

Cookie-Einwilligung auch per „Opt-out“ möglich

11.02.2016, 15:27 | Politik, Recht & Gesellschaft

Pressemitteilung von: *Schutt, Waetke Rechtsanwälte GbR*

Schutt, Waetke
RECHTSANWÄLTE



Regelmäßige Leser unserer Beiträge werden es wissen: Eine Einwilligung in die Erhebung und Nutzung von personenbezogenen Daten, eine Einwilligung in den Erhalt von Werbung oder eine Buchung von Zusatzleistungen im Rahmen eines Bestellprozesses haben alle eines gemeinsam. Die Erklärungen müssen nach dem so genannten „Opt-In“-Prinzip erteilt werden. Das bedeutet, dass der Erklärende selbst durch Anhaken einer Checkbox oder anderweitig durch aktives Tun seinen Willen zum Ausdruck bringen muss.

Das Gegenteil ist also das so genannte „Opt-Out“-Prinzip. Darauf kann man kommen. Es bedeutet, dass der Haken schon gesetzt ist und entfernt werden muss, will man eine bestimmte Folge vermeiden.

Das Oberlandesgericht Frankfurt hatte sich jetzt unter anderem damit zu beschäftigen, ob die Einwilligung in die Cookie-Nutzung durch eine Website ein Opt-In benötigt oder eben ein Opt-Out genügt.

Außerdem geht es in der Entscheidung noch um die Frage, wann die Einwilligung in den Erhalt von Werbung wirksam oder unwirksam ist. Also werden hier gleich zwei wichtige rechtliche Fragen geprüft und entschieden.

In dem Verfahren ging es um eine Klage der Verbraucherzentrale Bundesverband. Die Beklagte befasst sich mit Marketingleistungen und unterhält verschiedene Dienste, in denen sie die Teilnahme an Gewinnspielen anbietet. Im September 2013 hatte die Beklagte ein Gewinnspiel veranstaltet und machte die Teilnahme von der Einwilligung in den Erhalt von Werbung abhängig (was übrigens ein nicht unüblicher Vorgang ist, sodass sich empfiehlt die Teilnahmebedingungen solcher Gewinnspiele genau anzuschauen). Wer teilnehmen wollte, musste sich also damit einverstanden erklären, dass ihn „einige“ (!) Sponsoren und Kooperationspartner am Telefon, per Post, E-Mail oder SMS über ihre Angebote informieren. Erst nach Klick auf einen Link gab es Informationen zu Anzahl, Namen und Branchen der Unternehmen. Eine zweite Erklärung, bei der das Ankreuzfeld bereits vorausgewählt war, betraf die Einwilligungserklärung zur Cookie-Nutzung. Bei Anklicken des Wortes „hier“ gelangte der Nutzer auf eine Unterseite mit weiteren Informationen über die Cookies, Der Kläger hielt diese Gestaltung für unzulässig, weil sie nicht die gesetzlichen Anforderungen an eine bewusste und eindeutige Einwilligung erfüllte.

Zur den Cookies entschied das Gericht, dass die Einwilligung in die Cookie-Nutzung auch durch eine vorformulierte Erklärung, welcher der Nutzer durch Entfernen eines voreingestellten Häkchens widersprechen kann, also durch „Opt-Out“ erteilt werden kann. Außerdem steht es nach Meinung des Gerichts der Wirksamkeit der Einwilligung nicht entgegen, wenn sämtliche erforderliche Informationen über die Cookie-Nutzung nicht bereits in der Erklärung selbst, sondern in einem verlinkten Text gegeben werden.

Zu der Wirksamkeit der Einwilligung in den Erhalt von Werbung aber stellte das Gericht fest, dass es sich bei der von der Beklagten vorformulierten und im Zusammenhang mit der Teilnahme an dem von ihr veranstalteten Gewinnspiel verwendete Erklärung zur Einwilligung in Werbung um eine unwirksame Allgemeine Geschäftsbedingung (AGB) handelt. Die Einwilligung eines Verbrauchers in den Erhalt von Werbung durch andere Unternehmen ist demnach

zumindest dann unwirksam, wenn die Einwilligungserklärung einen Link auf eine Liste von 59 Unternehmen enthält und der Verbraucher für jedes dieser Unternehmen durch Anklicken des Feldes „Abmelden“ entscheiden muss, von welchem Unternehmen er keine Telefonwerbung wünscht.

Allerdings wurde die Revision zum BGH zugelassen, da den entscheidungserheblichen datenschutzrechtlichen und wettbewerbsrechtlichen Fragen grundsätzliche Bedeutung zukommt. Das Urteil ist also nicht rechtskräftig, sondern wird vom BGH überprüft werden.

(OLG Frankfurt a.M., Urteil vom 17.12.2015, Aktenzeichen 6 U 30/15)

Unsere Meinung

Wie sagt der Anwalt so gerne? Es kommt darauf an. Hier nämlich darauf, auf welcher Rechtsgrundlage die beiden beurteilten Einwilligungen erteilt werden. Bei der Einwilligung für die Cookies handelt es sich zwar auch um eine AGB-Klausel. Aber eben um eine wirksame, da die hier heranzuziehenden Vorschriften einen Zwang zum Opt-In-Verfahren schlicht nicht hergeben. Bei der Einwilligung in Werbung gelten andere Vorschriften. Insbesondere war hier die Gestaltung mit den 59 Unternehmen zu bemängeln, durch deren Liste sich der Nutzer mühsam hätte arbeiten und jeweils für jedes Unternehmen eine Abmeldung anklicken müssen.

Die Formulierung einer wirksamen Einwilligung darf nicht unterschätzt werden, da das Gesetz hohe Anforderungen an Transparenz, Verständlichkeit und Vollständigkeit der Erklärungen stellt. Und auch die hier zu beurteilende Frage, welche Informationen sofort und welche erst durch einen Klick auf einen Link zu geben sind ist nicht ohne Weiteres zu klären, da es wie so oft auch auf die Umstände des Einzelfalls ankommt. Daher sollten solche Texte möglichst nicht von der Marketingabteilung, sondern unbedingt vom Anwalt formuliert werden.

Timo Schutt
Rechtsanwalt
Fachanwalt für IT-Recht

Portrait

Schutt, Waetke Rechtsanwälte & Fachanwälte - IT-Recht, Veranstaltungsrecht, Urheberrecht

Wir sind hoch spezialisiert auf die Bereiche Veranstaltung & Event, IT & Internet und Urheber & Medien.

Wir vertreten bundesweit Mandanten aus allen Branchen, insbesondere aber aus der Event-, IT- und Medienbranche.

Timo Schutt - Fachanwalt für IT-Recht, Dozent
Thomas Waetke - Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht, Dozent & Buchautor

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/890427/Cookie-Einwilligung-auch-per-Opt-out-moeglich.html>