

16.07.2008| Entscheidung des Bundesgerichtshof zu Werbeklauseln – Payback-Urteil

In Rechtsstreit zwischen Verbraucherzentrale und dem Rabattsystems "payback" hatte der Bundesgerichtshof (BGH) über die Wirksamkeit mehrerer Werbe-Klauseln zu entscheiden.

Die Entscheidung des Bundesgerichtshofs (Urteil vom 16.07.2008, VIII ZR 348/06) hat Auswirkungen auf die Gestaltung von Einwilligungsklauseln zur Verwendung von personenbezogenen Daten für Werbezwecke.

Der Fall

Über dem Unterschriftenfeld auf dem Antragsformular für die Teilnahme an dem Rabattsystem war eine Klausel abgedruckt, mit der sich der Antragsteller mit der Verwendung seiner Daten zur Zusendung von Werbung per **Post, SMS und E-Mail** sowie zur **Marktforschung** einverstanden erklärte. Wollte der Antragsteller keine Zustimmung zu dieser Klausel erteilen, so musste er ein dazu vorgesehenes Kästchen ankreuzen (**opt-out Verfahren**).

Die Entscheidung

a) Postalische Werbung

Für die postalische Werbung und der Marktforschung hat der Bundesgerichtshof die Praxis des Opt-out-Verfahrens (Ankreuzen des Widerspruchsfeldes) bestätigt. Der BGH sieht die Anforderungen der EU-Rechtlinie und des Bundesdatenschutzgesetzes erfüllt.

Da es gerade Sinn des Opt-out-Verfahrens ist, dass die Einwilligungserklärung gemeinsam mit anderen Erklärungen abgegeben wird, muss diese gemäß § 4a Abs. 1 Satz 4 BDSG besonders hervorgehoben sein. Im zu entscheidenden Fall war die Klausel direkt über dem Unterschriftenfeld platziert und zudem drucktechnisch hervorgehoben, weshalb die Kriterien des § 4a BDSG erfüllt waren.

b) Werbung per E-Mail oder SMS

Die verbundene Widerspruchserklärung für die Werbung per E-Mail oder SMS hielt der BGH für unzulässig. Unzulässig sieht er die Verknüpfung mit anderen Einwilligungen und die Zustimmung für elektronische Werbung muss durch eine aktive Handlung (opt-in Verfahren) erklärt werden. Dies ist sowohl nach den EG-Datenschutzrichtlinien für elektronische Werbung und §7 UWG (Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb) nur nach vorheriger (aktiver) Zustimmung zulässig.

Die Anforderungen für E-Mail-Werbung lassen sich aus Sicht des BGH auch auf die SMS-Werbung übertragen.

Einwilligungserklärungen sind für elektronische Werbung per Opt-in-Verfahren als gesonderte Zustimmung einzuholen.

Einzigste Ausnahme nach UWG (§ 7, Abs.3), wenn das Unternehmen im Rahmen eines Vertragsverhältnis die E-Mail Adresse vom Kunden erhalten hat, der Kunde nicht widersprochen hat und explizit auf sein Widerspruchsrecht hingewiesen wird.

Hinweis

Opt-out Verfahren

Ein Einwilligungstext wird vorgegeben dem zugestimmt wird, wenn keine Aktivität durch Ankreuzen eines Widerspruchsfeldes erfolgt.

Opt-in Verfahren

Eine Einwilligung wird erst wirksam, wenn ein Zustimmungsfeld aktiv angekreuzt wird.