



## E-Mail-Newsletter/-Marketing trotz DSGVO?

**Es könnte sein, dass die Mail-Kommunikation in Zukunft sogar noch wichtiger wird!**

Sehr geehrte Damen und Herren,

spätestens seit Inkrafttreten der Datenschutzgrundverordnung am 25. Mai 2018 scheint für viele Stadtwerke und Regionalversorger das E-Mail-Newsletter-/E-Mail-Marketing-Thema endgültig „tot“ zu sein. Wenige Tage vor dem 25. Mai erzählte uns beispielsweise der Vertreter eines namhaften Versorgers, dass er mehrere tausend Mailadressen löschen ließ, weil er für diese Adressen kein belastbares „Double-Opt-In“ vorliegen hat (also das dokumentierte, anlassspezifische und in zwei Stufen aktiv eingeholte, jederzeit revidierbare Einverständnis der Adressaten, sie per Mail kontaktieren zu dürfen).

Aus unserer Sicht ein rechtlich wohl nachvollziehbarer Schritt (als Agentur dürfen wir ja zu solchen rechtlichen Fragen nicht beraten). Doch sollte bei aller Vorsicht nicht gleich das Kind mit dem Bade ausgeschüttet werden – wie der Volksmund so schön sagt. Soll heißen ...



**In Zukunft können E-Mail-Newsletter/E-Mail-Marketing sogar wieder wichtiger werden!**

Überlegen Sie doch nur einmal: Gerade weil der Schutz der persönlichen Daten mit dem Inkrafttreten der DSGVO offensichtlich deutlich ernster genommen wird, als dies bisher vielfach der Fall war, gewinnen rechtskonforme (= gewollte) Kontakte per Mail oder Telefon vermutlich wieder deutlich an Bedeutung.

**Für den E-Mail-Newsletter spricht zudem, dass es wenig sinnvolle Alternativen gibt!**

- Postalische Kontakte sind (im Vergleich zu Online-Kontakten) relativ teuer, da die Porto- oder Verteilkosten bei jedem zusätzlichen Kontakt immer wieder aufs Neue anfallen.
- Kontakte über die Sozialen Medien gibt es auch nicht umsonst (ohne entsprechende Werbeinvestitionen lässt sich z. B. bei Facebook schon längst keine vernünftige Fanbasis mehr aufbauen – und die sinkende organische Reichweite vieler Sozialer Medien sorgt ebenfalls dafür, dass diese oft sehr teuer erkaufte werden muss).
- Entscheidend ist vor allem aber auch die Frage, wem entsprechende Kontaktdaten denn eigentlich gehören. Gerade bei den Sozialen Medien aktuell beileibe kein marginales Thema! Was wäre denn, wenn Facebook von einem Tag auf den anderen alle Fansites abschalten müsste? Zugegebenermaßen trotz der kürzlich getroffenen EuGH-Entscheidung kein sehr realistisches Szenario – aber nur mal so spekuliert: Was wäre denn dann mit all den mühsam aufgebauten Kontakten zu den Fans? Eben ...



**Wir empfehlen deshalb Folgendes: Bauen Sie sich gerade jetzt einen rechtskonformen eigenen Adressdatenbestand auf – oder erweitern Sie den/die ggfs. bereits vorhandenen Dateien!**

**Wie das geht? Am besten, indem Sie zwei Wege zugleich beschreiten:**

1. Generieren Sie Kontaktadressen über ein rechtskonform aufgebautes Newslettertool auf Ihrer Website – und werben Sie zugleich über möglichst viele andere Kanäle für diesen Newsletterservice. Wichtig dabei: Tool und Vorgehen müssen den aktuellen rechtlichen Vorgaben entsprechen – u.a. muss zur Anmeldung das Double-Opt-In-Verfahren zur Anwendung kommen, außerdem muss eine jederzeitige, einfache Abmeldung möglich sein!
2. Generieren Sie weitere Online-Kontaktadressen über klassische Kommunikationswege – zum Beispiel mittels Printmailings an seriös ermittelte oder generierte Postadressen. Denkbar ist hierfür z. B. die Initiierung von Gewinnspielen – wobei (Achtung, wichtig!) offensichtlich nach Einschätzung von Experten kein direkter Zusammenhang zwischen Gewinnspiel und Adressgenerierung bestehen darf. Soll heißen: Es muss den angeschriebenen Personen auch möglich sein, am Gewinnspiel teilzunehmen, ohne zugleich die Erlaubnis zur weiteren (Online-/Telefon-) Kontaktaufnahme zu erteilen. Trotz dieses Hindernisses ein durchaus erfolgversprechender Weg!



© fotomek - stock.adobe.com

**Fazit:**

Der individualisierte direkte Online- und/oder Telefon-Kontakt wird gerade heute immer wichtiger. Die Gewinnung entsprechender Adressen ist schwierig (und durch die aktuellen rechtlichen Entwicklungen nicht einfacher geworden), aber er ist auch weiterhin möglich. Diese Chance sollten Sie unbedingt nutzen, um künftig mit rechtssicher generierten Kontakten ohne die Hilfe Dritter kommunizieren und interagieren zu können.

Falls gewünscht, beraten wir Sie gerne dabei, wie das ganz konkret gelingen kann!

**Sie interessieren sich für dieses Thema oder für weitere Aspekte des Stadtwerkmarketings und wünschen dazu von uns informiert zu werden?**

Einfach das beigelegte Rückantwortformular ausfüllen und per Post oder Fax an uns zurücksenden oder zur Kontaktaufnahme unter folgender Nummer bei uns anrufen:

**Tel. 0921 75931-0**

Die Kollegin Tanja Hagen in unserem Service-Center vereinbart gerne einen Termin.

Mit freundlichen Grüßen  
**Häusler & Bolay Marketing GmbH**

Ralf Bolay  
Geschäftsführer



[www.stadtwerkmarketing.de](http://www.stadtwerkmarketing.de)

Über den abgebildeten QR-Code können Sie sich auch direkt verlinken lassen!

Als Marketingagentur, die sich besonders auf die Betreuung von Stadtwerken und Regionalversorgern konzentriert, unterhalten wir neben unserer allgemeinen Internetseite [www.haeuslerundbolay.de](http://www.haeuslerundbolay.de) auch die themenspezifische Microsite [www.stadtwerkmarketing.de](http://www.stadtwerkmarketing.de), auf der wir u. a. das White-Paper „Die 10 größten Herausforderungen des Stadtwerke-Marketings“ für Sie zum Download eingestellt haben. Klicken Sie doch mal rein!