

Opt-out

Poslední aktualizace 13 května, 2025

Opt-out označuje způsob odhlášení uživatele z marketingové komunikace, zpracování osobních údajů nebo jiného typu služeb, do kterých byl dříve automaticky nebo výslovně zařazen.

V praxi se nejčastěji setkáme s opt-out mechanismem v [e-mail marketingu](#), kde příjemce může kdykoliv zrušit odběr [newsletteru](#) nebo jiných obchodních sdělení.

Na rozdíl od [opt-in](#) systému, který vyžaduje aktivní souhlas uživatele se zařazením do komunikace, opt-out předpokládá účast automaticky – pokud uživatel výslovně neprojeví nesouhlas.

Kde se opt-out využívá

Opt-out mechanika se běžně uplatňuje v několika oblastech:

E-mail marketing

- Nejčastější využití.
- Uživatel má možnost odhlásit se z odběru newsletteru kliknutím na odkaz v patičce e-mailu.
- V souladu s evropskou legislativou (např. [GDPR](#)) musí být odhlášení jednoduché a srozumitelné.

Sběr cookies a analytika

- Uživatel může odmítnout sběr analytických nebo marketingových [cookies](#).
- Weby musí nabídnout možnost odmítnutí, ideálně formou jasně strukturovaného cookie lišty.

Zpracování osobních údajů

- Uživatel může požádat o omezení zpracování svých údajů (např. profilování pro cílenou reklamu).
- Správce dat musí zajistit možnost odvolání souhlasu a následné vymazání nebo omezení dat.

Právní rámec

V Evropské unii upravuje podmínky použití opt-out zejména **nařízení GDPR (General Data Protection Regulation)**. Podle něj:

- musí být uživateli umožněno kdykoli odvolat souhlas se zpracováním údajů,
- odhlášení z marketingové komunikace musí být snadno dostupné,
- nesmí docházet k tzv. „nucenému souhlasu“ – např. podmínění služby tím, že uživatel neodmítne sledovací cookies.

Příklady opt-out v praxi

- **E-mail:** „Pokud si nepřejete dostávat další zprávy, klikněte zde pro odhlášení.“
- **Cookies:** „Používáme cookies pro zlepšení zážitku. Odmítnout můžete v nastavení.“
- **Personalizace reklamy:** „Odmítnout cílenou reklamu můžete zde.“