

veröffentlicht von Rechtsanwalt **Max-Lion Keller**, LL.M. (IT-Recht)

Rabattsystem: Einwilligung in die Verwendung von Kundendaten

Wie sind Einverständniserklärungen des Kunden zur Verwendung und Nutzung seiner Daten beim Beitritt zu einem Rabattsystem zu gestalten und welche Daten dürfen erhoben werden? Mit diesen Fragen setzte sich die 12. Zivilkammer des Landgerichts München I in einem Urteil vom 9.3.2006 auseinander. Geklagt hatte ein Verbraucherverband, der im Wege der Unterlassungsklage begehrte, dass der Betreiber des Rabattsystems gewisse Allgemeine Geschäftsbedingungen nicht mehr verwenden darf und sich auch nicht mehr auf diese berufen darf.

Das System dürfte hinlänglich bekannt sein. Der Betreiber gibt an Verbraucher Kundenkarten heraus, mit denen diese bei den angeschlossenen Partnerunternehmen (Einzelhandelskonzerne, Tankstellen etc.) für Einkäufe Prämiengutschriften auf einem Bonuskonto erhalten. Diese Gutschriften können sich die Verbraucher dann ausbezahlen lassen oder gegen Prämien einlösen. Die beteiligten Partnerunternehmen versuchen auf diesem Weg, Kunden an sich zu binden. Außerdem möchte der Betreiber auch Daten zum Zwecke der Marktforschung und Werbung bei den Kunden erlangen.

Die Verbraucher müssen für den Beitritt zu diesem System ein Anmeldeformular ausfüllen. In diesem ist eine Klausel vorgesehen, dass der Verbraucher mit seiner Unterschrift auch das Einverständnis zur Speicherung und Nutzung der persönlichen Daten und der Rabattdaten zu Werbe- und Marktforschungszwecken durch den Betreiber des Rabattsystems und die Partnerunternehmen erklärt. Daneben befindet sich ein Kästchen, welches angekreuzt werden kann, wenn die Einwilligung nicht erteilt wird (so genannte "Opt-Out" - Lösung). Diese Klausel darf der Systembetreiber im Falle der Rechtskraft der Entscheidung nicht mehr verwenden und sich auch nicht mehr bei bestehenden Verträgen auf sie berufen, da sie den Kunden unangemessen benachteiligt, insbesondere weil sie von einem wesentlichen Grundgedanken des Bundesdatenschutzgesetzes abweicht.

Die Richter beanstandeten zunächst, dass aufgrund der grafischen Gestaltung der Klausel die erforderliche Warnfunktion nicht erfüllt sei. Zudem könne die Möglichkeit des Auskreuzens leicht übersehen werden, so dass in diesen Fällen keine freie Entscheidung des Kunden - wie sie vom Bundesdatenschutzgesetz gefordert werde - in die Verwendung seiner Daten vorliege. Zu berücksichtigen sei auch, dass vom Verbraucher verlangt werde, dass er ein Kästchen ankreuzt, wenn er mit Speicherung und Nutzung der Daten nicht einverstanden ist ("Opt-Out"). Es werde insbesondere dadurch dem Kunden suggeriert, dass er von einer Regel abweiche, wenn er nicht einwillinge. Damit werde eine Hemmschwelle zur Versagung der Einwilligung aufgebaut. Die Kammer beanstandete auch, dass die vorformulierte Einwilligungserklärung den Eindruck eines unwichtigen Annexes zum Rabattvertrag erwecke und nicht deutlich werde, dass die Einwilligungserklärung einen nicht den Rabattvertrag betreffenden eigenen Regelungsinhalt besitze.

Auch wenn dem Betreiber natürlich grundsätzlich ein Interesse zuzubilligen sei, solche Daten zu

erlangen und verarbeiten zu dürfen, könne ein schutzwürdiges Interesse des Betreibers für auf diese Art erlangte Einwilligungen nicht anerkannt werden. Hingegen unbeanstandet ließen die Richter eine Klausel, mit der erklärt wird, dass das Geburtsdatum des Verbrauchers benötigt werde. Der Verbraucherverband hatte insoweit vorgetragen, das Geburtsdatum sei zur Identifizierung der Teilnehmer nicht erforderlich, die Angabe des Geburtsjahres würde ausreichen. Das Gericht stellte hierzu jedoch fest, dass bei den 30 Millionen Kunden, die das Rabattsystem nutzen würden, die Angabe des Geburtsdatums ein zulässiges Identifizierungsmerkmal sei. Durch die Regelungen des Systembetreibers zur Verwendung der Daten sei auch gewährleistet, dass der Sensibilität der Daten Rechnung getragen werde.

Ebenso blieb auch die Klausel unbeanstandet, dass die Partnerunternehmen die Rabattdaten, also unter anderem die gekauften Waren oder in Anspruch genommenen Dienstleistungen, an den Systembetreiber zur Abrechnung, Verwaltung und Auszahlung der Rabatte melden. Der Verbraucherverband war der Auffassung, es sei ausreichend, dass nur der Rechnungsbetrag übermittelt werde. Das Wissen, welche Ware konkret gekauft worden sei oder welche Dienstleistung beansprucht wurde, sei zur Verwaltung und Abrechnung nicht erforderlich.

Dem folgten die Richter nicht. Da die Verbraucher gegenüber dem Rabattsystembetreiber einen Anspruch auf Auskunft und Rechnungslegung hätten und sich in der Praxis auch gezeigt habe, dass Verbraucher wissen wollen, weshalb sie für ein bestimmtes Produkt nicht die erwarteten Rabattgutschriften erhalten hätten, sei es für den Betreiber erforderlich, die konkreten Waren bzw. Dienstleistungen zu erfassen.

Das Urteil ist noch nicht rechtskräftig.

Quelle: PM des Landgerichts München I

Veröffentlicht von:

RA Max-Lion Keller, LL.M. (IT-Recht)

Rechtsanwalt