

Checklist Code E-mail en wetgeving rond e-mail

Hoe zat het ook alweer?

In Nederland geldt een algeheel spamverbod. Iedere verzender moet vooraf toestemming verkrijgen om te communiceren via e-mail. Verder zijn er vereisten over de verzending, inhoud, het gebruik van bestanden en de afmeldprocedure. De regels gelden zowel voor B2B e-mail als e-mail aan consumenten (persoonlijke e-mail is uitgesloten).

Deze wettelijke regels zijn aangevuld en verduidelijkt in de Code E-mail. Omdat deze code onderdeel is van de Nederlandse Reclame Code, wordt hij ook gehandhaafd door de Reclame Code Commissie. De code geldt voor het hele Nederlandse bedrijfsleven. Overtreding kan leiden tot een fikse boete.

Checklist Code E-mail

Wat moet u allemaal controleren om te zien of u aan de bestaande wetgeving en aan de Code E-mail

voldoet? We geven een aantal van de belangrijkste punten in een checklist.

Toestemming vragen

- Er wordt altijd toestemming gevraagd voor het toezenden van commerciële e-mail. Ook een eerste mail met de vraag voor een opt-in voor uw nieuwsbrief valt hieronder.
- De ontvanger geeft zelf actief toestemming voor het ontvangen van commerciële e-mail; er zijn geen vooraf aangevinkte vakjes op een inschrijfformulier.
- Op de inschrijfpagina wordt duidelijk gecommuniceerd dat het e-mailadres gebruikt zal worden voor het toezenden van commerciële e-mail en/of derdenverstrekking.
- Toestemming wordt niet via Algemene Voorwaarden of een Privacy Statement gevraagd, dit geldt niet als toestemming (want niemand leest deze).
- Indien de frequentie erg afwijkt van de te verwachten hoeveelheid, bijvoorbeeld dagelijks bij een nieuwsbrief, moet dit ook worden vermeld in de toelichting op de inschrijfpagina.

- Bij het aanmelden wordt de identiteit van de bestandseigenaar/bestandseigenaren duidelijk aangegeven.

Er is één uitzondering:

U hoeft geen actieve toestemming te vragen voor verzending van commerciële e-mail aan huidige klanten. Dit mag alleen als:

- Het eigen en gelijksoortige producten of diensten betreft. Dus producten uit het eigen assortiment waarvan de ontvanger logischerwijs kan bedenken dat dit tot het aanbod hoort.
- Indien het e-mailadres is verzameld bij de verkoop of later is aangevuld door de klant, dus niet verrijkt door middel van een extern bestand.
- Als er bij het verzamelen aan is gegeven dat het e-mailadres gebruikt gaat worden voor verzending van commerciële e-mail.
- Er bij het verzamelen de mogelijkheid is gegeven tot verzet /afmelden.
- Er moet rekening worden gehouden met de economische levensduur van het product bij toestemming in het kader van een verkoop. Bij de aanschaf van een auto zal iemand langer klant zijn, dan bij de aanschaf van een pennenset. Dus niet verzenden aan oude ex-klanten!

Natuurlijk mag u altijd mailen als er actieve toestemming is gegeven.

Afmelden

- In iedere e-mailcommunicatie is de mogelijkheid voor de ontvanger om zich eenvoudig en kosteloos af te melden.
- De ontvanger hoeft niet in te loggen voordat hij zich kan afmelden.
- In het geval van derdenverstrekking (hostmailings/ dedicated e-mail) moet de ontvanger moet zich ook af kunnen melden bij de bestandseigenaar. Om dit mogelijk te maken moet de bestandseigenaar zich kenbaar maken in de e-mail en de mogelijkheid tot verzet bieden (de adressen zijn immers geen eigendom van de adverteerder). De adverteerder moet erop toezien dat dit gebeurt.
- Heeft u meerdere merken (labels): de afmelding is altijd tenminste op het niveau van de aanmelding. Dus niet 1x toestemming vragen op niveau van het moederbedrijf en 3x afmelden op niveau van de merken.
- Iedere afmelding wordt door de bestandseigenaar direct (onverwijld) ingewilligd.

Identiteit en herkenbaarheid

- Iedere mail heeft een functioneel en werkend reply-adres. No-reply mag niet meer. Het is dus ook niet de bedoeling om het 'no-reply'-adres gewoon anders te noemen dan 'no-reply', het gaat erom dat u een echt functioneel en werkend reply-adres gebruikt.
- De naam van de bestandseigenaar staat bij iedere verzending in het Van-veld.
- Uw commerciële boodschap mag niet misleidend / gecamoufleerd zijn. Reclame via e-mail moet duidelijk als zodanig herkenbaar zijn, door opmaak, presentatie, inhoud of anderszins.

Voor meer informatie kijk op www.ddma.nl