



Personenbezogene Nutzerprofile

PROFILING IM
E-MAIL MARKETING

Was sind personenbezogene Nutzerprofile?

Unter personenbezogenen Nutzerprofilen versteht man die Verknüpfung von „personenbezogenen Daten“ mit „Daten aus dem Nutzungsverhalten“.

a) personenbezogene Daten

Das Bundesdatenschutzgesetz hat die Definition dieses Begriffes in § 3 Abs. 1 BDSG festgeschrieben. Es handelt sich um „Einzelangaben über persönliche oder sachliche Verhältnisse einer bestimmten oder bestimmbarer natürlichen Person.“

Beispiele:

- Name
- Kunden-, Kreditkarten- oder Personalnummern
- Anschrift
- Kontodaten
- Geburtsdatum
- Kfz-Kennzeichen
- Telefonnummer
- Aussehen
- Religionszugehörigkeit
- genetische Daten
- Staatsangehörigkeit
- etc.

b) Nutzungsverhalten

Bezogen auf E-Mail Marketing versteht man unter Nutzungsverhalten des Empfängers etwa Öffnungen des Newsletters, Klicks auf bestimmte Artikel, Weiterempfehlungen und das weitere Online-Verhalten nach Empfang des Newsletters.



Die Zusammenführung beider Daten ergibt personenbezogene Nutzerprofile.

Hinweis:

Die Messung von Erfolgskennzahlen wie Öffnungs- oder Klickraten bedarf keiner expliziten Einwilligung des Nutzers, sofern die ermittelten Reaktionsdaten anonym oder pseudonym gespeichert werden. Auf diesem Weg wird sichergestellt, dass personenbezogene Daten nicht mit einzelnen Nutzerdatensätzen verknüpft werden oder verknüpfbar gespeichert werden.

Welche Voraussetzung müssen vor der Erstellung personenbezogener Nutzerprofile erfüllt sein?

Für die Erstellung personenbezogener Nutzerprofile ist vorher die ausdrückliche Einwilligung des Nutzers notwendig!

Erstellung von Nutzerprofilen mit MAILINGWORK

Die Nutzerprofilierung ist in MAILINGWORK auf Abonentenebene angelegt. Das heißt, dass jeder Abonnent der Speicherung seines Nutzerverhaltens zustimmen oder widersprechen kann. Um Sie mit dieser Funktion vertraut zu machen, haben wir einige relevante Informationen für Sie zusammengestellt.

Einwilligung zur Speicherung personenbezogener Nutzerprofile:

Jeder Empfänger entscheidet selbst, ob er der Erstellung von einem Nutzerprofil zustimmt oder nicht. Möglich ist die Einholung der Einwilligung z.B. innerhalb des allgemeinen Registrierungsprozesses durch eine separate Checkbox. Achten Sie darauf, dass die allgemeine Registrierung/Anmeldung (z.B. zum Newsletter) dabei immer getrennt von der Einwilligung zur Nutzerprofilierung auswählbar sein muss. Eine Kopplung der allgemeinen Anmeldung mit der Einwilligung zur Nutzerprofilierung ist nicht gestattet!

Hinweis:

Beachten Sie, dass in Ihren Newslettern zwei Abmeldelinks eingebunden werden müssen:

Erster Abmeldelink = Abmeldung vom Profiling

Über diesen Link kann der Empfänger seine Einwilligung zur Erstellung eines Nutzerprofils jederzeit widerrufen. Das Newsletter-Abonnement bleibt dabei weiterhin bestehen.

Zweiter Abmeldelink = Abmeldung vom Newsletter

Link zur generellen Abmeldung vom Newsletter.

Aktivierung der Profilierung in MAILINGWORK:

Über das Accountrecht „Abonnenten-Profilierung“ bestimmen Sie, ob die Profilierung für den Account generell aktiviert oder deaktiviert ist. Standardmäßig ist dieses Recht deaktiviert.

1. Aktivieren Sie innerhalb Ihres Accounts die „Abonnenten-Profilierung“.
2. Der gesamte Account erhält nun ein neues Abonnentenfeld „Profiling“ mit dem speziellen Typ „Zustimmung zur Erhebung personenbezogener Nutzungsdaten.“
3. Der voreingestellte Standardwert kann für neue Abonnenten im Menü „Abonnentenfelder“ vorgegeben werden.

Für vorhandene Abonnenten lässt sich der Wert auch nachträglich individuell ändern:

- manuell im Menü „Abonnentenverwaltung“ oder
- per Import, Profilanreicherung oder
- über den Profilmanager durch den Abonnenten selbst.

Deaktivierung der Profilierung in MAILINGWORK:

Bekommt der gesamte Account das Recht „Abonnenten-Profilierung erlauben“ entzogen,

- wird das Abonnentenfeld „Profiling“ samt aktueller Werte entfernt.
- werden alle vorhanden Versanddaten nachträglich und für die Zukunft anonymisiert erfasst.

Zurücknahme der Zustimmung zur Profilierung durch Abonnenten:

Widerspricht ein Abonnent der Profilierung seiner Daten,

- werden Klicks und Öffnungen anonymisiert erfasst.
- werden Abonnentendaten in den Versandtabellen nachträglich anonymisiert.
- können Abonnenten in Zielgruppen mit Aktivitätsbedingungen nicht ermittelt/erfasst werden.

Nutzen Sie die Profilierung, bekommen Ihre bestehenden Accounts mit dem Update das neue Recht für alle Abonnenten zugewiesen.

MAILINGWORK ist die leistungsfähige Lösung für professionelles E-Mail-Marketing.

MAILINGWORK ist die Marketing-Automation Plattform für Marketer, welche die richtige Botschaft, zur richtigen Zeit, an die richtige Zielgruppe senden möchten.

Die SaaS-Lösung ist funktionsreich und modular aufgebaut. Sie geht damit flexibel auf komplexe Anforderungen mittelständischer Unternehmen ein. Agenturen und große Unternehmen managen mit MAILINGWORK mehrere Mandanten zentral und unter eigenem Label. Neben der Marketing-Automation bietet MAILINGWORK ein umfassendes Service- und Consulting-Portfolio.

MAILINGWORK steht für datenschutzkonformes Marketing und hostet seine Server in Deutschland. Zudem ist MAILINGWORK zertifiziert durch die Certified Senders Alliance.

Das Unternehmen verschickt im Monat rund 100 Millionen E-Mails und betreut vom Standort Chemnitz aus 1.000 Kunden direkt, darunter die Sparkassen-Finanzgruppe, TÜV SÜD, Daimler, OTTO oder das Deutsche Rote Kreuz.



Haben Sie Fragen? Unsere Kundenbetreuer beraten Sie gern!

Mailingwork GmbH
Birkenweg 7
09569 Oederan

Niederlassung Chemnitz
Schönherrstraße 8
09113 Chemnitz

+49 (0) 371 337161-31
beratung@mailingwork.de
www.mailingwork.de