



Klare Ansage: Ohne ausdrückliche Erlaubnis des Adressaten ist E-Mail-Werbung nicht zulässig

Foto: Colourbox

Persönliche Daten sind tabu

Datenschutz ist Bedingung für erfolgreiches Gäste-Marketing / Auch E-Mail-Newsletter bedürfen der Zustimmung

STUTTGART. Die direkte Kommunikation mit dem Gast wird beim Marketing immer wichtiger. Dafür sorgt der starke Konkurrenzdruck und die ständige Abnahme der Werbewirksamkeit. Doch um ein umfassendes Gäste-Marketing gefahrlos betreiben zu können, ist es erforderlich, sich mit dem Thema Datenschutz zu beschäftigen.

Der Gesetzgeber hat hier die strengstmögliche Variante gewählt, das sogenannte Verbotsprinzip. Das bedeutet, dass zunächst jegliche Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung von personenbezogenen Daten verboten ist. Es sei denn, es besteht eine gesetzliche Erlaubnis oder der betroffene Gast willigt ein. Eine solche Einwilligung hat schriftlich zu erfolgen, damit seine Daten – etwa für das Marketing – verwendet werden dürfen.

Die Mehrheit der Hoteliers und Gastronomen hat sich dem Thema Datenschutz bislang nicht oder nur unzureichend angenommen. „Wenn etwas passieren sollte, kümmern wir uns schon darum“, lautet meist der Kommentar. Doch dies ist ein Trugschluss: Denn der Gesetzgeber hat für die Zustimmung des Gastes die Methode der Einwilligung gewählt. Eine Einwilligung muss freiwillig, sie muss

aber vor allem vorab erfolgen. Eine nachträgliche Zustimmung ist nicht möglich. Folge: Alle betroffenen Daten wären im Schadensfall wertlos, da sie nicht mehr genutzt werden dürfen, also zu löschen sind. Hierdurch wird deutlich, dass die Einwilligung des Gastes eigentlich die Grundvoraussetzung für ein gefahrloses Marketing ist. Hotels sollten diese standardmäßig in den Anmeldeprozess integrieren.

Außer einer Vielzahl von juristischen Punkten, die bei der Einwilligungserklärung beachtet werden müssen, ist es die technische und organisatorische Umsetzung die nicht ver-

nachlässigt werden darf. So muss sichergestellt sein, dass die Einwilligungen in den Computersystemen eingepflegt und die unterschriebenen Karten gesammelt und archiviert werden.

Gast hat Auskunftsrecht

Dem Gast steht von Gesetzes wegen ein Auskunftsrecht zu. Er hat damit das Recht zu erfragen, welche personenbezogenen Daten über ihn vorliegen. Das betreffende Hotel muss hierüber zwingend Auskunft geben. Zur Bearbeitung dieser Informationsanfragen empfiehlt es sich, eine zentrale Stelle im Unternehmen zu schaffen.

Modernes Hotelmarketing umfasst heute neben dem klassischen Mailing auch den Online-Bereich, diesen zumeist in Form von E-Mail-Newslettern. Für beide Formen gelten unterschiedliche Vorgaben: Während die Verwendung von personenbezogenen Daten beim Briefversand unter das sogenannte „Werbeprivileg“ fallen kann und der Gast nur ein Widerrufsrecht hat, gilt im Online-Fall aus wettbewerbsrechtlichen Gründen das sogenannte Opt-in-Prinzip: Der Gast muss vorab explizit einwilligen. Sonst ist die Ansprache nicht rechtens und kann neben datenschutzrechtlichen Folgen

auch Mitbewerber oder Verbraucherschützer auf den Plan rufen.

Während der klassische Postversand im Allgemeinen unproblematisch ist, droht Ärger zumeist im Bereich des E-Mail-Marketings. Unternehmen sollten auf keinen Fall den Fehler begehen und Programme wie Outlook für den Versand ihrer Newsletter nutzen. Neben vielen Faktoren spielt im Speziellen das Abmeldehandling eine zentrale Rolle beim Newsletter-Versand. Ein sauberes Handling der Abmeldungen ist aber nur über ein entsprechendes Profi-System zu gewährleisten. Daneben sollte immer eine real existierende E-Mail-Adresse als Absender verwendet werden, damit Anfragen, aber auch Beschwerden, umgehend bearbeitet werden können. Absenderadressen wie noreply@...de sind grundsätzlich abzulehnen.

Einen umfassenden Überblick über das Thema Datenschutz vermitteln Seminare des IHA am 19. September in Köln und am 25. September in Bad Überkingen (www.ihade.de).

Michael Toedt

Der Autor ist geschäftsführender Gesellschafter der Toedt, Dr. Selk & Coll. GmbH, die sich auf Datenschutz spezialisiert hat.

► michael.toedt@ts-and-c.com

Sicheres Marketing

Die Erhebung und Nutzung von personenbezogenen Daten ist grundsätzlich verboten ist. Es sei denn, der betroffene Gast willigt ein. Diese Einwilligung muss schriftlich erfolgen. Nur so können die Daten – etwa für Marketingzwecke – verwendet werden. Auch beim E-Mailing (Newsletter) gilt: Der Gast muss vorab dem Versand explizit zustimmen.