

Update 2020: Werbeeinwilligungen nach DSGVO und UWG – Teil 1

Webinar am 15.05.2020



Kanzlei Dr. Bahr



DIGITAL HUNTER

Wer sind wir?



Rechtsanwalt Dr. Martin Bahr

- Rechtsanwalt seit 17 Jahren
- spezialisiert auf das Recht der Neuen Medien
- TÜV-zertifizierter Datenschutzbeauftragter
- <https://www.Dr-Bahr.com>



Claudia Rigon, BA

- Seit 2009 für die Digital Hunter Gruppe tätig
- Finanzen, Recht und Personal
- TÜV-zertifizierte Datenschutzbeauftragte
- <https://www.digitalhunter.biz>



Kanzlei Dr. Bahr



DIGITAL HUNTER

Sinn der heutigen Veranstaltung

- keine Basis-Veranstaltung
- setzt Grundwissen voraus, aber Sie müssen kein Jurist sein
- stellt aktuelle Rechtsprechung dar (die letzten 1 – 2 Jahre)
- nicht bloße rechtliche Betrachtung, sondern praxisbezogene Umsetzbarkeit
- Betrachtung: Rein aus Perspektive des Unternehmens



Gliederung

1. Auswirkungen der DSGVO auf den Bereich der Werbeeinwilligungen
2. Wichtige neue Urteile und Entwicklungen
3. Die Zukunft der Werbeeinwilligungen



Teil 1:

Auswirkungen der DSGVO auf den Bereich der Werbeeinwilligungen



1. Auswirkungen der DSGVO

Zur Erinnerung:



Datenschutzrechtliche Seite

= darf ich Adressen überhaupt erheben?

- in DSGVO / BDSG geregelt

Wettbewerbsrechtliche Seite

= darf ich erhobene Adressdaten
benutzen und Person kontaktieren?

- im UWG geregelt



Kanzlei Dr. Bahr



DIGITAL HUNTER

1. Auswirkungen DGSVO

- keine rechtlichen Neuerungen im Wettbewerbsrecht
- nur Neuerungen im Bereich Datenschutzrecht
- weit über 90% der Neuerungen schon vorher in Deutschland vorhanden
- Bedeutungszunahme des Datenschutzrechts aufgrund massiver Sanktionen



Teil 2:

Wichtige neue Urteile und Entwicklungen



2. Wichtige neue Urteile

hinreichende persönliche Reichweite
der Einwilligung

hinreichende sachliche Reichweite
der Einwilligung (Werbezweck)

□ *Ich willige ein, dass Firma A und die Sponsoren mich zu bestimmten Themen per Telefon und E-Mail kontaktieren dürfen.*

Wenn Sie keine Werbung möchten, streichen Sie bitte diese Zeilen einfach durch.

hinreichende sachliche Reichweite
der Einwilligung (Werbekanal)

Opt-In-Klausel notwendig



Ein Opt-In für alle Werbekanäle / hinreichende Bestimmtheit / Zeitdauer einer Einwilligung

(BGH, Urt. v. 01.02.2018 – Az.: III ZR 196/17)



2. Wichtige neue Urteile

- Klausel:

"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."



2. Wichtige neue Urteile

- **neu: Eine Checkbox für alle Werbekanäle ausreichend!**
- *„Unter Schutzzweckgesichtspunkten ist eine gesonderte Einwilligung für jeden Werbekanal ebenfalls nicht erforderlich. Dem Schutzzweck der Vorschrift wird eine getrennt von anderen Inhalten und Hinweisen abgegebene, allein auf die Einwilligung in Werbung gerichtete Erklärung gerecht, auch wenn sie sich auf alle Werbekanäle bezieht (...)“.*



2. Wichtige neue Urteile

- **neu: Unbefristete Zeitdauer einer Einwilligung!**
- *„Eine zeitliche Begrenzung einer einmal erteilten Einwilligung sieht weder die Richtlinie 2002/58/EG noch § 7 UWG vor. Hieraus ergibt sich, dass diese - ebenso wie eine Einwilligung nach § 183 BGB - grundsätzlich nicht allein durch Zeitablauf erlischt.“*



2. Wichtige neue Urteile

- **neu: Hinreichende Bestimmtheit bei „individuelle Kundenberatung“!**
- *„(...) ist der Gegenstand der Beratung für die Zeit nach Vertragsbeendigung durch die Verwendung des Begriffes "individuelle Kundenberatung" nicht unklar. Die drei Sätze der Klausel bilden - auch aus Sicht des verständigen Verbrauchers ohne weiteres erkennbar- eine inhaltliche Einheit und konkretisieren gemeinsam den Inhalt und zeitlichen Umfang der Einwilligung.“*



2. Wichtige neue Urteile

Unsere Bewertung:

- keine wilden Checkbox-Orgien mehr (Werbekanal)
- endlich Rechtssicherheit bei Zeitdauer einer Einwilligung
- hinreichende Verallgemeinerungsfähigkeit des Urteils zweifelhaft, aber Potential zur Verteidigung (Bestimmtheit)



Keine Werbung in eigentlich berechtigten E-Mails (Service-Mails)

(BGH, Urt. v. 10.07.2018 – Az.: VI ZR 225/17)



2. Wichtige neue Urteile

- Satz in E-Mail bei Amazon-Kauf:

„Sehr geehrte Damen und Herren, anbei erhalten Sie Ihre Rechnung im PDF-Format. Vielen Dank, dass Sie den Artikel bei uns gekauft haben. Wir sind ein junges Unternehmen und deshalb auf gute Bewertungen angewiesen. Deshalb bitten wir Sie darum, wenn Sie mit unserem Service zufrieden waren, uns für Ihren Einkauf eine 5-Sterne Beurteilung zu geben. Sollte es an dem gelieferten Artikel oder unserem Service etwas auszusetzen geben, würden wir Sie herzlich darum bitten, uns zu kontaktieren. Dann können wir uns des Problems annehmen.

Zur Bewertung: über folgenden Link einfach einloggen und eine positive 5-Sterne Beurteilung abgeben (...)“



2. Wichtige neue Urteile

- **neu: Jede Werbung auch in berechtigten E-Mails verboten!**
- *„Eine Kundenzufriedenheitsbefragung in einer E-Mail fällt auch dann unter den Begriff der (Direkt-)Werbung, wenn mit der E-Mail die Übersendung einer Rechnung für ein zuvor gekauftes Produkt erfolgt.“*



2. Wichtige neue Urteile

Unsere Bewertung:

- gilt für alle Arten von Service-E-Mails
- gilt für alle Formen von Werbung (z.B. neue App oder neue Angebote)
- Werbung überall in E-Mail verboten (z.B. Footer oder Grafiken)



Keine Werbung bei Telefon-Anrufen (Service-Calls)

(OLG Düsseldorf, Urt. v. 19.09.2019 – Az.: 15 U 37/19)



Kanzlei Dr. Bahr



DIGITAL HUNTER

2. Wichtige neue Urteile

- Makler rief Vertragskunden mehrfach telefonisch an
- verteidigte sich vor Gericht damit, dass es sich lediglich um Service-Calls handle und keine Werbung vorliege



2. Wichtige neue Urteile

- **(alt, aber wichtig): Service-Telefon-Anrufe sind Werbung!**
- *„Dazu genügt es, wenn im Rahmen eines bestehenden Vertragsverhältnisses die Fortsetzung oder Erweiterung der Vertragsbeziehung angestrebt wird.“*



2. Wichtige neue Urteile

Unsere Bewertung:

- gaaaaaaaaaaaaanz weiter Begriff der Werbung
- legale (Outbound-) Service-Calls im Telefon-Bereich praktisch nicht gegeben



Hinreichende Bestimmtheit / Anzahl Co-Sponsoren / Transparenz / Freiwilligkeit

(OLG Frankfurt a.M., Urt. v. 27.06.2019 – Az.: 6 U 6/19)



2. Wichtige neue Urteile

- Energie-Unternehmen rief Verbraucher an
- Einwilligungs-Klausel enthielt u.a. Formulierungen:
 - „*Strom & Gas*“
 - „*Marketing und Werbung*“
- acht Co-Sponsoren auf Liste



2. Wichtige neue Urteile

- **neu: Klausel „Strom & Gas“** hinreichend sachlich bestimmt!
- *„...ist die Angabe in der Einwilligungserklärung zum Unternehmen der Antragsgegnerin („Strom & Gas“) allerdings nicht zu beanstanden“*



2. Wichtige neue Urteile

- **neu: Klausel „Marketing & Werbung“ nicht hinreichend sachlich bestimmt!**
- *„...nicht erkennen lässt, für welche Art von Produkten die Einwilligung in die Werbung erteilt wurde.“*



2. Wichtige neue Urteile

- **neu: Wirksame Einwilligung wird nicht infiziert durch unwirksame!**
- *„...Dies berührt die Wirksamkeit der sachlich hinreichend konkretisierten Einwilligung zugunsten der Antragsgegnerin jedoch nicht. Insofern hat die fehlende Erkennbarkeit für ein Unternehmen nicht zur Frage, dass die gesamte Zustimmungserklärung „infiziert“ ist und auch hinsichtlich der übrigen Unternehmen unwirksam ist.“*



2. Wichtige neue Urteile

- **neu: Acht Co-Sponsoren auf Liste sind in Ordnung!**
- *„An der erforderlichen Klarheit kann es fehlen, wenn bereits die Anzahl der Unternehmen, zu deren Gunsten eine Werbeeinwilligung erteilt werden soll, so groß ist, dass sich der Verbraucher realistischer Weise nicht mit all diesen Unternehmen (...) befassen wird (...). Davon kann hier jedoch angesichts der acht in der Einwilligungserklärung aufgeführten Unternehmen noch nicht die Rede sein.“*



2. Wichtige neue Urteile

- **neu: Kopplung in Werbeeinwilligungen DSGVO-konform und erlaubt!**
- *„Einer Freiwilligkeit steht nach der Rechtsprechung des Senats (...) nicht entgegen, dass die Einwilligungserklärung mit der Teilnahme an einem Gewinnspiel verknüpft ist. Der Verbraucher kann und muss selbst entscheiden, ob ihm die Teilnahme die Preisgabe seiner Daten „wert“ ist.“*



2. Wichtige neue Urteile

Unsere Bewertung:

- echte Knaller-Entscheidung
- für Werbetreibende viele positive Aussagen für Verteidigung vor Gericht



Umfangreiche Speicherung von allgemein zugänglichen B2B-Daten

(VG Warschau, Urt. v. 11.12.2019 – Az.: II SA / Wa 1030/19)



Kanzlei Dr. Bahr



DIGITAL HUNTER

seite

31

2. Wichtige neue Urteile

- *Bisnode Polska* speicherte ca. 6 Mio. B2B-Datensätze aus allgemein zugänglichen Quellen (u.a. Zentralregister, CEiDG)
- *Bisnode* informierte nicht alle Betroffene, sondern nur ca. 700.000 Personen, da von diesen E-Mail-Adresse vorlag
- keine Information per Briefpost oder Telefon, da nach Meinung von *Bisnode* unverhältnismäßig (zu hohe Kosten), nur Veröffentlichung auf eigener Webseite



2. Wichtige neue Urteile

- Polnische Datenschutzbehörde: Benachrichtigungspflicht aus Art. 14 DSGVO verletzt
- Polnische Datenschutzbehörde: Im Zweifelsfall verpflichtet, Benachrichtigung per postalischem Einschreiben durchzuführen:

"In the opinion of the UODO's President, the provisions do not impose an obligation on the controller to send such correspondence by registered mail, which was raised by the company as an excuse for not fulfilling an expensive obligation."



2. Wichtige neue Urteile

- **Entscheidung der Datenschutzbehörde wurde aus formalen Gründen aufgehoben**
- **Inhaltlich bestätigt Gericht aber DSGVO-Verstoß: Pflicht zur Benachrichtigung aus Art. 14 DSGVO**



2. Wichtige neue Urteile

Unsere Bewertung:

- Abwarten, Verfahren dauert an, ist nicht rechtskräftig
- Entscheidung überzeugt in keiner Weise



Veröffentlichungen der Datenschutzkonferenz (DSK)



Kanzlei Dr. Bahr



DIGITAL HUNTER

2. Wichtige neue Urteile

- DSK Kurzpapier Nr. 20: „Einwilligung nach der DSGVO“ (22.02.2019)
- inhaltlich wenig Neues, nur in Details
- zwei Punkte sind aber neu



2. Wichtige neue Urteile

- **neu:** Bei unwirksamer Einwilligung angeblich (!) kein Rückgriff auf andere DSGVO-Normen

- DSK erklärt:

„Die Datenverarbeitung in diesem Fall auf eine andere Rechtsgrundlage zu stützen, beispielsweise die Wahrung berechtigter Interessen des Verantwortlichen oder eines Dritten (Art. 6 Abs. 1 lit. f DS-GVO), ist grundsätzlich unzulässig, denn der Verantwortliche muss die Grundsätze der Fairness und Transparenz (Art. 5 Abs. 1 lit. a DS-GVO) beachten.

Jedenfalls ist ein willkürliches Wechseln zwischen Einwilligung und anderen Rechtsgrundlagen nicht möglich.“



2. Wichtige neue Urteile

- **neu:** Konkrete Kriterien für Fortgeltung alter Einwilligungen
- **ErwG 171:** Alte, vor der DSGVO erteilte Einwilligungen gelten fort, wenn die „*Art der bereits erteilten Einwilligung den Bedingungen der DSGVO entspricht*“
- DSK benennt konkrete Kriterien:
 - Nachweispflicht
 - Freiwilligkeit
 - ausdrückliche Erklärung
 - Möglichkeit des Widerrufs
 - Einwilligung bei Kindern muss DSGVO entsprechen



2. Wichtige neue Urteile

Unsere Bewertung:

- bloße Ansicht der DSK, keine rechtsverbindliche Erklärung
- inhaltlich wenig überzeugend
- Gerichte werden das letzte Wort haben



Update 2020: Werbeeinwilligungen nach DSGVO und UWG – Teil 2

Webinar am 19.05.2020



Kanzlei Dr. Bahr



DIGITAL HUNTER

Fragen aus dem Chat Webinar Teil 1

- Problem: DOI
- Chat: *„Wenn ein Endkunde online einen Vertrag anfordert (Beispiel Kreditkarten), diesen aber nicht final einreicht, kann ich via eMail (trotz-dessen das es noch keinen Vertrag gibt), den Endkunden anschreiben und an die Einsendung der Unterlagen erinnern?“ (Jan-Philip Z.)*
- Unsere Anmerkung:
 - wenn Adresse DOI-verifiziert → kein Problem
 - wenn Adresse nicht DOI-verifiziert → Spam



Fragen aus dem Chat Webinar Teil 1

- Problem: DOI
- Chat: *„Zur zeitlich unbegrenzten Dauer der Einwilligung: Ist es möglich, den DOI-Prozess 2 Jahre nach dem Single-Opt-in abzuschließen? (Kunde hat sich in Newsletterformular eingetragen, aber keine Bestätigungsmail erhalten, dies wird nach 2 Jahren nachgeholt. Ein Newsletterversand war nie erfolgt. Ist dies zulässig?) “ (S.S.)*
- Unsere Anmerkung:
 - unmöglich, da Daten bereits nach DSGVO hätten gelöscht werden müssen
 - nein, auch rechtlich nicht möglich, da keine ausdrückliche Willenshandlung mehr



Fragen aus dem Chat Webinar Teil 1

- Problem: Zeitdauer einer Einwilligung
- Chat: *„War es nicht nach einem Papier der DSK so, dass eine erteilte Einwilligung ihre Gültigkeit regl. nach 17 Monaten verliert, wenn keine Werbung versendet wurde?“
(Juliane N.)*
- Unsere Anmerkung:
 - nein, DSK-Paper bezog sich nur auf obsoletes LG München I-Urteil



Fragen aus dem Chat Webinar Teil 1

- Problem: Zeitdauer einer Einwilligung
- Chat: *„Der EDSA weist allerdings in seiner Leitlinie zur Einwilligung darauf hin, dass die Einwilligungen nach der DSGVO nicht zeitlich unbefristet gelten können. Steht das im Widerspruch zum Urteil des BGH zur Einwilligung gemäß 7 UWG?“ (Mikhail Z.)*
- Unsere Anmerkung:
Passage aus Art. 29-WP259, S. 21:
„There is no specific time limit in the GDPR for how long consent will last. How long consent lasts will depend on the context, the scope of the original consent and the expectations of the data subject. If the processing operations change or evolve considerably then the original consent is no longer valid. If this is the case, then new consent needs to be obtained.“



Fragen aus dem Chat Webinar Teil 1

- Problem: DOI
- Chat: „Muss der Einwilligungstext, zu jeder Einwilligung gespeichert werden? “ (Holger P.)
- Unsere Anmerkung:
 - ja, verpflichtend nach DSGVO und TMG



Fragen aus dem Chat Webinar Teil 1

- Problem: DOI
- Chat: *„Hallo, wie sieht es aus, wenn ich ein CRM-Software-Buch anbiete (online herunterladen) und dazu Daten erhebe um diese danach für Werbung zu nutzen, die auch die gleiche Software betrifft? Es wird behauptet, dass derjenigen der kostenfrei das Buch bekommt, mir seine Daten zahlt und diese auch genutzt werden dürfen.“ (Ivelina P.)*
- Unsere Anmerkung:
 - wenn keine ausdrückliche Checkbox + DOI → Spam



Fragen aus dem Chat Webinar Teil 1

- Problem: Werbung in E-Mails
- Chat:
 - „Wie ist es mit einem Banner "Besuchen Sie uns auf der Messe" im Footer? Zählt das als Werbung? “ (Ulrike S.)
 - „Wie ist es mit einem Produkthinweis in einer Mail-Signatur? Ist das auch Werbung?“ (Milan. N)
- Unsere Anmerkung:
 - ja, auch Werbung



Fragen aus dem Chat Webinar Teil 1

- Problem: Co-Sponsoring
- Chat: *„Müssen die Sponsoren namentlich aufgelistet werden? Die Leadgenerierer haben oft eine Klausel "und unsere Kooperationspartner, z.B. Versicherungsexperten“ (Jana L.)*
- Unsere Anmerkung:
 - alle Sponsoren müssen namentlich (Firmierung + Adresse) genannt werden
 - Verlinkung auf Unterseite ausreichend (h.M.)



Fragen aus dem Chat Webinar Teil 1

- Problem: Kann auf eine DSGVO-Norm zurückgegriffen werden, wenn Einwilligung unwirksam bzw. zurückgenommen wird?
- Chat: „VG Mainz 1 K 467/19.Mz sagt, die TB in Art. 6 sind gleichwertig und gelten nebeneinander“ (Christof K.)
- Unsere Anmerkung:
 - ging um Abtretung von Inkasso-Daten
 - ging nicht um Einwilligung, sondern um Vertrag und berechnigte Interessen
 - keine Unwirksamkeit einer der beiden DSGVO-Rechtfertigungsgründe



Fragen aus dem Chat Webinar Teil 1

- Problem: Kann auf eine DSGVO-Norm zurückgegriffen werden, wenn Einwilligung unwirksam bzw. zurückgenommen wird?
- Chat: *„Der Betroffene kann davon ausgehen, wenn er seine Einwilligung zurückzieht, dass dann eine Verarbeitung unterbleibt. Wenn dann der Verantwortliche "plötzlich" auf eine andere Rechtsgrundlage ausweicht, kann das meiner Meinung nach nicht im Sinne des Gesetzes sein.“ (O.A.)*
- Unsere Anmerkung:
 - uE. möglich, da DSGVO-Rechtfertigungsgründe gleichberechtigt
 - problematisch nur: Wie sollen Informationspflichten nach Art. 14 DSGVO erfüllt werden?



Speicherung von allgemein zugänglichen B2B-Daten

(OVG Saarland, Beschl. v. 10.09.2019 – Az.: 2 A 174/18)



Kanzlei Dr. Bahr



DIGITAL HUNTER

2. Wichtige neue Urteile

- Unternehmen rief Firmen an und speicherte die allgemein zugänglichen Daten dieser Firmen
- Datenschutzbehörde sah DSGVO-Verstoß



2. Wichtige neue Urteile

- **neu: Da keine wirksame Einwilligung in Telefonmarketing vorlag:**
 - kein ausreichender Speicherungszweck
 - DGSVO-Verstoß (+)



2. Wichtige neue Urteile

Unsere Bewertung:

- hier ging es nur um den Speicherungszweck „Telefonmarketing“
- Speicherung von allg. zugängl. Daten hingegen grundsätzlich weiterhin erlaubt (z.B. Briefwerbung)



Einwilligung in Cookies

(EuGH, Urt. v. 01.10.2019 – Az.:C-673/17)



Kanzlei Dr. Bahr



DIGITAL HUNTER

2. Wichtige neue Urteile

- Klausel:

"[X] Ich bin einverstanden, dass der Webanalyzedienst Remintrex bei mir eingesetzt wird. Das hat zur Folge, dass der Gewinnspielveranstalter (...) nach Registrierung für das Gewinnspiel Cookies setzt, welches Planet49 eine Auswertung meines Surf- und Nutzungsverhaltens auf Websites von Werbepartnern und damit interessengerichtete Werbung durch Remintrex ermöglicht. (...)."



2. Wichtige neue Urteile

- (alt, aber wichtig): Verarbeitung personenbezogener Daten benötigt Einwilligung
- neu: Auch bei nicht personenbezogene Daten Einwilligung notwendig?



2. Wichtige neue Urteile

Unsere Bewertung:

- Äußerung EDSA v. 04.05.2020:
- https://edpb.europa.eu/sites/edpb/files/files/file1/edpb_guidelines_202005_consent_en.pdf

2. Wichtige neue Urteile

Unsere Bewertung:

- fatale Entwicklung, da E-Privacy-VO noch immer nicht in Kraft
- Abgrenzung zu Service-Handlungen unklar
- bei konsequenter Umsetzung praktisch 80% des Internets rechtswidrig
- weitere Entwicklung abwarten (BGH-Entscheidung im Mai)



Kopplungsverbot: Ja oder Nein?



Kanzlei Dr. Bahr



DIGITAL HUNTER

2. Neue Urteile: Kopplungsverbot

OGH, Urt. v. 31.08.2018 – Az.: 60b 140/18

- Einwilligungs-Kopplung mit kostenpflichtigem Angebot
- im Zweifel Kopplung verboten:

„Bei der Koppelung der Einwilligung zu einer Verarbeitung vertragsunabhängiger personenbezogener Daten mit einem Vertragsschluss ist grundsätzlich davon auszugehen, dass die Erteilung der Einwilligung nicht freiwillig erfolgt, wenn nicht im Einzelfall besondere Umstände für eine Freiwilligkeit (...) sprechen (...).“

- keine Aussage zu Einwilligungs-Kopplung bei kostenlosen Angeboten (z.B. Gewinnspiel)



2. Neue Urteile: Kopplungsverbot

OLG Frankfurt a.M, Urt. v. 27.06.2019 – Az.: 6 U 6/19

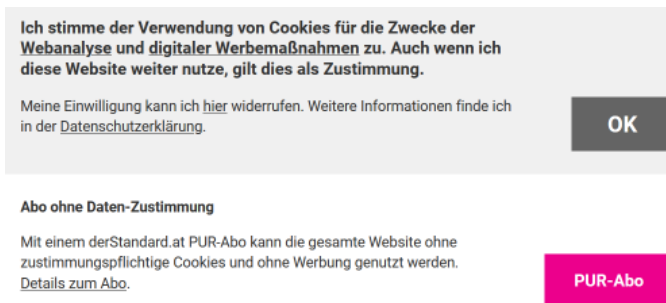
- Einwilligungs-Kopplung bei kostenlosem Angebot DSGVO-konform
- *„Einer Freiwilligkeit steht nach der Rechtsprechung des Senats (...) nicht entgegen, dass die Einwilligungserklärung mit der Teilnahme an einem Gewinnspiel verknüpft ist. Der Verbraucher kann und muss selbst entscheiden, ob ihm die Teilnahme die Preisgabe seiner Daten „wert“ ist.“*



2. Neue Urteile: Kopplungsverbot

Datenschutzbehörde Österreich (Beschl. v. 30.11.2018 – Az.: DSB-D122.931/0003-DSB/2018).

- Österreichisches Online-Portal „Der Standard“:



Ich stimme der Verwendung von Cookies für die Zwecke der Webanalyse und digitaler Werbemaßnahmen zu. Auch wenn ich diese Website weiter nutze, gilt dies als Zustimmung.

Meine Einwilligung kann ich [hier](#) widerrufen. Weitere Informationen finde ich in der [Datenschutzerklärung](#).

OK

Abo ohne Daten-Zustimmung

Mit einem derStandard.at PUR-Abo kann die gesamte Website ohne zustimmungspflichtige Cookies und ohne Werbung genutzt werden. [Details zum Abo.](#)

PUR-Abo

- kein Verstoß gegen Kopplung, da User eine (kostenpflichtigen) Alternative hat



2. Neue Urteile: Kopplungsverbot

Datenschutzbehörde Niederlande (allg. Stellungnahme)

- Stellungnahme zur Einwilligung von Cookies
- Kopplung erlaubt, solange kostenlose oder kostenpflichtige Variante ohne Tracking
- somit auf einer Linie mit Österreichischen Datenschutzbehörde



DSGVO-Schadensersatz bei unerlaubten Werbemaßnahmen?



2. Neue Urteile: DSGVO-Sanktionen

Schadensersatz des Betroffenen für unerlaubte Werbemaßnahmen

- **Beweislast** (OGH, Ur. v. 27.11.2019 – Az.: 6 Ob 217/19h)
 - DSGVO-Vermutung nur für Verschulden
 - Kausalitätszusammenhang und Schadensnachweis muss Anspruchsteller nachweisen
- **Kein oder nur geringer Schadensersatz**
 - OLG Innsbruck (Ur. v. 13.02.2020 – Az.: 1 R 182/19h): Schadensersatz komplett verneint
 - AG Diez (Ur. v. 07.11.2018 – Az.: 8 C 130/18): Max. 50,- EUR für unerlaubte E-Mail-Werbung



Teil 3:

Die Zukunft der Werbeeinwilligungen



Wir freuen uns über Feedback

Lob, Kritik, Anregungen gerne an:

Webinar@Dr-Bahr.com



Kanzlei Dr. Bahr



DIGITAL HUNTER

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Kanzlei Dr. Bahr



DIGITAL HUNTER