



# Newsletter via WhatsApp vor dem Aus

Wie Facebook bekannt gab, werden mit 7. Dezember „Massen-WhatsApps“ eingestellt. Wie soll damit umgegangen werden?

... Von Georg Sander

In Zeiten des Internets sind viele Medien oder Unternehmen mit den Fragen konfrontiert, wie Inhalte an die Konsumenten oder Kunden gebracht werden. Ein gutes Mittel ist nach wie vor der Newsletter via WhatsApp. Die Sache gestaltet sich einfach: Nach ihrer Zustimmung erhalten Interessierte einmal oder mehrmals täglich Nachrichten des Mediums ihrer Wahl als Push-Notification – eben mit Einverständnis, wie bei einem E-Mail-Newsletter. Weiterhin möglich sein wird WhatsApp-Business, das aber wie eine althergebrachte Hotline funktioniert. Indes: Zum Teil seit Jahren

aufgebaute Communities, die sich über das angebotene Service freuen, werden ab 7. Dezember 2019 durch die Finger schauen. Für die WhatsApp-Mutter Facebook gilt: Der Privatnachrichtendienst soll privat bleiben.

## Nie legal gewesen

Festzuhalten ist, dass Facebook das Newsletter-Service via WhatsApp nie offiziell gutgeheißen hat. Der deutsche Anbieter MessengerPeople stand seit mehr als einem Jahr in Gesprächen mit Facebook, um hier eine gangbare Lösung zu finden. Hier taten sich bei den Gesprächen schon Probleme auf, denn im

deutschsprachigen Raum wird anders mit den Newslettern umgegangen als andernorts.

Die Anbieter achten penibel darauf, dass WhatsApp-User nicht zugespammt werden. Natürlich will Facebook die Hunderten Millionen Nutzer monetarisieren, im Nachhall von Datenschutzproblemen ist man aber zunehmend vorsichtig. „Die Newsletter will Facebook heute gar nicht mehr“, erklärt Markus Buchner vom österreichischen Anbieter atms, den viele Medien, unter anderem der ORF, nutzen. „Zuckerberg möchte mehr auf Privatsphäre achten, und vielleicht hat man bei vielen Dingen

einfach auch kalte Füße bekommen.“ Vor allem in Indien gab es Aufregung, Menschen kamen zu Tode, weil falsche Nachrichten massenweise verschickt wurden.

## Differenzierung

Ein Problem bei globalen Marken, vor allem aus den USA, ist eine differenzierte Sicht auf die Welt. Konsumenten- und sonstige Rechte in Europa sind nun einmal anders als in Indien, China oder den USA selbst. Vor dieser Problematik steht nicht nur Facebook, sondern auch Google oder Amazon. Darum gibt es aber vonseiten von Global Playern nur