

Die neue EU Datenschutz - Grundverordnung

Was ändert sich für E-Mail-Versender?

Ab dem 25. Mai 2018 wird die neue EU-Datenschutz – Grundverordnung (DS-GVO) in den Mitgliedstaaten der Europäischen Union anwendbar sein. Doch was bedeutet die Verordnung für den werblichen Umgang von Daten, insbesondere im Bereich des E-Mail-Marketings? Wird sich künftig alles ändern? Dürfen die bislang gesammelten Daten nun nicht mehr benutzt werden?

Die nachfolgende Tabelle vergleicht die aktuelle Rechtslage im Rahmen des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) und Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) mit der neuen Datenschutzgrundverordnung im Hinblick auf die relevanten Anforderungen an ein rechtswirksames E-Mail-Marketing und soll damit auf einen Blick Klarheit für alle Versender schaffen.

	Aktuelle Rechtslage (BDSG, UWG)	Ab 25. Mai 2018, DS-GVO
Erforderlichkeit einer Einwilligung	<ul style="list-style-type: none"> • Einwilligungspflicht • Ausnahme: Bestehende Kundenbeziehung (§ 7 Abs. 3 UWG), Achtung: restriktive Anwendung 	<ul style="list-style-type: none"> • Einwilligungspflicht • Interessenabwägung • Ausnahme: Bestehende Kundenbeziehung (§ 7 Abs. 3 UWG), Achtung: restriktive Anwendung
Formale Anforderungen an eine Einwilligung	<ul style="list-style-type: none"> • Freiwillig • Aktiv, ausdrücklich • Konkret • Transparent • Grds. Schriftlich • Koppelungsverbot 	<ul style="list-style-type: none"> • Freiwillig • Aktiv, ausdrücklich • Informiert (bezogen auf den bestimmten Fall) • Schriftform nicht zwingend (aber wird empfohlen, s.u.) • Koppelungsverbot
Einwilligungsfähigkeit	<ul style="list-style-type: none"> • Nicht eindeutig definiert 	<ul style="list-style-type: none"> • Ab 16 Jahren
Nachweispflicht	<ul style="list-style-type: none"> • Nachweispflicht für den Verwender der Einwilligungserklärung, daher Empfehlung der schriftlichen Einwilligungserklärung, 	<ul style="list-style-type: none"> • Nachweispflicht für den Verwender der Einwilligungserklärung („Rechenschaftspflicht“), daher Empfehlung der schriftlichen

	Double-Opt-In-Verfahren, etc.	Einwilligungserklärung, Double-Opt-In-Verfahren, etc.
Widerrufsmöglichkeit	<ul style="list-style-type: none"> Muss jederzeit ohne unzumutbaren Aufwand möglich sein 	<ul style="list-style-type: none"> muss jederzeit ohne unzumutbaren Aufwand möglich sein
Impressumpflicht	<ul style="list-style-type: none"> Muss in jeder E-Mail enthalten sein 	<ul style="list-style-type: none"> Muss in jeder E-Mail enthalten sein
Sanktionen bei Verstoß	<ul style="list-style-type: none"> Abmahnkosten, Schadensersatzpflicht nach UWG, TMG, BGB bis zu mehreren 100.000 Euro 	<ul style="list-style-type: none"> Abmahnkosten, Schadensersatzpflicht nach UWG, BGB, TMG Bußgelder bis zu 20.000.000 Euro oder 4 % des gesamten Jahresumsatzes des Unternehmens (je nachdem was höher ist)

Fazit:

Vergleicht man nun die aktuelle mit der zukünftigen Rechtslage, so stellt man schnell fest, dass die Voraussetzungen an eine rechtmäßige Einwilligungserklärung und weitere wichtige Anforderungen für den werblichen E-Mail-Versand im Wesentlichen gleichgeblieben sind. Bisherige Einwilligungen in die Nutzung oder Übermittlung personenbezogener Daten, die im Einklang mit dem BDSG abgegeben wurden, gelten fort, sofern sie den Grundsatzanforderungen des DS - GVO entsprechen. Zu beachten sind jedoch unbedingt die schwerwiegenderen Sanktionen: Neben einem Reputationsschaden treffen die Bußgelder in Millionenhöhe die E-Mail -Versender künftig besonders hart.

Detaillierte Ausführungen zu den Anforderungen an ein rechtswirksames E-Mail-Marketing und den wichtigsten Punkten zu der neuen DS – GVO finden Sie in der aktuellen Ausgabe von eco – Richtlinie für zulässiges E-Mail-Marketing (<https://certified-senders.eu/wp-content/uploads/2016/09/Marketing-Richtlinie.pdf>).

Autoren: Rosa Hafezi, Legal Team der Certified Senders Alliance - rosa.hafezi@eco.de