

veröffentlicht von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

GMX und Webde-Nutzer von unerwünschten Newslettern bombadiert

Abbestellen verkommt zur Sisyphusarbeit

Immer mehr namhafte Unternehmen setzen auf E-Mail-Werbung, und nicht selten werden User zu unfreiwilligen Abonnenten von Newslettern. Da bilden auch Internet-Größen wie Amazon, eBay und Yahoo keine Ausnahme. Einmal auf dem Verteiler, ist es oft schwer, die unverlangten Informationen wieder abzubestellen, schreibt das IT-Profimagazin 'iX' (aktuelle Ausgabe)...

Mehrere hundert E-Mail-Adressen richtete iX-Redakteur Bert Ungerer bei den Mail-Providern GMX und Web.de ein. Ohne auch nur eine der Adressen zu Registrierungszwecken verwendet zu haben, füllte sich das Postfach mit Willkommensnachrichten und einer Flut von Newslettern.

Bei dem Versuch, die unverlangten Mails abzubestellen, stieß die Redaktion auf viele unnötig hohe Hürden. Standardantworten ohne tatsächliche Austragungen, komplizierte Passwort-Abfragen, nicht funktionierende Webserver und sogar Flash-Animationen machten das Abbestellen zur Sisyphusarbeit.

“

"Für die einfache Austragung verbunden mit der Aufnahme in eine Robinsonliste haben sich gerade mal sechs von über 100 Unternehmen entschieden", bedauert Ungerer. "Statt den Newsletter um einen personalisierten Weblink zu ergänzen, der direkt zur Austragung führt, bieten viele der Absender lediglich ein allgemeines Webformular an, in das der Empfänger wider Willen seine Adresse eintragen soll", erläutert er. Werbetreibenden empfiehlt er bei Newslettern eine Aktivierung per "Double Opt-in", einem so genannten doppelten Anmeldeverfahren. "Das ist dem potenziellen Kunden gegenüber fair und erspart so manche Unannehmlichkeit. Darüber hinaus ist natürlich die stete Pflege des Adressdatenbestands unverzichtbar. Insbesondere nicht erreichbare Adressen sollten die Absender umgehend löschen."

”

Quelle: www.de.internet.com

Veröffentlicht von:

RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)

Rechtsanwalt