OLG München, Urteil v. 23.04.2026 – 29 U 599/24 e

Titel:

Verstoß gegen Koppelungsverbot bei erzwungener Einwilligung in Erhalt von Newslettern bei Online-Shop

Normenketten:

DS-GVO Art. 4 Nr. 11, Art. 5, Art. 6 Abs. 1 UAbs. lit a, Art. 7 Abs. 4
UWG § 3a

Leitsätze:

1. Die Kopplung der Anmeldung zu einem Online-Shop an die Einwilligung in den Erhalt von Newslettern verstößt gegen das Koppelungsverbot des Art. 7 Abs. 4 DS-GVO, wenn keine echte Wahlmöglichkeit für die betroffene Person besteht. (Rn. 34 – 36) (redaktioneller Leitsatz)
2. Art. 6 Abs. 1 lit. a, Art. 4 Nr. 11, 7 Abs. 4 DS-GVO sind Marktverhaltensregelungen im Sinne des § 3a UWG, deren Verletzung die Interessen von Verbrauchern spürbar beeinträchtigen kann. (Rn. 47 und 51) (redaktioneller Leitsatz)

Schlagworte:

Double Opt-In, Kopplungsverbot, Newsletter-Zustimmung, Shoppingclub-Mitgliedschaft, Marktverhaltensregelung, Verbraucherrechte

Vorinstanz:

LG München I, Urteil vom 19.01.2024 – 37 O 4402/23

Rechtsmittelinstanz:

BGH vom -- – I ZR 427/26

Fundstellen:

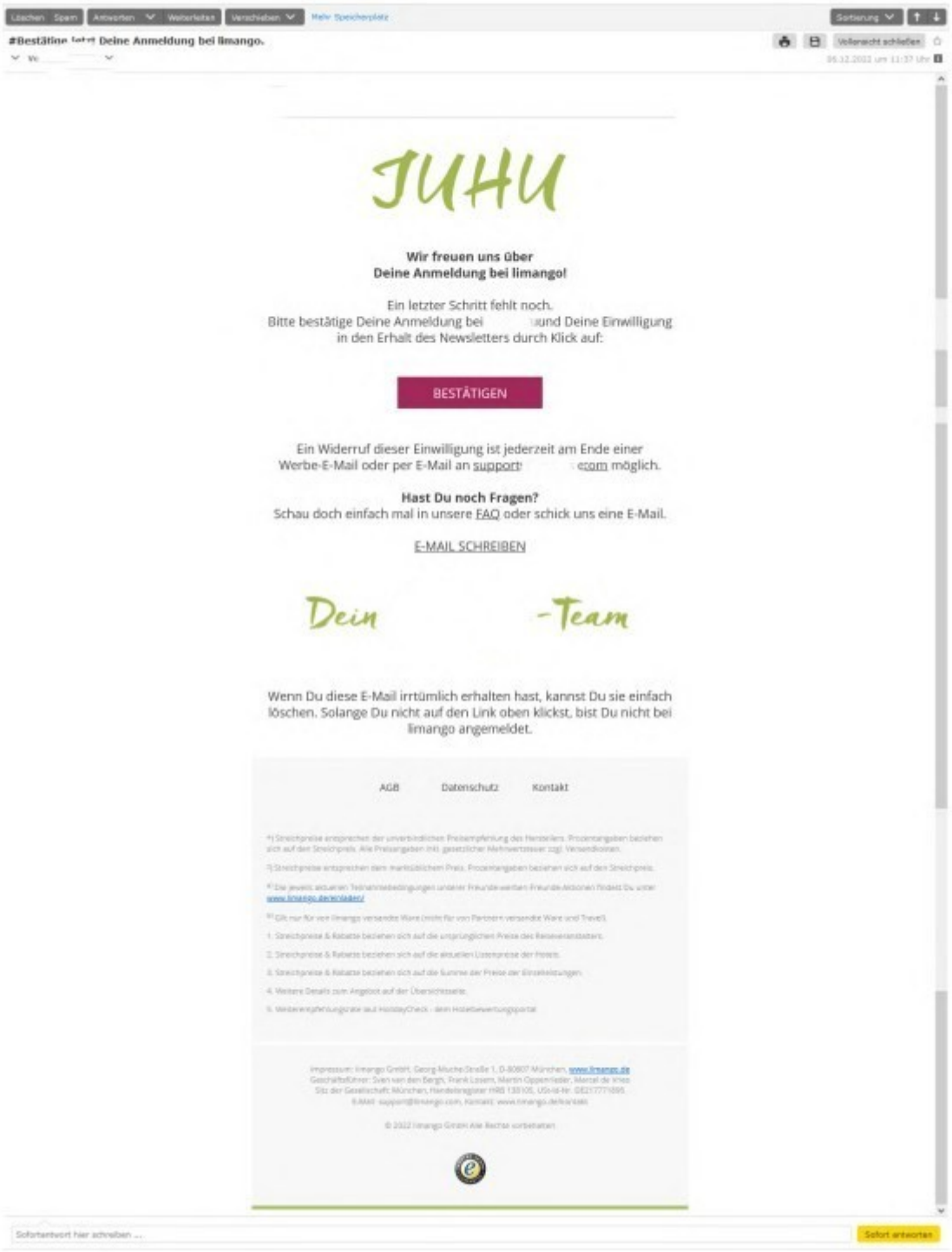
ZD 2026, 838
GRUR-RR 2026, 389
LSK 2026, 19321

Tenor

I. Auf die Berufung des Klägers wird das Urteil des Landgerichts München I vom 19.01.2024 (Az.: 37 O 4402/23), abgeändert und wie folgt neu gefasst:

1. Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, die Ordnungshaft zu vollziehen an ihren gesetzlichen Vertretern, zu unterlassen, im Rahmen geschäftlicher Handlungen im Zusammenhang mit der Applikation „I. – Online-Shop“

die Einwilligung in den Erhalt des Newsletters durch Anklicken eines zum Zwecke der Bestätigung der Anmeldung eines Kundenkontos per E-Mail versendeten Links einzuholen oder einholen zu lassen, wenn dies geschieht wie in Anlage K 4 dargestellt und im Folgenden wiedergegeben:



2. Die Beklagte trägt die Kosten des Rechtsstreits erster Instanz.

II. Die Beklagte trägt die Kosten des Berufungsverfahrens.

III. Dieses Urteil und das Urteil des Landgerichts in obiger Fassung sind vorläufig vollstreckbar.

Entscheidungsgründe

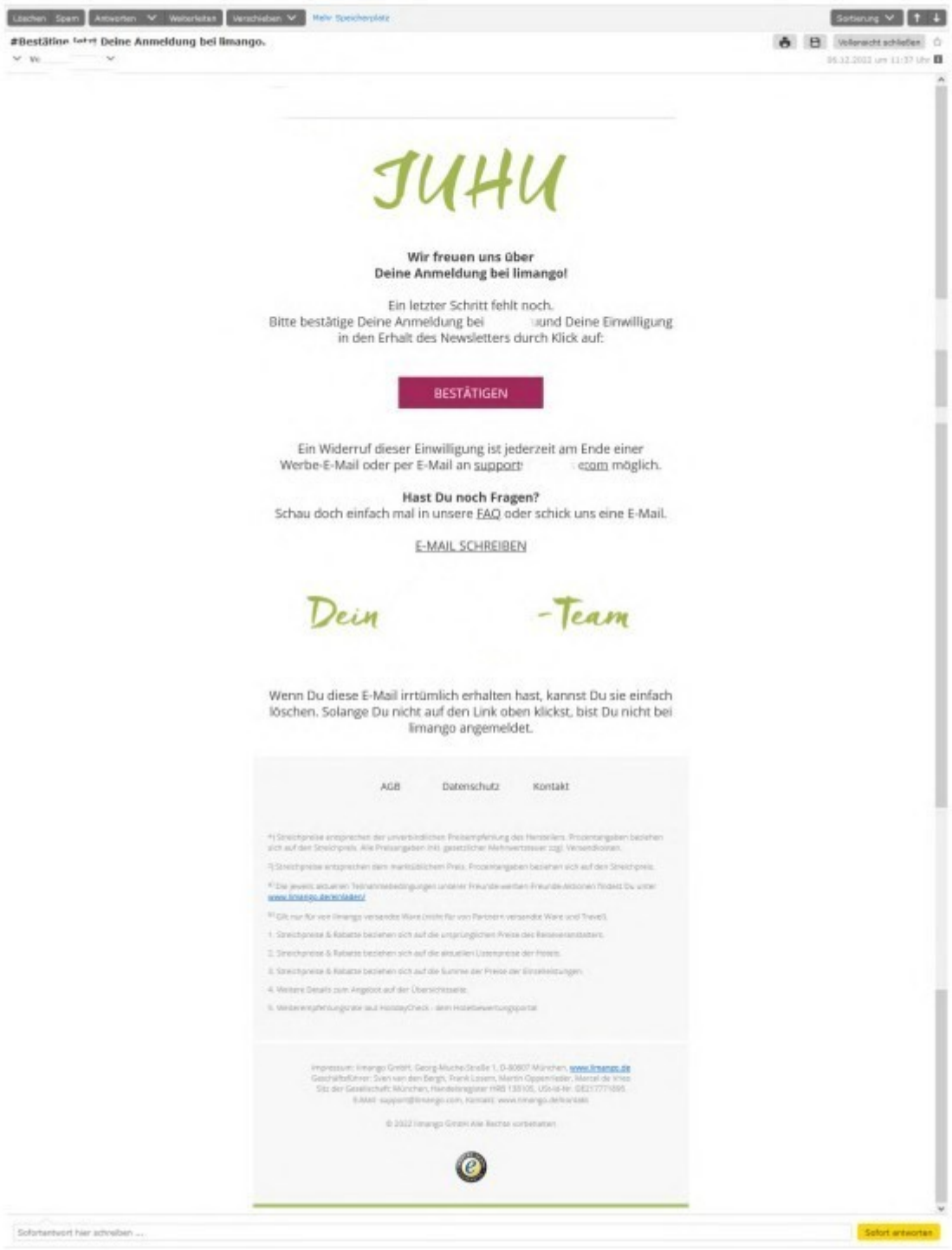
A.

1
Die Parteien streiten um wettbewerbsrechtliche Unterlassungsansprüche sowie Unterlassungsansprüche nach dem UKlaG.

2

Der Kläger ist Dachverband von Verbraucherzentralen und weiteren verbraucher- und sozialorientierten Organisationen in Deutschland und als solcher in die Liste qualifizierter Verbraucherverbände gemäß § 4 UKlaG eingetragen. Die Beklagte vertreibt über den ...-Onlineshop reduzierte Markenartikel.

3
Nach Registrierung auf der Internetseite bzw. der App der Beklagten erhalten die Nutzer folgende E-Mail (Anlage K 4):



4
Darin heißt es auszugsweise (Hervorhebung im Original): „Wir freuen uns über Deine Anmeldung bei ...! Ein letzter Schritt fehlt noch. Bitte bestätige Deine Anmeldung bei ... und Deine Einwilligung in den Erhalt des Newsletters durch Klick auf: BESTÄTIGEN. Ein Widerruf dieser Einwilligung ist jederzeit am Ende einer Werbe-E-Mail oder per E-Mail an […] möglich.“

5

Mit Schreiben vom 13.01.2023 (Anlage K5) mahnte der Kläger die Beklagte ab und forderte sie zur Abgabe einer Unterlassungserklärung auf.

6
Mit Schriftsatz vom 11.08.2023 (Bl. 31/38 d. LG-A) gab die Beklagte unter anderem folgende Unterlassungserklärung ab:

Die GmbH verpflichtet sich hiermit gegenüber dem Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände (vzbv), es bei Meidung einer für den Fall der schuldhaften Zuwiderhandlung nach billigem Ermessen vom vzbv angemessen im Sinn von § 315 BGB festzusetzenden, im Streitfalle vom zuständigen Gericht zu überprüfenden Vertragsstrafe, es für die Zukunft zu unterlassen,

im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs, in ihrer App eine Einwilligung in die Nutzung der E-Mail-Adresse zum Zweck der Versendung des E-Mail-Newsletters der GmbH alleinig durch die Eintragung der E-Mail-Adresse in die Anmeldemaske in Kombination mit den zu diesem Zeitpunkt gültigen Datenschutzbestimmungen einzuholen, ohne dass in der Anmeldemaske ein Hinweis zur Einwilligung,

der z. B. inhaltlich sowie graphisch wie folgt gestaltet sein kann:



wiedergegeben ist.

7
Der Kläger ist der Auffassung, er habe wegen der Kopplung der Anmeldung an die gleichzeitige Einwilligung in den Erhalt des Newsletters einen Unterlassungsanspruch gemäß §§ 3, 3a UWG i. V.m. Art. 5, Art. 6 Abs. 1 lit. a), Art. 4 Nr. 11 DS-GVO, § 2 Abs. 1 Satz 1, Abs. 2 Nr. 11 UKlaG i. V.m. Art. 5, Art. 6 Abs. 1 lit. a), Art. 4 Nr. 11 DS-GVO, § 8 Abs. 1 UWG i.V.m. §§ 3, 7 Abs. 1 Satz 1, Abs. 2 Nr. 2 UWG, Art. 4 Nr. 11 DS-GVO sowie gemäß §§ 8 Abs. 1, §§ 3, 4a UWG.

8
Er meint, die Einwilligung in die Datenverarbeitung sei nicht freiwillig im Sinne von Art. 4 Nr. 11 DS-GVO. Durch die Verknüpfung mit der Anmeldung hätten die Nutzer keine echte Wahlmöglichkeit, sich gegen den Erhalt des Newsletters zu entscheiden. Die Koppelung sei auch nicht mit Rücksicht auf das Geschäftskonzept der Beklagten erforderlich.

9
Der Kläger hat erstinstanzlich zuletzt beantragt,

Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, die

Ordnungshaft zu vollziehen an ihren gesetzlichen Vertretern, zu unterlassen, im Rahmen geschäftlicher Handlungen im Zusammenhang mit der Applikation „I.– Online-Shop“

die Einwilligung in den Erhalt des Newsletters durch Anklicken eines zum Zwecke der Bestätigung der Anmeldung eines Kundenkontos per E-Mail versendeten Links einzuholen oder einholen zu lassen, wenn dies geschieht wie in Anlage K4 dargestellt.

10
Die Beklagte hat erstinstanzlich beantragt,

Klageabweisung.

11
Die Beklagte wendet ein, durch die E-Mail (Anlage K 4) werde keine Einwilligung zum Erhalt eines Newsletters erteilt, sondern vielmehr die Einwilligung bestätigt, die zuvor mit der Registrierung gemeinsam erfolgt sei. Die Kopplung der Einwilligung mit dem Erhalt eines Newsletters sei im Übrigen zulässig, da sie Ausfluss des Geschäftskonzepts der Beklagten sei. Es handle sich um einen Shoppingclub, bei dem die Mitglieder von besonders günstigen Preisen profitierten, die durch die Beklagte nur dann erwirtschaftet werden könnten, wenn die Beklagte einen schnellen Warenumschlag unter Ausschluss von Lagerhaltungskosten erreiche.

12
Mit Urteil vom 19.01.2024 (Bl. 116/123 d. LG-A) hat das Landgericht die Klage abgewiesen und die Kosten des Rechtsstreits aufgrund der erstinstanzlich erfolgten Erledigterklärung im Hinblick auf einen in der Berufung nicht mehr anhängigen Streitgegenstand gegeneinander aufgehoben.

13
Mit seiner Berufung greift der Kläger das Urteil an und verfolgt unter Wiederholung und Vertiefung seines erstinstanzlichen Vortrags sein Begehren weiter.

14
Der Kläger beantragt (Bl. 5 d. OLG-A.) mit der Maßgabe, dass die Anlage K 4 in den Antrag eingeblendet wird,

das am 19.1.2024 verkündete und am 19.1.2024 zugestellte Urteil des Landgerichts München I zum Aktenzeichen 37 O 4402/23 abzuändern und

die Beklagte zu verurteilen, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung festzusetzenden Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 EUR, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, die Ordnungshaft zu vollziehen an ihren gesetzlichen Vertretern, zu unterlassen,

im Rahmen geschäftlicher Handlungen im Zusammenhang mit der Applikation „... – Online-Shop“

die Einwilligung in den Erhalt des Newsletters durch Anklicken eines zum Zwecke der Bestätigung der Anmeldung eines Kundenkontos per E-Mail versendeten Links einzuholen oder einholen zu lassen, wenn dies geschieht wie in Anlage K 4 dargestellt.

15
Die Beklagte beantragt – ebenfalls unter Wiederholung und Vertiefung ihres erstinstanzlichen Vortrags – (Bl. 18 d. OLG-A.),

die Berufung kostenpflichtig zurückzuweisen;

16
Im Übrigen wird auf die im Berufungsverfahren gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen und auf das Protokoll der mündlichen Verhandlung vom 23.04.2026 Bezug genommen.

B.

17
Die zulässige Berufung des Klägers ist begründet.

18

I. Der Kläger ist als qualifizierter Verbraucherverband, der in der Liste nach § 4 UKlaG eingetragen ist, klagebefugt, § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG. Der Kläger macht auch Ansprüche gemäß § 8 Abs. 1 Satz 1 UWG geltend, da er sich u.a. auch auf §§ 3 Abs. 1, 3a UWG i.Vm. Art. 5, Art. 6 Abs. 1 lit. a), Art. 4 Nr. 11 DS-GVO stützt.

19
II. Die Klage ist begründet. Dem Kläger steht der geltend gemachte Unterlassungsanspruch gemäß §§ 8 Abs. 3 Nr. 3, Abs. 1 Satz 1 i.V.m. 3, 3a UWG i.V.m. Art. 5, Art. 6 Abs. 1 UA 1 lit. a), Art. 4 Nr. 11, 7 Abs. 4 DS-GVO zu. Die Einholung der Zustimmung in den Erhalt des Newsletters durch Anklicken des Bestätigungsbuttons für die Anmeldung für das Kundenkonto verstößt gegen Art. 4 Nr. 11, 7 Abs. 4 DS-GVO.

20
1. Der Kläger ist aktivlegitimiert, § 8 Abs. 3 Nr. 3 UWG. Insoweit wird auf die Ausführungen zur Klagebefugnis (Ziff. I.) verwiesen.

21
2. Auch wenn mit dem Klicken auf den Button „Bestätigen“ eine Bestätigung einer zuvor bereits erteilten Einwilligung im Hinblick auf den Erhalt des Newsletters der Beklagten verbunden sein sollte, ist die gerügte Verletzungshandlung gemäß Anlage K 4 entgegen der Auffassung der Beklagten durch den Klageantrag gedeckt. So führt die Beklagte selbst aus, dass die Einwilligung im Wege eines „Double Opt-In“-Verfahrens bestätigt werden müsse – sie geht also selbst davon aus, dass die E-Mail gemäß Anlage K 4 Teil der Einwilligung selbst bzw. des Einwilligungsprozesses insgesamt ist. Dafür spricht auch ihr Hinweis in der Anlage K 4, wonach ein „Widerruf dieser Einwilligung […] jederzeit […] möglich“ ist (Hervorhebung nur hier).

22
3. Gemäß Art. 6 Abs. 1 UA 1 lit a) DS-GVO ist die Verarbeitung personenbezogener Daten u.a. nur rechtmäßig, wenn die betroffene Person ihre Einwilligung zu der Verarbeitung der sie betreffenden personenbezogenen Daten für einen oder mehrere bestimmte Zwecke gegeben hat. Gemäß Art. 4 Nr. 11 DS-GVO ist eine „Einwilligung“ der betroffenen Person jede freiwillig für den bestimmten Fall, in informierter Weise und unmissverständlich abgegebene Willensbekundung in Form einer Erklärung oder einer sonstigen eindeutigen bestätigenden Handlung, mit der die betroffene Person zu verstehen gibt, dass sie mit der Verarbeitung der sie betreffenden personenbezogenen Daten einverstanden ist. Gemäß Art. 7 Abs. 4 DS-GVO muss bei der Beurteilung, ob die Einwilligung freiwillig erteilt wurde, dem Umstand in größtmöglichem Umfang Rechnung getragen werden, ob unter anderem die Erfüllung eines Vertrags, einschließlich der Erbringung einer Dienstleistung, von der Einwilligung zu einer Verarbeitung von personenbezogenen Daten abhängig ist, die für die Erfüllung des Vertrags nicht erforderlich sind. Im Ergebnis formuliert Art. 7 Abs. 4 DS-GVO ein allgemeines Koppelungsverbot. Eine Einwilligung soll nicht freiwillig erteilt sein, wenn der Betroffene faktisch keine andere Wahl hat, als der Datenverarbeitung zuzustimmen, um in den Genuss einer Dienstleistung oder einer anderen vertraglichen Leistung zu kommen. Zudem soll durch die Vorschrift verhindert werden, dass völlig vertragsfremde Zwecke verfolgt werden (Stemmer, in: BeckOK Datenschutzrecht, Wolff/Brink/v. Ungern-Sternberg, 56. Ed., Stand: 01.11.2025, Art. 7 DS-GVO Rn. 42 m.w.N.).

23
4. Die Vorgabe der Freiwilligkeit ist weit zu verstehen und beschränkt sich nicht auf die Abwesenheit von physischem Zwang oder Drohung mit Gewalt. Andererseits kann aber auch nicht jede Form eines Entscheidungsdrucks schon mit einer Unfreiwilligkeit gleichgesetzt werden (Buchner/Kühling, in: Kühling/Buchner, DS-GVO BDSG, 4. Aufl. 2024, Art. 7 DS-GVO Rn. 41a m.w.N.).

24
Nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Union kann eine „ungebührliche Beeinträchtigung“ der freien Willensbildung darin liegen, wenn ein Verantwortlicher verlangt, dass die betroffene Person zur Verweigerung ihrer Einwilligung ein zusätzliches Formular unterzeichnen muss, in dem die Weigerung zum Ausdruck gebracht wird (EuGH, Urt. v. 11.11.2020, C-61/19, ZD 2021, 89 Rn. 50 – Orange România/ANSPDC). Generell ist eine wirksame Einwilligung abzulehnen, wenn die Alternative einer Verweigerung der Einwilligung nicht gleich schnell und einfach zu dem Ziel führt, den gewünschten Dienst nutzen zu können. Dabei ist zumindest im Internet auch schon ein an sich verhältnismäßig geringer Mehraufwand angesichts der in der Online-Welt üblichen Schnelligkeit und geringen Aufmerksamkeit der

Nutzer bereits als ein erheblicher Mehraufwand einzuordnen (Buchner/Kühling, a.a.O., Art. 7 DS-GVO Rn. 41e m.w.N.).

25
Außerdem ergibt sich nach der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Union aus Art. 10 lit. c 2. Gedankenstrich der RL 95/46 sowie Art. 13 Abs. 2 lit. b und c DS-GVO i.V.m. deren 42. Erwägungsgrund, dass zur Sicherstellung einer echten Wahlfreiheit für die betroffene Person die Vertragsbestimmungen diese nicht über die Möglichkeit irreführen dürfen, einen Vertrag abschließen zu können, auch wenn sie sich weigert, in die Verarbeitung ihrer Daten einzuwilligen. In Ermangelung derartiger Informationen kann die Einwilligung dieser Person in die Verarbeitung ihrer personenbezogenen Daten weder als freiwillig erteilt noch i.Ü. als in Kenntnis der Sachlage oder in informierter Weise erteilt angesehen werden (EuGH, Urt. v. 11.11.2020, C-61/19, ZD 2021, 89 Rn. 41 – Orange România/ANSPDC).

26
5. Im Zusammenhang mit der Regelung des Art. 6 Abs. 1 UA 1 lit. b) DS-GVO hat der Gerichtshof der Europäischen Union ausgesprochen, die Verarbeitung personenbezogener Daten könne dann als für die Erfüllung eines Vertrags erforderlich im Sinne dieser Bestimmung angesehen werden kann, wenn sie objektiv unerlässlich sei, um einen Zweck zu verwirklichen, der notwendiger Bestandteil der für die betroffene Person bestimmten Vertragsleistung sei. Der Verantwortliche müsse somit nachweisen können, inwiefern der Hauptgegenstand des Vertrags ohne die betreffende Verarbeitung nicht erfüllt werden könne. Der etwaige Umstand, dass eine solche Verarbeitung im Vertrag erwähnt werde oder für dessen Erfüllung lediglich von Nutzen ist, sei insoweit für sich genommen unerheblich. Entscheidend für die Anwendung des in Art. 6 Abs. 1 UA 1 lit. b) DS-GVO genannten Rechtfertigungsgrundes sei nämlich, dass die Verarbeitung personenbezogener Daten durch den Verantwortlichen für die ordnungsgemäße Erfüllung des zwischen ihm und der betroffenen Person geschlossenen Vertrags wesentlich sei und dass daher keine praktikablen und weniger einschneidenden Alternativen bestünden (EuGH, Urt. v. 04.07.2023, NJW 2023, 2997- C-252/21 Rn. 98 f. – Meta Platforms Inc. ua/BKartA). Dabei dürfte an die Erforderlichkeit im Sinne des Art. 7 Abs. 4 DS-GVO derselbe Maßstab anzulegen sein, wie bei der Erforderlichkeitsprüfung im Rahmen etwa des Art. 6 Abs. 1 UA 1 lit b) DS-GVO (Stemmer, in: BeckOK Datenschutzrecht, Wolff/Brink/v. Ungern-Sternberg, 56. Ed., Stand: 01.11.2025, Art. 7 Rn. 43)

27
6. Die Formulierung in Art. 7 Abs. 4 DS-GVO, dass dem Koppelungstatbestand „in größtmöglichem Umfang Rechnung getragen werden“ muss, bringt zum Ausdruck, dass die Freiwilligkeit in Koppelungsfällen regelmäßig entfällt. Nur wenn besondere Umstände vorliegen, die ausschließen, dass die Koppelung die Entschließungsfreiheit beeinträchtigt hat, ist die Einwilligung wirksam. Solche Umstände können sein, dass die Datenverarbeitung im Interesse des Betroffenen liegt (Stemmer, a.a.O., Art. 7 Rn. 49).

28
Zulässig ist es insbesondere, die Leistungserbringung von der Erteilung einer Einwilligung in die Datenverarbeitung abhängig zu machen, wenn erst diese Datenverarbeitung die notwendige Entscheidungs- und Kalkulationsgrundlage für das konkrete Rechtsgeschäft bietet (Buchner/Küh-ling, a.a.O., Art. 7 DS-GVO Rn. 47 m.w.N.). Zudem ist die Erforderlichkeit der Datenverarbeitung auch bei solchen Rechtsgeschäften zu bejahen, die personenbezogene Daten selbst zum Gegenstand der vertragscharakteristischen Hauptleistungspflicht machen (etwa: Überlassung von Namens-, Adress- oder sonstigen Daten zu Werbezwecken, um dafür im Gegenzug an einem Gewinnspiel teilnehmen zu dürfen). Davon zu unterscheiden sind aber all die datenfinanzierten Online-Dienste, deren vertragscharakteristische Hauptleistung nach ihrem objektiven Erscheinungsbild nicht auf einen bloßen Tausch Daten gegen Dienstleistung reduziert werden kann (Buchner/Kühling, a.a.O., Art. 7 DS-GVO Rn. 48 m.w.N.).

29
7. Um beurteilen zu können, in welchem Umfang eine Datenverarbeitung erforderlich iSd Art. 7 Abs. 4 DS-GVO ist, muss stets zunächst die vertragscharakteristische Leistung des jeweiligen Schuldverhältnisses geklärt werden; es muss bestimmt werden, was das spezifische Charakteristikum des vom Anbieter erbrachten Dienstes ist. Erst auf dieser Grundlage kann beurteilt werden, in welchem Umfang eine Datenverarbeitung „erforderlich“ ist, um diesen Dienst auch erbringen zu können. In diesem Rahmen ist dann auch eine Koppelung zwischen Vertragserfüllung und Einwilligung zulässig – selbst wenn die Erteilung

einer solchen Einwilligung aus Perspektive des Betroffenen eine unfreiwillige ist, weil nur die Alternative des „take it or leave it“ besteht (Buch-ner/Kühling, a.a.O., Art. 7 DS-GVO Rn. 49 m.w.N.).

30
Der Maßstab der Erforderlichkeit zur Vertragserfüllung darf stets nur objektiv bestimmt werden. Ebenso wie im Rahmen des Art. 6 Abs. 1 UA 1 lit. b DS-GVO dürfen auch im Rahmen des Art. 7 Abs. 4 DS-GVO die Grenzen der Erforderlichkeit einer Datenverarbeitung nicht dadurch willkürlich ausgeweitet werden, dass datenverarbeitende Unternehmen ihrem eigentlichen Angebot qua einseitiger Definitionshoheit ein anderes Geschäftsmodell überstülpen („Tauschgeschäft“) und damit das Kriterium der Erforderlichkeit in einem ganz anderen Sinne instrumentalisieren. Es ist daher anhand objektiver Kriterien die eigentlich vertragscharakteristische Leistung herauszuarbeiten, wegen der die betroffene Person überhaupt eine vertragliche Verbindung mit dem Diensteanbieter eingeht (Buchner/Kühling, a.a.O., Art. 7 DS-GVO Rn. 51 m.w.N.).

31
In die Gesamtbetrachtung der konkreten Umstände des Einzelfalls ist auch einzubeziehen, ob der Einzelne auch auf andere gleichwertige Angebote am Markt zurückgreifen kann und sich unter diesen Angeboten auch solche finden, die eine Einwilligung in die Datenverarbeitung nicht zur Bedingung einer Leistungserbringung machen (Buchner/Kühling, a.a.O., Art. 7 DS-GVO Rn. 52 m.w.N.; a.A. Stemmer, in: BeckOK Datenschutzrecht, Wolff/Brink/v. Ungern-Sternberg, 55. Edition, Stand: 01.11.2025, Art. 7 Rn. 48). In diesem Zusammenhang hat die Datenschutzkonferenz für die Errichtung von Kundenkonten im Onlinehandel ausgeführt: „Damit eine für die Einrichtung eines fortlaufenden Kund*innenkontos erforderliche Einwilligung nicht gegen die in Art. 7 Abs. 4 DS-GVO erwähnte Konditionalität verstößt, müssen die Kund*innen im Online-Shop auch die gleichen Angebote auf anderem gleichwertigen Wege als über das fortlaufende Kund*innenkonto bestellen können […]. Gleichwertig ist eine Bestellmöglichkeit, wenn keinerlei Nachteile entstehen, also Bestellaufwand und Zugang zu diesen Möglichkeiten, wie bei einem Gastzugang, denen eines laufenden Kund*innenkontos entsprechen und technisch organisatorische Maßnahmen getroffen werden, die ein angemessenes Datenschutzniveau gewährleisten“ (vgl. Beschluss der Konferenz der unabhängigen Datenschutzaufsichtsbehörden des Bundes und der Länder, Hinweise der DSK – Datenschutzkonformer Online-Handel mittels Gastzugang (Stand 24. März 2022): https://datenschutzkonferenz-online.de/media/dskb/20222604_be-schluss_datenminimierung_onlinehandel.pdf).

32
8. Nach diesen Maßstäben ist die Einwilligung – wie sie in Anlage K 4 wiedergegeben wird – nicht freiwillig im Sinne der Art. 4 Nr. 11, 7 Abs. 4 DS-GVO.

33
a) Da die Beklagte die Zusendung des Newsletters ausdrücklich auf die Zustimmung des Kunden stützt, muss diese den Anforderungen des Art. 7 Abs. 4 DS-GVO genügen (Stemmer, in: BeckOK Datenschutzrecht, Wolff/Brink/v. Ungern-Sternberg, 55. Edition, Stand: 01.11.2025, Art. 7 Rn. 44 aE).

34
b) In der konkreten Art der Gestaltung der E-Mail gemäß Anlage K 4 liegt eine „ungebührliche Beeinträchtigung“ der freien Willensbildung im Sinne der Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Union. Die E-Mail sieht nämlich schon überhaupt keine Möglichkeit der Verweigerung der Einwilligung zur Zusendung des Newsletters vor. Vielmehr muss der Kunde der Beklagten, der keinen Newsletter der Beklagten erhalten möchte, einen Widerruf der Einwilligung am Ende einer Werbe-E-Mail oder durch gesonderte E-Mail an eine gesondert genannte E-Mail-Adresse erklären. Damit ist – gemessen an der in der Online-Welt üblichen Schnelligkeit und geringen Aufmerksamkeit der Nutzer – durchaus ein erheblicher Mehraufwand verbunden.

35
Damit führt die (von der Beklagten bereits nicht gebotene) Alternative einer Verweigerung der Einwilligung erst recht nicht gleich schnell und einfach zu dem Ziel, den gewünschten Dienst nutzen zu können.

36
Zudem ist die Anmeldung bei I. – und damit die Aufnahme in den Shopping-Club – nur dann möglich, wenn der Kunde der Beklagten der Zusendung des Newsletters zustimmt. Ist eine Einwilligung nach der oben

wiedergegebenen Rechtsprechung des Gerichtshofs der Europäischen Union aber bereits dann unwirksam, wenn der Kunde darüber in die Irre geführt wird, einen Vertrag abschließen zu können, auch wenn er sich weigert, in die Verarbeitung seiner Daten einzuwilligen, muss dies erst recht gelten, wenn der Verantwortliche – wie hier die Beklagte – diese Möglichkeit von vorneherein überhaupt nicht vorsieht und den Kunden von vorneherein auf die Möglichkeit des Widerrufs verweist. Faktisch hat der Kunde der Beklagten keine andere Wahl als (zumindest zunächst) die Einwilligung für den Erhalt des Newsletters zu erklären, um sich bei der Beklagten anzumelden.

37
Wie die Beklagte in der Berufungserwiderung, Seite 8 (Bl. 28. d. OLGeA), zu Recht ausführt, ist zentrales Element für die Beurteilung der Freiwilligkeit die freie Wahlmöglichkeit der betroffenen Person hinsichtlich des Umgangs mit ihren personenbezogenen Daten und mithin der Entscheidung für oder gegen die Erteilung der Einwilligung. Eine solche freie Wahlmöglichkeit besteht gerade nicht, wenn die Beklagte – wie in der E-Mail Anlage K 4 – die Bestätigung der Anmeldung nur unter gleichzeitiger Einwilligung zum Erhalt des Newsletters ermöglicht.

38
c) Die Datenverarbeitung in Form der Zusendung des Newsletters der Beklagten in der Gesamtbetrachtung aller Umstände geht auch über das hinaus, was zur Erfüllung des Vertrages erforderlich ist.

39
aa) Die anhand objektiver Kriterien bestimmte eigentlich vertragscharakteristische Leistung, wegen der die betroffene Person überhaupt eine vertragliche Verbindung mit der Beklagten eingeht, ist vorliegend die Lieferung von reduzierten Marken-, Trend- und Lifestyleprodukten. Die von der Beklagten genannten weiteren Vorteile der Mitgliedschaft im Shopping-Club der Beklagten, u.a. Bestpreisgarantie, Teilnahme an Gewinnspielen, Loyalty-Programm, etc. bilden demgegenüber nicht die vertragscharakteristische Leistung, wegen der die betroffene Person überhaupt eine vertragliche Bindung mit der Beklagten eingeht. Die Beklagte bezeichnet diese Leistungen selbst teilweise als „Zusatzleistungen“.

40
bb) Inwiefern die Lieferung von reduzierten Markenartikeln ohne den Erhalt des Newsletters nicht erfüllt werden kann, ist objektiv nicht erkennbar.

41
Dass – wie die Beklagte vorträgt – der Newsletter-Versand und die darauffolgende hohe Produktnachfrage innerhalb eines kurzen Zeitraums zwingend notwendig ist, damit die Beklagte überhaupt Waren zu stark reduzierten Preisen anbieten kann, und dass sich damit die Kalkulation der Beklagten – wie sie vorträgt – nur rechnet, wenn möglichst alle ihrer Kunden den Newsletter erhalten, weil dies wesentlich dazu beiträgt, dass ihre Ware möglichst schnell abverkauft wird und für sie keine Lagerkosten entstehen, und dass ohne die Informationen im Newsletter das Geschäftsmodell der Beklagten nicht aufrecht zu erhalten wäre und die Beklagte die Waren zu höheren Preisen anbieten müsste, ist objektiv nicht erkennbar. Insbesondere lässt sich dies auch nicht den Erläuterungen der Beklagten gemäß Anlagen B 9a und 9b zu entnehmen. Dort (Anlage B 9b) heißt es lediglich: „... ist ein Shoppingclub für Familien, in dem Du jeden Tag auf’s Neue Marken-, Trend- und Lifestyleprodukte stark reduziert kaufen kannst. Die Verkaufsaktionen im Shoppingclub sind aufgrund der begrenzten Verfügbarkeit unseren Mitgliedern vorbehalten. Um Dich regelmäßig über Neuigkeiten, Gutscheine, & mehr informieren zu dürfen, benötigen wir Deine Registrierung und Einwilligung bzw. im formellen Sinne einen Vertrag mit Dir.“ Die Notwendigkeit der Einwilligung wird also damit begründet, dass die Beklagte ihre Kunden regelmäßig über Neuigkeiten, Gutscheine und mehr informieren möchte. Dass dies und damit auch die Zusendung des Newsletters zugleich für die Preiskalkulation bzw. das Geschäftsmodell der Beklagten zwingend erforderlich wäre, ist objektiv nicht erkennbar und kann daher auch nicht Gegenstand der vertragscharakteristischen Hauptleistungspflicht sein.

42
Es handelt sich vor diesem Hintergrund in vorliegendem Fall auch nicht um ein Rechtsgeschäft, bei dem personenbezogene Daten selbst zum Gegenstand der vertragscharakteristischen Hauptleistungspflicht gemacht werden.

43

Dafür, dass die Lieferung von reduzierten Markenartikeln auch ohne den Erhalt des Newsletters erfüllt werden kann, spricht im Übrigen auch der Umstand, dass die Beklagte einen Widerruf der Einwilligung zur Zusendung des Newsletters vorsieht. In diesem Fall geht die Beklagte nach eigenem Vortrag davon aus, dass der Widerruf der Newsletter-Einwilligung die Mitgliedschaft nicht berührt und sich die Beklagte für den Fall des Widerrufs lediglich die Beendigung der Mitgliedschaft vorbehält. Es mag zwar sein, dass – wie die Beklagte vorträgt – die Widerrufsmöglichkeit gemäß Art. 7 Abs. 3 Satz 1 DS-GVO nicht abdingbar ist. Gleichzeitig unterstreicht dieser Einwand jedoch, dass das Geschäftsmodell der Beklagten offensichtlich darauf beruht, dass die Kunden der Beklagten nicht von ihrem gesetzlich eingeräumten Recht des Widerrufs der Einwilligung Gebrauch machen. Ein solches Geschäftsmodell erscheint nicht schutzwürdig.

44
cc) Die Einwilligung zur Zusendung des Newsletters ist auch nicht deshalb zulässig, weil erst die Datenverarbeitung die notwendige Entscheidungs- und Kalkulationsgrundlage für das konkrete Rechtsgeschäft bietet. Denn im Fall der Zusendung des Newsletters ist die Kalkulation für die darin enthaltenen Angebote bereits abgeschlossen, der Newsletter kann daher nicht als Grundlage der Kalkulation für das konkrete Rechtsgeschäft dienen.

45
dd) Nach alledem liegt eine objektive Unerlässlichkeit, um den Zweck, die Lieferung von reduzierten Markenartikeln zu verwirklichen, nicht vor. Dass die Zusendung des Newsletters von Nutzen ist, reicht nach den oben genannten Maßstäben nicht aus.

46
Bei der Gesamtwürdigung ist zusätzlich zu berücksichtigen, dass die Beklagte offensichtlich außerhalb des Mitgliederbereichs nicht die gleichen Angebote auf anderem gleichwertigen Weg als über das Kundenkonto bereit hält. Zum einen werden die Aktionen – wie die Beklagte selbst vorträgt und wie das Landgericht in der mündlichen Verhandlung selbst festgestellt hat – ausschließlich ihren Mitgliedern vorbehalten. Ein Erwerb der Aktionsware über ein Gastkonto ist weder vorgetragen noch sonst ersichtlich. Zudem hat der Geschäftsführer der Beklagten in der mündlichen Verhandlung vor dem Landgericht erklärt, dass in den offenen Shop Rückläufer aus den Aktionen hereinkämen, „die dann zu allerdings höheren Preisen als in den ursprünglichen Aktionen verkauft würden“. Folglich können die Kunden der Beklagten die gleichen Angebote nicht auf anderem gleichwertigen Wege als über das fortlaufende Kundenkonto bestellen, was ebenfalls einen Verstoß gegen das Koppelungsverbot bedeutet (vgl. Beschluss der Konferenz der unabhängigen Datenschutzaufsichtsbehörden des Bundes und der Länder, Hinweise der DSK – Datenschutzkonformer Online-Handel mittels Gastzugang (Stand 24. März 2022): https://datenschutzkonferenz-online.de/media/dskb/20222604_beschluss_datenminimierung_onlinehandel.pdf). Dass – wie die Beklagte vorträgt – der Einzelne auch auf andere gleichwertige Angebote am Markt zurückgreifen kann und sich unter diesen Angeboten auch solche finden, die eine Einwilligung in die Datenverarbeitung nicht zur Bedingung einer Leistungserbringung machen – muss – wenn man diesen Aspekt überhaupt berücksichtigen möchte (vgl. Stemmer, in: BeckOK Datenschutzrecht, Wolff/Brink/v. Ungern-Sternberg, 56. Ed., Stand: 01.11.2025, Art. 7 Rn. 48) – vor diesem Hintergrund zurücktreten.

47
9. Bei den Art. 6 Abs. 1 UA 1 lit a), 4 Nr. 11, 7 Abs. 4 DSGVO handelt es sich um Marktverhaltensregelungen im Sinne des § 3a UWG.

48
a) Eine Norm regelt das Marktverhalten im Interesse der Mitbewerber, Verbraucher oder sonstiger Marktteilnehmer, wenn sie einen Wettbewerbsbezug in der Form aufweist, dass sie die wettbewerblichen Belange der als Anbieter oder Nachfrager von Waren oder Dienstleistungen in Betracht kommenden Personen schützt. Eine Vorschrift, die dem Schutz von Rechten, Rechtsgütern oder sonstigen Interessen von Marktmitbewerbern, Verbrauchern oder sonstigen Marktteilnehmern dient, stellt eine Marktverhaltensregelung dar, wenn das geschützte Interesse gerade durch die Marktteilnahme, also durch den Abschluss von Austauschverträgen und den nachfolgenden Verbrauch oder Gebrauch der erworbenen Ware oder in Anspruch genommenen Dienstleistung berührt wird. Nicht erforderlich ist dabei eine spezifisch wettbewerbsbezogene Schutzfunktion in dem Sinne, dass die Regelung die Marktteilnehmer speziell vor dem Risiko einer unlauteren Beeinflussung ihres Marktverhaltens schützt. Die Vorschrift muss aber

zumindest auch den Schutz der wettbewerblichen Interessen der Marktteilnehmer bezwecken; lediglich reflexartige Auswirkungen zu deren Gunsten genügen daher nicht (BGH NJW 2025, 2237, Rn. 69 – Arzneimittelbestelldaten II m.w.N. zur st. Rspr.).

49
b) Die Bestimmungen zum Erfordernis der Einwilligung in die Verarbeitung personenbezogener Daten dienen dem Schutz der Persönlichkeitsrechtsinteressen der Verbraucher gerade auch im Zusammenhang mit ihrer Marktteilnahme, also beim Abschluss von Austauschverträgen oder der Inanspruchnahme von Dienstleistungen. Ausgehend von der wirtschaftlichen Bedeutung der Verarbeitung von personenbezogenen Daten für internetbasierte Geschäftsmodelle, bei deren Nutzung sich für den Verbraucher nach der Lebenserfahrung nicht selten die Frage stellt, erwünschte Dienstleistungen nicht durch Zahlung eines Entgelts, sondern mit der Preisgabe personenbezogener Daten zu vergüten, kommt dem Erfordernis der Einwilligung des Verbrauchers, die die mit seiner Nachfrageentscheidung verknüpfte Preisgabe personenbezogener Daten betrifft, eine zentrale Bedeutung zu. Der Verbraucher soll gerade durch die Möglichkeit, über die Preisgabe seiner Daten zu entscheiden, in die Lage versetzt werden, frei zu entscheiden, ob, wie und in welchem Umfang er am Markt teilnimmt und Verträge abschließt. Auch der Gerichtshof der Europäischen Union hat angenommen, dass ein Verstoß gegen eine Vorschrift zum Schutz personenbezogener Daten gleichzeitig ein Verstoß gegen Vorschriften über den Verbraucherschutz oder unlautere Geschäftspraktiken darstellen kann (BGH NJW 2025, 2237, Rn. 75 – Arzneimittelbestelldaten II unter Bezugnahme auf OLG Hamburg GRUR-RR 2013, 482 Rn. 58; EuGH ECLI:EU:C:2022:322 Rn. 66, 78 = NJW 2022, 1740 – Meta Platforms Ireland).

50
c) Die zitierten Ausführungen des Bundesgerichtshofs beziehen sich zwar konkret auf § 4a Abs. 1, 3, 28 Abs. 7 BDSG a.F. sowie auf Art. 9 DS-GVO. Insbesondere § 4a Abs. 1 BDSG a. F. enthält aber ggü. Art. 4 Nr. 11, 7 Abs. 4 DS-GVO vergleichbare Regelungen, da sie jeweils Anforderungen/“Bedingungen“ an bzw. „für“ die Einwilligung formulieren. Die Erwägungen des Bundesgerichtshofs gelten daher für die hier streitgegenständlichen Normen entsprechend.

51
10. Ein Verstoß gegen Art. 6 Abs. 1 UA 1 lit a), 4 Nr. 11, 7 Abs. 4 DS-GVO ist geeignet, die Interessen von Verbrauchern iSv § 3a UWG spürbar zu beeinträchtigen.

52
a) Die Frage, ob eine Eignung zur spürbaren Interessenbeeinträchtigung besteht, ist nach dem Schutzzweck der jeweils verletzten Marktverhaltensregelung zu beurteilen. Bei dieser Beurteilung sind diejenigen Zwecke zu berücksichtigen, die die Einordnung der Vorschrift als Marktverhaltensregelung rechtfertigen, weil sie die Interessen der Marktteilnehmer betreffen. Die Spürbarkeitsklausel hat den Zweck, solche Fälle des Verstoßes gegen eine Marktverhaltensregelung von der Verfolgung auszunehmen, die keine nennenswerte Auswirkung auf andere Marktteilnehmer haben und an denen daher kein Interesse der Allgemeinheit besteht. Eine spürbare Beeinträchtigung der Interessen von Verbrauchern liegt vor, wenn deren Fähigkeit zur informierten und freien geschäftlichen Entscheidung iSd § 2 Abs. 1 Nr. 1 UWG betroffen ist (BGH NJW 2025, 2237, Rn. 77 – Arzneimittelbestelldaten II unter Bezugnahme auf BGH NJW-RR 2024, 1164 Rn. 44 mwN – Hydra Energy).

53
b) Nach diesen Grundsätzen ist vorliegend die Spürbarkeit des Verstoßes gegen § 3a UWG mit Blick auf den Schutzzweck des Einwilligungserfordernisses nach Art. 6 Abs. 1 UA 1 lit a), 4 Nr. 11, 7 Abs. 4 DS-GVO zu bejahen. Art und Umfang der zu erwartenden Nutzung der eigenen Daten stellen ein für die Inanspruchnahme der Leistungen der Beklagten wesentliches Kriterium dar, das für die Entschließung des Kunden, die angebotene Leistung in Anspruch zu nehmen, von erheblicher Bedeutung ist (vgl. auch BGH NJW 2025, 2237, Rn. 78 – Arzneimittelbestelldaten II unter Bezugnahme auf BGH NJW 2016, 3445 Rn. 85 – Freunde finden).

54
11. Die für den geltend gemachten Unterlassungsanspruch gem. § 8 Abs. 1 Satz 1 UWG erforderliche Wiederholungsgefahr wird aufgrund der festgestellten Verletzungshandlung tatsächlich vermutet (BGH NJW 2025, 2237, Rn. 80 – Arzneimittelbestelldaten II m.w.N.).

55
12. Da der Unterlassungsanspruch des Klägers bereits gemäß der §§ 8 Abs. 1 Satz 1, Abs. 3 Nr. 3, 3 Abs. 1, 3a UWG i.Vm. Art. 6 Abs. 1 UA 1 lit a), 4 Nr. 11, 7 Abs. 4 DS-GVO besteht, kann dahinstehen, ob ihm in Bezug auf die geltend gemachte Verletzungsform auch Ansprüche gemäß §§ 2 Abs. 1 Satz 1, Abs. 2 Nr. 11 UKlaG i.V.m. Art. 5, Art. 6 Abs. 1 UA 1 lit. a), Art. 4 Nr. 11 DS-GVO, § 8 Abs. 1 UWG i.V.m. §§ 3,7 Abs. 1 Satz 1, Abs. 2 Nr. 2 UWG, Art. 4 Nr. 11 DS-GVO sowie gemäß §§ 8 Abs. 1, §§ 3, 4a UWG zustehen.

56
13. Da sich der Kläger – wie in der mündlichen Verhandlung vor dem Senat am 23.04.2026 klargestellt – primär auf UWG stützt und in zweiter Linie (hilfsweise) auf § 2 UKlaG, war auch die von der Beklagten in der mündlichen Verhandlung angesprochene Anhörung der Datenschutzbehörden gemäß § 12a UKlaG in Verfahren nach § 2 UKlaG nicht angezeigt. Sind Verbraucherschutzgesetze i.S.d. § 2 Abs. 1 Satz 1 UKlaG – wie hier – zugleich Marktverhaltensregelungen i.S.d. § 3 a UWG, sind UKlaG und UWG zwar nebeneinander anwendbar. Jedoch können die jeweiligen Ansprüche nur unter den für sie geltenden prozessrechtlichen und materiellrechtlichen Voraussetzungen des UKlaG bzw. des UWG geltend gemacht werden (vgl. Köh-ler/Alexander, in: Köhler/Feddersen, UWG, 44. Aufl. 2026, § 2 UKlaG Rn. 73 mwN). Eine dem § 12a UWG entsprechende Regelung enthält das UWG, auf das sich der Kläger vorrangig stützt, aber gerade nicht.

C.

57
Die Entscheidung über die Kosten beruht auf § 91 Abs. 1 ZPO.

D.

58
Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit beruht auf §§ 708 Nr. 10, 711, 713 ZPO.

59
Die Revision ist nicht zuzulassen. Die Rechtssache hat keine grundsätzliche Bedeutung (§ 543 Abs. 2 Satz 1 Nr. 1 ZPO) und auch die Voraussetzungen des § 543 Abs. 2 Satz 1 Nr. 2 ZPO liegen nicht vor. Die Rechtssache erfordert, wie die Ausführungen unter B. zeigen, lediglich die Anwendung gesicherter Rechtsprechungsgrundsätze auf den Einzelfall.