



BITTE ABMELDEN

Mit dem Permission-Marketing-Spezialisten empaction zur rechtssicheren Abbestellung von Newslettern

Frankfurt am Main, 02. September 2014. Der Newsletter ist das Kernstück des E-Mail-Marketings und damit auch Gegenstand der Rechtsprechung. Neben dem Anmeldeverfahren rückt aktuell die Kündigung von Newslettern verstärkt in den juristischen Fokus. Der Frankfurter E-Mail-Marketing-Anbieter *empaction* ist Vorreiter auf dem Gebiet des Permission-Marketings und unterstützt seine Kunden unter anderem bei der Umsetzung einer rechtssicheren und professionellen Newsletter-Abbestellung.

Newsletter sollen idealerweise einen Mehrwert für ihre Leser bieten und nicht zur belästigenden Werbemaßnahme mutieren. Das Schlüsselwort für den erfolgreichen Newsletter-Versand lautet daher: Permission-Marketing. Das bedeutet, ein Newsletter wird nur dann versendet, wenn die ausdrückliche Erlaubnis des Anmelders vorliegt. Als rechtssichere Form der Newsletter-Anmeldung hat sich inzwischen das sogenannte Double-Opt-In-Verfahren – also die zweifache Bestätigung – bewährt.

Doch wie geht man dem gesetzlichen Konflikt bei der Kündigung eines Newsletters am besten aus dem Weg? Auf diese Frage richtet sich aktuell der juristische Diskurs, denn: Die Newsletter-Abmeldung birgt technische und rechtliche Herausforderungen für die Versender, aber es gibt noch keine einheitliche Handhabung. Oberste Priorität bei der Abbestellung eines Newsletters hat die schnelle und unkomplizierte Abwicklung – optimaler Weise mithilfe der geeigneten E-Mail-Marketing-Software. Der Abmeldewillige klickt auf einen Link mit dem Widerrufshinweis und landet auf einer Seite, wo die Austragung vom Verteiler erfolgt und bestätigt wird. Hier kann der Versender auch auf individuelle Bedürfnisse eingehen oder Gründe für die Abbestellung abfragen. Eine mögliche Chance, um den Abonnenten doch noch zu halten.

Erfolgt die Abmeldung trotz der vorgenannten Möglichkeit per E-Mail oder gar per Brief, kann es passieren, dass die Abmeldenachricht im Spamordner landet, in der Firewall des Versenders hängenbleibt oder – im Fall eines Briefes – gar nicht ankommt. Die aktuelle Rechtsprechung, die sich mangels anderer expliziter Regelungen zum elektronischen Rechtsverkehr auf die allgemeinen Regeln des BGB und auf die Beweislast zum Zugang von Willenserklärungen bezieht, gibt einen strengen Kurs vor: Es liegt demzufolge auch beim Anbieter, seine Mailbox ständig auf mögliche Abmeldemails zu sichten. „Das ist sicherlich keine einfache Aufgabe und technisch höchst impraktikabel. Vor allem, wenn man bedenkt, dass es sich dabei je nach Branche um 1000 und mehr E-Mails pro Tag handeln kann“, äußert sich Tobias Pfeifer, Geschäftsführer bei *empaction*, hierzu mit der gebotenen Kritik. „Trotzdem empfehlen wir unseren Kunden, den Aufwand zu betreiben und stets ein Augenmerk auf die Mailbox sowie den Spamordner zu haben. So finden sie eventuelle Abmeldemails und beugen kostspieligen Abmahnungen vor. Mit unserer ausgefeilten E-Mail-Marketing-Software und unserer umfassenden Rechtsanalyse ebnen wir den Weg für ein rechtssicheres und professionelles E-Mail-Marketing.“

Rechtzeitig zur Teilnahme an der diesjährigen dmexco am 10. und 11. September in Köln (Halle 06.1, Stand A-050) hat *empaction* den Relaunch seines Webauftritts abgeschlossen. Die Website zeigt sich in neuem Design und bietet ein breites Informationsangebot zu allen Themen und News rund um das E-Mail-Marketing. www.empaction.com



Über empaction

Hinter empaction steht die Vision, das E-Mail Marketing zu revolutionieren. Mit dieser Vision sind wir 2005 angetreten und bieten passioniertes und professionelles E-Mail Marketing im Full-Service – mit umfassender Beratung und extensivem Service, alles aus einer Hand. Von Frankfurt am Main aus betreuen wir weltweit circa 150 Kunden aus zahlreichen Branchen mit über 600 aktiven Accounts. Mit der von uns entwickelten E-Mail Marketing-Software werden jeden Monat über 70 Millionen E-Mails in 40 Länder rund um den Globus versendet. Die empaction-Plattform bietet dabei einen funktionalen Umfang, mit dem sich auch anspruchsvollste Kampagnen einfach und komfortabel umsetzen lassen. Durch den ständigen Ausbau der Funktionalität gewährleisten wir die Zukunftssicherheit unseres Systems. Wir unterstützen unsere Kunden dabei, E-Mail Marketing und damit verbundene Cross-Channel-Aktivitäten mit größtmöglichem Erfolg zu betreiben – von der Konzeption über die Testphase und Umsetzung bis hin zur detaillierten Erfolgsanalyse und Optimierung.

Als Vorreiter im Bereich Permission-Marketing sorgen wir durch umfassende Beratungsarbeit und fundierte Rechtsanalysen dafür, dass die Kampagnen unserer Kunden ankommen und sie rechtlich immer auf der sicheren Seite sind.