



Deutscher Dialogmarketing Verband e.V.

Ehrenkodex E-Mail Marketing

(Stand 23. Februar 2011)

Präambel

Die im E-Mail Marketing tätigen Mitglieder des Deutschen Dialogmarketing Verbandes e.V., Wiesbaden, schaffen sich mit diesem Ehrenkodex einen Ordnungsrahmen für ihre Aktivitäten. Alle darin genannten Regelungen sind mindestens dann einzuhalten, wenn in Deutschland ansässige Adressaten per E-Mail angeschrieben werden. Sie verpflichten sich, die jeweils geltenden gesetzlichen Vorschriften – insbesondere den Datenschutz, den Verbraucherschutz und die Wettbewerbsregeln – zu beachten.

Der DDV veröffentlicht eine regelmäßig aktualisierte Liste der Mitgliedsunternehmen, die sich zur Einhaltung des Ehrenkodex verpflichtet haben. Mit der Unterzeichnung des Ehrenkodex erklärt sich das Unternehmen einverstanden, in die entsprechende Liste aufgenommen zu werden.

Es gelten jeweils die Regelungen des Ehrenkodex, die auf das Leistungsangebot der Unterzeichner zutreffen.

Die Unterzeichner geben sich eine Geschäftsordnung, deren Regularien sie sich unterwerfen.

1.) Einholen der Erlaubnis zur Zusendung von E-Mails, Erhebung von Adressen sowie Abmeldung

a. Einholen der Erlaubnis zur Zusendung von E-Mails und Erheben von Adressen

Es wird bei der Erhebung von Adressen strukturell sichergestellt, dass niemand gegen seinen Willen E-Mails zugesendet bekommt. Die Unterzeichner gestalten hierfür ihre Anmelde- und Adresserhebungsprozesse transparent und verständlich sowie in der Form, dass Nutzer ihre Daten und ihre Einverständniserklärung aktiv eingeben bzw. bestätigen müssen. Davon ausgenommen sind Adressen, die von einem Unternehmen im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung erhoben wurden und von diesem für die Werbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen genutzt werden (§ 7 Abs. 3 UWG).

Das Anmeldeverfahren muss mindestens im sogenannten Confirmed Opt-in-Verfahren stattfinden. Der DDV empfiehlt nachdrücklich das sogenannte Double Opt-in-Verfahren.

Die Willkommensnachrichten im Anmeldeprozess dürfen keine Werbung enthalten; zulässig sind lediglich Informationen zu dem Dienst/den Diensten, für welche(n) die Registrierung erfolgt.

Andere Verfahren der Adresserhebung sind nur dann zulässig, wenn der Beweis erbracht werden kann, dass ein Adressat sich selbst angemeldet hat.

Bei der Erhebung der Adressen muss eine Trennung des Werbe-Opt-ins von den Teilnahmebedingungen/AGB durch eine separate Checkbox gewährleistet sein. In keinem Fall dürfen Checkboxes vorausgefüllt/vorangeklickt sein.



Deutscher Dialogmarketing Verband e.V.

Bei der Adresserhebung generell und insbesondere über das sog. Co-Sponsoring-Verfahren sind folgende Punkte zu erfüllen:

- Der Co-Sponsoring-Veranstalter und alle Dritten (Sponsoren) müssen mit Firmennamen genannt werden.
- Die Nennung von Sponsoren muss in der Form erfolgen, dass die Firma/die Marke/das Produkt, für die/das das Einverständnis in die Zusendung der Werbemails erteilt wird, identisch mit der Absenderkennung der Mails ist, so dass der Empfänger diese eindeutig zuordnen kann.
- Alle Sponsoren (unabhängig von der Anzahl) müssen auf der gleichen Seite, auf der das Einverständnis in die Zusendung von Mails erteilt wird, aufgeführt werden, so dass die Liste der Sponsoren z.B. nicht erst über einen Link erreichbar ist.
- Die Anzahl der Sponsoren muss direkt im Opt-in-Text (Einwilligungstext) ausgewiesen sein.
- Folgende Informationen über die Sponsoren müssen über einen direkten Zugang (ein Klick) erreichbar sein: Unternehmensname, Branche / Geschäftsbereich / Produkt(e) oder Dienstleistung(en), Kommunikationsweg und Link zur Sponsoren-Homepage bzw. -Website.

b. Abmeldung und Widerruf der Erlaubnis, E-Mails zuzusenden

Die Unterzeichner des Ehrenkodex fördern den Grundsatz, dass eine Abmeldung einfacher sein muss als eine Anmeldung. Daher empfiehlt der DDV folgende Verfahrensweisen:

- Es sollte kein Login für die Abmeldung notwendig sein.
- Es sollten maximal zwei Klicks notwendig sein, um sich von einem Newsletter abmelden zu können.
- Es sollte als maximale Dateneingabe nur die E-Mail-Adresse oder der Username zur Abmeldung notwendig sein.

Die Unterzeichner stellen zudem folgende Punkte sicher:

Sowohl Abmeldungen über Abmelde-links wie auch Abmeldewünsche per Reply auf E-Mails werden unverzüglich bearbeitet.

Wurde eine Einwilligung im Co-Sponsoring-Verfahren eingeholt, wird sichergestellt, dass der Einwilligende seine Einwilligung gegenüber dem Co-Sponsoring-Veranstalter und allen Sponsoren zentral beim Co-Sponsoring-Veranstalter widerrufen kann.

2.) Formale Anforderungen an E-Mails

Die Ehrenkodexunterzeichner fördern den Grundsatz der Transparenz gegenüber Nutzern des E-Mail Marketing. Sie stellen sicher:

- a.** Jede Nachricht trägt ein Impressum (Impressumpflicht), das ausgeschrieben ist. Die ausschließliche Verlinkung auf ein Impressum ist nicht zulässig.



Deutscher Dialogmarketing Verband e.V.

- b. Absendername und Absenderadresse müssen den bei der Einwilligung genannten Unternehmensnamen enthalten.
- c. Bei E-Mails mit werblichen Inhalten muss der Adressesigner / Opt-in Empfänger oberhalb des Contents / der Werbung genannt und klar erkennbar sein.
- d. Jede E-Mail ist mit einem Hinweis auf die Möglichkeit des Widerrufs zu versehen. Dazu wird in jeder versendeten E-Mail ein Link eingefügt, über den sich der Empfänger abmelden kann.
- e. Es wird sichergestellt, dass ein E-Mail-Empfänger aufgrund der Absenderkennzeichnung (z.B. über die Versand-Domain) aus jeder ihm zugestellten E-Mail problemlos zum Antragsteller Kontakt aufnehmen kann.

Darüber hinaus empfiehlt der DDV die folgenden ergänzenden Maßnahmen:

- a. Angabe von Opt-in-Informationen: Hierzu wird in E-Mail-Nachrichten ein Link eingefügt, der zu einer Seite mit den Opt-in-Informationen des Nutzers führt: URL der Webseite der Anmeldung, Zeitpunkt der Anmeldung (Timestamp), angegebene E-Mail-Adresse, IP-Adresse.
- b. Insbesondere in Willkommensnachrichten sollten die folgenden Informationen aufgeführt werden:
 - Link zur Datenschutzerklärung
 - Anmeldeinformationen, wie z.B. E-Mail-Adresse, Stammdaten, etc.
 - Informationen zu den bestellten Diensten oder Produkten.

3.) Datenverarbeitung und Datenschutz

Die Unterzeichner verpflichten sich insbesondere, die folgenden Punkte zu beachten:

- a. Nachvollziehbarkeit: Es muss für einzelne Adressen über entsprechende technische Protokolle/Datenbankeinträge jederzeit nachvollziehbar sein, wann und wie diese erhoben worden sind.
- b. Adressweitergabe: E-Mail-Adressdaten werden unter Beachtung der aktuellen Regelungen des Bundesdatenschutzgesetzes bzw. des TeleMedienGesetzes behandelt und nicht ohne ausdrückliche Zustimmung des Inhabers weitergegeben. Davon ausgeschlossen ist die Adressweitergabe an einen Dienstleister zum Zwecke des Verschickens einer E-Mail im Namen des Adressesigners oder zum Zwecke des Dublettenabgleichs. Solche Dienstleister sind vorab schriftlich auf die Einhaltung der Regelungen des Ehrenkodex zu verpflichten und müssen die „DDV-Verpflichtungserklärung zur Auftragsdatenverarbeitung und Datenumgang“ (in der jeweils gültigen Fassung) hinterlegt haben.
- c. Blacklist: Es wird betriebsintern eine Liste geführt, auf der Adressen von Empfängern gespeichert werden, die in einer Beschwerde geäußert haben, dass sie keinerlei weitere E-Mails erhalten möchten. Gegen diese Liste werden Verteiler abgeglichen, bevor werbliche E-Mails ausgesendet werden. Diese Vorgehensweise kann nur umgesetzt



Deutscher Dialogmarketing Verband e.V.

werden, wenn die Empfänger nicht auf einer vollständigen Löschung ihrer Daten bestehen.

- d. Bounces: E-Mail-Adressen, welche bouncen und von denen aufgrund der zugehörigen Fehlerhistorie nicht erwartet werden kann, dass sie später wieder funktionieren werden, werden aus den Datenbeständen gelöscht oder zumindest markiert und nicht weiter angeschrieben. Entsprechende Auswertungen werden regelmäßig entweder spätestens nach jeder sechsten Aussendung oder spätestens alle vier Wochen vorgenommen.

4.) Geschäftsordnung

- a. Informationspflichten: Die Unterzeichner verpflichten sich, ihre Kunden über die Anforderungen und Inhalte des Ehrenkodex zu informieren und zu beraten.
- b. Aufnahmeverfahren: Ein Antragsteller wird im Council bekanntgegeben. Die Mitglieder können innerhalb von zwei Wochen schriftlich dagegen begründet Einspruch erheben. Das Kontrollgremium prüft den Einspruch und die Aufnahme.
- c. Kontrollgremium: Das Kontrollgremium besteht aus 3 Unterzeichnern des Ehrenkodex (1 Vorsitzender und 2 Beisitzer) und wird durch die Unterzeichner des Ehrenkodex auf 3 Jahre gewählt.
- d. Verstöße: Bekanntwerdende Verstöße gegen die Grundsätze dieses Ehrenkodex werden vom Kontrollorgan E-Mail Marketing untersucht und geahndet. Das Kontrollorgan kann selbständig oder auf Antrag eines Mitgliedes tätig werden. Ein Antrag ist schriftlich an den Vorsitzenden des Kontrollorgans zu richten.
- e. Das Kontrollorgan ist verpflichtet, alle ihm bekannten Beteiligten zu hören. Diese Anhörungen müssen schriftlich dokumentiert werden. Das Kontrollorgan kann zu diesen Anhörungen angemessene Fristen (z.B. zwei Wochen) setzen.
- f. Das Kontrollorgan kann folgende Entscheidungen treffen: Einstellung des Verfahrens, Verwarnung des betroffenen Mitgliedes, Verhängen von Auflagen, Veröffentlichung des Verstoßes gegen den Ehrenkodex, Entzug des Ehrenkodex, Empfehlung an den Vorstand des DDV, das betreffende Mitglied aus dem Verband auszuschließen.
- g. Bei Befangenheit eines Mitgliedes des Kontrollorgans kann dieses vom Verfahren ausgeschlossen werden. Bei Befangenheit aller Mitglieder entscheidet der Council-Vorsitzende über das Verfahren.
- h. Der Ehrenkodex E-Mail Marketing wird regelmäßig auf seine Aktualität überprüft.

5.) Glossar

- a. Double Opt-in-Verfahren: Beim Double Opt-in-Verfahren trägt sich ein Adressat auf einer Website mit seiner E-Mail-Adresse ein und erhält anschließend eine Willkommensnachricht, in der ein Link angeklickt werden muss, um die Anmeldung zu bestätigen.
- b. Confirmed Opt-in-Verfahren: Beim Confirmed Opt-in erhält der Adressat eine Willkommensnachricht. Er muss hier jedoch seine Anmeldung nicht aktiv mit einem Klick bestätigen, sondern er wird darauf hingewiesen, dass er seinen Eintrag löschen



Deutscher Dialogmarketing Verband e.V.

kann, wenn er auf einen beigefügten Abmeldelink klickt oder auf die Nachricht antwortet.

- c. Co-Sponsoring: Beim Co-Sponsoring-Verfahren (z.B. über Gewinnspiele) erlangt der Veranstalter das Werbe-Opt-in sowie die Erlaubnis zur Adressweitergabe an einen oder mehrere Dritte.
- d. Bounces: Werden E-Mails aufgrund technischer Gegebenheiten nicht zugestellt, spricht man von Bounces. Dabei wird zwischen Hard- und Softbounces unterschieden. Hardbounces machen eine Zustellung der E-Mail dauerhaft unmöglich (z.B. nicht mehr existierende Adressen). Softbounces sind temporäre technische Barrieren (z.B. volles Postfach, Nichterreichen der URL).

Verpflichtungserklärung

Der Ehrenkodex E-Mail Marketing kann von allen Mitgliedern des Deutschen Dialogmarketing Verbandes e.V. unterzeichnet werden, die E-Mail Marketing in ihrer Kommunikation nutzen (Anwender) oder als Dienstleister tätig sind.

Als Anwender, E-Mail-Adressanbieter, Versender/Technologieanbieter oder Agentur/Berater verpflichten wir uns beim Einsatz des E-Mail Marketing zur strikten Beachtung der Regelungen des Ehrenkodex E-Mail Marketing.

In der Zusammenarbeit mit Kunden, Partnern und Dienstleistern verpflichten wir uns, auf diese dahingehend einzuwirken, dass diese den Regelungen des Ehrenkodex E-Mail Marketing entsprechen.

Firmenstempel/Unterschrift

Ort/Datum