

Service Level Agreement JustRelate Marketing Automation (ehemals Neoletter)

Letzte Aktualisierung: 2026-03-02

Service Commitment

Mit JustRelate Marketing Automation stellt JustRelate den Kunden eine moderne Marketing-Automation- und E-Mail-Marketing-Software in der Cloud zur Verfügung. In diesem Rahmen schuldet JustRelate das Bemühen, wirtschaftlich angemessene Anstrengungen zu unternehmen, um für den JustRelate Marketing Automation API-Endpunkt eine Verfügbarkeit von 99,95 % pro Kalendermonat zu erreichen. Der API-Endpunkt gilt als verfügbar, wenn er gemäß der gültigen Dokumentation ohne Ausfallzeiten oder erhebliche Beeinträchtigung der Funktionalität zur Nutzung bereitsteht.

Service Level Credits

Der Kunde kann eine Gutschrift von Service Level Credits für die JustRelate Marketing Automation API-Dienste beantragen. Ein Service Level Credit ist eine Gutschrift, die sich nach den unten aufgeführten Voraussetzungen und Bedingungen berechnet.

Verfügbarkeit pro Monat (in Prozent)	Service Level Credits (in Prozent des für den betreffenden Monat zu zahlenden Preises für den betroffenen Service)
Weniger als 99,95 % aber nicht weniger als 99 %	2,5 %
Weniger als 99 % aber nicht weniger als 98,5 %	5,0 %
Weniger als 98,5 %, aber nicht weniger als 98 %	7,5 %
Weniger als 98 %	10,0 %

Gutschrift von Service Level Credits

Wenn der Kunde JustRelate im Laufe eines Kalendermonats mitteilt, dass die JustRelate Marketing Automation API-Dienste im vorangegangenen Kalendermonat weniger als 99,95 % verfügbar waren (unter Nennung der konkreten Zeiträume der Nicht-Verfügbarkeit nach Tag und Uhrzeit sowie der Verfügbarkeit in Prozent) und der Kunde ausdrücklich Service Level Credits für die genannte Verfügbarkeit geltend macht, wird JustRelate dem Kunden die Service Level Credits in dem Kalendermonat gutschreiben, der auf den Kalendermonat folgt, in dem JustRelate seine Prüfung der Nichtverfügbarkeit in den genannten Zeiträumen abgeschlossen hat. Service Level Credits sind reine Gutschriften. Sie sind nicht übertragbar, können nicht ausgezahlt werden und führen nicht zu einer Rückgewähr bereits geleisteter Zahlungen.

Werden Service Level Credits nicht in der beschriebenen Art und Weise geltend gemacht (werden Service Level Credits z.B. nicht während des Monats geltend gemacht, der auf den Monat folgt, in dem der betreffende Service nicht verfügbar war), verfällt der Anspruch auf Service Level Credits ersatzlos.

Ansprüche wegen Nicht- oder Schlechtleistung verjähren zwölf (12) Monate nach Behebung des Mangels der Nicht-Verfügbarkeit, es sei denn, der Mangel wurde arglistig verschwiegen. Die gesetzlichen und vertraglichen Regelungen zur Haftung von JustRelate für Schäden bleiben unberührt.

SLA Ausschluss

Das Service Commitment gilt nicht bei Unerreichbarkeit, Service Exclusion oder Beendigung der JustRelate Marketing Automation API oder andere Leistungsstörungen der JustRelate Marketing Automation API, die sich aus einer in Abschnitt 6.3 der Allgemeinen Vertragsbedingungen für JustRelate Cloud Services beschriebenen Service Exclusion ergeben.

JustRelate Marketing Automation Betrieb

- JustRelate Marketing Automation wird bereitgestellt durch die JustRelate Deutschland GmbH, Berlin.
- Alle innerhalb des Europäischen Wirtschaftsraums (EWR) betriebenen IT-Dienste unterliegen den Bestimmungen der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO). Für Kunden innerhalb des EWR wird deshalb empfohlen, eine Zusatzvereinbarung gemäß DSGVO über die Auftragsverarbeitung durch JustRelate zu vereinbaren. JustRelate bietet zusätzlich zur bestehenden Vereinbarung einen entsprechenden Vertrag an, den der Kunde ohne Zusatzkosten abschließen kann.

JustRelate Marketing Automation Vereinbarungen

- Die Verwendung von JustRelate Marketing Automation als Benutzer erfordert eine aktuelle Version eines modernen Webbrowsers wie Chrome, Firefox, Safari oder Brave.
- Die maximale Menge der verwalteten oder übertragenen Daten unterliegt einer Fair-Use-Policy. Eine missbräuchliche Nutzung kann zu einer Drosselung des Service Levels oder zur Kündigung des Abonnements mit vorheriger Ankündigung führen.
- Daten eines Kalendertages werden durch Kopie gesichert. D. h. die Recovery Point Objective (RPO) beträgt entsprechend 24h. Die Daten können innerhalb von maximal vier Stunden wieder hergestellt werden. D. h die Recovery Time Objective (RTO) beträgt 4h.
- Die Verfügbarkeit der gesicherten Daten eines Kalendertages endet sieben Tage nach der Sicherung durch Löschung der Sicherungskopie.
- Dienstleistungen von JustRelate zur Wiederherstellung von versehentlich durch den Kunden gelöschten Daten werden nach Beauftragung nach Aufwand mit 250 EUR je Mitarbeiter-Arbeitsstunde berechnet.
- Die maximale Bounce-Rate darf innerhalb von 20 Kalendertagen 3 % nicht überschreiten. Die Bounce Rate ist der prozentuale Anteil der unzustellbaren E-Mails bezogen auf die Gesamtzahl aller versendeten E-Mails. Bei Überschreitung der Bounce Rate kann JustRelate dem Kunden die

Sperrung seiner JustRelate Marketing Automation-Instanz in Textform ankündigen und den Service fünf (5) Kalendertage nach der Ankündigung ganz oder teilweise aussetzen.

- Die Nutzung von JustRelate Marketing Automation zum Versand von Spam, Phishing, bösartigen Inhalten (malicious content) sowie weiteren illegalen Inhalten ist nicht gestattet und führt zu einer Aussetzung des Abonnements mit vorheriger Ankündigung.

Bedingungen für die Erstellung und Zustellung von E-Mails mit JustRelate

Marketing Automation

Durch die Mitgliedschaft in der Certified Senders Alliance (CSA) ist JustRelate verpflichtet, die Richtlinien der CSA für die Zustellung von E-Mails einzuhalten. Dies ist die Grundlage für die bevorzugte Zustellung von E-Mails über mit der CSA kooperierenden E-Mail-Dienstleistern. JustRelate ist verpflichtet, höchste Standards für Qualität und Rechtmäßigkeit beim Versand von E-Mails an externe Empfänger gemäß CSA Bestimmungen einzuhalten, und dies auch bei Kunden sicherzustellen. Für E-Mails, die an Empfänger ausgeliefert werden, die nicht Empfänger in der eigenen Organisation und mehrheitlich beherrschten verbundenen Organisationen sind, gelten deshalb folgende zusätzliche Bestimmungen.

Einwilligung

- Der Versand von E-Mails (Werbe-E-Mails/Newsletter) erfolgt grundsätzlich nur an Adressaten, die sich mit dem Versender in einer laufenden Geschäftsbeziehung befinden oder die hierzu ihre vorherige Einwilligung entsprechend den Vorgaben der DSGVO und der Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation 2002/58/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 2002-07-12 und den nationalen Implementierungen erteilt haben (Opt-in).
- Die Einwilligung in die Zusendung von Werbung mittels E-Mails muss aktiv und gesondert erfolgen. Der Adressat muss eine eindeutige Erklärung seiner Zustimmung abgeben. Diese Erklärung darf nicht Bestandteil sonstiger Erklärungen sein (z. B. Einwilligung in Allgemeinen Geschäftsbedingungen oder Datenschutzbestimmungen).
- Der Adressat muss seine Einwilligung durch eine bewusste Handlung aktiv erteilen. Auf die Möglichkeit, die Einwilligung jederzeit widerrufen zu können, ist bereits bei Einholung der Einwilligung klar und deutlich hinzuweisen. Der Hinweis muss auch Informationen dazu enthalten, wie und gegenüber wem der Widerruf zu erfolgen hat. Die Möglichkeit des Widerrufs darf nicht komplizierter als das Erteilen der Einwilligung sein. Erfolgte Widerrufe sind unverzüglich zu bearbeiten.
- Ausnahmsweise können auch ohne ausdrückliches Opt-in unter folgenden Voraussetzungen entsprechend den Vorgaben von Artikel 13 Abs. 2 der Datenschutzrichtlinie für elektronische Kommunikation 2002/58/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 2002-07-12 und den nationalen Implementierungen E-Mails an Kunden versendet werden:
 - bestehende Kundenbeziehung (Vorliegen eines entgeltlichen Austauschvertrags),
 - Direktwerbung für eigene ähnliche Produkte oder Dienstleistungen,
 - Hinweis auf die jederzeitige Widerspruchsmöglichkeit (bei Erhebung und jeder Verwendung der E-Mail-Adresse), ohne dass hierfür andere als Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen, und
 - kein Widerspruch durch den Kunden erfolgt.

Datenerhebung durch Dritte (z. B. durch Co-Sponsoring)

- Beim Verwenden von E-Mail-Adressen, die der Versender beziehungsweise seine Kunden von Dritten erworben haben, gilt:
 - Der Versender beziehungsweise sein Kunde muss sich vor der Vornahme von Werbemaßnahmen vergewissern, dass eine Einwilligung vorliegt. Diese Einwilligung muss sich explizit auch auf den Versender beziehungsweise seinen Kunden beziehen.
 - Bei der Datenerhebung muss für den Nutzer die Kenntnisnahme der Liste der begünstigten Unternehmen leicht und eindeutig möglich gewesen sein.
 - Die Anzahl der Unternehmen beziehungsweise Personen, für die die Adressdaten erhoben worden sind, war auf ein Maß reduziert, das das Weiterleiten der Nutzerdaten an einen unverhältnismäßig großen Kreis Dritter ausschließt. Die Anzahl muss dem Nutzer erlauben, die Tragweite und den Umfang seiner Einwilligung einfach zu erfassen sowie den rechtmäßigen Umgang mit seinen Daten einfach zu kontrollieren

Klarstellend sei darauf hingewiesen, dass die Unternehmen, für die die Adressdaten generiert werden, diese Adressdaten nicht an Dritte weitergeben dürfen, ohne dass vom Nutzer dafür gesondert eine weitere Einwilligung eingeholt wurde.

Gestaltung der E-Mail

- Der Versender muss beim Versenden einer E-Mail (Werbe-E-Mails/Newsletter) klar erkennbar sein. Jede verschickte E-Mail muss ein leicht erkennbares Impressum enthalten, entweder im Text selbst oder über einen direkten Link. Das Impressum muss die nachfolgenden Angaben enthalten:
 - den Namen und die Anschrift, unter der der Versender niedergelassen ist, bei juristischen Personen zusätzlich die Rechtsform, das Handelsregister, Vereinsregister, Partnerschaftsregister oder Genossenschaftsregister, in das sie eingetragen sind, und die entsprechende Registernummer,
 - Kontaktinformationen, mindestens jedoch eine gültige Telefonnummer oder ein elektronisches Kontaktformular sowie eine E-Mail-Adresse und
 - eine Umsatzsteueridentifikationsnummer oder eine Wirtschaftsidentifikationsnummer, sofern vorhanden.

Weitergehende Informationspflichten nach nationalen Gesetzen bleiben unberührt.

- In jeder versendeten E-Mail ist auf die Möglichkeit des Widerrufs (Opt-out) hinzuweisen. Das Abbestellen von E-Mails muss grundsätzlich durch den Empfänger ohne Kenntnis von Zugangsdaten (z. B. Login und Passwort) möglich sein.
- In den Kopfzeilen der E-Mail (z. B. Betreff, Absender) darf der kommerzielle Charakter der Nachricht nicht verschleiert oder verheimlicht werden. Ein Verschleiern oder Verheimlichen liegt dann vor, wenn Kopfzeilen absichtlich so gestaltet sind, dass der Empfänger vor Einsichtnahme in den Inhalt der Kommunikation keine oder irreführende Informationen über die tatsächliche Identität des Absenders oder den kommerziellen Charakter der Nachricht erhält.