichen Möglichkeiten wie im Anmeldeprozess: Sie können zum Beispiel in Form einer Profilverwaltung und/oder einer Abmeldeseite dem Empfänger eine differenzierte Abmeldung pro Verwendungszweck und eine Übersicht der gespeicherten Daten ermöglichen.

Linkparameter

Linkparameter werden oft im Rahmen von Personalisierungen in Online-Shops verwendet.

Auch hier greift die DSGVO: Erweitern Sie zum Beispiel im Newsletter einen Link um Parameter zur Personalisierung, mit dem Ziel, die E-Mail-Adresse oder den Namen des Benutzers an einen Online-Shop zu übergeben?

Dann verarbeiten Sie, im Rahmen des vom Empfänger durch den Klick initiierten Prozesses, persönliche Daten. Diese Verwendung mit dem Zweck, einen Vertrag abzuschließen und/oder daraus resultierenden Verpflichtungen und/oder Aufträgen nachzukommen, ist durch die DSGVO erlaubt.

Wichtig für Sie: Die ePrivacy-Richtlinien in Ergänzung zur DSGVO betrachten den Browser als unsicheres Drittsystem. Zur Verbesserung des Datenschutzes bei der Verwendung von Linkparametern, wird Inxmail die Parameter bei der Übergabe an Drittsysteme zukünftig verschlüsseln, wenn es das Zielsystem erlaubt.

Auskunftspflicht

Der Empfänger hat das Recht sich darüber zu informieren, welche Daten der Dienstleister über ihn gespeichert hat. Diese Daten müssen zudem für den Empfänger in einem strukturierten und gängigen technischen Format verfügbar sein.

Es kann sinnvoll sein, eine Option in der Profilverwaltung oder einfach eine Seite mit Informationen anzubieten, die dem Empfänger einen Einblick und Abruf seiner Daten ermöglichen.

Löschpflicht (Hinweispflicht bei Weitergabe von Daten an Dritte)

Sie sollten dokumentieren:

- Welche personenbezogenen Daten Ihr Unternehmen verarbeitet
- Woher diese Daten stammen
- Und gegebenenfalls an wen Sie die Daten weitergeben

Prüfen Sie zusätzlich Ihr Löschverfahren im Unternehmen, sodass bei einer Löschanfrage die Daten schnell auffindbar sind und gelöscht werden können.

Fazit

Die DSGVO entwickelt das deutsche und europäische Datenschutzrecht insbesondere auf Basis der Datenschutzrichtlinie fort. Dies gilt besonders für die Grundsätze der Datenverarbeitung und des Datenschutzes.

Unternehmen müssen ihre Datenverarbeitungsprozesse mit Inkrafttreten der DSGVO umstellen und sollten im Detail den erforderlichen Anpassungsbedarf analysieren und entsprechende Maßnahmen treffen.

Da Ihre Kunden mehr Kontrolle über die Verwendung ihrer Daten haben, ergibt sich eine Chance, die Kundenbindung, Kundenerlebnis und Kundenähe zu stärken. Qualifiziertere Daten können Sie unterstützen, aktive Verkaufschancen zu generieren.


Mit Inxmail haben Sie einen zuverlässigen Partner, mit dem Sie allen Anforderungen an Ihr E-Mail-Marketing im Rahmen der DSGVO entsprechen können. Wir stehen Ihnen zur Seite und unterstützen Sie bei der Umsetzung der DSGVO-Vorgaben im Zusammenhang mit der Nutzung der Inxmail Lösungen.

Rechtlicher Hinweis

Die Inxmail GmbH übernimmt keine Haftung für die Richtigkeit, Vollständigkeit und Aktualität der in dieser Unterlage bereit gestellten Informationen. Die Informationen sind insbesondere auch allgemeiner Art und stellen keine Rechtsberatung im Einzelfall dar. Zur Lösung von konkreten Rechtsfällen und Fragen konsultieren Sie bitte unbedingt einen Rechtsanwalt.

Interessiert?

Sie möchten den Erfolg Ihres E-Mail-Marketings maximieren?
Wir freuen uns auf Ihre Anfrage!

 +49 761 296979 - 800

 sales@inxmail.de

 www.inxmail.de



Wettbewerb
TOP SERVICE
DEUTSCHLAND
2016

