

# Newsletter

---

Projektleitung

Geschäftsführung

IT

Recht

So wird die Einwilligung rechtssicher und für alle zugänglich

Weil E-Mail-Marketing nur dann rechtlich und praktisch funktioniert, wenn alle Menschen sich selbstständig und bewusst anmelden und abmelden können.

Eine barrierefreie Umsetzung ist die Grundlage für eine wirksame Einwilligung nach der DSGVO. Sie muss freiwillig, verständlich und für jede Person zugänglich sein.

Was du allgemein bei Formularen und Buttons beachten musst, hast du in SOP 19 erfahren – bei Newsletter Opt-In's gibt es jedoch ein paar Besonderheiten, die du kennen musst.

## Wann musst du das machen?

- Bei jeder Newsletter-Anmeldung auf einer Website, Landingpage oder in einem Pop-up.
- Bei der Integration eines Newsletter-Opt-Ins als Zusatzfeld im Checkout-Prozess.
- Bei der Nutzung von Lead-Magneten (z. B. Whitepaper gegen E-Mail-Adresse).
- Für UGC-Kampagnen (User-Generated Content), bei denen eine E-Mail-Adresse abgefragt wird.

## Welches Gesetz verlangt das?

- DSGVO Art. 6 Abs. 1 a + Art. 7: Die Einwilligung muss freiwillig, nachweisbar und dokumentiert sein.
- DSGVO Art. 13: Es besteht eine Informationspflicht über Zweck, Empfänger, Dauer etc..
- EAA / BFGG: Der Zugang und die Bedienung müssen barrierefrei möglich sein.
- WCAG 2.1: Verschiedene Kriterien sind relevant, darunter 1.3.1 (Info and Relationships), 2.4.3 (Focus Order), 3.3.2 (Labels or Instructions) und 4.1.3 (Status Messages).

## Der Prozess im Detail

### 1 Phase 1: Formuliere den Zweck und Text klar

Die Transparenz gegenüber dem Nutzer ist der erste Schritt. Er muss genau wissen, wofür er seine Einwilligung gibt. Achte in diesem Zusammenhang auf drei Dinge:

- Positive Formulierung: Formuliere klar den Nutzen, z. B. „Ich möchte den Newsletter mit Tipps & Angeboten erhalten“ statt nur „Hier anmelden“.
- Hinweis auf Widerruf: Gib einen klaren Hinweis wie „Du kannst dich jederzeit abmelden“.
- Datenschutz verlinken: Verlinke immer deine Datenschutzerklärung und weise auf die Datenverarbeitung hin.

2

## Phase 2: Setze die Checkbox korrekt um

Die Checkbox ist das zentrale Element der aktiven Einwilligung und muss technisch einwandfrei sein. Achte dabei ganz besonders auf folgende Pflicht-Dinge:

- **Aktiv anzukreuzen:** Die Checkbox darf niemals vorangekreuzt sein (auch aus DSGVO-Gründen nicht). Sie muss technisch mit `<input type="checkbox" required>` umgesetzt werden.
- **Eindeutige Beschriftung:** Die Einwilligung muss klar formuliert sein, z. B. „Ja, Ich möchte den Newsletter erhalten“ .
- **Label-Verknüpfung:** Die Checkbox muss über `<label for="optin">` mit ihrem Text verknüpft sein, um per Klick auf den Text und per Tastatur bedienbar zu sein.
- **Kopplungsverbot beachten:** Eine Newsletter-Anmeldung darf nicht heimlich an eine andere Aktion (z. B. eine Bestellung) gekoppelt werden (auch das ist ein gesetzliche Vorgabe gemäß Art. 7 Abs. 4 DSGVO).

3

## Phase 3: Gestalte die Bestätigung und das Double-Opt-In barrierefrei

Hast du das Formular, den Text und die Checkbox barrierefrei gestaltet, ist als nächstes die Bestätigungs- und Danke-Seite dran. Der Prozess nach dem Klick ist entscheidend für den Nachweis und die Nutzerführung. Achte dabei auf Folgendes:

- **Direktes Feedback:** Gib eine klar sichtbare Bestätigung auf der Seite, z. B. „Fast geschafft! Schau jetzt in deine Mails und bestätige, dass du dich anmelden möchtest.“.
- **Verständliche Bestätigungs-E-Mail:** Formuliere die Mail klar, z. B. „Bitte bestätige deine Anmeldung mit einem Klick.“. Die Mail selbst muss barrierefrei sein, mit einem klar beschrifteten Button („Anmeldung bestätigen“).
- **Erfolgsseite:** Die Seite nach der finalen Bestätigung sollte den Erfolg erklären und Infos zu Widerruf und Kontakt geben.

4

## Phase 4: Kommuniziere Statusmeldungen, Fehler und Widerruf

Natürlich musst du auch auf mögliche Fehler vorbereitet sein und diese barrierefrei kommunizieren. Eine gute Kommunikation verhindert Frust und sorgt für Klarheit in jeder Situation.

- **Fehlermeldungen:** Gib bei Fehleingaben präzises Feedback wie „Bitte gib eine gültige E-Mail-Adresse ein“ oder „Bitte bestätige deine Anmeldung durch Anhaken“.
- **Erfolgsmeldung:** Bestätige eine erfolgreiche Anmeldung klar mit „Danke! Du erhältst ab jetzt unseren Newsletter.“.
- **Abmeldung:** Ein einfach zu findender Abmeldelink muss in jeder Mail vorhanden sein und zu einer klaren Abmeldeseite führen.
- **Tipp:** Verwende `aria-live="polite"` für Statusmeldungen, damit sie für Screenreader-Nutzer:innen wahrnehmbar sind, ohne sie zu unterbrechen.

## 5

## Phase 5: Technischen Test und Nachweis sicherstellen

Du weißt ja: In der letzten Phase müssen wir immer testen – und bei Newsletter-Anmeldungen auch noch auf jeden Fall für den Datenschutz die Zustimmung dokumentieren (das wird üblicherweise im sog. „Einwilligungsverzeichnis“ deines Datenschutzmanagement-Systems (DSMS) abgelegt.

Überprüfe also die Umsetzung und stelle sicher, dass du deiner Nachweispflicht nachkommen kannst. Du solltest mittlerweile an die Tests aus anderen SOP's gewöhnt sein:

- Tastatur-Test: Funktioniert der gesamte Prozess nur mit der Tab-Taste?
- Screenreader-Test: Werden alle Labels und Hinweise mit NVDA oder VoiceOver korrekt vorgelesen?
- HTML-Prüfung: Ist die <label for="...">-Verknüpfung der Checkbox korrekt?
- Nachweisbarkeit: Wird die Einwilligung mit Zeitstempel und E-Mail-Adresse DSGVO-konform dokumentiert?

## Ergebnis

Am Ende dieser SOP hast du:

- Ein barrierefreies, DSGVO-konformes Opt-In-Formular.
- Verständliche Texte, eine klare Checkbox und eine sichtbare Bestätigung.
- Einen Double-Opt-In-Prozess mit eindeutiger Dokumentation.
- Eine Newsletter-Anmeldung, die niemanden ausschließt – und dir keine Abmahnung einbringt.

Diese E-Mail ist der entscheidende Schritt, um eine rechtssichere Einwilligung für deinen Newsletter zu erhalten. Sie muss klar, verständlich und für jeden zugänglich sein. Du kannst diese Vorlage direkt nutzen und anpassen.

Wichtige Hinweise zur Umsetzung dieser E-Mail-Vorlage:

- Der Button: Stelle sicher, dass der Button tatsächlich ein klickbarer Link ist und klar als solcher erkennbar ist. Der Text „Anmeldung jetzt bestätigen“ ist hier optimal.
- Klarheit: Halte den Text einfach und direkt. Vermeide Fachjargon.
- Barrierefreiheit der E-Mail: Achte darauf, dass die E-Mail selbst gut lesbar ist (genügend Kontrast, ausreichende Schriftgröße). Viele E-Mail-Marketing-Tools bieten hierfür bereits gute Vorlagen.
- Abmeldelink: Obwohl dies die DOI-E-Mail ist, ist es sinnvoll, bereits hier kurz auf die einfache Abmeldung und die Datenschutzerklärung hinzuweisen.

Betreff: Bitte bestätige deine Newsletter-Anmeldung für [Dein Unternehmen/Dein Projekt]

Hallo [Vorname des Empfängers oder „du“] / Hallo du,

vielen Dank für dein Interesse an unserem Newsletter von [Dein Unternehmen/Dein Projekt]!

Damit wir dir wirklich die besten Tipps und Angebote rund um [Thema deines Newsletters, z.B. „Online-Marketing“ oder „Nachhaltiges Leben“] zusenden können, bitten wir dich noch um einen letzten Klick.

Bitte bestätige deine Anmeldung, indem du auf den folgenden Button klickst:

[Button: „Anmeldung jetzt bestätigen“ – WICHTIG: Das ist dein Bestätigungs-Link] (Dieser Link ist 24 Stunden gültig.)

Warum dieser Schritt? Wir nutzen das sogenannte Double-Opt-In-Verfahren, um sicherzustellen, dass sich wirklich nur Personen für unseren Newsletter anmelden, die das auch möchten. Das ist wichtig für deine Sicherheit und unsere rechtliche Absicherung gemäß der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO).

Was passiert danach? Nach deiner Bestätigung erhältst du unseren ersten Newsletter direkt in dein Postfach. Wir freuen uns darauf, dich mit wertvollen Inhalten zu versorgen!

Hinweis zum Datenschutz: Deine Daten werden streng vertraulich behandelt und ausschließlich zum Versand des Newsletters verwendet. Du kannst deine Einwilligung jederzeit widerrufen und dich vom Newsletter abmelden, indem du auf den Abmeldelink klickst, der in jedem Newsletter enthalten ist.

Weitere Informationen findest du in unserer Datenschutzerklärung: [Link zu deiner Datenschutzerklärung]

Viele Grüße Dein Team von [Dein Unternehmen/Dein Projekt] [Link zu deiner Webseite] [Deine Social-Media-Links (optional)]

## **Fragen & Antworten**

### **Muss ich wirklich für jeden Newsletter eine separate Checkbox anbieten, wenn ich verschiedene Themen habe?**

Ja, wenn du inhaltlich sehr unterschiedliche Newsletter anbietest (z.B. „Produkt-Updates“, „Wöchentliche Tipps“ und „Veranstaltungshinweise“), solltest du für jeden davon eine separate Checkbox anbieten. Das liegt am Kopplungsverbot (Art. 7 Abs. 4 DSGVO) und dem Prinzip der spezifischen Einwilligung. Nutzer müssen genau wissen und einwilligen, wofür sie ihre Daten hergeben. So können sie sich gezielt für die Themen anmelden, die sie wirklich interessieren, und du sammelst qualitativ hochwertigere Leads. Wenn die Inhalte sehr ähnlich sind und nur eine leichte Variation darstellen, reicht oft eine Checkbox mit dem Hinweis auf die Themenvielfalt.

### **Was ist mit der Platzierung der Checkbox? Kann die irgendwo auf der Seite sein?**

Die Checkbox sollte unmittelbar vor dem Absende-Button platziert werden. Das stellt sicher, dass der Nutzer die Einwilligung direkt vor dem Absenden sieht und aktiv vornehmen kann. Eine zu weit entfernte Platzierung könnte als Irreführung oder „Verstecken“ der Einwilligung interpretiert werden und die Freiwilligkeit infrage stellen. Die klare Sichtbarkeit und die logische Reihenfolge sind entscheidend für die Nutzerführung und die Nachweisbarkeit der Einwilligung.

### **Was mache ich, wenn ein Nutzer den Bestätigungslink im Double-Opt-In nicht klickt? Darf ich ihn erneut anschreiben?**

Nein, du darfst den Nutzer nach Versand der Double-Opt-In-E-Mail nicht noch einmal kontaktieren, um ihn zum Klicken des Links aufzufordern. Solange der Bestätigungslink nicht geklickt wurde, liegt keine gültige Einwilligung vor. Jede weitere Kontaktaufnahme ohne diese Einwilligung wäre datenschutzrechtlich problematisch. Die einzige Ausnahme wäre, wenn der Nutzer sich aktiv erneut anmeldet und somit den Prozess von vorn beginnt.

### **Gibt es spezielle Anforderungen an den Abmeldelink im Newsletter selbst, außer dass er vorhanden sein muss?**

Ja, der Abmeldelink muss leicht auffindbar und eindeutig beschriftet sein (z.B. „Hier abmelden“, „Newsletter abbestellen“). Er sollte idealerweise im Footer jeder E-Mail platziert sein. Der Abmeldeprozess selbst muss einfach und ohne Login-Zwang ablaufen. Eine Abmeldebestätigung (z.B. eine kurze Meldung auf einer Webseite oder eine kurze E-Mail) ist empfohlen, um dem Nutzer Sicherheit zu geben, dass die Abmeldung funktioniert hat, aber es darf keine erneute Bestätigung durch den Nutzer erfordern.

### **Wie dokumentiere ich die Einwilligung, wenn mein E-Mail-Marketing-Tool das nicht automatisch macht?**

Wenn dein Tool keine automatische Dokumentation bietet, musst du dies manuell sicherstellen . Das kann bedeuten, dass du bei jeder Anmeldung folgendes speicherst:

- E-Mail-Adresse des Nutzers
- Zeitpunkt der Anmeldung (Datum und Uhrzeit)
- Die genaue IP-Adresse des Nutzers zum Zeitpunkt der Anmeldung
- Die Version der Datenschutzerklärung , die zum Zeitpunkt der Anmeldung gültig war.
- Den genauen Text der Einwilligungserklärung (Checkbox-Text und eventuelle Begleittexte), die der Nutzer bestätigt hat. Diese Informationen werden in einem „Einwilligungsverzeichnis“ (oft Teil deines Datenschutzmanagement-Systems) gesammelt und müssen jederzeit auf Anfrage der Aufsichtsbehörden oder des Nutzers vorgelegt werden können.

### **Muss ich auch die Texte auf der %22Danke%22-Seite oder der finalen Erfolgsseite barrierefrei gestalten?**

Ja, absolut! Die Barrierefreiheit bezieht sich auf den gesamten Prozess , nicht nur auf das Anmeldeformular. Das bedeutet, dass auch die Texte auf der „Fast geschafft!“-Seite (nach dem ersten Klick) und der finalen „Danke!“-Seite (nach der DOI-Bestätigung) gut lesbar, verständlich und mit ausreichenden Kontrasten gestaltet sein müssen. Achte darauf, dass sie auch von Screenreadern korrekt vorgelesen werden können und keine wichtigen Informationen nur über Farben oder Bilder vermittelt werden.