



## **Ehrenkodex eMail-Marketing des DDV**

(Stand 14. September 2009)

### **Präambel**

Die im eMail-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 eMail 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. Bei Verstößen gegen den Ehrenkodex entscheidet das Kontrollorgan eMail-Marketing über die jeweiligen Sanktionen. Das unterzeichnende Unternehmen unterwirft sich diesem Schiedsspruch.

### **§1 Erheben von Adressen und Einholen der Erlaubnis eMails zuzustellen**

Es wird bei der Erhebung von Adressen strukturell sichergestellt, dass niemand gegen seinen Willen eMails zugesendet bekommt. Dieses sollte im Regelfall im vom DDV empfohlenen Double Opt-In, kann aber in Ausnahmefällen auch im Confirmed Opt-In Verfahren erfolgen. Bei ersterem trägt sich ein Adressat auf einer Website mit seiner eMail-Adresse ein und erhält anschließend eine Willkommensnachricht, in der ein Link angeklickt werden muss, um die Anmeldung zu bestätigen. Beim Confirmed Opt-In erhält der Adressat ebenfalls eine Willkommensnachricht. Er muss hier jedoch seine Anmeldung nicht bestätigen, sondern es wird nur darauf hingewiesen, dass er seinen Eintrag löschen kann, wenn er auf einen beigefügten Abmeldelink klickt oder auf die Nachricht antwortet. (Hinweis: Die Willkommensnachrichten 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 eingetragen bzw. angemeldet hat und nicht gegen seinen Willen angeschrieben worden ist.

Für den Fall, dass vor Umsetzung zuvor genannter Anforderungen an die Adresserhebung bereits auf anderem Wege Adressen erhoben worden sind, werden davon nur diejenigen weiterverwendet, die im Jahr vor der Unterzeichnung bereits sechs mal mit den in §3 beschriebenen Abmeldemöglichkeiten angeschrieben worden sind und sich nicht abgemeldet haben.

Bei der Adresserhebung generell und insbesondere über das sog. Co-Sponsoring-Verfahren (über Gewinnspiele, Umfragen o.Ä.), bei denen der Veranstalter das Werbe-Opt-In sowie die Erlaubnis zur Adressweitergabe an einen oder mehrere Dritte erlangt, sind folgende Punkte zu beachten: Der Opt-in-Empfänger und alle Dritten (Sponsoren) müssen mit Firma und Firmensitz genannt werden. Für den Einwilligenden muss der Werbeweg eMail erkennbar sein, der Werbegegenstand (z.B. Art der angebotenen Ware oder Dienstleistung) sollte deutlich werden. Der Einwilligende kann seine Einwilligung gegenüber dem Opt-in-Empfänger und allen Sponsoren zentral beim Opt-in-Empfänger widerrufen. Das Co-Sponsoring-Verfahren sollte sich auf einen überschaubaren Kreis von Unternehmen beschränken; der DDV empfiehlt eine Beschränkung auf maximal 10 Sponsoren sowie den Verzicht auf sog. „Wiedervermarkter“.

Bei der Adresserhebung ist grundsätzlich darauf zu achten, dass die Adressen nicht in politisch oder religiös radikalen Umfeldern und/oder mit Hilfe von vorgetäuschten Gewinnversprechen generiert werden.

Der DDV empfiehlt nachdrücklich bei der Erhebung der Adressen eine Trennung des Werbe Opt-Ins von den Teilnahmebedingungen/AGB durch eine separate Checkbox, welche in keinem Falle vorausgefüllt/vorangeklickt sein darf.

### **§2 Nachvollziehbarkeit**

Es muss für einzelne Adressen über entsprechende technische Protokolle/Datenbankeinträge jederzeit nachvollziehbar sein, wann und wie diese erhoben worden sind.

### **§3 Widerruf der Erlaubnis eMails zuzustellen**

(1) Jede eMail ist mit einem Hinweis auf die Möglichkeit des Widerrufs zu versehen. Dazu wird in jeder versendeten eMail ein Link eingefügt, über den sich der Empfänger abmelden kann. Des weiteren muss ein Empfänger auch per Reply auf eine eMail antworten und um Austragung bitten können. So erfolgte Abmeldungen sind unverzüglich zu bearbeiten.

### **§4 Absenderkennzeichnung**

Es wird sichergestellt, dass ein eMail-Empfänger aufgrund der Absenderkennzeichnung (z.B. über die Versand-Domain<sup>1</sup>) aus jeder ihm zugestellten eMail problemlos zum Antragsteller Kontakt aufnehmen kann. Die Absenderkennzeichnung muss leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar sein.

### **§5 Ausschluss der Adressweitergabe**

eMail-Adressdaten werden unter Beachtung der aktuellen Regelungen des Bundesdatenschutzgesetzes behandelt und nicht ohne ausdrückliche Zustimmung des Inhabers weitergegeben. Davon ausgeschlossen ist die Adressweitergabe an einen Dienstleister zum Zwecke des Verschickens einer eMail im Namen des Adressseigners 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 Verarbeitung personenbezogener Daten“ hinterlegt haben.

### **§6 Führen einer betriebsinternen Blacklist**

Es wird betriebsintern eine Liste geführt, auf der Adressen von Empfängern gespeichert werden, die in einer Beschwerde geäußert haben, dass sie keinerlei weitere eMails erhalten möchten. Gegen diese Liste werden Verteiler abgeglichen, bevor werbliche eMails ausgesendet werden. Diese Vorgehensweise kann natürlich nur umgesetzt werden, wenn die Empfänger nicht auf einer vollständigen Löschung ihrer Daten bestehen.

### **§7 Bearbeitung von Bounces**

eMail-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.

### **§ 8 Ahndung von Verstößen**

Bekanntwerdende Verstöße gegen die Grundsätze dieses Ehrenkodex werden vom Kontrollorgan eMail-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. Das Kontrollorgan kann folgende Entscheidungen treffen: Einstellung des Verfahrens, Verwarnung des betroffenen Mitgliedes, Veröffentlichung des Verstoßes gegen den Ehrenkodex, Empfehlung an den Vorstand des DDV, das betreffende Mitglied aus dem Verband auszuschließen.

Wiesbaden, 14. September 2009

---

<sup>1</sup> Über diese Domain muss beispielsweise das Impressum einfach erreichbar sein.

## **Verpflichtungserklärung**

In der Rolle als ein eine eigene Datenbank pflegender Anwender von eMail-Marketing verpflichten wir uns zur Einhaltung des Ehrenkodex eMail-Marketing des DDV.

In der Rolle als ein eine eigene Datenbank pflegender eMail-Adressanbieter verpflichten wir uns zur Einhaltung des Ehrenkodex eMail-Marketing des DDV.

In der Rolle als eMail-Versender verpflichten wir uns, eMails nur für Organisationen zu versenden, von denen wir annehmen dürfen, dass diese den Ehrenkodex eMail-Marketing des DDV einhalten.

In der Rolle als Technologie-Anbieter verpflichten wir uns, unsere eMail-Versandlösung nur Organisationen zur Verfügung zu stellen, von denen wir annehmen dürfen, dass diese den Ehrenkodex eMail-Marketing des DDV einhalten.

In der Rolle als Agentur verpflichten wir uns, unsere Kunden dahingehend zu beraten, dass diese den Ehrenkodex eMail-Marketing des DDV einhalten.

In der Rolle als Broker/Vermarkter verpflichten wir uns, nur Adressen zu vermitteln/vermarkten, von denen wir annehmen dürfen, dass diese dem Ehrenkodex eMail-Marketing des DDV genügen.

In der Rolle als Werbetreibender verpflichten wir uns, Werbung nur an Adressaten versenden zu lassen, wenn wir davon ausgehen dürfen, dass diese dem Ehrenkodex eMail-Marketing des DDV genügen.

Wir verpflichten uns generell auf Geschäft zu verzichten, wenn wir davon Kenntnis haben, dass damit gegen den Ehrenkodex eMail-Marketing des DDV verstoßen wird.

\_\_\_\_\_

Firmenstempel, Unterschrift

\_\_\_\_\_, den  
Ort

\_\_\_\_\_  
Datum