

Titel:

Unzulässige E-Mail-Werbung nach Erlöschen einer ursprünglich erteilten Einwilligung

Normenkette:

BGB § 823 Abs. 1, § 1004 Abs. 1 S. 2

Leitsätze:

1. Nach den Umständen des Einzelfalls kann das Erlöschen einer ursprünglich erteilten Einwilligung in die Zusendung von E-Mail-Werbung anzunehmen sein. Dies ist jedenfalls dann der Fall, wenn in einem Zeitraum von vier Jahren ein Account, bei dessen Erstellung ein Newsletter abonniert wurde, nicht mehr genutzt und in Kenntnis hiervon auch keine weitere Werbung übersandt wurde. (Rn. 32 – 34) (redaktioneller Leitsatz)

2. In einem solchen Fall muss sich der Werbende vor der neuerlichen Zusendung von E-Mail-Werbung bei dem Empfänger erkundigen, ob die ursprüngliche Einwilligung fortbesteht. (Rn. 34) (redaktioneller Leitsatz)

Schlagwort:

Persönlichkeitsrecht

Fundstellen:

RDV 2023, 251

K & R 2023, 378

LSK 2023, 2245

GRUR-RS 2023, 2245

MMR 2023, 722

Tenor

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

2. Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger vorgerichtliche Rechtsanwaltskosten in Höhe von EUR 136,14 zuzüglich Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz ab Rechtshängigkeit zu zahlen.

3. Im Übrigen wird die Klage abgewiesen.

4. Die Beklagte hat die Kosten des Rechtsstreits zu tragen.

5. Das Urteil ist für den Kläger vorläufig vollstreckbar, bezüglich Ziffer 1 gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110,00 €, bezüglich Ziffer 2 und Ziffer 4 gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110% des jeweils zu vollstreckenden Betrags.

6. Der Streitwert wird auf 1.000,00 € festgesetzt.

Tatbestand

1

Der Kläger nimmt die Beklagte wegen unerbetener E-Mail-Werbung auf Unterlassung sowie Zahlung vorgerichtlicher Rechtsanwaltskosten in Anspruch.

2

Der Kläger ist Inhaber der E-Mail-Adresse ... @aol.de.

3

Am 11.08.2015 abonnierte der Kläger den M.-Newsletter der Beklagten im Zuge eine Accounterstellung auf diesem Portal. Die diesbezügliche Protokollierung wurde als Anlage BI vorgelegt. Den vorerst letzten Newsletter der Beklagten erhielt der Kläger am 21.12.2017.

4

Am 23.12.2021 erhielt der Kläger eine E-Mail der Beklagten mit dem Betreff „Weihnachtsgruß und Info über Änderungen zum neuen Jahr“. In der E-Mail heißt es auszugsweise:

... als Abonnent/in des Golf.de Newsletters informieren wir Sie heute über eine Änderung hinsichtlich des zukünftigen Layouts.

Der Absender und Ersteller des Newsletters ist und bleibt die d g online GmbH (dgo). Sie haben den Newsletter bei der dgo kostenlos abonniert und daran wird sich auch nichts ändern.

Wir wollen die Angebote von m.G..de, F. und I. mehr aufeinander abstimmen. Ein erster Weg ist die Angleichung des Layouts.

Wir stellen Sie und Ihre Interessen rund um das Golfen in den Mittelpunkt unserer Entwicklungs- und Verbesserungsoffensive.

--

Freuen Sie sich schon heute auf das kommende Jahr. Wir haben vor, Sie laufend mit spannenden und ungewöhnlichen Neuerungen zu begeistern.

Um Ihnen einen besseren Überblick zu bieten, werden wir die Angebote unter unserer Marke „m...“ zusammenführen.

Für Sie ändert sich nichts und Sie müssen auch nicht tätig werden.

Wenn Sie noch kein Follower auf F. oder I. sind, dann laden wir Sie herzlich dazu ein, unsere Kanäle zu abonnieren.

Verlinkung F. finden Sie hier >>

Verlinkung Unseren I.-Kanal können Sie hier abonnieren "

5

Die E-Mail weist in der Fußzeile neben einem Copyright-Zeichen die d g online GmbH aus. In der Fußzeile enthalten ist ebenfalls ein Link, um sich vom Newsletter abzumelden. Ergänzend wird auf die als Anlage KI vorgelegte E-Mail Bezug genommen.

6

Am 28.12.2021 fragte der Kläger bei der Beklagten per E-Mail, inwieweit eine Einwilligung seinerseits in den Erhalt von werblichen E-Mails bestünde. Die Beklagte erwiderte, ein Einverständnis sei der Beklagten erteilt worden, legte aber nicht näher dar, in welchem Kontext und wann. Auf die als Anlage K2 vorgelegte Korrespondenz wird ergänzend Bezug genommen.

7

In der Folgezeit erhielt der Kläger weitere Newsletter aus derselben Serie, allein im Januar sechs Mal. Die Newsletter enthalten jeweils u.a. die Rubrik „Travel Ticker“, in der Golf-Resorts vorgestellt werden. Im dazugehörigen Beitrag auf der Website der Beklagten sind jeweils Links direkt zu den vorgestellten Hotels hinterlegt. Ergänzend wird auf die als Anlagen K3 und K8 vorgelegten Newsletter und Websiteinhalte Bezug genommen.

8

Am 03.02.2022 ließ der Kläger die Beklagte anwaltlich abmahnen. Das Schreiben enthielt eine Aufforderung, dem Kläger in Zukunft keine E-Mails werbenden Inhalts an die genannte E-Mail-Adresse ohne dessen Einwilligung zu schicken. Die Beklagte wurde ebenfalls zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung sowie zur Erstattung der Anwaltskosten für die Abmahnung unter Fristsetzung bis 10.02.2022 aufgefordert. Die Anwaltskosten, die auch in der Klage mit dem Antrag zu 2) weiter verfolgt werden, berechnet der Kläger im Abmahnungsschreiben mit einer 1,3 Gebühr aus einem Gegenstandswert von EI-JR 3.000,00 zzgl. Telekommunikationspauschale zzgl. Umsatzsteuer auf EUR 367,23. Auf das als

Anlage K4 vorgelegte Abmahnungsschreiben wird ergänzend Bezug genommen. In der als Anlage K5 vorgelegten Kostenabrechnung werden die Kosten dann ohne Telekommunikationspauschale, also in Höhe von insgesamt EUR 343,43 in Rechnung gestellt. Diese Summe hat der Kläger seinem Anwalt ausweislich der als Anlage K6 vorgelegten Überweisungsbestätigung am 29.08.2022 überwiesen.

9

Am 10.02.2022 antwortete die Beklagte auf die Abmahnung. Sie lehnte die Ansprüche des Klägers ab und verwies darauf, dieser habe am 11.08.2015 und am 21.12.2017 Newsletter der Beklagten abonniert. Seit dem 21.12.2017 habe er m.G. nicht mehr genutzt, bzw. sich nicht mehr in sein dortiges Profil eingeloggt. Den letzten Newsletter habe der Kläger am 21.12.2017 erhalten. Durch Beendigung der Mitgliedschaft in dem Club, mit dessen Mitgliedsdaten er bei m.G. registriert war, wurde er aus dem Verteiler genommen. Diese Einschränkung habe man dann ab dem 01.01.2022 aufgehoben. Die Zusammenarbeit mit dem DGV (Deutscher Golf Verband) sei ausgelaufen. Seit diesem Zeitpunkt könne m.G. daher die Newsletter auch Abonnenten zustellen, die keine aktuelle Clubmitgliedschaft nachweisen. Es handle sich nicht um Werbung, sondern um redaktionelle Newsletter. Ergänzend wird auf das als Anlage K7 vorgelegte Schreiben Bezug genommen.

10

Der Kläger meint, ihm stehe der geltend gemachte Unterlassungsanspruch aus einer rechtswidrigen Verletzung seines allgemeinen Persönlichkeitsrechts zu. Bei allen erhaltenen E-Mail handle es sich um Werbung. Seine Einwilligung sei durch Zeitablauf erloschen.

11

Der Kläger beantragt,

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

2. Die Beklagte wird verurteilt, an den Kläger vorgerichtliche Rechtsanwaltskosten in Höhe von EUR 343,43 zuzüglich Zinsen in Höhe von fünf Prozentpunkten über dem jeweiligen Basiszinssatz ab Rechtshängigkeit zu zahlen.

12

Die Beklagte beantragt

Klageabweisung.

13

Sie meint, der Kläger habe in den Erhalt der E-Mails eingewilligt und diese Einwilligung sei nach wie vor wirksam.

14

Der Kläger hat mit Schreiben vom 29.11.2022, die Beklagte mit Schreiben vom 15.12.2022 einer Entscheidung im schriftlichen Verfahren, S. 128 Abs. 2 ZPO, zugestimmt. Das Gericht hat mit Beschluss vom 20.12.2022 den Zeitpunkt, der dem Schluss der mündlichen Verhandlung entspricht, auf den 17.01.2022 bestimmt.

15

Zur Ergänzung des Sach- und Streitstands wird auf die gewechselten Schriftsätze der Parteien nebst Anlagen Bezug genommen.

Entscheidungsgründe

I.

16

Die Klage ist zulässig und nur die Nebenforderung betreffend teilweise unbegründet.

17

Die Klage ist zulässig. Die Zuständigkeit des Amtsgerichts München ergibt sich in sachlicher Hinsicht aus § 1 ZPO iVm §§ 23, 71 GVG sowie in örtlicher Hinsicht aus § 17 Abs. 1 ZPO.

II.

18

Die Klage ist überwiegend begründet.

19

Der Kläger hat gegen die Beklagte einen Anspruch auf Unterlassung der Zusendung werblicher E-Mails aus § 823 Abs. 1 iVm § 1004 Abs. 1 S. 2 BGB analog wegen eines rechtswidrigen Eingriffs in sein allgemeines Persönlichkeitsrecht, Art. 2 Abs. 1, 1 Abs. 1 GG.

20

Die E-Mail vom 23.12.2021 enthält werblichen Inhalt. Werbung ist 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 (BGH, Beschluss vom 20.05.2009 – I ZR 218/07, juris Rz. 13). Bereits die erste E-Mail vom 23.12.2021, auf die sich der Unterlassungsanspruch des Klägers nach dessen Angaben primär stützt, enthält werbliche Elemente. So wird dort auf die F.- und I.kanäle der Beklagten verwiesen und der Abonnent „herzlich eingeladen“, diesen zu folgen. Zudem kündigt die Beklagte an, ihre Abonnenten im kommenden Jahr mit „spannenden und ungewöhnlichen Neuerungen zu begeistern“. Die E-Mail dient damit ersichtlich der Präsentation der Inhalte der Beklagten, der Erhöhung ihrer Reichweite in sozialen Medien und soll erreichen, dass die geschlossenen Abonnements auch im kommenden Jahr erhalten bleiben. Auch die folgenden E-Mails aus dem Januar 2022 sind werblichen Inhalts. Die vorgerichtliche Argumentation, hier handele es sich um redaktionelle Inhalte, wurde im gerichtlichen Verfahren seitens der Beklagten nicht mehr aufrecht erhalten.

21

b) Die Zusendung der E-Mail erfolgte ohne Einverständnis des Klägers. Die ursprünglich erteilte Einwilligung war angesichts der Umstände des Einzelfalls infolge Zeitablaufs nicht mehr wirksam.

22

aa) Ob und ab wann eine ursprünglich erteilte Einwilligung nicht mehr wirksam ist, ist in Rechtsprechung und Literatur umstritten und bisher nicht abschließend geklärt.

23

(1) Der BGH (BGH, Urteil vom 1. Februar 2018 – III ZR 196/17 –, juris 31) führt hierzu aus (Hervorhebungen seitens des Gerichts):

„Eine zeitliche Begrenzung einer einmal erteilten Einwilligung sieht weder die RL 2002/58/EG noch § 7 UWG vor. Hieraus ergibt sich, dass diese – ebenso wie eine Einwilligung nach § 183 BGB – grundsätzlich nicht allein durch Zeitablauf erlischt (vgl. OLG Stuttgart, BeckRS 2007, 10540; OLG Köln, GRUR-RR 2013, 219, 221; LG Berlin, BeckRS 2012, 08644; Köhler/Bornkamm/Köhler, UWG, 35. Aufl., 7 Rn. 148 und 186; jurisPK-UWG/Koch, 4. Aufl., 7 Rn. 245 und 376; Schöler in Harte-Bavendamm/Henning-Bodewig, UWG, 4. Aufl., 7 Rn. 243). Vor diesem Hintergrund bestehen jedenfalls gegen die gegenständliche Regelung zur Geltungsdauer keine Bedenken, da diese eingegrenzt ist auf die Zeit während des laufenden Vertragsverhältnisses bis zu höchstens zwei Jahre ab Vertragsbeendigung und zumindest während dieses überschaubaren Zeitraums bei einem Verbraucher, der seine Einwilligung im Rahmen des Vertragsschlusses erteilt, von seinem fortbestehenden Interesse an einer Information über neue Services und Angebote der Beklagten ausgegangen werden kann (siehe auch zum Datenschutzrecht § 95 Abs. 2 und Abs. 3 Satz 1 TKG).“

24

Der BGH wendet sich also im Grundsatz gegen das Erlöschen einer Einwilligung mit Zeitablauf.

25

Er schränkt dies nachfolgend jedoch insoweit ein, als dass dies jedenfalls für die dort streitgegenständliche Regelung gelte, die sich auf höchstens zwei Jahre nach Vertragsbeendigung beziehe. In diesem überschaubaren Zeitraum sei bei einem Verbraucher von seinem fortbestehenden Interesse an Information auszugehen.

26

Ein Teil der instanzgerichtlichen Rechtsprechung befürwortet das Erlöschen einer Einwilligung mit der Zeit, so beispielsweise das LG München I ab einem Zeitraum von mehr als 1,5 Jahren (LG München I, Urteil vom 8. April 2010 – 17 HK O 138/10 –, juris Rz. 21), das LG Berlin bei einem Zeitraum von zwei Jahren später (LG Berlin, Beschluss vom 2. Juli 2004 – 15 O 653/03) und das LG Hamburg bei einem Zeitraum von zehn Jahren später (LG Hamburg, Urteil vom 17.02.2004 312 O 645/02, <https://openjur.de/u/30531.html>, Rz. 63).

27

Gegen ein Erlöschen der Einwilligung wenden sich das OLG Stuttgart (OLG Stuttgart, Urteil vom 22. März 2007 – 2 U 159/06 –, juris Rz. 34) bei einem Zeitraum von einem Jahr und drei Monaten sowie das OLG Köln bei einem Zeitraum von einem Jahr und vier Monaten (OLG Köln, Urteil vom 7. Dezember 2012 – I-6 U 69/12 juris Rz. 15).

28

(2) In der Literatur wurde die Linie des BGH aufgegriffen, nach der zwar nicht im Grundsatz, aber nach den Umständen des Einzelfalls durchaus von einem Erlöschen der Einwilligung ausgegangen werden kann.

29

Köhler (Köhler/Bornkamm/Feddersen/Köhler, 41. Aufl. 2023, UWG S. 7 Rn. 182) hält fest, dass die Einwilligung an sich unbefristet sei und demnach nicht mit Zeitablauf erlösche. Etwas anderes könne sich jedoch aus dem mutmaßlichen Willen des Verbrauchers ergeben. Es komme auf die Umstände des Einzelfalls an, insbesondere den konkreten Zweck der Einwilligung, darauf, ob von der Einwilligung erst nach längerer Zeit Gebrauch gemacht wurde sowie darauf, ob der Werbende davon ausgehen dürfe, der Verbraucher habe noch Kenntnis von der Einwilligung und Interesse an der Kontaktaufnahme.

30

Gegen ein Erlöschen mit Zeitablauf im Grundsatz sprechen sich auch Koch/Seichter aus (Ullmann/Koch/Seichter, jurisPK-UWG, 4. Aufl, S. 7 UWG (Stand: 20.03.2020), juris Rz. 245).

31

L. (MüKoJWG/Leibler, 3. Aufl. 2020, UWG S. 7 Rn. 175) führt dagegen aus, dass einmal erteilte Einverständnis wirke nicht zeitlich unbegrenzt, sondern rechtfertige die Zusendung einer Werbe-E-Mail nur in der unmittelbar darauf folgenden Zeit.

32

bb) Selbst wenn man davon ausgeht, dass eine Einwilligung grundsätzlich zeitlich unbegrenzt gilt, so ist hier nach den Umständen des Einzelfalls nicht mehr von einem Fortbestehen der Einwilligung des Klägers auszugehen.

33

Der Kläger hatte die Newsletter der Beklagten 2015 und 2017 abonniert, seinen Account auf der Website der Beklagten aber seit Dezember 2017 nicht mehr genutzt. Seit Dezember 2017 hatte der Kläger infolge seines Austritts aus einem Golfclub keine Newsletter mehr erhalten. Der Austritt aus dem Club und die anschließende Nichtnutzung waren der Beklagten ausweislich ihrer Stellungnahme in Anlage K7 auch bekannt. Die Beklagte nahm nach eigenen Angaben in Anlage K7 erst im Dezember 2021 wieder Kontakt auf, nachdem die Kooperation mit dem Deutschen Golf Verband ausgelaufen war.

34

Zu berücksichtigen ist daher, dass eine ausdrückliche Einwilligung zunächst zwar unstreitig vorlag. Das Abonnement war zunächst wohl mit einer Mitgliedschaft des Klägers in einem Golfclub gekoppelt. Diese Mitgliedschaft endete Ende 2017. Hiervon hatte die Beklagte auch Kenntnis und sandte dem Kläger entsprechend keine E-Mails mehr zu. Als sich die internen Regelungen der Beklagten Ende 2021 änderten, hatte der Kläger seit vier Jahren weder seinen Account bei der Beklagten genutzt noch E-Mails der Beklagten erhalten. Die Beklagte hatte auch keine positive Kenntnis von einer erneuten Anmeldung des Klägers für den Newsletter oder für einen weiteren mit der Beklagten verbundenen Golfclub. Vor dem Hintergrund der erheblichen Zeit von vier Jahren sowie dem Ende der Zusendung infolge des Austritts des Klägers aus einem Golfclub durfte die Beklagte nicht davon ausgehen, die Einwilligung des Klägers bestehe fort. Sie hätte sich vielmehr zunächst erkundigen müssen, ob dies noch der Fall war (vgl. LG Berlin, Beschluss vom 2. Juli 2004 – 15 O 653/03).

35

c) Es liegt ein rechtswidriger Eingriff in das allgemeine Persönlichkeitsrecht des Klägers vor.

36

Die Verwendung von elektronischer Post für die Zwecke der Werbung ohne Einwilligung des Empfängers stellt grundsätzlich einen Eingriff in seine geschützte Privatsphäre und damit in sein allgemeines Persönlichkeitsrecht dar (BGH, Urteil vom 10. Juli 2018 – VI ZR 225/17 –, BGHZ 219, 233-242 – Kundenzufriedenheitsbefragung Leitsatz 1, juris Rz. 14). Nach Art. 13 Abs. 1 der Datenschutzrichtlinie EK ist die Verwendung von elektronischer Post für die Zwecke der Direktwerbung nur bei vorheriger Einwilligung der Teilnehmer oder Nutzer zulässig. Aufgrund des Gebots zur richtlinienkonformen Auslegung ist ein Verstoß gegen diese Regelung grundsätzlich als Eingriff in das allgemeine Persönlichkeitsrecht zu werten (BGH, Urteil vom 10. Juli 2018 – VI ZR 225/17 BGHZ 219, 233-242 – Kundenzufriedenheitsbefragung juris Rz. 16).

37

Der Eingriff ist auch rechtswidrig. Das Recht des Klägers auf Schutz seiner Persönlichkeit und Achtung seiner Privatsphäre aus Art. 1 Abs. 1, Art. 2 Abs. 1 GG, Art. 8 Abs. 1 EMRK ist mit dem berechtigten Interesse der Beklagten, mit (vermeintlichen) Abonnenten zum Zwecke der Werbung in Kontakt zu treten, abzuwägen. Der Eingriff in das Persönlichkeitsrecht ist nur dann rechtswidrig, wenn das Schutzinteresse des Betroffenen die schutzwürdigen Belange der anderen Seite überwiegt (BGH, Urteil vom 10. Juli 2018 – VI ZR 225/17 –, BGHZ 219, 233-242 – Kundenzufriedenheitsbefragung –, juris Rz. 22). Nach S. 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG stellt von dem hier nicht einschlägigen Ausnahmetatbestand des S. 7 Abs. 3 UWG abgesehen jede Werbung unter Verwendung elektronischer Post ohne vorherige ausdrückliche Einwilligung des Adressaten eine unzumutbare Belästigung dar. Diese gesetzgeberische Wertung ist bei der Beurteilung der Generalklauseln des Bürgerlichen Gesetzbuches ebenfalls heranzuziehen, um Wertungswidersprüche zu vermeiden (BGH, Urteil vom 10. Juli 2018 – VI ZR 225/17 –, BGHZ 219, 233-242 – Kundenzufriedenheitsbefragung –, juris Rz. 23). Wegen des unzumutbar belästigenden Charakters derartiger Werbung gegenüber dem Empfänger ist die Übersendung einer Werbe-E-Mail ohne vorherige ausdrückliche Einwilligung grundsätzlich rechtswidrig (vgl. BGH, Beschluss vom 20.05.2009 – I ZR 218/07, juris Rz. 14). Die insoweit erforderliche Abwägung der widerstreitenden Interessen der Parteien geht vor diesem Hintergrund zu Lasten der Beklagten aus. Besonderheiten, die die ungewollte werbliche E-Mail-Zusendung ausnahmsweise rechtfertigen würden, sind im vorliegenden Fall nicht ersichtlich.

38

d) Die für den Unterlassungsanspruch erforderliche Wiederholungsgefahr wird durch das festgestellte rechtsverletzende Verhalten der Beklagten indiziert (BGH, Urteil vom 10. Juli 2018 – VI ZR 225/17 –, BGHZ 219, 233-242 – Kundenzufriedenheitsbefragung –, juris Rz. 26). Bereits der einmalige Eingriff genügt demnach für den Anspruch auf Unterlassung (MüKoUWG/Leib/e, 3. Aufl. 2020, UWG S. 7 Rn. 37).

39

2. Nachdem der Anspruch auf Unterlassung in der Hauptsache besteht, besteht im Grundsatz auch der als Nebenforderung geltend gemachte Anspruch auf Ersatz der Rechtsanwaltskosten. Das Gericht hat den Streitwert des Unterlassungsanspruchs auf EUR 1.000,00 festgesetzt. Dementsprechend sind auch die Rechtsanwaltskosten nur aus einem Gegenstandswert von EUR 1.000,00 geschuldet, was nach der Berechnung des Klägers einer Zahlung in Höhe von (1,3 x EUR 88,00 x 1,19 USt EUR 136,14 entspricht.

40

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

41

Die Entscheidung zur vorläufigen Vollstreckbarkeit beruht auf S. 709 S. 1 ZPO.

42

Für die Bemessung der erforderlichen Sicherheitsleistung kommt es neben den Verfahrenskosten auf das geschätzte Interesse des Schuldners an der Vornahme der ihm untersagten Handlung an (vgl. BeckOK ZPO/Ulrici, Stand 01.07.2022, S. 709 Rn, 5.4 mwN). Bezüglich der Unterlassung bestimmt sich das Abwehrinteresse nach Aufwand und Kosten, um dem titulierten Unterlassungsanspruch nachzukommen, also beispielsweise die E-Mail-Adresse des Klägers aus einer Verteilerliste löschen zu müssen (KG Berlin,

Urteil vom 26.01.2007 – 9 U 52/06). Das Gericht beziffert diesen Aufwand mit EUR 100,00. Bei angemessener Erhöhung um 10% ergibt sich damit eine Sicherheitsleistung von EUR 110,00.

43

Der Streitwert wird auf EUR 1.000,00 festgesetzt, SS 2 – 4 ZPO (vgl. OLG München, Beschluss vom 22. Dezember 2016 – 6 W 1579/16).