



DSGVO: Das müssen Sie bei Newsletter-Anmeldungen beachten

Am 25. Mai 2018 tritt die Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO) in Kraft. Was Sie bei Ihren Anmeldeseiten zum Newsletter unbedingt beachten und nachbessern müssen, erklären wir Ihnen hier.

1. Pflicht-Checkbox zu Datenschutzhinweisen

Integrieren Sie in Ihre Anmeldeseite eine Pflicht-Checkbox und einen Hinweistext, der auf Ihre Datenschutzhinweise verlinkt. Diese Checkbox darf in der Voreinstellung nicht aktiviert sein. Nur wenn der Interessent sie aktiviert, sollte die Newsletter-Anmeldung erfolgreich abgeschlossen werden können. Mit dieser Checkbox erklärt der Anmelder, dass er die Datenschutzhinweise gelesen hat und mit der Verarbeitung seiner personenbezogenen Daten einverstanden ist.

Hinweis: Diese Checkbox ist zusätzlich zur bisher üblichen Checkbox für die Einwilligung zum Erhalt von Werbe-E-Mails zu sehen, eine Checkbox alleine kann die beiden Funktionen nicht erfüllen. Zusätzlich zur Pflicht-Checkbox sollten Sie einen Text setzen, der erläutert, in was der Anmelder hier einwilligt.

Dieses Informationsblatt dient allein der Information unserer Kunden. Es stellt keine Rechtsberatung dar und kann auch keine Rechtsberatung ersetzen. Die im Rahmen dieses Dokuments zur Verfügung gestellten Informationen werden nach Möglichkeit vollständig und aktuell gehalten. Wir übernehmen jedoch keine Gewähr für die Richtigkeit, Vollständigkeit oder Aktualität der bereitgestellten Informationen. Bitte konsultieren Sie für eine einschlägige Rechtsberatung immer einen Juristen.

Begründung: Artikel 13 der EU-DSGVO verlangt, dass betroffene Personen schon bei der Erhebung von personenbezogenen Daten umfassend über Zweck und Umfang der Verarbeitung sowie ihre Rechte informiert werden müssen. Zu den geforderten Informationen zählen unter anderem

- die Kontaktdaten des Versenders und dessen Datenschutzbeauftragten
- der Verarbeitungszweck und deren Rechtsgrundlage
- die Speicherdauer bzw. die Kriterien dafür
- das Recht auf Auskunft, Berichtigung, Löschung und Widerspruch
- das Recht auf Widerruf der Einwilligung
- sowie das Beschwerderecht bei der Aufsichtsbehörde.

Aufgrund des Umfangs dieser Informationspflichten empfiehlt sich die Auslagerung in eine gesonderte Datenschutzerklärung.

Ein mögliches Beispiel, dass gleich verschiedene Informationspflichten auf einmal erfüllt, könnte so aussehen:

Ich habe die [Datenschutzhinweise](#) gelesen und bin mit der Verarbeitung und Nutzung meiner personenbezogenen Daten für die Zustellung des monatlichen Produktnewsletters einverstanden.

2. Tracking-Checkbox

Nehmen Sie in Ihre Anmeldeseite eine Checkbox auf, über die der Interessent angeben kann, ob er getrackt werden möchte. Dies gilt zumindest dann, wenn Sie Mail-Öffnungen und Link-Klicks standardmäßig personenbezogen messen, und/oder wenn Sie über Ihre E-Mails individuelle Cookies verteilen und darüber Aufrufe auf Webseiten personenbezogen messen.

Wenn das Messen nicht personenbezogen erfolgt, ist keine Einwilligung erforderlich, denn in diesem Fall werden keine personenbezogenen Daten erhoben und die DSGVO findet daher keine Anwendung.

Achtung: Auf das personenbezogene Tracking lediglich in der Datenschutzerklärung hinzuweisen reicht leider nicht aus, denn der Anmelder kann so einem personenbezogenen Tracking nicht direkt widersprechen bzw. wird gezwungen zum Erhalt des Newsletters dieses Tracking hinzunehmen (siehe 3. Kopplungsverbot).

Begründung: Generell ist das Tracking möglich, denn Erwägungsgrund 47 der EU-DSGVO, der auf das "berechtigte Interesse" des Versenders eingeht (siehe auch Artikel 6 Absatz 1 f), erlaubt die Verarbeitung personenbezogener Daten, wenn der Versender daran ein berechtigtes Interesse hat. Dies gilt selbst für Werbung, denn im Erwägungsgrund heißt es abschließend wortwörtlich: *"Die Verarbeitung personenbezogener Daten zum Zwecke der Direktwerbung kann als eine einem berechtigten Interesse dienende Verarbeitung betrachtet werden."*

Und ein berechtigtes Interesse des E-Mail-Versenders am personenbezogenen Tracking ist vorhanden, denn er möchte seinen Empfängern individuelle Inhalte anbieten können und damit die Kommunikation relevanter machen.

Allerdings gilt in diesem Zusammenhang auch Artikel 21 der EU-DSGVO (hier gekürzt wiedergegeben):

*"(1) Die betroffene Person hat das Recht, [...] **jederzeit gegen die Verarbeitung sie betreffender personenbezogener Daten**, die aufgrund von Artikel 6 (1) [...] f erfolgt, **Widerspruch einzulegen**; dies gilt auch für ein auf diese Bestimmungen gestütztes Profiling. [...]"*

*(2) Werden personenbezogene Daten verarbeitet, um Direktwerbung zu betreiben, so hat die betroffene Person das Recht, **jederzeit Widerspruch gegen die Verarbeitung sie betreffender personenbezogener Daten zum Zwecke derartiger Werbung einzulegen**; dies gilt auch für das Profiling, soweit es mit solcher Direktwerbung in Verbindung steht."*

*(4) **Die betroffene Person muss spätestens zum Zeitpunkt der ersten Kommunikation mit ihr ausdrücklich auf das in den Absätzen 1 und 2 genannte Recht hingewiesen werden**; dieser Hinweis hat in einer verständlichen und von anderen Informationen getrennten Form zu erfolgen."*

Das bedeutet, der Interessent muss bereits bei der Anmeldung über sein Widerspruchsrecht informiert werden.

3. Kopplungsverbot

Sie dürfen den Versand Ihres Newsletters nicht an die Zustimmung des Empfängers zum (Einzelnutzer-)Tracking knüpfen.

Begründung: Artikel 7 Absatz 4 der EU-DSGVO definiert ein Kopplungsverbot für die Einwilligung: *"Bei der Beurteilung, ob die Einwilligung freiwillig erteilt wurde, muss dem Umstand in größtmöglichem Umfang Rechnung getragen werden, ob unter anderem die Erfüllung eines Vertrags, einschließlich der Erbringung einer Dienstleistung, von der Einwilligung zu einer Verarbeitung von personenbezogenen Daten abhängig ist, die für die Erfüllung des Vertrags nicht erforderlich sind."*

Da es für die Erfüllung der Dienstleistung, also den Versand des Newsletters, nicht erforderlich ist, Mail-Öffnungen und Klicks personenbezogen zu messen, dürfen Sie den Versand auch nicht an die Zustimmung zum Tracking knüpfen.

Unterm Strich bedeutet dies, dass Sie Anmeldern die Möglichkeit geben müssen, Ihren Newsletter zu abonnieren und dabei gleichzeitig dem angebotenen personenbezogenen Tracking zu widersprechen (in dem sie die Tracking-Checkbox nicht auswählen). Die Tracking-Checkbox darf natürlich ebenfalls nicht vorausgewählt sein.

Hinweis: Ein anonymes Tracking kann immer verwendet werden, zum Beispiel um die Anzahl der Newsletter-Öffnungen zu erfassen. Darüber müssen Sie die Anmelder auch nicht informieren. Manche Versender möchten sogar einen Newsletter anbieten, der nicht einmal anonymisiert tracked – auch das ist möglich, allerdings haben Sie dann auch keine Bewertungsgrundlagen für den Erfolg Ihres Newsletters mehr zur Verfügung.*

*Der Abmeldelink muss natürlich immer die jeweilige E-Mail-Adresse des Empfängers übertragen, wenn er angeklickt wird, um eine Abmeldung durchzuführen.

Wichtige Punkte für die E-Mail und den Versand

4. Link zum Tracking in jeder E-Mail

Integrieren Sie in jeder E-Mail einen Link auf eine Profilseite, auf der Newsletter-Empfänger das Tracking über eine Checkbox abwählen können.

Begründung: Der bereits in Punkt 1 erwähnte Artikel 13 fordert das Recht auf Widerruf der Einwilligung. Bei einem Widerruf der Einwilligung dürfen übrigens auch die vorhandenen Tracking-Daten gemäß Artikel 21 Absatz 3 nicht mehr genutzt werden: *"Widerspricht die betroffene Person der Verarbeitung für Zwecke der Direktwerbung, so werden die personen-bezogenen Daten nicht mehr für diese Zwecke verarbeitet."*

Auch der sicheren Seite sind Sie, wenn Sie Tracking-Daten bei einem Widerruf auch rückwirkend löschen.

5. Nur HTTPS für die Übertragung verwenden

Bieten Sie An- und Abmeldeformulare sowie Profilseiten nur über Webseiten mit HTTPS-Protokoll an.

Begründung: Das HTTPS-Protokoll stellt sicher, dass personenbezogenen Daten, die über das Internet übertragen werden, verschlüsselt sind, denn Artikel 32 Absatz 1 der EU-DSGVO fordert *"[...] geeignete technische und organisatorische Maßnahmen, um ein dem Risiko angemessenes Schutzniveau zu gewährleisten; diese Maßnahmen schließen unter anderem Folgendes ein: a) die Pseudonymisierung und Verschlüsselung personenbezogener Daten [...]"*

Die unverschlüsselte Übertragung von personenbezogenen Daten über das Internet ist damit nicht zulässig, weil ein angemessenes Schutzniveau fehlt.

6. Screenshot archivieren

Archivieren Sie einen Screenshot Ihrer Anmeldeseite, Ihrer Datenschutzerklärung, Ihrer Double Opt-In-Mails sowie die Anmelde-logik hinter den Formularen mit Zeitstempel. Immer dann, wenn sich an der Anmeldeseite oder dem Anmeldeverfahren etwas ändert, archivieren Sie die geänderte Version erneut. Das erscheint aufwändig, ermöglicht aber einen eindeutigen Nachweis der Voraussetzungen zum Zeitpunkt der Anmeldung.

Begründung: Artikel 7 Absatz 1 der EU-DSGVO fordert: "Beruht die Verarbeitung auf einer Einwilligung, muss der Verantwortliche nachweisen können, dass die betroffene Person in die Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten eingewilligt hat." Je besser Sie für diesen Nachweis vorbereitet sind, desto höher sind Ihre Chancen im Streitfall.

Hinweis: Wenigstens für die Anmeldeseite sollte dies tatsächlich gewissenhaft praktiziert werden. Die meisten Versender werden nicht jede einzelne Double Opt-In-Mail archivieren können, Anmeldeseite und Datenschutzerklärung sollten jedoch in Form und Inhalt so vorgelegt werden können, wie sie zum jeweiligen Anmeldezeitpunkt tatsächlich aussahen.



Advanced E-Mail-Marketing Technologies

XQueue GmbH

Offenbach am Main, 20.04.2018