

von Daniel Röder

## Eine für alle! BGH: Eine einzige Werbe-Einwilligung kann für mehrere Werbekanäle gelten

**In einer wegweisenden Entscheidung hat der BGH (Urteil v. 01.02.2018; Az.: III ZR 196/17) den Grundsatz aufgestellt, dass nicht zwingend für jeden Werbekanal gesondert eine Einwilligung des Kunden eingeholt werden muss, sondern eine einzige Einwilligung in die Kontaktaufnahme zu Werbezwecken genügen kann.**

### Der Sachverhalt

Ein Telekommunikationsanbieter räumte dem Kunden am Ende des Bestellprozesses über dessen Internetpräsenz die Möglichkeit per Anklicken eines Kästchens ein, vom Unternehmen zu Werbezwecken kontaktiert zu werden. Die Erklärung lautete wie folgt:

*"Ich möchte künftig über neue Angebote und Services der T. GmbH per E-Mail, Telefon, SMS oder MMS persönlich informiert und beraten werden. Ich bin damit einverstanden, dass meine Vertragsdaten aus meinen Verträgen mit der T. GmbH von dieser bis zum Ende des Kalenderjahres, das auf die Beendigung des jeweiligen Vertrages folgt, zur individuellen Kundenberatung verwendet werden. Meine Vertragsdaten sind die bei der T. GmbH zur Vertragserfüllung (Vertragsabschluss, -änderung, -beendigung, Abrechnung von Entgelten) erforderlichen und freiwillig abgegebenen Daten."*

Der Kläger hielt die Klausel wegen Verstoßes gegen das AGB-Recht für unwirksam, da sie aus seiner Sicht nicht mit den Grundsätzen der 7 Abs. 2 Nr. 2 und 3 UWG konform sei, beehrte vor dem Berufungsgericht OLG Köln, nachdem das LG die Klage abwies, erfolgreich die Unterlassung der Verwendung und Einbeziehung der streitgegenständlichen Klausel. Gegen das Urteil des Berufungsgerichts legte der Telekommunikationsanbieter Revision vor dem BGH ein.

## Urteil des BGH

Der BGH entschied in seinem Urteil vom 01.02.2018 (Az.: III ZR 196/17), dass eine separate Einwilligungserklärung für jeden Werbekanal nicht zwingend erforderlich sei und hob das Urteil der Vorinstanz auf. Laut BGH finden die Regeln der §§ 305 ff. BGB (AGB-Kontrolle) nicht nur auf die Fälle des "Opt-Out" sondern auch in den Fällen (wie vorliegend) eines "Opt-In" Anwendung. Beim "Opt-In" verschafft der Verbraucher einer Erklärung durch Anklicken Geltung, beim "Opt-Out" hingegen muss eine Erklärung durch Anklicken eines Kästchens aktiv abgelehnt werden, wenn die Verweigerung der Einwilligungserklärung begehrt wird.

Essentiell sei in diesem Zusammenhang, dass der Verwender der AGB seine Freiheiten hinsichtlich der rechtsgeschäftlichen Gestaltung der Erklärung analog der Erstellung von Vertragsmustern für sich beanspruche und der Verbraucher mithin nur Einfluss auf die Akzeptanz oder Ablehnung der Erklärung und nicht auf deren Inhalt habe. Grundsätzlich seien Einwilligungserklärungen in die Kontaktaufnahme zu Werbezwecken nicht unzulässig, jedoch sei zu prüfen, ob die sich in der Klausel befindliche Einwilligung den gesetzlichen Anforderungen genüge.

Der BGH stellte klar, dass die Klausel den § 7 Abs. 2 Nr. 2 und 3 UWG standhalte. Die richtlinienkonforme Auslegung (Art. 13 der Richtlinie 2002/58/EG) ergebe, dass die Bekundung des Willens des Kunden ohne Druck und in Kenntnis der sachlichen Umstände erfolgen müsse und dass der Kunde sich mit der Verarbeitung seiner personenbezogenen Daten einverstanden erkläre. Der freien Entscheidung bezüglich der Einwilligung könne grundsätzlich auch durch Anklicken eines Kästchens - wie im vorliegenden Fall - Rechnung getragen werden.

Hinsichtlich der streitgegenständlichen Klausel sei anzunehmen, dass ein durchschnittlich verständiger Verbraucher hinreichend über die Tragweite seiner Einwilligung in die vorliegende Klausel aufgeklärt würde und erkenne, worauf sich die Einwilligung beziehe.

Die Bezeichnung "individuelle Kundenberatung" sei entgegen der Ausführungen des Berufungsgerichts nicht unklar, da sich aus der Klausel mit ihren drei Sätzen aus der Sicht eines verständigen Dritten diesem ein klar erkennbarer inhaltlicher Zusammenhang aufdränge. Darüber hinaus ergebe sich aus § 7 Abs. 2 Nr. 2 und 3 UWG nicht das Erfordernis der gesonderten Zustimmung des Kunden für separate Werbekanäle. Durch die Klausel würde dem Verbraucher allgemein verständlich aufgezeigt, welcher Kanäle sich der Unternehmer im Rahmen seiner Werbung bedienen könne. Daraus folge, dass dem verständigen Verbraucher die Reichweite seiner sich ausschließlich auf die Werbung beziehenden und unabhängig von den sonstigen vertraglichen Klauseln deutlich gemachten Einwilligung bekannt sei und er sich daher bewusst für oder gegen die Kontaktaufnahme auf den genannten Kanälen seitens des Werbenden entscheiden könne.

Insbesondere werde die Klausel dem Erfordernis einer "spezifischen Einwilligungserklärung" gerecht, da die streitgegenständliche Klausel ausschließlich Informationen hinsichtlich der Kontaktaufnahme im Verhältnis Unternehmer-Verbraucher enthalte und nicht unzulässige weitere vertragliche Inhalte regle. Auch eine zeitliche Begrenzung sei weder von § 7 UWG noch von der Richtlinie 2002/58/EG vorgesehen und auch die Tatsache, dass die Einwilligung im vorliegenden Fall über einen überschaubaren Zeitraum von maximal zwei Jahren Geltung entfalte, sei rechtlich unbedenklich.

## Fazit

Der BGH stellte eindrucksvoll fest, dass ein Erfordernis der Einholung separater Einwilligungen für jeden Werbekanal "eine geradezu unverständliche Förmerei" darstellen würde und sich daraus hinsichtlich der Transparenz und dem Verbraucherschutz aus Sicht eines objektiven Verbrauchers keine Verbesserung ergeben würde.

Die Frage, ob es rechtlich zulässig ist, nur eine einzige Zustimmung des Verbrauchers für die Werbung auf unterschiedliche Kanäle in einem einzigen "Opt-In" einzuholen, ist nun höchstrichterlich geklärt und mit einem klaren Ja zu beantworten, sofern einige Voraussetzungen gegeben sind.

Zunächst muss sichergestellt sein, dass eine Einwilligung des Verbrauchers in eine Werbe-Klausel ohne Druckaufbau und in Kenntnis der sachlichen Umstände erfolgt und dass dieser sich mit der Verarbeitung seiner personenbezogenen Daten einverstanden erklärt. Überdies darf die Klausel ausschließlich Informationen zur Kontaktaufnahme zu Werbezwecken und nicht weitere allgemeine vertragliche Regelungen enthalten, um den Anforderungen einer "spezifischen Einwilligungserklärung" zu genügen.

### Autor:

**Daniel Röder**

(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)