

4 e-mail

Uw organisatie heeft een e-mailniewsbrief voor bijvoorbeeld donateurs of 'vrienden van'. Of u mailt bezoekers over uw programmering voor het nieuwe culturele seizoen. In dit geval moet uw organisatie zich niet alleen houden aan de privacyregels, maar ook aan de Telecommunicatiewet en de Reclame Code E-mail.

4.1 Reclame via e-mail

Omdat het bij e-mail voor de kosten niet uitmaakt of u drie of drie miljoen berichten verstuurt, gelden hiervoor strengere regels dan voor reclamepost en telemarketing. Volgens de Telecommunicatiewet heeft u, voor u commerciële, charitatieve of ideële e-mail verstuurt, voorafgaande toestemming nodig van de ontvanger van de e-mail (opt-in). Dit geldt voor alle e-mail met een reclameboodschap. Dus ook e-mailnieuwsbrieven, sommige persberichten of marktonderzoeken waarin u een aanbod doet, oproept tot doneren of uw organisatie promoot.

4.2 Toestemming

Wat houdt voorafgaande toestemming voor e-mail nu eigenlijk in? Belangrijk is dat het voor de ontvanger duidelijk is, dat u hem per e-mail gaat benaderen. De wettelijke toezichthouder ACM zegt hierover het volgende:

- De ontvanger dient actief, door middel van een handeling, toestemming te geven. Dit kan bijvoorbeeld door het digitaal aanvinken van een hokje. Let op, dat een dergelijk hokje niet vooraf is aangevinkt. De ontvanger moet zich er namelijk voldoende van bewust zijn waarvoor hij toestemming geeft.
- Bij de toestemmingsvraag moet u bovendien in een bij- of onderschrift duidelijk maken dat het e-mailadres gebruikt zal worden voor bijvoorbeeld het toezenden van uw nieuwsbrief. U mag dus niet alleen verwijzen naar uw algemene voorwaarden of uw privacy statement.

Bijvoorbeeld:

Naam:

Adres:

Woonplaats:

E-mail adres:

Ja, ik ontvang graag 1x per maand de nieuwsbrief per e-mail van het museum voor Magisch Realisme en ik blijf op de hoogte van de laatste tentoonstellingen en activiteiten van het museum.

Uw gegevens worden vastgelegd door het museum voor Magisch Realisme. Het doel van het bestand is om u te informeren over onze activiteiten, producten en diensten. Indien u hier geen prijs op stelt, kunt u contact met ons opnemen op het volgende adres: museum voor Magisch Realisme, Antwoordnummer 120, 1111 EF, Roosendaal, of via e-mail: museum@realisme.nl

4.2.1 Klantbestanden swappen

De achterban van een andere vereniging of stichting kan interessant zijn voor uw organisatie. Hoe kunnen persoonsgegevens op juridisch juiste wijze met elkaar gedeeld worden? Bijvoorbeeld:

Vereniging Natuurbehoud aan de Vecht wordt benaderd door stichting Paddentrek. Paddentrek zou graag een e-mail versturen naar de leden van Natuurbehoud aan de Vecht om hen te vragen voor een eenmalige bijdrage om zo de padden veilig over te kunnen brengen naar hun paargebied. Mag dit?

In dit geval verstrekt Natuurbehoud aan de Vecht e-mailadressen aan andere partijen. Zij moet hiervoor apart toestemming vragen aan de mensen in haar bestand, op de wijze zoals hiervoor beschreven onder 'toestemming'. De toezichthouder ACM geeft aan hoe specifiek de toestemming moet zijn. In een voorbeeld van theater de Swingende dans is dit als volgt:

Vage beschrijvingen zoals 'u geeft toestemming voor de ontvangst van e-mails van theater de Swingende dans en (geselecteerde) partners' zijn niet specifiek genoeg. Er moet duidelijk zijn waarvoor de ontvanger specifiek toestemming geeft. In dit geval is (geselecteerde) partners niet specifiek genoeg. U dient bijvoorbeeld aan te geven dat het e-mail adres ook verstrekt wordt aan het museum voor Magisch Realisme om u op de hoogte te houden van nieuwe tentoonstellingen.

Hier dient de ontvanger dus apart toestemming voor te geven.

Let op! Indien u het CBF keurmerk voert, zijn er extra regels waar u aan moet voldoen indien u gegevens ter beschikking wilt stellen aan andere goede doelen. Deze regels zijn te vinden op de website van het CBF: www.cbf.nl

4.3 Uitzondering: klantrelatie

De wet benoemt één uitzondering op de verplichte toestemming voor het verzenden van e-mail: namelijk wanneer u het e-mailadres van de consument hebt gekregen 'in het kader van de verkoop' en u dit gebruikt om 'eigen en gelijksoortige producten of diensten' aan te bieden. In de volksmond wordt dit ook wel 'de uitzondering van de klantrelatie' genoemd. Let hierbij wel op de valkuilen:

- **Geen betaling is geen relatie**

ACM stelt dat 'in het kader van de verkoop' betekent dat de consument daadwerkelijk een product of dienst moet hebben gekocht (financiële transactie). Het tekenen van een petitie, of het openen van een gebruiksaccount zonder transactie vallen niet onder deze uitzondering. Vraagt u in deze gevallen expliciete toestemming (zie 4.2), dan mag dit wel.

- **Geen verrijkte e-mailadressen**

Als u klantgegevens later door een externe partij laat verrijken met e-mailadressen, moet u wel toestemming vragen, ook al gaat het om uw eigen relaties. De consument moet zelf zijn e-mailadres afgeven.

- **Geen dochteronderneming**

ACM geeft aan dat het bij het begrip 'eigen' moet gaan om producten of diensten van dezelfde onderneming die het e-mailadres van de consument heeft verkregen en kijkt hierbij naar de juridische entiteit. Het geldt daarmee niet voor een dochteronderneming.

- **Gelijksoortige producten/diensten**

Het begrip gelijksoortig is lastig te definiëren. Dit is mede afhankelijk van de perceptie van de klant. Een theater mag bijvoorbeeld niet telefonisch contact opnemen over zonnebrillen.

- **Niet informeren is illegaal e-mailen**

Ook al hoeft u uw donateur geen toestemming te vragen voor het toesturen van e-mail, u moet hem op het moment van registratie kenbaar maken dat u zijn e-mail gebruikt voor het doen van aanbiedingen en u moet hem de mogelijkheid bieden zich af te melden (opt-out). Dit kan bijvoorbeeld op onderstaande manier:

Stichting Otters in Nederland legt gegevens vast ter uitvoering van het donateurschap of verwerking van een eenmalige gift. Ook kunnen we deze gegevens gebruiken om u in onze nieuwsbrief te informeren over onze activiteiten, projecten en producten. Als u op deze informatie geen prijs stelt kunt u dit schriftelijk melden aan Stichting Otters in Nederland, Antwoordnummer 3333, 3300 TA Apeldoorn of via info@otter.nl. U kunt zich op elk gewenst moment uitschrijven voor onze e-mails. (zie ook het voorbeeld in 4.2)



4.4 Afmelden bij e-mail (Recht van verzet)

U bent op grond van de Telecommunicatiewet verplicht in elke e-mail een afmeldmogelijkheid op te nemen. Dit kan bijvoorbeeld door een afmeldlink onderaan de e-mail te plaatsen. Volgens de Code E-mail moet een ontvanger zich kunnen afmelden op het niveau waarop hij zich aanmeldt. Op concern of holding niveau, of voor het label waarvoor hij zich heeft ingeschreven. Denk hierbij dus goed na hoe u uw toestemming inricht.

Als stichting Otters in Nederland zich naast de otter bijvoorbeeld ook nog inzet om ontbossing tegen te gaan, kan de stichting zijn aan- en afmeldproces op twee manieren inrichten:

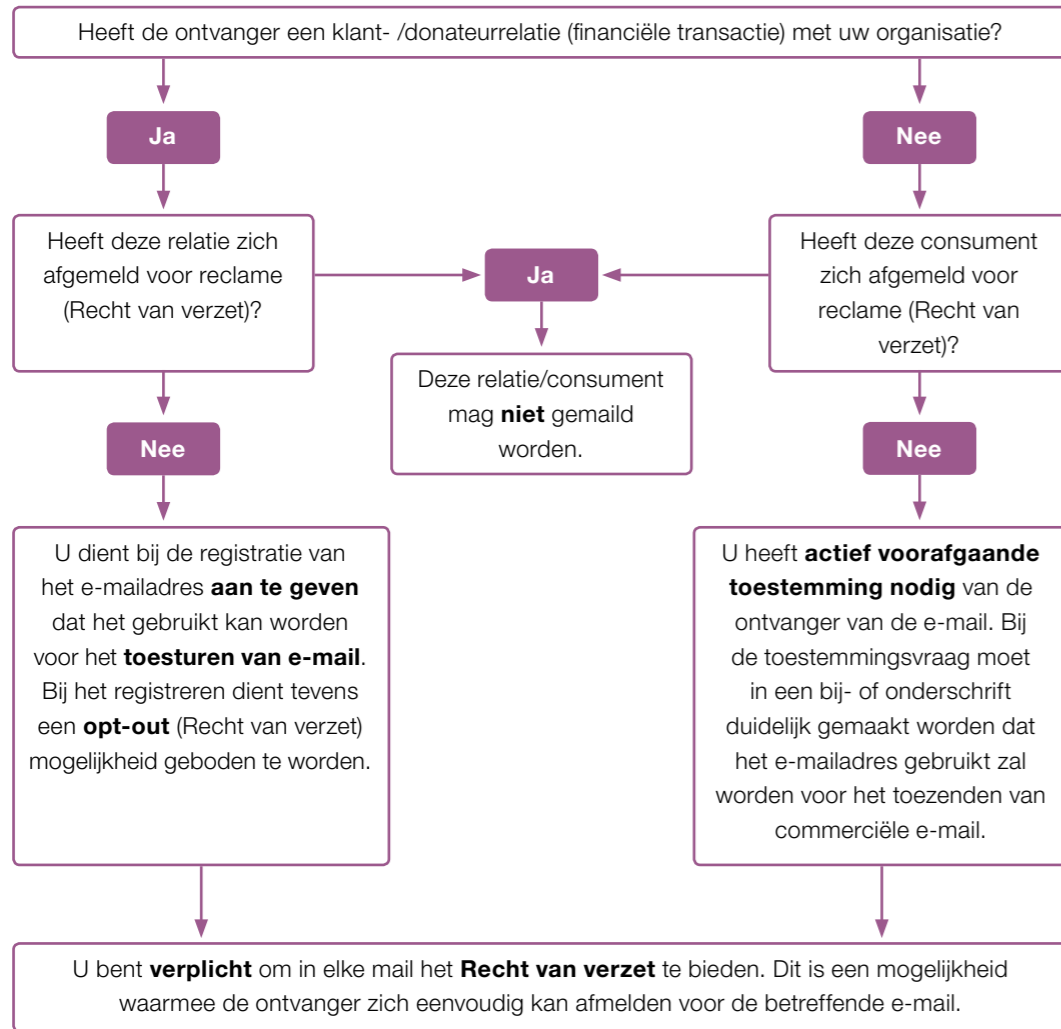
Op concernniveau

De ontvanger geeft in dit geval in één keer zijn toestemming voor alle e-mail van stichting Otters in Nederland en ontvangt e-mail over zowel de otter als ontbossing. Gevolg is dan dat als een ontvanger zich afmeldt, hij voor geen van de projecten meer e-mail mag ontvangen.

Op labelniveau

De ontvanger geeft apart toestemming voor de otter en ontbossing, met als gevolg dat als de ontvanger zich voor een van beide projecten uitschrijft, hij nog steeds mag worden benaderd voor het andere project.

4.5 Stroomschema e-mail³



Wilt u meer weten over de Code E-mail, kijk dan in het juridisch loket van DDMA (www.ddma.nl/juridisch-loket).

³ Geldt voor B2B en B2C.

