

Titel:

Keine unzulässige elektronische Werbung durch Angabe der Internetpräsenz in Abwesenheitsnotiz

Normenketten:

BGB § 823 Abs. 1, § 1004 Abs. 1 S. 2

GG Art. 1 Abs. 1, Art. 2 Abs. 2

EMRK Art. 8 Abs. 1

ZPO § 91, § 128 Abs. 2, § 708 Nr. 11, § 711

Leitsätze:

1. Der Begriff der Werbung umfasst nach dem allgemeinen Sprachgebrauch alle Maßnahmen eines Unternehmens, die auf die Förderung des Absatzes seiner Produkte oder Dienstleistungen gerichtet sind. Damit ist außer der unmittelbar produktbezogenen Werbung auch die mittelbare Absatzförderung – z.B. in Form der Imagewerbung oder des Sponsoring – erfasst. Werbung ist deshalb jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen zu fördern (vgl. BGH BeckRS 2016, 2711 Rn. 16 - "No-Reply"-E-Mails). (Rn. 21) (redaktioneller Leitsatz)

2. Der bloße Verweis auf die Internetpräsenzen eines Unternehmens im Anschluss an Kontaktdaten des Mitarbeiters, ohne dass diese mit einem Produkt oder anderen werbenden Angaben verknüpft sind, stellt keine Werbung dar. Denn dieser Verweis ist gerade nicht unmittelbar darauf gerichtet, die Förderung des Absatzes der Produkte oder Dienstleistungen zu erreichen. Er dient vielmehr Informationszwecken, ebenso wie die Angabe der weiteren Kontaktdaten, in deren Zusammenhang die Nennung der Internetpräsenzen als Teil der Signatur des Mitarbeiters zu sehen ist. Auch eine mittelbare Absatzförderung durch Imagewerbung liegt hierin nicht. (Rn. 22) (redaktioneller Leitsatz)

3. Ein Eingriff in das Allgemeine Persönlichkeitsrecht bzw. in den eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb ist nur dann rechtswidrig, wenn das Schutzinteresse des Klägers auf Schutz seiner Persönlichkeit und Achtung seiner Privatsphäre bzw. der Schutz der geschäftlichen Sphäre, insbesondere die Ungestörtheit der Betriebsabläufe, die schutzwürdigen Belange der Beklagten, mit ihren Kunden zum Zwecke der Produktberatung zu kommunizieren, überwiegt. (Rn. 24) (redaktioneller Leitsatz)

Schlagwort:

Persönlichkeitsrecht

Rechtsmittelinstanzen:

LG Augsburg, Beschluss vom 15.11.2023 – 044 S 2196/23

LG Augsburg, Hinweisbeschluss vom 18.10.2023 – 044 S 2196/23

Fundstellen:

K & R 2023, 619

MMR 2023, 711

LSK 2023, 13576

GRUR-RS 2023, 13576

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 1.000,00 € festgesetzt.

Tatbestand

1

Der Kläger begehrt von der Beklagten Unterlassung von E-Mail-Werbung.

2

Die Beklagte ist einer der in Deutschland führenden Anbieter digitaler juristischer Informationssysteme und stellt ihren Kunden eine Internetdatenbank für die juristische Recherche zur Verfügung.

3

Am 13. Juli 2022 wandte sich der Kläger über das allgemeine Kontaktportal an die Beklagte. Dabei gab er als Grund seiner Anfrage das Thema „Produktberatung & Angebotsanfrage“ an. Der Kläger bekundete darin sein Interesse an den Produkten der Beklagten, u.a. einem Kommentar zur Bayerischen Bauordnung, unter Angabe seiner Kontaktdaten, unter anderem seiner E-Mail-Adresse „@aol.com“.

4

Auf die Anfrage des Klägers hin beantwortete am 15. Juli 2022 ein Vertriebsmitarbeiter der Beklagten, Herr D. K., die Frage des Klägers, in welchen Produkten die von ihm angefragten Kommentare zur Bayerischen Bauordnung enthalten sind. Es folgten noch zwei Telefongespräche zwischen Herrn K. und dem Kläger am 2. August 2022 sowie am 18. Oktober 2022. Da der Kläger jeweils äußerte, noch weitere Bedenkzeit zu benötigen, wurde schließlich ein Rückruf durch Herrn K. für den 8. Dezember 2022 vereinbart. Nachdem Herr K. den vereinbarten Termin zum Rückruf am 8. Dezember 2022 nicht einhalten konnte, versuchte er am 9. Dezember 2022, den Kläger telefonisch zu erreichen. Nachdem dies erfolglos blieb, informierte er den Kläger am gleichen Tag entsprechend per E-Mail und ließ ihm aktualisierte Produktdatenblätter zu den bereits besprochenen Modulen der Beklagten zukommen.

5

Auf die Nachricht des Mitarbeiters der Beklagten, Herr K., vom 9. Dezember 2022 antwortete der Kläger mit der E-Mail vom 12. Dezember 2022, 18:15 Uhr. In dieser E-Mail äußerte sich der Kläger wiederum zu dem einschlägigen Produktangebot der Beklagten, insbesondere den verfügbaren Kommentaren hinsichtlich der Bayerischen Bauordnung, und zog einen Vergleich zu dem Produktangebot eines weiteren Anbieters von Online-Datenbanken.

6

Auf diese E-Mail erhielt der Kläger von dem Mitarbeiter der Beklagten, Herr K., eine automatische Antwort per E-Mail mit folgendem Wortlaut:

Guten Tag und vielen Dank für Ihre E-Mail.

Ich bin ab dem 13. Dezember 2022 wieder im Büro.

Sie können nicht so lange warten?

In diesem Fall wenden Sie sich bitte an meine Kollegen unter der Rufnummer: ...

Freundliche Grüße

D K

... GmbH

Am

6 S

Telefon: +49

Telefax: +49

E-Mail: ...

Internet: <https://www..de>

Fragen zur Recherche

Geschäftssitz:

<http://www.facebook.com/.../> <https://www.twitter.com/...> [https://\(www.youtube.com/o/...](https://(www.youtube.com/o/...)

7

Um 19:29 Uhr desselben Tages mahnte der Kläger die Beklagte per E-Mail ab und forderte sie zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung auf mit dem Hinweis, dass es sich bei der in der E-Mail der Beklagten vom 12.12.2022 genannten Präsenzen um unzulässige elektronische Werbung handele.

8

Die Beklagte lehnte die Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung mit E-Mail vom 23.12.2022 ab.

9

Der Kläger meint, die Beklagte werbe mit der E-Mail vom 12.12.2022 aktiv für ihre Präsenzen bei Facebook, Twitter und YouTube. Dies stelle einen Eingriff in sein allgemeines Persönlichkeitsrecht dar. Eine Einwilligung seinerseits habe diesbezüglich nicht vorgelegen.

10

Der Kläger erweiterte seine Klage mit Schriftsatz vom 22.04.2023 um einen Hilfsantrag und beantragt zuletzt:

11

Die Beklagte wird verurteilt,

es zu unterlassen, zu Werbezwecken mit dem Kläger per E-Mail Kontakt aufzunehmen, ohne dass seine Einwilligung vorliegt. Der Beklagte wird für jeden Fall der Zuwiderhandlung gegen die Unterlassungsverpflichtung ein Ordnungsgeld bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten angedroht, wobei die Ordnungshaft an den jeweiligen Geschäftsführern der Beklagten zu vollziehen ist.

12

hilfsweise

Die Beklagte wird verurteilt, es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung angedrohten Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu sechs Monaten, wobei die Ordnungshaft an den jeweiligen Geschäftsführern der Beklagten zu vollziehen ist, zu unterlassen, im geschäftlichen Verkehr den Kläger zu Werbezwecken per E-Mail unter der E-Mail-Adresse „@aol.com“ zu kontaktieren, ohne dass hierfür eine Einwilligung des Klägers vorliegt.

13

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

14

Die Beklagte erwidert, es liege schon eine Einwilligung des Klägers in die streitgegenständliche Kommunikation vor, da sich schließlich der Kläger an die Beklagte gewandt habe. Der Kläger habe die E-Mail außerdem im Rahmen seiner beruflichen Tätigkeit erhalten, so dass keine Verletzung des Persönlichkeitsrechtes des Klägers vorliege. Zudem meint die Beklagte, die Mail habe keinen störenden werblichen Charakter gehabt. Es fehle überdies an der Rechtswidrigkeit eines Eingriffs, eine Interessenabwägung falle zu Gunsten der Beklagten aus. Auch müsse sich der Kläger den Einwand der unzulässigen Rechtsausübung entgegenhalten lassen, da der Kläger es offensichtlich darauf angelegt habe, einen vermeintlichen Verstoß der Beklagten gegen diese klageweise geltend zu machen.

15

Die Parteien stimmten einer Entscheidung im schriftlichen Verfahren gem. § 128 Abs. 2 ZPO zu. Zur Ergänzung des Sachvortrages der Parteien wird auf die gewechselten Schriftsätze nebst Anlagen Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

16

Die zulässige Klage ist sowohl im Haupt- als auch im Hilfsantrag unbegründet, da dem Kläger der für die Begründetheit sowohl des Haupt- als auch des Hilfsantrages erforderliche Unterlassungsanspruch nicht zusteht.

17

Dem Kläger steht kein Unterlassungsanspruch gegen die Beklagte aufgrund eines rechtswidrigen Eingriffs in das allgemeine Persönlichkeitsrecht gem. §§ 823 Abs. 1, 1004 Abs. 1 Satz 2 BGB analog, Art. 1 Abs. 1, Art. 2 Abs. 2 GG, Art. 8 Abs. 1 EMRK oder wegen eines rechtswidrigen Eingriffs in seinen eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb nach §§ 823 Abs. 1, 1004 Abs. 1 S.2 BGB zu.

18

Die Verwendung von unaufgeforderter elektronischer Post für die Zwecke der Werbung kann zwar grundsätzlich einen Eingriff in das allgemeine Persönlichkeitsrecht bzw. das Recht am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb des Klägers darstellen.

19

Es handelt sich jedoch bei dem vorliegend seitens des Klägers monierten Verweis auf Internetpräsenzen der Beklagten durch die bloße Angabe der URL mit E-Mail vom 12.12.2022 bereits nicht um Werbung. Ein unterstellter Eingriff in das allgemeine Persönlichkeitsrecht bzw. das Recht am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb durch Werbung wäre zudem auch nicht rechtswidrig. Die insoweit erforderliche Abwägung der widerstreitenden Interessen der Parteien geht zu Lasten des Klägers aus.

1) Keine Werbung

20

Die streitgegenständliche E-Mail der Beklagten hatte keinen werblichen Inhalt. Der Verweis auf die Internetpräsenzen der Beklagten durch die Angabe der URL stellt schon keine Werbung dar.

21

a) Der Begriff der Werbung umfasst nach dem allgemeinen Sprachgebrauch alle Maßnahmen eines Unternehmens, die auf die Förderung des Absatzes seiner Produkte oder Dienstleistungen gerichtet sind. Damit ist außer der unmittelbar produktbezogenen Werbung auch die mittelbare Absatzförderung – z.B. in Form der Imagewerbung oder des Sponsoring – erfasst. Werbung ist deshalb in Übereinstimmung mit Art. 2 lit. a RL 2006/114/EG des Europäischen Parlaments und des Rates v. 12.12.2006 über irreführende und vergleichende Werbung (ABl. EU L 376, S. 21) jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen zu fördern (vgl. BGH, Urteil vom 15.12.2015 – VI ZR 134/15).

22

b) Nach diesen Grundsätzen stellt der bloße Verweis auf die Internetpräsenzen eines Unternehmens im Anschluss an Kontaktdaten des Mitarbeiters, ohne dass diese mit einem Produkt oder anderen werbenden Angaben verknüpft sind, keine Werbung dar. Denn dieser Verweis ist gerade nicht unmittelbar darauf gerichtet, die Förderung des Absatzes seiner Produkte oder Dienstleistungen zu erreichen. Er dient vielmehr Informationszwecken, ebenso wie die Angabe der weiteren Kontaktdaten, in deren Zusammenhang die Nennung der Internetpräsenzen als Teil der Signatur des Mitarbeiters zu sehen ist. Auch eine mittelbare Absatzförderung durch Imagewerbung kann das Gericht hierin gerade nicht erkennen.

2) Keine Rechtswidrigkeit

23

Der Kläger müsste eine unterstellte Beeinträchtigung überdies dulden, da sie nach § 1004 Abs. 2 BGB analog rechtmäßig wäre.

24

Für die Prüfung der Rechtmäßigkeit ist eine Interessenabwägung vorzunehmen. Der Eingriff in das Persönlichkeitsrecht bzw. in den eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb des Klägers wäre nur dann rechtswidrig, wenn das Schutzinteresse des Klägers auf Schutz seiner Persönlichkeit und Achtung seiner Privatsphäre bzw. der Schutz der geschäftlichen Sphäre, insb. die Ungestörtheit der Betriebsabläufe

des Klägers die schutzwürdigen Belange der Beklagten, mit ihren Kunden zum Zwecke der Produktberatung zu kommunizieren, überwiegen würde Dies ist nicht der Fall. Die Interessenabwägung geht zu Gunsten der Beklagten aus.

25

Der Kläger erhielt die Abwesenheitsnachricht im Rahmen einer laufenden Produktberatung, zu welcher er selbst mehrfach mit dem Mitarbeiter der Beklagten Kontakt aufgenommen und bereits kommuniziert hat. Die in diesem Zusammenhang zugesandte Abwesenheits-E-Mail hatte für den Kläger als Kunden, welcher konkrete Produkte bei der Beklagten angefragt hatte, einen wesentlichen informatorischen Charakter, nämlich den Zweck zu verhindern, dass dieser wegen der Abwesenheit des Mitarbeiters keine Antwort auf seine Produkthanfrage erhält. Unterstellt, der Verweis auf die Internetauftritte der Beklagten würde eine Werbung darstellen, wäre in diesem Zusammenhang zu berücksichtigen, dass die unerwünschte Werbung durch Nennung der Mailadressen die Interessen des Klägers nur vergleichsweise geringfügig beeinträchtigt, zumal er diese einfach ignorieren konnte. Ein gedankliches Beschäftigen mit der Werbemail ist gerade nicht notwendig. Denn es handelte sich bei dem Hinweis der Beklagten offensichtlich nur um Internetauftritte derselben, Eine Trennung von anderen Informationen durch den Kläger ist nicht erforderlich. Vielmehr kann der Kläger es ohne jeden zeitlichen Aufwand unterlassen, die weiteren Internetpräsenzen der Beklagten anzuklicken. Ein Aussortieren eines werbenden Teils der E-Mail ist hierfür gerade nicht erforderlich. Die schutzwürdigen Belange des Klägers überwiegen vorliegend somit gerade nicht.

26

Die Klage war daher vollumfänglich abzuweisen.

27

Die Kostenentscheidung beruht auf S. 91 ZPO, die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit auf §§ 708 Nr. 11, 711 ZPO.