

# UK: E-Mail Werbung richtig verschicken

Die Grundsätze zum Versand von E-Mail Werbung sind in UK dieselben wie in Deutschland. Als Grundregel darf Email Werbung nur versendet werden, wenn Individuen ausdrücklich eingewilligt haben. Händler, die Werbung konform mit den deutschen Datenschutzvorschriften verschicken, können mit gutem Gewissen UK Kunden adressieren.

Datenschutz ist in UK in erster Linie durch den Data Protection Act 1998 geregelt. Für elektronische Werbung gelten zusätzlich die Privacy and Electronic Communications Regulations, kurz PECR genannt. Diese setzen die E-Privacy Richtlinie um.

Elektronische Nachricht ist in den PECR sehr weit definiert und umfasst damit jede Form von Kommunikation, die elektronisch gespeichert werden kann. Somit zählen hierzu E-Mail, SMS, Foto Nachrichten, Video Nachrichten, Sprachnachrichten und auch direkte Nachrichten über Social Media.

## Einwilligung

Die Einwilligung ist das zentrale Erfordernis für Direktmarketing. Sofern Unternehmen die Einwilligung des Kunden nicht vorweisen können, laufen sie Gefahr sanktioniert zu werden.

Basierend auf den EU Grundsätzen muss eine Einwilligung ausdrücklich und spezifisch sein, sie muss freiwillig erteilt worden sein und demjenigen, der die Einwilligung erteilt muss klar und verständlich sein, wozu er einwilligt.

Die Einwilligung muss dem Unternehmen direkt vom Nutzer vorliegen, was die rechtskonforme Nutzung von Mailinglisten von Drittunternehmen stark erschwert.

## Individuals oder businesses?

Verbraucher, die in ihrem Online-Shop einkaufen sind in jedem Fall Individuals. Ebenso werden Einzelhändler und einige Formen von Partnerships als Individuen verstanden. An Corporate bodies (Unternehmen, Schottische Partnerships, Limited Liability Partnerships und Regierungsinstitution) kann Werbung auch ohne Einwilligung versandt werden. Es ist jedoch Best Practice eine Liste zu führen, wenn Unternehmen zum Ausdruck gebracht haben, dass sie keine Werbung erhalten wollen und den Versand dann auch zu unterlassen.

Diese Anforderungen gelten ebenfalls für virales Marketing, wo Unternehmen andere dazu auffordern, Marketingnachrichten weiter zu leiten. Wenn Kunden Nachrichten ohne Aufforderung, von sich aus, weiterleiten, gelten die Vorschriften der PECR natürlich nicht für den Unternehmer.

## Einwilligung vs. Soft opt-in

Wie bereits erwähnt, muss die Einwilligung des Kunden vorliegen, um ihm E-Mail Werbung zu senden. Wie in Deutschland, existiert aber auch in UK die so genannte "soft opt-in" Ausnahme.

Sofern der Unternehmer die E-Mail Adresse des Kunden im Zusammenhang mit einem vorherigen Verkauf erhalten hat, darf er dem Kunden auch ohne ausdrückliche Einwilligung E-Mail Werbung schicken, wenn:

- der Unternehmer bei Erhebung der E-Mail Adresse sowie in jeder Werbenachricht dem Kunden eine einfache Möglichkeit gegeben hat dem Erhalt von E-Mail Marketing zu widersprechen und

- der Unternehmer für seine eigenen, ähnlichen Produkte wirbt.

Als einfache Widerspruchsmöglichkeit bei Erhebung der E-Mail Adresse kann eine vorangekreuzte Checkbox angesehen werden. Andersherum, gilt eine vorangekreuzte Checkbox jedoch nicht als wirksame Opt-in Einwilligung.

Die Möglichkeiten des soft opt-in sind begrenzt und bei gemischtem Warensortiment so gut wie unbrauchbar, daher empfiehlt sich in jedem Fall für die umfangreiche Nutzung der E-Mail Werbemöglichkeit, dem echten Opt-in zu folgen.

## Sanktionen

Verstöße gegen die PECR kann die Datenschutzbehörde ICO durch verschiedene Maßnahmen angehen. Sie kann ein Audit des betroffenen Unternehmens durchführen und verbindliche Anpassungen aussprechen. Strafrechtlich kann ein Verstoß ebenfalls verfolgt werden. Zudem können Geldstrafen bis zu 500.000 GBP verhängt werden. Insbesondere wenn wiederholt Abmeldewünsche vom Newsletter missachtet werden oder unerwünschte Werbeanrufe nicht aufhören, greift die ICO zu dieser Sanktion.

## Checkliste zum Newsletter-Versand an Individuen:

- Liegt die Einwilligung zum Newsletter-Versand vor?
- Ist ihre vollständige Anbieterkennzeichnung in jeder Werbe-E-Mail enthalten?
- Ist ein Abmeldelink in jeder Werbe-E-Mail enthalten oder zumindest die Kontaktdaten, unter denen der Empfänger Sie über den Abmeldewunsch informieren kann?
- Ist die E-Mail eindeutig als Werbe-Email gekennzeichnet?
- Liegen Mechanismen vor, die es ermöglichen, eine Abmeldung so schnell wie möglich umzusetzen??

Gerne beraten wir Sie beim Ihrer Internationalisierung. (na)