MAILINGWORK

Profiling im E-Mail-Marketing

Personenbezogene Nutzerprofile

Version 2.0 | Stand 05.11.2026

Was sind personenbezogene Nutzerprofile?

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

a) Personenbezogene Daten

Der Begriff der personenbezogenen Daten ist in Art. 4 Nr. 1 DSGVO definiert: „alle Informationen, die sich auf eine identifizierte oder identifizierbare natürliche Person [...] beziehen“.

Beispiele:

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

Schon die Messung von Öffnungs- und Klickraten berührt den Datenschutz. Tracking-Pixel und personalisierte Links lesen Informationen aus dem Endgerät des Empfängers aus. Dafür ist nach § 25 Abs. 1 TDDDG grundsätzlich eine Einwilligung erforderlich. Werden die Reaktionsdaten einem einzelnen Empfänger zugeordnet, gilt zusätzlich die DSGVO: Als Rechtsgrundlage kommt hier in der Regel nur die Einwilligung nach Art. 6 Abs. 1 lit. a DSGVO in Betracht.

Eine Pseudonymisierung der Daten macht die Einwilligung nicht entbehrlich. Messen Sie Öffnungen und Klicks daher nur bei Empfängern, die zugestimmt haben. Bei allen anderen sollten Sie die Reaktionsdaten anonym erfassen oder auf das Tracking verzichten.

Welche Voraussetzungen müssen vor der Erstellung personenbezogener Nutzerprofile erfüllt sein?

Personenbezogene Nutzerprofile dürfen Sie nur mit vorheriger, ausdrücklicher und gesonderter Einwilligung des Empfängers erstellen. Dafür muss der Empfänger bei der Anmeldung transparent darüber informiert werden, welche Daten zu welchem Zweck ausgewertet werden. Die Einwilligung muss er jederzeit widerrufen können.

MAILINGWORK

Erstellung von Nutzerprofilen mit MAILINGWORK

Die Nutzerprofilierung ist in MAILINGWORK auf Abonnentenebene angelegt. Das heißt, dass jeder Abonnent der Speicherung seines Nutzerverhaltens zustimmen und diese Zustimmung jederzeit widerrufen 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 eines Nutzerprofils zustimmt oder nicht. Die Einwilligung lässt sich zum Beispiel im Rahmen des allgemeinen Registrierungsprozesses über eine separate Checkbox einholen. Achten Sie darauf, dass die allgemeine Anmeldung (beispielsweise zum Newsletter) immer getrennt von der Einwilligung zur Nutzerprofilierung auswählbar ist. Eine Kopplung der allgemeinen Anmeldung mit der Einwilligung zur Nutzerprofilierung ist nicht gestattet!

Hinweis:

Der Empfänger muss seine Einwilligungen jederzeit und ebenso einfach widerrufen können, wie er sie erteilt hat. Stellen Sie deshalb in jedem Newsletter zwei getrennte Abmeldemöglichkeiten bereit, z. B. über zwei Links:

Abmeldung vom Profiling

Der Empfänger widerruft seine Einwilligung zur Erstellung eines Nutzerprofils. Das Newsletter-Abonnement bleibt bestehen.

Abmeldung vom Newsletter

Der Empfänger meldet sich vollständig vom Newsletter ab.

Alternativ können Sie beide Optionen über einen Link zum Profilmanager anbieten, sofern sie dort einzeln abwählbar sind.

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. Den Standardwert für neue Abonnenten legen Sie im Menü „Abonnentenfelder“ fest.

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.

Beachten Sie, dass Sie den Wert nur dann auf „Zustimmung“ setzen dürfen, wenn die Einwilligung nachweislich vorliegt.

Deaktivierung der Profilierung in MAILINGWORK

Wird dem Account das Recht „Abonnenten-Profilierung“ entzogen,

- wird das Abonnentenfeld „Profiling“ samt aktuellen Werten entfernt.
- werden alle vorhandenen Versanddaten nachträglich anonymisiert und künftige Daten nur noch anonymisiert erfasst.

Widerruf der Einwilligung durch Abonnenten

Widerruft ein Abonnent seine Einwilligung zur Profilierung,

- werden seine Klicks und Öffnungen nur noch anonymisiert erfasst.
- werden seine Daten in den Versandtabellen nachträglich anonymisiert.
- kann er in Zielgruppen mit Aktivitätsbedingungen nicht mehr berücksichtigt werden.

Haben Sie Fragen? Melden Sie sich bei uns:

Positive Group Chemnitz GmbH
Schönherrstraße 8
09113 Chemnitz
Deutschland

+49 371 337161-31
service@mailingwork.de
www.mailingwork.de