

Titel:

Personalisierte Werbung begründet ohne greifbare Individualbeeinträchtigung keinen immateriellen Schaden

Normenkette:

DSGVO Art. 82 Abs. 1

Leitsätze:

1. Art. 82 Abs. 1 DSGVO setzt neben einem Verstoß gegen Datenschutzrecht zwingend die substantiierte Darlegung und den Nachweis eines konkret eingetretenen materiellen oder immateriellen Schadens sowie dessen Kausalität voraus. Ein Datenschutzverstoß als solcher begründet keinen Schadensersatzanspruch. (Rn. 15 – 16 und 22) (redaktioneller Leitsatz)

2. Der Erhalt unerwünschter E-Mails oder die Anzeige personalisierter Werbung begründen für sich genommen keinen immateriellen Schaden i.S.d. Art. 82 Abs. 1 DSGVO, solange es an konkreten, einzelfallbezogenen und spürbaren Beeinträchtigungen sowie an der Darlegung der Kausalität fehlt. Ein ersatzfähiger Kontrollverlust setzt greifbare tatsächliche Auswirkungen voraus, nicht bloße Unzufriedenheit oder die Berufung auf ein absolutes Recht an Daten, sodass Fragen zur Zulässigkeit eines „Consent-or-Pay“-Modells offenbleiben können, wenn es bereits am Schadensnachweis fehlt. (Rn. 17 – 24) (redaktioneller Leitsatz)

Schlagworte:

immaterieller Schaden, Werbezwecke, personalisierte Werbeanzeigen, Kausalität, Darlegungslast, Beweislast, Kontrollverlust, Consent-or-Pay

Tenor

1. Die Klage wird abgewiesen.
2. Der Kläger hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.
3. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar. Der Kläger kann die Vollstreckung der Beklagten durch Sicherheitsleistung in Höhe von 110 % des aufgrund des Urteils vollstreckbaren Betrags abwenden, wenn nicht die Beklagte vor der Vollstreckung Sicherheit in Höhe von 110 % des zu vollstreckenden Betrags leistet.

Beschluss

Der Streitwert wird auf 4.500,00 € festgesetzt.

Tatbestand

1

Der Kläger begehrt von der Beklagten Schadensersatz wegen behaupteter Datenschutzverstöße.

2

Er ist seit vielen Jahren Nutzer des sozialen Netzwerks „Facebook“, welches die Beklagte betreibt. Dort ist er unter der E-Mail-Adresse ... registriert. Die Plattform der Beklagten ermöglicht die Erstellung eines persönlichen Benutzerkontos (Profil) und Vernetzung dieses Profils mit anderen Nutzern. Teil des Geschäftsmodells der Beklagten ist es, dass die Nutzer auf sie zugeschnittene Online-Werbung erhalten, wobei hierzu die nutzer- und gerätebezogenen Daten jeweils verarbeitet werden.

3

Nutzer mussten die Fassung der Facebook-Nutzungsbedingungen vom 19. April 2018 akzeptieren, um Facebook weiter nutzen zu können. Alternativ hatten Nutzer die Möglichkeit, ihre personenbezogenen Daten herunterzuladen und ihr Konto zu löschen. Der Kläger hat sein Profil weiter genutzt. Seit dem 25.05.2018 nach Einführung des DSGVO waren die Nutzungsbedingungen der Beklagten so ausgestaltet,

dass die angezeigte Werbung auf einer vertraglichen Leistung des Klägers und der Beklagten beruht. Die Möglichkeit Widerspruch gegen die Nutzung der persönlichen Daten einzulegen nutzte der Kläger nicht.

4

Eine explizite Einwilligung der Nutzer hierzu wurde bis November 2023 von Beklagtenseite nicht eingeholt. Danach mussten die Nutzer der Verwendung ihrer Daten zu Werbezwecken zustimmen. Alternativ können die Nutzer ein kostenpflichtiges Abonnement abschließen. Der Kläger willigte am 10.11.2023 ein, dass die Beklagte weiterhin Informationen des Klägers zu Werbezwecken verwendet. Auch nach Einholung der ausdrücklichen Einwilligung der Nutzung der persönlichen Daten durch die Beklagte löschte der Kläger sein Profil nicht.

5

Der Kläger behauptet, die Beklagte verarbeite seine personenbezogenen Daten zu Tracking- und Werbezwecken, ohne dass er hierzu eine wirksame Einwilligung erteilt habe. Er macht immateriellen Schadensersatz nach Art. 82 DSGVO geltend und trägt vor, er habe in seinem E-Mail-Posteingang unerwünschte Werbung erhalten und in seiner Facebook-Timeline interessenbezogene Anzeigen gesehen, die auf sog. „Profiling“ beruhen. Ferner ist er der Auffassung, er habe ein „absolutes Recht auf seine Datenhoheit“, das die Beklagte verletzt habe.

6

Der Kläger beantragt:

1. Die Beklagte wird verurteilt, an die klagende Partei einen immateriellen Schadensersatz, dessen Höhe in das Ermessen des Gerichts gestellt wird, den Betrag von 1000 € aber nicht unterschreiten sollte, nebst Zinsen in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz seit Rechtshängigkeit zu zahlen.

2.2. Die Beklagte wird verurteilt, die im Zeitraum zwischen dem 25.05.2018 und dem 2.11.2023 zum Nutzungsverhalten der klagenden Partei erfassten personenbezogenen Daten

7

Ferner wird beantragt, die Beklagte wird verurteilt, die Klägerseite von vorgerichtlichen Rechtsanwaltskosten in Höhe von 540,50 € zuzüglich Zinsen seit Rechtshängigkeit in Höhe von 5 Prozentpunkten über dem Basiszinssatz gegenüber den Prozessbevollmächtigten der Klägerseite freizustellen,

8

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

9

Sie beruft sich auf ihre Nutzungsbedingungen und darauf, dass personalisierte Werbung im Rahmen des mit dem Nutzer geschlossenen Vertrages erfolgt; wer dies nicht wünsche, könne ein kostenpflichtiges Abonnement ohne Tracking abschließen. Ein Schaden des Klägers sei weder substantiiert dargelegt noch bewiesen; zudem fehle es an der Kausalität zwischen etwaigen Verarbeitungen und etwaigen Nachteilen (insbesondere bezüglich E-Mail-Werbung, die nicht von der Beklagten herrühre).

10

Der Kläger wurde persönlich angehört, hierzu wird auf das Protokoll der mündlichen Verhandlung vom 16.09.2025 verwiesen.

11

Wegen des weiteren Parteivortrags wird auf die gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

A.

12

Die Klage ist vor dem zuständigen Gericht erhoben worden.

13

Die Klage hinsichtlich Klageantrag 2. ist unbestimmt und deshalb unzulässig. Trotz Hinweises der Beklagten auf die fehlende Klarstellung ob die Anträge unter 2a) und b) alternativ oder kumulativ erhoben wurden und nochmalige Nachfrage hierzu in der mündlichen Verhandlung wurde der Antrag nicht konkretisiert.

B.

14

Die Klage ist im Übrigen unbegründet. Dem Kläger steht gegen die Beklagte kein Anspruch auf immateriellen Schadensersatz aus Art. 82 Abs. 1 DSGVO zu.

15

Nach Art. 82 Abs. 1 DSGVO hat jede Person, der wegen eines Verstoßes gegen die DSGVO ein Schaden entstanden ist, Anspruch auf Schadensersatz gegen den Verantwortlichen. Erforderlich sind (kumulativ) ein Verstoß gegen die DSGVO, ein materieller oder immaterieller Schaden sowie ein Kausalzusammenhang zwischen Verstoß und Schaden. Der EuGH hat klargestellt, dass nicht jeder Verstoß automatisch einen Anspruch auslöst; ein Schaden muss tatsächlich eingetreten sein, ohne dass es einer Erheblichkeitsschwelle bedarf (Rs. C-300/21 – Österreichische Post, Urt. v. 04.05.2023).

16

Die deutsche höchstrichterliche Rechtsprechung folgt dem: Ein Anspruch setzt die Darlegung und den Nachweis eines konkreten (auch immateriellen) Schadens voraus; der bloße DS-GVO-Verstoß genügt nicht (vgl. etwa BGH, Urt. v. 18.11.2024 – VI ZR 10/24). Andernfalls würde die Anspruchsvoraussetzung eines Schadens in der Norm neben dem Merkmal des Verstoßes keinen Sinn machen.

17

a) Ob die von der Beklagten praktizierte Verarbeitung zu Zwecken personalisierter Werbung im maßgeblichen Zeitraum auf eine wirksame Einwilligung des Klägers (Art. 6 Abs. 1 lit. a DSGVO) oder auf eine sonstige Rechtsgrundlage gestützt werden konnte, kann offenbleiben. Die zwischen den Parteien thematisierte „Consent-or-Pay“-Ausgestaltung großer Plattformen ist unionsrechtlich umstritten; der Europäische Datenschutzausschuß hat hierzu Anforderungen an die Wirksamkeit der Einwilligung formuliert. Eine abschließende rechtliche Bewertung ist für die Entscheidung indes nicht erforderlich, weil es bereits am erforderlichen Schadensnachweis fehlt.

18

b) Der Kläger hat keinen konkreten Schaden substantiiert dargelegt und bewiesen.

19

Mangels Darlegung und Nachweises eines konkret eingetretenen Schadens ist der geltend gemachte Anspruch aus Art. 82 DSGVO unbegründet.

20

Sein Vorbringen, er habe (i) „unerwünschte E-Mails“ erhalten und (ii) in der Facebook-Timeline interessenbezogene Werbung gesehen, genügt nicht:

21

Es fehlt jeglicher Vortrag dazu, dass die E-Mails von der Beklagten herrühren oder auf eine von der Beklagten veranlasste Datenverarbeitung zurückgehen. Bereits die Kausalität zwischen einem etwaigen DSGVO-Verstoß der Beklagten und dem behaupteten Nachteil ist nicht dargetan.

22

Das bloße Erscheinen personalisierter Werbung stellt für sich genommen keinen immateriellen Schaden dar. Der Kläger hat weder konkrete Beeinträchtigungen seines Persönlichkeitsrechts (etwa Angst-/Stressreaktionen, Bloßstellung, gesellschaftliche Nachteile) substantiiert, noch sonstige spürbare nachteilige Folgen aufgezeigt. Er konnte keine konkreten Angaben zu Zeitpunkten oder Umfang der Beeinträchtigungen in seiner Vernehmung schildern. Ein – vom EuGH anerkannter – immaterieller Schaden wie der Verlust der Kontrolle über personenbezogene Daten setzt greifbare, auf den Einzelfall bezogene Auswirkungen voraus; die bloße Rechtsverletzung oder abstrakte Unmutsgefühle reichen nicht (vgl. C-300/21; BGH, VI ZR 10/24; BAG, 8 AZR 61/24).

23

Soweit der Kläger ein „absolutes Recht an seinen Daten“ reklamiert, trägt dies den Anspruch nicht. Ein allgemeines, sachenrechtlich geprägtes Herrschaftsrecht an „Daten“ kennt die Rechtsordnung nicht; der Schutz erfolgt vielmehr durch die Grundrechte (insb. informationelle Selbstbestimmung) und die Mechanismen der DSGVO. Ersatzfähig ist nicht die Rechtsverletzung als solche, sondern der hieraus resultierende Schaden (Art. 82 Abs. 1 DSGVO; C-300/21).

24

c) Da es bereits am Schadensnachweis fehlt, kann offenbleiben, ob – und ggf. in welchem Umfang – die von der Beklagten herangezogene vertragliche Konstruktion („kostenpflichtiges Abo ohne Tracking“) eine taugliche Rechtsgrundlage ersetzt oder nur bei wirksamer, freiwilliger Einwilligung tragfähig wäre. Eine etwaige Rechtsverletzung allein würde den Anspruch nicht tragen.

C.

25

Die Entscheidung über die Kosten ist gem. § 91 ZPO ergangen.