LG Augsburg, Beschluss v. 15.11.2023 – 044 S 2196/23

Titel:

Keine Werbung durch Angabe einer Internetadresse in Email-Signatur

Normenketten:

BGB § 823 Abs. 1, § 1004
GG Art. 1 Abs. 1, Art. 2 Abs. 1
EMRK Art. 8 Abs. 1

Leitsatz:

Der Verweis auf eine Internetpräsenz in der Signatur einer Email stellt keine Werbung dar. (Rn. 5 – 8) (redaktioneller Leitsatz)

Schlagworte:

Berufungsverfahren, Unterlassungsverpflichtung, Ordnungsgeld, Einwilligung, Werbezwecke, E-Mail-Kontakt, Verlinkung auf Social-Media-Plattformen

Vorinstanz:

AG Augsburg, Endurteil vom 09.06.2023 – 12 C 11/23

Fundstelle:

GRUR-RS 2023, 33303

Tenor

1. Die Berufung der Klagepartei gegen das Urteil des Amtsgerichts Augsburg vom 09.06.2023, Aktenzeichen 12 C 11/23, wird zurückgewiesen.

2. Die Klagepartei hat die Kosten des Berufungsverfahrens zu tragen.

3. Das in Ziffer 1 genannte Urteil des Amtsgerichts Augsburg ist ohne Sicherheitsleistung vorläufig vollstreckbar.

4. Der Streitwert für das Berufungsverfahren wird auf 1.000,00 € festgesetzt.

Gründe

1
1. Hinsichtlich der Darstellung des Sach- und Streitstandes wird auf den Tatbestand im angefochtenen Urteil des Amtsgerichts Augsburg vom 09.06.2023 Bezug genommen.

2
Im Berufungsverfahren wird seitens der Klagepartei beantragt,

Die Beklagte und Berufungsbeklagte wird unter Abänderung des am 09. Juni 2023 verkündeten Urteils des Amtsgerichts Augsburg (Az. 12 C 11/23) 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.

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 „k...@aol.com“ zu kontaktieren, ohne dass hierfür eine Einwilligung des Klägers vorliegt.

3

Die beklagte Partei beantragt

die Berufung zurückzuweisen.

4
2. Die Berufung gegen das Urteil des Amtsgerichts Augsburg vom 09.06.2023, Aktenzeichen 12 C 11/23, ist gemäß § 522 Abs. 2 ZPO zurückzuweisen, weil nach einstimmiger Auffassung der Kammer das Rechtsmittel offensichtlich keine Aussicht auf Erfolg hat, der Rechtssache auch keine grundsätzliche Bedeutung zukommt, weder die Fortbildung des Rechts noch die Sicherung einer einheitlichen Rechtsprechung eine Entscheidung des Berufungsgerichts erfordert und die Durchführung einer mündlichen Verhandlung über die Berufung nicht geboten ist.

5
Zur Begründung wird auf den vorausgegangenen Hinweis der Kammer Bezug genommen.

6
Auch die Ausführungen in der Gegenerklärung geben zu einer Änderung keinen Anlass.

7
Soweit in der Gegenerklärung ein Vergleich mit der Verwendung kurzer Werbeslogans wie „Freude am Fahren“ oder „Hoffentlich Allianz versichert“ angestellt wird, sind derartige Fälle mit dem hiesigen nicht vergleichbar. Denn vorliegend war in der an den Kläger gerichteten E-Mail gerade keine Werbeaussage enthalten. Daher musste er sich, anders als im Fall der Verwendung eines Slogans in der E-Mail eben nicht inhaltlich mit einer Werbeaussage auseinandersetzen. Enthalten waren nur Links, welche in der Signatur enthalten waren. Um Werbung zu sehen, hätte der Kläger auf diese Links klicken müssen. Die E-Mail selbst enthielt gerade keine werbliche Aussage.

8
Der im Hinweis vom 18.10.2023 genannte „informatorische Teil“ meint die inhaltliche Antwort auf die Anfrage des Klägers. Insoweit mag die Formulierung im Hinweis unpräzise gewesen sein, da auch eine E-Mail-Signatur informatorisch ist, da sie die Möglichkeiten der Kontaktaufnahme aufzeigt. Dies ändert aber im Ergebnis nichts daran, dass die Verlinkung auf Social-Media-Plattformen mit keinerlei Beeinträchtigung für den Leser einer E-Mail verbunden ist.

9
Die Rechtssache hat keine grundsätzliche Bedeutung, da im vorliegenden Fall offen gelassen werden kann, ob die Verlinkung auf Social-Media-Plattformen als Werbung im Sinne von Art. 2 Buchst. a der RL 2006/114/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2006 anzusehen ist. Die Klage war jedenfalls deshalb abzuweisen, weil ein etwaiger Eingriff in den eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb sich im konkreten Fall eindeutig als nicht rechtswidrig darstellt und analog § 1004 Abs. 2 BGB zu dulden wäre, da es an jeglicher Beeinträchtigung des Empfänger einer E-Mail durch die Beifügung einer Verlinkung auf Social-Media-Präsenzen fehlt.

10
Die Kostenentscheidung beruht auf § 97 Abs. 1 ZPO.

11
Die Feststellung zur vorläufigen Vollstreckbarkeit des angefochtenen Urteils erfolgte gemäß § 708 Nr. 10 ZPO.