

E-Mail-Marketing

Probleme mit der Rechtssicherheit

Selbst in der Finanzbranche etablierte Institute nehmen es mit dem Online-Recht nicht immer so genau. Das ergab eine Studie der Unternehmensberatung Absolit, für die das E-Mail-Marketing von 63 Banken und Sparkassen in Deutschland untersucht wurde. Der Analyse nach gelingt es keiner einzigen Bank, alle Rechtsvorschriften im E-Mail-Marketing einzuhalten.

Besonders ernüchternd fällt das Ergebnis im Vergleich zu anderen Branchen aus. Während Bausparkassen und Investmentgesellschaften in puncto Rechtssicherheit im Schnitt 77 Prozent der maximal möglichen Punkte erreichten und damit vor Versandhändlern (72 Prozent), Dax-Unternehmen (61 Prozent) und Energieversorgern (56 Prozent) liegen, bilden die Banken mit gerade einmal 55 Prozent das unrühmliche Schlusslicht im Branchenvergleich.

Besonders gut schneiden die Bausparkassen Schwäbisch Hall sowie LBS ab (92 Prozent), gefolgt von der Hypovereinsbank und der Fidor Bank mit jeweils 83 Prozent. Einen komplett rechtssicheren Anmeldeprozess für das E-Mail-Marketing hatte jedoch keine der untersuchten Banken.

Den Ergebnissen zufolge sammeln 97 Prozent der untersuchten Anbieter außer der E-Mail-Adresse noch weitere persönliche Daten. Ein Drittel davon missachtet dabei jedoch das Gebot der Freiwilligkeit. Nur 67 Prozent verwenden diese Daten auch, um anschließend die Empfänger persönlicher anzusprechen.

Das Double-Opt-in-Verfahren, das der deutschen Rechtsprechung zufolge bei der Gewinnung von Adressen Standard ist, wird von 85 Prozent der Banken praktiziert, 15 Prozent der Institute verzichten auf diese Methode. Der Hinweis auf das Widerrufsrecht fehlt bei mehr als jeder dritten Bank (35 Prozent), zehn Prozent verletzen das Widerspruchsrecht, indem sie auf einen Abmeldelink verzichten. Ganz fehlt dieser jedoch nur bei zwei Prozent der Anbieter. Acht Prozent bieten immerhin eine Abmelde-URL, die erst in den Browser kopiert werden muss. Mit einem einzigen Klick möglich ist die Abmeldung vom Newsletter bei lediglich 65 Prozent der Anbieter.

Noch immer ein Problem scheint für Banken die Kennzeichnungspflicht zu sein. Nur jede zweite hat ein vollständiges Impressum in ihren E-Mails. Bei drei Finanzdienstleistern fehlte das Impressum gar komplett. **Red.**