

23.10.2012

Unwirksame Einwilligungen zur Datennutzung und -weitergabe in der Praxis

Hintergrundpapier des Verbraucherzentrale Bundesverbandes

**Problemanalyse und Handlungsempfehlungen bezüglich des Umgangs
mit Einwilligungen zur Datenweitergabe bei Melderegisterauskünften**

Verbraucherzentrale Bundesverband e.V. – vzbv
Fachbereich Wirtschaft und Internationales
Markgrafenstr. 66
10969 Berlin
wirtschaft@vzbv.de
www.vzbv.de

Inhaltsverzeichnis:

Unwirksame Einwilligungen zur Datennutzung und -weitergabe in der Praxis ...	3
Allgemeine Hinweise zu Unterlassungsurteilen des vzbv.....	5
Fallbeispiele für unwirksame Einwilligungsklauseln	6
1. Koppelungsverbot	6
2. Vorangekreuzte Einwilligungsklauseln	7
3. Intransparente und missverständliche AGB	8
4. Ungenügende Konkretisierung der Datennutzung	9
5. Vorgetäuschte Einwilligung	10
6. Datenweitergabe an Partner und Sponsoren	11

Unwirksame Einwilligungen zur Datennutzung und -weitergabe in der Praxis

Das Meldegesetz soll aufgrund von gravierenden Mängeln beim Datenschutz im Vermittlungsausschuss überarbeitet werden. Der Bundesrat schlägt in seinem Beschluss zur Anrufung des Vermittlungsausschusses (BR-Drucksache 489/12) vor, zum Vorschlag der Bundesregierung zurückzukehren, der eine Einwilligungslösung bei der Weitergabe von Meldedaten vorsieht (BT-Drucksache 17/7746). Allerdings führt die Bundesregierung in ihrer Begründung zum Gesetzentwurf aus, dass die Einwilligung der betroffenen Person zur Datennutzung zu Werbezwecken vom anfragenden Unternehmen nachgewiesen werden soll. Das Bündnis „Meine Daten sind keine Ware“ hat große Bedenken bezüglich dieses Ansatzes und fordert stattdessen, dass vor einer Weitergabe von Melderegisterdaten an Unternehmen stets eine ausdrückliche Einwilligung der Bürger/innen gegenüber dem Meldeamt getätigt werden muss.

Bei einer Umsetzung der derzeit diskutierten Form einer Einwilligungslösung hätten Verbraucher/innen in vielen Fällen das Nachsehen. Aus der Erfahrung des Verbraucherzentrale Bundesverbandes in der Praxis geht eindeutig hervor, dass unwirksame Einwilligungsklauseln zur Verwendung persönlicher Daten bei Unternehmen weit verbreitet sind. Diese vermeintlichen Einwilligungen könnten dann auch dazu verwendet werden, aktuelle Adressdaten der betroffenen Personen von den Meldebehörden einzuholen. Bei einer Einwilligung, die gegenüber dem Unternehmen gegeben wird und die nicht durch die Meldeämter geprüft wird, besteht die reelle Gefahr, dass die Einwilligung entweder überhaupt nicht vorliegt, oder aber unrechtmäßig zustande gekommen und damit unwirksam ist. Selbst wenn die Meldeämter angehalten wären, alle (vermeintlichen) Einwilligungen zu prüfen, wäre dies schon aufgrund der schieren Menge der Anfragen in der ausreichenden Tiefe überhaupt nicht möglich.

Der Verbraucherzentrale Bundesverband (vzbv) hat nachfolgend exemplarisch einige Beispiele für erfolgreiche Verfahren gegen Unternehmen zusammengefasst, bei denen Verbraucher/innen unzulässige Einwilligungsklauseln in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) zur Nutzung ihrer persönlichen Daten zu Werbezwecken untergeschoben worden sind. Es handelt sich hierbei um echte Fälle, bei denen der vzbv gerichtlich oder außergerichtlich eine Streichung oder Änderung der betreffenden Klauseln in den AGB erwirkt hat. Die hier nachfolgend als Beispiel genannten Klauseln und Geschäftspraktiken sind nur dank des Einschreitens der Verbraucherschützer nicht mehr in Kraft. Sie wurden jedoch im Vorfeld zum Teil jahrelang von den betreffenden Unternehmen zum Nachteil von Wettbewerbern und Verbraucher/innen eingesetzt. Der Verbraucherzentrale Bundesverband schätzt auf Basis der Erfahrungen aus der rechtlichen Praxis das Dunkelfeld in diesem Bereich als sehr groß ein.

Das Eigeninteresse von Unternehmen, bei den rechtlichen Vorgaben für eine Einwilligung zur Datennutzung und -weitergabe nicht so genau hinzuschauen, ist groß. Denn mit Nutzerdaten kann durch Werbung zusätzlicher Gewinn

generiert werden. Bei vielen Anbietern im Netz ist das sogar die einzige Möglichkeit Gewinn zu erzielen. Der vzbv sowie die Landesdatenschutzbeauftragten können nur begrenzt den vielen Rechtsverstößen in diesem Bereich nachgehen. Zudem können Verbraucherverbände derzeit auf Basis des Unterlassungsklagengesetzes (UKlaG) lediglich Teilaspekte des Spektrums von Verstößen im Bereich Datenschutz abmahnen, da bisher ein ausdrücklicher Hinweis im UKlaG fehlt, dass Datenschutzvorschriften, soweit sie die Rechte der Verbraucher betreffen, Verbraucherschutzgesetze sind.

Das Bündnis "Meine Daten sind keine Ware" spricht sich daher gegen eine eingeschränkte Einwilligungslösung aus, bei der die Einwilligung zur Datenweitergabe lediglich bei den Unternehmen und nicht bei den Meldeämtern vorliegen soll. Stattdessen fordern Verbraucher- und Datenschützer eine Einwilligungslösung, bei der die Einwilligung zur Datenweitergabe gegenüber dem Meldeamt schriftlich durch die Verbraucher/innen getätigt werden muss. Diese Vorgabe muss explizit im Gesetz verankert werden. Lediglich eine konsequente Einwilligungslösung gegenüber dem Meldeamt kann die Bürger/innen wirksam vor systematischem Datenmissbrauch schützen.

Unsere Forderungen

Der vzbv fordert zusammen mit dem Bündnis „Meine Daten sind keine Ware“:

- 1. Melderegisterauskünfte ohne rechtliches Interesse dürfen nur auf Grundlage einer Einwilligung des Betroffenen erteilt werden.**
- 2. Einwilligungen sind gegenüber der Meldebehörde (als verantwortliche Stelle gemäß § 4a Abs. 1 BDSG) zu erteilen. Sie können auch nur dort widerrufen werden.**
- 3. Die Zweckbindung für Melderegisterauskünfte ist zu stärken.**

Allgemeine Hinweise zu Unterlassungsurteilen des vzbv

Klagebefugnis

Nach seiner Satzung verfolgt der vzbv das Ziel, unlautere geschäftliche Handlungen, die Verwendung unzulässiger Allgemeiner Geschäftsbedingungen und Verstöße gegen verbraucherschützende Vorschriften durch geeignete Maßnahmen, falls erforderlich durch die Einleitung gerichtlicher Verfahren, zu unterbinden.

Der vzbv ist eine „qualifizierte Einrichtung“ im Sinne der §§ 3, 4 Unterlassungsklagengesetz (UKlaG). Er verfolgt Unterlassungsansprüche auf der Grundlage von § 8 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) sowie §§ 1, 2 und § 4a UKlaG.

Urteilswirkung

Unterlassungsverfahren dienen der Marktbereinigung. Urteile wirken grundsätzlich in die Zukunft. Hinsichtlich ihrer Ausstrahlung auf individuelle Ansprüche ist zu unterscheiden, ob es sich um einen Wettbewerbsverstoß oder um einen AGB-Verstoß (unwirksame Allgemeine Geschäftsbedingungen) handelt:

UWG-Urteile dienen der Förderung des fairen Wettbewerbs. Das Gesetz untersagt daher unlautere und irreführende geschäftliche Handlungen. Unterlassungsurteile verpflichten Unternehmen, unlautere Geschäftspraktiken abzustellen. Individuelle Ansprüche für Verbraucher ergeben sich aus einem Wettbewerbsverstoß nicht.

AGB-Urteile verpflichten Unternehmen, unzulässige Allgemeine Geschäftsbedingungen aus ihren Verträgen zu entfernen und sich gegenüber Verbrauchern nicht mehr auf diese zu berufen. Verbraucher, die aufgrund einer unwirksamen Klausel Zahlungen geleistet haben, können unter Umständen Erstattungsansprüche gegenüber dem rechtskräftig verurteilten Unternehmen geltend machen.

Urteile binden nur die Prozessparteien. Gegenüber einem dritten Unternehmen, das eine identische Regelung verwendet, kann die Position der betroffenen Verbraucher gegebenenfalls gestärkt werden.

Rechtskraft

Urteile sind rechtskräftig, wenn innerhalb der gesetzlichen Fristen kein Rechtsmittel (Berufung, Revision) eingelegt wird oder sie von der jeweils höchsten Instanz bestätigt werden.

Fallbeispiele für unwirksame Einwilligungsklauseln

1. Koppelungsverbot

Insbesondere bei Gewinnspielen und Gratis-Geschenken wird häufig in Formularen fälschlicherweise unterstellt, man müsste einer Datenweitergabe und Datennutzung der persönlichen Daten zu Werbezwecken zustimmen, um an einem Gewinnspiel oder einer Geschenk-Aktion teilnehmen zu können. Dies ist jedoch laut des gesetzlich geregelten Koppelungsverbotes unzulässig. Hiervon sind in der Praxis nicht nur Gewinnspiele und Geschenk-Aktionen betroffen, denn auch bei Abos wird häufig gegen ein Koppelungsverbot verstoßen.

Beispiel: ASPECTA Lebensversicherung AG, 21.08.2009, außergerichtliche Einigung (Unterlassungserklärung)

Die abgemahnte AGB-Klausel lautete: (In Bezug auf die Bestellung einer Urkunde mit Unterschriften und Geschenke-CD mit unveröffentlichten Songs und einer Videobotschaft von Stars sowie einem Schlüsselanhänger der Band „beFour“) *„Ich erkläre mich damit einverstanden, dass die angegebenen Daten gespeichert und zur Terminvereinbarung für ein Informationsgespräch durch die Berater vor Ort verwendet werden dürfen.“*

Mindestanforderung für eine wirksame Einwilligung ist neben den inhaltlichen Vorgaben auch die Sicherstellung, dass die Einwilligung freiwillig erfolgt. Zur Frage der Freiwilligkeit der Einwilligung gehört auch das Verbot, eine Leistung an die Bereitschaft der Betroffenen zu koppeln, in die Verwendung bestimmter personenbezogener Daten zu anderen Zwecken einzuwilligen (Koppelungsverbot). Vorliegend liegt keine freie Entscheidung des Betroffenen vor, da dieser womöglich durch seine Kinder überredet wird, der Einwilligungserklärung zuzustimmen, um eine Urkunde oder ein „beFour-Set“ für das Kind zu erhalten. Es gibt auch keine andere Möglichkeit für den Betroffenen, den Wunsch seines Kindes, die Urkunde bzw. CD etc. zu erhalten, auf andere Weise zu erfüllen. Das Unternehmen erhält damit Zugriff auf persönliche Daten, die mit dem Erhalt der Urkunde etc. nichts zu tun haben. Die Klausel ist aus diesen Gründen unzulässig.

Beispiel: adRom Holding AG, 28.06.2011, Urteil LG Berlin

Die abgemahnte AGB-Klausel lautete: *„Ja, ich will gewinnen und gebe dem Veranstalter und den Sponsoren meine E-Mail, ... und telefonisches Werbeeinverständnis. Dies kann ich jederzeit widerrufen.“* In Verbindung mit: *„*Meine Angaben dürfen vom Veranstalter, den Sponsoren und deren Partnerunternehmen verarbeitet und genutzt werden ... Die personengebundene Nutzung wird ausschließlich auf die Organisation und Unternehmen aus den verschiedensten Branchen beschränkt, die meinen erkennbaren Interessen und Wünschen entgegenkommen. Für diese*

Organisationen und Unternehmen dürfen mir Informationen, Angebote, Muster und Werbung ... übermittelt werden.“

Das Landgericht Berlin untersagte der Direktmarketingfirma adRom Holding AG die Zustimmung zur Telefonwerbung an die Teilnahme an einem Gewinnspiel im Internet zu koppeln.

Die Firma hatte den Eindruck erweckt, Verbraucher könnten das ausgelobte Smartphone nur dann gewinnen, wenn sie dem Veranstalter und den Sponsoren des Gewinnspiels Werbeanrufe erlauben. Ihre Teilnahme sollten sie zusammen mit ihrem Einverständnis zur Werbung per Klick auf ein Kästchen bestätigen. Zudem erklärte das Gericht eine Klausel für unwirksam, nach der die Daten der Gewinnspielteilnehmer zu Werbezwecken an beliebige Dritte weitergereicht werden konnten.

2. Vorangekreuzte Einwilligungsklauseln

Einige Unternehmen erschleichen sich Einwilligungen zur Datenweitergabe durch vorangekreuzte Klauseln, die in Verträgen platziert sind. Ein Vorankreuzen von Einwilligungen ist grundsätzlich nicht zulässig.

Beispiel: YouTube, 30.09.2011, außergerichtliche Einigung (Unterlassungserklärung):

Die abgemahnte AGB-Klausel lautete: (Die Nutzer- Accounts enthielten in der Rubrik „Datenschutz“ durch ein bereits gesetztes Häkchen eine Voreinstellung zur Werbung.) *„Bitte meine Kontodaten verwenden, um mir relevante Werbung zu liefern (siehe Datenschutzbestimmungen).“*

Die Einwilligungsklausel ist in diesem Fall in Textpassagen enthalten, die auch andere Erklärungen oder Hinweise enthalten. So befindet sich diese voreingestellte Einwilligungsklausel in der Rubrik Datenschutz, obwohl im Anmeldeverfahren keine Zustimmung für produktbezogene Werbung erteilt worden ist bzw. durch das Nichtankreuzen eine Willenserklärung abgegeben wurde, die darauf gerichtet ist, Werbung per E-Mail gerade nicht erhalten zu wollen.

Die Zustimmung ist zudem bereits voreingestellt und bleibt voreingestellt, obwohl in der Anmeldung keine Einwilligung hierzu erteilt worden ist. Eine Einwilligungserklärung fehlt, wenn der Kunde weder ein bestimmtes Kästchen anzukreuzen hat, noch sonst eine vergleichbar eindeutige Erklärung seiner Zustimmung abzugeben braucht. Diese setzt vielmehr eine gesonderte Erklärung durch eine zusätzliche Unterschrift oder individuelles Markieren eines entsprechenden Feldes voraus.

3. Intransparente und missverständliche AGB

Für Verbraucher ist es oft schwierig, unklar formulierte Klauseln zu erfassen und abzusehen, wofür hier eine Einwilligung gegeben wird. Laut Bundesdatenschutzgesetz ist daher eine Einwilligung nur dann wirksam, wenn sie auf der freien und bewussten Entscheidung des Betroffenen beruht. Das bedeutet, dass eine Einwilligungsklausel optisch besonders hervorgehoben sein muss, soweit sie zusammen mit anderen Erklärungen erteilt wird. Darüber hinaus muss der Verbraucher überschauen können, um welche Daten es sich handelt. Zahlreiche Unternehmen weisen gravierende Mängel in Bezug auf Länge, Klarheit und Struktur ihrer AGB auf. Einwilligungen, die auf derart mangelhaften AGB-Klauseln basieren, stellen sich im Nachhinein nicht selten als unwirksam heraus.

Beispiel: Nokia, 11.07.2012, außergerichtliche Einigung (Unterlassungserklärung):

Die abgemahnte Klausel lautete: *„Wir können Ihre personenbezogenen Daten nutzen, um unser Angebot zu individualisieren und Ihnen auf Ihre Bedürfnisse zugeschnittene Dienste anzubieten, z. B. um Ihnen Empfehlungen zu geben und maßgeschneiderte Inhalte und Werbung anzuzeigen. Das können Nokia Inhalte und Inhalte Dritter sein. Wir nutzen Ihre personenbezogenen Daten zu Direktmarketing- oder Forschungszwecken, wie beispielsweise [zur Durchführung von Marktforschung]. Wir werden mit Ihnen gegebenenfalls auch, soweit zulässig, Kontakt aufnehmen, um Sie über unsere neuen Produkte, Dienste oder über Werbeangebote zu informieren.“*

Die Klausel widerspricht datenschutzrechtlichen Anforderungen und stellt eine unzulässige Werbeklausel dar. Es werden keine Beschränkungen auf Werbeinhalte für die vorgenannten Maßnahmen genannt. Zudem ist für den Verbraucher nicht klar, was unter „soweit zulässig“ und „gegebenenfalls“ zu verstehen ist. Die Klausel ist daher weder klar noch verständlich.

Beispiel: Buecher.de GmbH & Co. KG, 23.03.2010, außergerichtliche Einigung (Unterlassungserklärung):

Die abgemahnte AGB-Klausel lautete: *„Darüber hinaus behalten wir es uns vor, Ihre Daten in zulässiger Weise zu eigenen Werbezwecken zu nutzen.“*

Die Bestimmung begründet ein erhebliches unzumutbares Ungleichgewicht im Vertragsverhältnis. Nach kundenfeindlichster Auslegung muss der Nutzer befürchten, dass die angegebenen Daten in irgendeiner Weise zu Werbezwecken verwendet werden.

Eine Nutzung der Daten zu Werbezwecken ist nur mit Einverständnis des Kunden zulässig. Durch die Klausel wird dem Verbraucher jedoch suggeriert, dass dieser Grundsatz zu seinen Gunsten umgekehrt wird, dass also grundsätzlich eine Nutzung erlaubt sei. Zudem besteht die Gefahr, dass der Kunde von der Durchsetzung seiner Rechte abgehalten wird. Die Klausel ist daher als unwirksam zu erachten.

4. Ungenügende Konkretisierung der Datennutzung

Eine pauschale Einwilligung zu jeglicher Werbeform ist bis auf wenige Ausnahmen gesetzlich nicht zulässig, da für Telefon-, Mail-, SMS- und Briefwerbung jeweils eine ausdrückliche Einwilligung vorliegen muss, wenn das Listenprivileg nicht genutzt wurde. Eine pauschale Einwilligung zur Nutzung der Daten zu umfassenden Werbezwecken ist hier nicht zulässig, solange der Verbraucher nicht abschätzen kann, was der Anbieter denn genau darunter versteht.

Beispiel: Joey´s Pizza Service (Deutschland) GmbH, 28.09.2010, außergerichtliche Einigung (Unterlassungserklärung):

Die abgemahnte AGB-Klausel lautete: *„Joey´s Pizza Service (Deutschland) GmbH und die örtlichen Joey´s-Stores verwenden Ihre personenbezogenen Daten zu [vertraglichen Informationszwecken] und für Werbe-, Markt- und Meinungsforschungszwecke.“*

Für Telefonwerbung muss eine ausdrückliche Einwilligungserklärung des Verbrauchers vorliegen. Diese ausdrückliche Einwilligungserklärung muss darüber hinaus auch bei Werbung vorliegen, die als elektronische Post (E-Mail) verschickt wird. Nach kundenfeindlichster Auslegung bedeutet diese Klausel, dass sich ein Anbieter vorbehält, per Telefon-, Email und SMS zu werben, ohne eine ausdrückliche Einwilligungserklärung des Verbrauchers zuvor einzuholen. Es liegt somit eine unangemessene Benachteiligung des Verbrauchers vor. Eine wirksame Einwilligung setzt voraus, dass die einwilligende Person über den Gegenstand der Einwilligung informiert ist und die Tragweite der Entscheidung überblicken kann. Vorliegend ist zur Verwendung der personenbezogenen Daten keine Einwilligung der Verbraucher vorgesehen. Somit liegt eine unangemessene Benachteiligung vor und die Klausel ist unwirksam.

Beispiel: eprimo GmbH, 18.07.2012, gerichtliche Einigung

Die abgemahnte AGB-Klausel lautete: *„Ich bin einverstanden, dass mich eprimo auch telefonisch zu seinen Produkten und Dienstleistungen sowie weiteren Angeboten, die im Zusammenhang mit Energie (Strom, Gas) stehen, informieren und beraten kann.“*

Eine Klausel, die eine vorformulierte Einwilligung in Telefonwerbung enthält, stellt dann eine unangemessene Benachteiligung dar, wenn sie sich nicht auf Werbung des Vertragspartners im Rahmen des angebahnten konkreten Vertragsverhältnisses beschränkt, sondern auch Werbung für sonstige Vertragsschlüsse ermöglichen soll. Die hier verwendete Einwilligungsklausel ermöglicht nicht nur Werbung zum Vertragsgegenstand (Stromlieferungsvertrag), sondern geht darüber hinaus - schon deswegen weil auch Werbung für Gas zulässig sein soll. Ferner ist die Formulierung im Zusammenhang mit Energie so offen gewählt, dass nicht nur die Werbung für den Abschluss von Stromlieferungsverträgen gestattet ist, sondern die Bewerbung aller möglichen Waren und Dienstleistungen, die hiermit irgendwie

damit im Zusammenhang stehen können. Ferner benachteiligt die Klausel die Verbraucher in unangemessener Art und Weise, da sie keine zeitliche Beschränkung enthält. Bei verbraucherfeindlichster Auslegung würde sie also selbst Werbeanrufe an einem Sonntagabend erfassen. Schließlich ist auch zu berücksichtigen, dass die Einwilligungsklausel keinerlei Befristung enthält, so dass bei verbraucherfeindlichster Auslegung auch ein Werbeanruf einige Jahre später noch erfasst wäre. Die Klausel ist daher unzulässig.

Beispiel: Sky Deutschland Fernsehen GmbH & Co. KG, 21.07.2012,

Die abgemahnte Klausel lautete: „Von (den AGB, von Sky, von Kabel Deutschland sowie der Widerrufsbelehrung und) der datenschutzrechtlichen Einwilligung habe ich Kenntnis genommen und bestätige dies mit Absendung dieses Formulars“, in Verbindung mit der vorformulierten Regelung: „Mit Abschluss Ihres Abonnementvertrages willigen sie ein, dass Sky Ihre angegebenen personenbezogenen Daten auch zu Marketingzwecken für eigene Produktangebote per Telefon, SMS, E-Mail und Post sowie zur Marktforschung nutzen darf.“

Im Urteil gegen den Pay-TV-Sender Sky Deutschland stellte das Oberlandesgericht München klar: Unternehmen dürfen Verbrauchern die Zustimmung zur Werbung am Telefon oder per SMS nicht zusammen mit anderen Erklärungen unterschieben.

Sky-Kunden, die im Internet ein Abonnement abschlossen, mussten zuvor durch Anklicken eines Kästchens bestätigen, dass sie die Geschäftsbedingungen, die Widerrufserklärung und eine "datenschutzrechtliche Einwilligungserklärung" zur Kenntnis genommen haben. Letztere enthielt die Zustimmung des Abonnenten zu Werbeanrufen und elektronischer Werbepost. Solche Einwilligungsklauseln sind im Paket mit anderen Erklärungen unzulässig, entschieden die Richter. Die Erklärung müsse sich ausschließlich auf die Werbung beziehen.

5. Vorgetäuschte Einwilligung

Im Fall einer gerichtlichen Auseinandersetzung obliegt die Darlegungs- und Beweislast für das Vorliegen einer Einwilligung bei dem werbetreibenden Unternehmen. Einige Unternehmen nehmen es nicht so genau mit der Dokumentations- und Nachweispflicht für Einwilligungen. Es kann daher gar nicht festgestellt werden, dass überhaupt eine Einwilligung vorgelegen hat und ob die Daten rechtmäßig erworben worden sind.

Beispiel: prima call GmbH, 09.08.2011, gerichtliche Einigung

Das abgemahnte Unternehmen war nicht in der Lage eine dokumentierte wirksame Einwilligung vorzulegen.

Wegen unerlaubter Telefonwerbung verhängte das Landgericht Berlin auf Antrag des vzbv ein Ordnungsgeld von 50.000 Euro gegen die prima call

GmbH. Das Telekommunikationsunternehmen hatte Verbraucher angerufen, die ihre Einwilligung angeblich im Rahmen eines Online-Gewinnspiels einer Direktmarketingfirma erteilt hatten. Doch vor Gericht konnte prima call nicht belegen, dass die Angerufenen überhaupt an dem Gewinnspiel teilgenommen haben. Zudem war die im Internet verwendete Einwilligungserklärung unwirksam. Aus ihr ging nicht hervor, für welche Produkte, Dienstleistungen oder Themen geworben werden sollte. Bei der Festlegung des Ordnungsgeldes berücksichtigten die Richter, dass die Firma schon mehrfach gegen eine gerichtliche Unterlassungsverfügung verstoßen hatte, die der vzbv bereits im Jahr 2004 erwirkt hatte.

6. Datenweitergabe an Partner und Sponsoren

Bei systematischem Adress- und Datenhandel streben Unternehmen nach einer möglichst weitgehenden Einwilligung der Verbraucher zur Datenweitergabe. Oft wird in den AGB festgelegt, dass auch Partnern und Sponsoren eine Einwilligung zur Datenverwendung gegeben wird. Nicht selten sind solche AGB nicht rechtmäßig. Bis dies aber festgestellt werden kann, werden Daten, die durch eine Einwilligung erlangt worden sind, womöglich unrechtmäßig weitergegeben. Problematisch ist dies insbesondere dann, wenn von der unrechtmäßigen Einwilligung mehrere Dutzend Unternehmen oder Organisationen erfasst werden, wodurch eine Einwilligung für den Verbraucher unüberschaubar und somit unwirksam wird.

Beispiel: IMR International Market Research LLC, 20.04.2011, Einstellung (Unzustellbar):

Die abgemahnte AGB-Klausel lautete: *„Der Teilnehmer erteilt IMR das Recht, sämtliche personenbezogene Daten, die für das Testen der Produkte notwendig sind, an die jeweiligen Unternehmen uneingeschränkt zu übermitteln.“*

Beispiel: EuMedien GmbH, 04.11.2010, außergerichtliche Einigung (Unterlassungserklärung):

Die abgemahnte AGB-Klausel lautete: *„Der Teilnehmer erteilt M+V das Recht, sämtliche personenbezogene Daten, die für das Testen der Produkte notwendig sind, an die jeweiligen Unternehmen uneingeschränkt zu übermitteln.“*

Laut Bundesdatenschutzgesetz ist der Verbraucher auf den vorgesehenen Zweck der Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung der Daten hinzuweisen. Die Formulierung der Klausel geht diesbezüglich zu weit. Denn aus der Klausel wird nicht klar, in welchem Umfang und zu welchem Zweck die Empfänger die Daten nutzen können. Die Hintergründe der uneingeschränkten Übermittlung bleiben völlig im Dunkeln. Die Formulierung lässt so ein Verständnis dahingehend zu, dass die Daten an Dritte weitergegeben werden, die sie ihrerseits zu Werbezwecken gegenüber den Teilnehmern verwenden. Da der Verbraucher die Einwilligung dazu erteilen soll, dass die Daten auch an Dritte

uneingeschränkt übermittelt werden dürfen, erlaubt die Klausel auch den Handel mit den persönlichen Daten.

Beispiel: GP Health Products B.V., 21.12.2011, außergerichtliche Einigung (Unterlassungserklärung):

Die abgemahnte AGB-Klausel lautete: *„Sie können den Gesundheits-Katalog GRATIS erhalten und werden regelmäßig über neue Gesundheits-Mittel oder Angebote informiert. Wir geben die Anschriften unserer Kunden nur an sorgfältig ausgewählte Unternehmen weiter, deren Produkte für Sie von Interesse sein könnten.“*

Laut Bundesdatenschutzgesetz dürfen Unternehmen die Daten der Kunden nur für die Erfüllung eigener Geschäftszwecke nutzen, oder wenn die zulässige Nutzung sonst erforderlich ist, oder die Daten öffentlich sind, oder wenn der Kunde ausdrücklich in eine andere Nutzung eingewilligt hat. Keiner dieser Zwecke ist bei einer Übermittlung der Daten nach eigenem Ermessen zur Werbung durch andere Unternehmen berührt. Mangels eines Erlaubnistatbestandes oder einer ausdrücklichen Einwilligung dürfen Daten von Kunden nicht zu Werbezwecken an andere Unternehmen weitergegeben werden. Die Klausel ist deshalb unwirksam. Zudem ist die Klausel weder klar noch verständlich. Die Klausel soll nämlich auch die Werbung durch andere Unternehmen oder für sonstige Vertragsabschlüsse ermöglichen, ohne dass für den Kunden klar wird, welche Unternehmen damit gemeint sein könnten und in welchem Umfang er Werbung erwarten kann. Damit wird ein für den Kunden nicht überschaubares Risiko geschaffen. Dies gilt auch, wenn der Kunde die Einwilligung jederzeit widerrufen kann, weil dadurch dem Beworbenen die Last zur Wiederherstellung der ungestörten Privatsphäre aufgebürdet wird.