

Kinder gebt mir eure Daten

Personenbezogene Daten zu Werbezwecken zu sammeln ist für viele Unternehmen ein wichtiger Teil ihrer Werbestrategie. Aber darf man dies auch bei Kindern und Jugendlichen z.B. mittels eines Gewinnspiels oder ist dies wettbewerbswidrig? Der Bundesgerichtshof hat hierzu eine klare Meinung.

Eine gesetzliche Krankenkasse warb bei der Nordjob-Messe (einer Ausbildungsmesse die sich an Schüler richtete) mit einem Gewinnspiel. Auf der Teilnahmekarte sollten die Kinder und Jugendlichen persönliche Daten wie Name, Geburtsdatum, Adresse, Telefonnummer und E-Mail Adresse angeben.

Unter diesen Angaben fand sich der Hinweis:

"Die Angaben sind freiwillig. Die Daten werden nicht an Dritte weitergegeben."

Darunter befand sich eine Einwilligungserklärung mit folgendem Text:

"Ich bin damit einverstanden, dass die ... meine Daten (bzw. die Daten meiner Tochter/meines Sohnes) speichert und nutzt, um mich telefonisch, schriftlich, per E-Mail oder per SMS über die Vorteile einer ... Mitgliedschaft und neue Angebote der ... zu informieren und zu beraten."

Diese Einwilligung kann ich jederzeit mit Wirkung für die Zukunft bei der ... widerrufen. Meine Daten werden dann gelöscht."

Bei unter 15-jährigen sollten die Erziehungsberechtigten unterschreiben.

Die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen sah hierin eine wettbewerbswidrige Ausnutzung der geschäftlichen Unerfahrenheit Minderjähriger.

Entscheidung des Gerichts

Der BGH ([Urteil vom 22.01.2014 - Az. I ZR 218/12](#)) beurteilte die Werbeaktion der Krankenkasse als unlauter.

Die Karlsruher Richter gehen davon aus, dass nicht davon ausgegangen werden könne, dass Minderjährige ab dem 15. Lebensjahr die nötige Reife hätten, die Tragweite einer Einwilligungserklärung zur Verwendung ihrer persönlichen Daten zu Werbezwecken hätten. Daher ist das Gewinnspiel, welches sich gezielt an Kinder und Jugendliche richtet, als wettbewerbswidrig einzustufen.

Die Krankenkasse könne sich auch nicht auf datenschutzrechtliche Vorschriften berufen, die ihr die Datenerhebung erlauben würde. Denn diese stellen darauf ab, dass die Datenerhebung im



Zusammenhang mit einem Vertrag mit dem Betroffenen erfolgt, was vorliegend nicht der Fall sei. Auch die erteilte Einwilligung ändert hieran nichts, da es in dem Verfahren darum geht, ob die Einwilligung durch Ausnutzung der geschäftlichen Unerfahrenheit von Kindern und Jugendlichen erlangt wurde.

Fazit

Daten zu Werbezwecken von Minderjährigen zu sammeln dürfte nach dieser Entscheidung noch schwieriger werden. Denn auch wenn sich die Entscheidung auf das konkrete Gewinnspiel bezieht, ist die Feststellung, dass Jugendliche im Alter zwischen 15 und 17 noch nicht die nötige Reife besitzen, die Tragweite einer solchen Einwilligung zu begreifen, so dürfte dies weitreichende Konsequenzen für andere Angebote haben. Insbesondere im Bereich Social Media, wo die Sammlung von Daten zu Werbezwecken häufig zum Geschäftsmodell gehört, wird man sich fragen müssen ob dort nicht das Gleiche gilt.