Amtsgericht Bonn, 104 C 148/17

Datum:	01.08.2017
Gericht:	Amtsgericht Bonn
Spruchkörper:	104. Zivilabteilung
Entscheidungsart:	Urteil
Aktenzeichen:	104 C 148/17
ECLI:	ECLI:DE:AGBN:2017:0801.104C148.17.00

Schlagworte:	Werbung, elektronische Post, Persönlichkeitsrecht, Unterlassungsanspruch
Normen:	BGB 823 Abs 1, 1004 Abs 1 Satz 2
Rechtskraft:	rechtskräftig

Tenor:

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

Die Kosten des Rechtsstreits trägt die Beklagte, mit Ausnahme der Mehrkosten, die durch die Verweisung entstanden sind. Diese trägt der Kläger.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar, bezüglich des Unterlassungsanspruchs gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 4.000 € und wegen der Kosten für den Kläger gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110% des jeweils zu vollstreckenden Betrags. Der Kläger darf die Vollstreckung gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110% des aufgrund des Urteils vollstreckbaren Betrages abwenden, wenn nicht die Beklagte vor der Vollstreckung Sicherheit in Höhe von 110% des jeweils zu vollstreckenden Betrags leistet.

Tatbestand 1

Die Parteien streiten über die Unterlassung von E-Mail-Kontakten zu Werbezwecken durch die Beklagte ohne die Einwilligung des Klägers sowie darum, wer von Ihnen die Kosten hinsichtlich eines übereinstimmend für erledigt erklärten Teils der Klage zu tragen hat. 2

Zwischen den Parteien besteht keine vertragliche Beziehung. Der Kläger führte in der Vergangenheit diverse Verfahren gegen die Beklagte wegen Auskunftsbegehren nach § 13a UKlaG. Seit Juli 2014 verlangt der Kläger jährlich von der Beklagten Auskunft nach § 34 BDSG. Daraufhin erhielt er jeweils eine Antwort von der Beklagten. Mit E-Mail vom 17. Juni 2016 verlangte der Kläger abermals Auskunft nach § 34 BDSG. Dabei stellte er klar, dass er kein Kunde der Beklagten sei. Am 23. Juni 2016 antwortete ihm die Beklagte per Brief. Sie schrieb, dass sie unter den vom Kläger genannten Angaben kein Vertragsverhältnis als Mobilfunk- oder Festnetzkunde finden könne. Auf die Rückmeldung des Klägers durch E-Mail am 26. Juni 2016 erhielt er von der Beklagten umgehend einen Autoresponder. Dieser enthielt unter der Eingangsbestätigung und vor der Signatur folgenden Zusatz: *„Wie schützen Sie sich und Ihre Daten vor Cyberkriminellen und anderen Bedrohungen? Wir zeigen Ihnen, worauf Sie im digitalen Alltag achten sollten* www.xxxxxxxxxxxxx.de (Anlage K2, Bl. 13 d.A.). Im Laufe der weiteren Kommunikation erhielt der Kläger am 18. August 2016 abermals einen Autoresponder mit demselben Zusatz (Anlage K3, Bl. 14 d.A.). 3

Der Kläger ist der Ansicht, die Beklagte habe ihrer Pflicht nach § 34 BDSG nicht genügt, da sie unzureichend geantwortet habe. Zudem handele es sich bei dem Zusatz in den Autorespondern um unzulässige Werbung. 4

Der Kläger hat mit der am 20. Oktober 2016 beim Landgericht Bonn eingegangenen und am 7. Dezember 2016 zugestellten Klageschrift vom 10. Oktober 2016 (Bl. 1 f. d.A.) ursprünglich beantragt, 5

1. der Beklagten wird es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung hiermit angedrohten Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu 6 Monate, wobei die Ordnungshaft für die Beklagte an den jeweiligen Vorständen zu vollziehen ist, untersagt, zu Werbezwecken mit dem Kläger per E-Mail Kontakt aufzunehmen, ohne dass seine ausdrückliche Einwilligung vorliegt. 6

2. Die Beklagtenseite wird verurteilt, dem Kläger Auskunft darüber zu geben, welche Daten zu seiner Person bei ihrem Unternehmen gespeichert sind, auch soweit sie sich auf Herkunft und Empfänger beziehen, welcher Zweck mit der Speicherung dieser Daten verfolgt wird und an welche Personen oder Stellen diese Daten übermittelt wurden bzw. werden. 7

Nachdem die Beklagte im Schriftsatz vom 6. Juli 2017 Auskunft zu den bei ihr über den Kläger gespeicherten Daten und den Zweck der Speicherung erteilt hat, haben die Parteien in der mündlichen Verhandlung vom 11. Juli 2017 übereinstimmend den Antrag zu 2) aus der Klageschrift vom 10. Oktober 2016 für erledigt erklärt (Bl. 75 d.A.). 8

Der Kläger beantragt nunmehr, 9

der Beklagten wird es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung hiermit angedrohten Ordnungsgeldes bis zu 250.000,00 €, ersatzweise Ordnungshaft, oder Ordnungshaft bis zu 6 Monate, wobei die Ordnungshaft für die Beklagte an den jeweiligen Vorständen zu vollziehen ist, untersagt, zu Werbezwecken mit dem Kläger per E-Mail Kontakt 10

aufzunehmen, ohne dass seine ausdrückliche Einwilligung vorliegt.

Die Beklagte beantragt, 11

die Klage abzuweisen. 12

Sie ist der Ansicht, der Antrag sei zu unbestimmt und daher unzulässig. Des Weiteren stelle der Zusatz keine unlautere E-Mail-Werbung dar. Zudem handele der Kläger rechtsmissbräuchlich. 13

Der Kläger hat mit Klageschrift vom 10. Oktober 2016 Klage vor dem Landgericht Bonn erhoben. Nach Hinweis des Landgerichts vom 28. April 2017 hat der Kläger mit Schriftsatz vom 4. Mai 2017 die Verweisung an das Amtsgericht beantragt. Das Landgericht hat sich durch Beschluss vom 12. Mai 2017 für sachlich unzuständig erklärt und den Rechtsstreit an das Amtsgericht Bonn verwiesen (Bl. 59 d.A.). 14

Entscheidungsgründe 15

Die Klage hat Erfolg. 16

Die Klage ist zulässig. Das Amtsgericht Bonn ist gemäß §§ 12, 17 ZPO örtlich und aufgrund des Verweisungsbeschlusses des Landgerichts Bonn vom 12. Mai 2017 sachlich zuständig, § 281 Abs. 2 Satz 4 ZPO. 17

Entgegen der Auffassung der Beklagten ist der Antrag auch bestimmt genug. Die Anforderungen an die Bestimmtheit des Antrags bei Unterlassungsklagen sind grundsätzlich problematisch. Die Verletzungshandlung, gegen die sich der Kläger wendet und deren künftige Unterlassung er erreichen will, muss so konkret wie möglich beschrieben werden. Ein Unterlassungsantrag muss so deutlich gefasst sein, dass er den Gegenstand des Verfahrens und damit den Umfang der Entscheidungsbefugnis des Gerichts (§ 308 ZPO) sowie der Rechtskraft seiner Entscheidung (§ 322 ZPO) genau fixiert, der Beklagte sich erschöpfend verteidigen und anhand einer dem Antrag entsprechenden Verurteilung eindeutig erkennen kann, was er zu unterlassen hat, und die Entscheidung darüber, was ihm durch die Verurteilung verboten ist, nicht dem Vollstreckungsverfahren überlassen bleibt (st. Rspr.; vgl. BGH NJW 2008, 1384 = GRUR 2008, 84; NJW 2005, 1050 = GRUR 2005, 443, 445 = WRP 2005, 485 – Ansprechen in der Öffentlichkeit II; NJW 2005, 2550= GRUR 2005, 692, 693 = WRP 2005, 1009 – „statt”-Preis). 18

Hier hat der Kläger die zu unterlassene Handlung – die Kontaktaufnahme per E-Mail zu Werbezwecken ohne die ausdrückliche Einwilligung des Klägers – konkret angegeben. Dies reicht grundsätzlich zur Bestimmtheit des Antrags aus (BGHZ 142, 388 = NJW 2000, 2207, juris Rz. 13). 19

Soweit teilweise davon ausgegangen wird, der Anspruch des Klägers beschränke sich nur auf einzelne E-Mail-Adressen (OLG Frankfurt MMR 2014, 115; KG NJW-RR 2005, 51; Dietricht GWR 2012, 102, 103 f.), ist dem nicht zu folgen. Das Recht des Klägers, ohne seine Einwilligung nicht mit E-Mail-Werbung belästigt zu werden, ist ein personenbezogenes Recht und Ausdruck des allgemeinen Persönlichkeitsrechtes (vgl. BGH NJW 2016, 870 = GRUR 2016, 530, juris Rz. 11). Damit sind nicht einzelne E-Mail-Adressen geschützt, sondern der Kläger als solcher. Der Antrag ist auch ohne die Benennung bestimmter E-Mail-Adressen oder Domains hinreichend bestimmt (vgl. dazu auch BGH GRUR 2013, 1259 = DB 2013, 2561; NJW 2009, 2958 = GRUR 2009, 980; OLG Celle WRP 2014, 1218; AG 20

Düsseldorf CR 2014, 816).

Die zulässige Klage ist zudem begründet. 21

Der Kläger hat gegen die Beklagte einen Unterlassungsanspruch aus § 823 Abs. 1, § 1004 Abs. 1 Satz 2 BGB wegen eines rechtswidrigen Eingriffs in sein allgemeines Persönlichkeitsrecht. 22

Die Verwendung von elektronischer Post für die Zwecke der Werbung ohne ausdrückliche Einwilligung des Klägers stellt einen Eingriff in seine geschützte Privatsphäre und damit in sein allgemeines Persönlichkeitsrecht dar, § 823 Abs. 1, § 1004 Abs. 1 Satz 2 BGB i.V.m. Art. 13 Abs. 1 Richtlinie 2002/58/EG. 23

Das allgemeine Persönlichkeitsrecht schützt den Bereich privater Lebensgestaltung und gibt dem Betroffenen das Recht, im privaten Bereich in Ruhe gelassen zu werden (vgl. BGHZ 131, 332, 337; BVerfGE 35, 202, 220; 44, 197, 203). Hieraus folgt ein Recht des Einzelnen, seine Privatsphäre freizuhalten von unerwünschter Einflussnahme anderer, und die Möglichkeit des Betroffenen, selbst darüber zu entscheiden, mit welchen Personen und gegebenenfalls in welchem Umfang er mit ihnen Kontakt haben will. Das allgemeine Persönlichkeitsrecht kann deshalb vor Belästigungen schützen, die von einer unerwünschten Kontaktaufnahme ausgehen (BGH NJW 2016, 870 = GRUR 2016, 530, juris Rz. 12). 24

Nach der Rechtsprechung des BGH kann in der bloßen - als solche nicht ehrverletzenden - Kontaktaufnahme aber regelmäßig nur dann eine Beeinträchtigung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts liegen, wenn sie gegen den eindeutig erklärten Willen des Betroffenen erfolgt, weil ansonsten die Freiheit kommunikativen Verhaltens schwerwiegend beeinträchtigt wäre (BGH NJW 2016, 870 = GRUR 2016, 530, juris Rz. 12; NJW 2011, 1005 = WM 2011, 1194, juris Rz. 8). 25

Aber auch die Kontaktaufnahme zu Werbezwecken ohne ausdrückliche Einwilligung des Empfängers stellt einen rechtswidrigen Eingriff in das allgemeine Persönlichkeitsrecht dar. Dies folgt aus einer richtlinienkonformen Auslegung von § 823 Abs. 1 BGB im Lichte von Art. 13 Abs. 1, 5 Richtlinie 2002/58/EG (Datenschutzrichtlinie). 26

Die mitgliedstaatlichen Vollzugsorgane – Verwaltungsbehörden und Gerichte – sind verpflichtet, das in den Anwendungsbereich des Unionsrechts fallende nationale Recht so weit wie möglich im Einklang mit den Vorgaben des Unionsrechts auszulegen (Grundsatz der unionsrechtskonformen Auslegung). Dabei müssen sie unter Berücksichtigung des gesamten innerstaatlichen Rechts und unter Anwendung der dort anerkannten Auslegungsmethoden alles tun, was in ihrer Zuständigkeit liegt, um die volle Wirksamkeit der einschlägigen Bestimmung des Unionsrechts zu gewährleisten und zu einem Ergebnis zu gelangen, das mit dem Unionsrecht im Einklang steht (vgl. EuGH – Canal Digital, Rs. C-611/14. GRUR 2016, 1307, juris Rz. 30 ff.; EuGH – Welter, Rs. C-306/12 – EU:C:2013:650, Rz. 30). 27

Art. 13 Datenschutzrichtlinie gilt gemäß Abs. 5 für alle Teilnehmer am Markt, die natürliche Personen sind. Nach Art. 13 Abs. 1 Datenschutzrichtlinie darf die Verwendung von automatischen Anrufmaschinen, Faxgeräten oder elektronischer Post für die Zwecke der Direktwerbung nur bei vorheriger Einwilligung der Teilnehmer gestattet werden. Gemäß Art. 1 Abs. 1 Datenschutzrichtlinie dient die Richtlinie der Harmonisierung der Vorschriften der Mitgliedstaaten, die erforderlich sind, um einen gleichwertigen Schutz der Grundrechte und Grundfreiheiten, insbesondere des Rechts auf Privatsphäre, in Bezug auf die Verarbeitung personenbezogener Daten im Bereich der elektronischen Kommunikation sowie den freien 28

Verkehr dieser Daten und von elektronischen Kommunikationsgeräten und -diensten in der Gemeinschaft zu gewährleisten. Nach Erwägungsgrund (1) und (10) sollen die Rechte und Freiheiten natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten und insbesondere ihr Recht auf Privatsphäre sichergestellt werden. Nach Erwägungsgrund (40) sollen Vorkehrungen getroffen werden, um die Teilnehmer gegen die Verletzung ihrer Privatsphäre durch unerbetene Nachrichten für Zwecke der Direktwerbung, insbesondere durch automatische Anrufsysteme, Faxgeräte und elektronische Post, einschließlich SMS, zu schützen. Bei solchen Formen unerbetener Nachrichten sei es gerechtfertigt, zu verlangen, die Einwilligung der Empfänger einzuholen, bevor ihnen solche Nachrichten zugesandt werden.

§ 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG hat seine unionsrechtliche Grundlage in Art. 13 Abs. 1 der Datenschutzrichtlinie (BGHZ 177, 253 = GRUR 2008, 1010, juris Rz. 28 ff. – Payback). § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG verbietet Werbung unter Verwendung einer automatischen Anrufmaschine, eines Faxgerätes oder elektronischer Post, ohne dass eine vorherige ausdrückliche Einwilligung des Adressaten vorliegt. Darunter fällt grundsätzlich auch Werbung in einem Autoresponder (BGH NJW 2016, 870 = GRUR 2016, 530). Dem Kläger selbst steht kein Anspruch auf Unterlassen unmittelbar aus § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG zu, da er kein Mitbewerber der Beklagten i.S.v. § 8 Abs. 3 Satz 1 UWG ist. Jedoch hat er einen Unterlassungsanspruch aus § 823 Abs. 1, § 1004 Abs. 1 Satz 2 BGB wegen eines rechtswidrigen Eingriffs in sein allgemeines Persönlichkeitsrecht. Bei der Prüfung dieses generalklauselartigen Tatbestandes des Bürgerlichen Rechts sind grundsätzlich die gleichen Wertmaßstäbe wie bei § 7 UWG anzulegen, um unterschiedliche Ergebnisse zu vermeiden (ebenso BGH NJW 2009, 2958 = GRUR 2009, 980, juris Rz. 14 – E-Mail-Werbung II; GRUR 2013, 1259 = DB 2013, 2561, juris Rz. 20 – Empfehlungs-E-Mail; GRUR 2016, 831 = DB 2016, 1372, juris Rz. 16 – Lebens-Kost). 29

Unter Berücksichtigung der gesamten Datenschutzrichtlinie und insbesondere der soeben genannten Normen und Erwägungsgründe, sollen natürliche Personen insgesamt geschützt werden, vor allem im Bereich ihrer Privatsphäre. Art. 13 Abs. 1 Datenschutzrichtlinie stellt darauf ab, dass die Person eine vorherige Einwilligung in die Direktwerbung geben muss. Ob sie hingegen nach der Kontaktnahme ausdrücklich widersprochen hat, ist irrelevant. §§ 8, 7 UWG gewähren natürlichen Personen diesen Schutz nur, wenn sie ausnahmsweise Mitbewerber sind. Auch ist § 7 UWG aufgrund des klaren Wortlauts des § 8 Abs. 3 UWG kein allgemeines Schutzgesetz im Rahmen von § 823 Abs. 2 BGB (vgl. auch Köhler/Bornkamm/Köhler UWG § 7 Rn. 14). Der von der Datenschutzrichtlinie geforderte Schutz natürlicher Personen ist damit unvollständig und anderweitig zu realisieren. Dies hat durch eine unionsrechtskonforme Auslegung der Reichweite des allgemeinen Persönlichkeitsrechts zu geschehen. Um den Vorgaben der Datenschutzrichtlinie gerecht zu werden, ist der Schutzbereich des allgemeinen Persönlichkeitsrechts insoweit unionskonform auszulegen, als das allgemeine Persönlichkeitsrecht auch dann beeinträchtigt ist, wenn einer natürlichen Person ohne ihre ausdrückliche vorherige Einwilligung zu Werbezwecken E-Mails geschickt werden. 30

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 – beispielsweise in Form der Imagewerbung oder des Sponsoring – erfasst. Werbung ist deshalb in Übereinstimmung mit Art. 2 Buchst. a der Richtlinie 2006/114/EG des Europäischen Parlaments und des Rates vom 12. Dezember 2006 über irreführende und vergleichende Werbung (ABl. EU L 376 S. 21) jede Äußerung bei 31

der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen zu fördern (BGH GRUR 2013, 1259 = DB 2013, 2561, juris Rz. 17 mwN – Empfehlungs-E-Mail). Direktwerbung ist gegeben, wenn der Werbende einen unmittelbaren Kontakt zu einem bestimmten Adressaten herstellt, sei es durch persönliche Ansprache, Briefsendungen oder durch Einsatz von Telekommunikationsmitteln wie Telefon, Telefax oder E-Mail (Ohly in Ohly/Sosnitza, UWG, 7. Aufl., § 7 Rn. 2), (BGH NJW 2016, 870 = GRUR 2016, 530, juris Rz. 16).

Nach alledem ist der streitgegenständliche Zusatz als Werbung anzusehen. Mit dem Link zu www.xxxxxxxxxxxxx.de bewirbt die Beklagte einen Service, durch den sie Zusatzleistungen anbietet und damit jedenfalls mittelbare Absatzförderung betreibt. 32

Eine andere Beurteilung ergibt sich entgegen der Auffassung der Beklagten nicht aus dem Umstand, dass die von dem Server der Beklagten automatisch generierten Bestätigungs-E-Mails sowohl eine Eingangsbestätigung in Bezug auf die zuvor versandten Nachrichten des Klägers als auch Werbung enthielten. 33

Zwar ist die Eingangsbestätigung selbst keine Werbung. Dies hat aber nicht zur Folge, dass die in der E-Mail enthaltene Werbung von vornherein keine (Direkt-)werbung darstellen könnte (BGH NJW 2016, 870 = GRUR 2016, 530, juris Rz. 19). Die elektronische Post des Klägers wird von der Beklagten vielmehr in zweifacher Hinsicht - nämlich für die nicht zu beanstandende Eingangsbestätigung und unzulässig für Zwecke der Werbung - genutzt. Für die Annahme, die Nutzung der elektronischen Post des Klägers zu Werbezwecken sei durch die zulässige Bestätigungs-E-Mail insgesamt gerechtfertigt, ist indes kein Raum (vgl. OVG Berlin-Brandenburg, K&R 2015, 678, 679), (BGH NJW 2016, 870 = GRUR 2016, 530, juris Rz. 19). Denn der Kläger hat mit seiner E-Mail kein ausdrückliches Einverständnis in die Benachrichtigung zu Werbezwecken abgegeben. 34

Der Eingriff in das allgemeine Persönlichkeitsrecht des Klägers ist auch rechtswidrig. Wegen der Eigenart des allgemeinen Persönlichkeitsrechts als eines Rahmenrechts liegt seine Reichweite nicht absolut fest, sondern muss erst durch eine Abwägung der widerstreitenden grundrechtlich geschützten Belange bestimmt werden, bei der die besonderen Umstände des Einzelfalls sowie die betroffenen Grundrechte und Gewährleistungen der Europäischen Menschenrechtskonvention interpretationsleitend zu berücksichtigen sind. Der Eingriff in das Persönlichkeitsrecht ist nur dann rechtswidrig, wenn das Schutzinteresse des Betroffenen die schutzwürdigen Belange der anderen Seite überwiegt (BGH WRP 2017, 806; NJW 2017, 1550 = GRUR 2017, 304, juris Rz. 15). 35

Nach unionsrechtskonformer Auslegung von §§ 823 Abs. 1, 1004 Abs. 1 Satz 2 BGB im Lichte von Art. 13 Abs. 1 der Datenschutzrichtlinie unter Berücksichtigung von Erwägungsgrund (40) ist die Rechtswidrigkeit des Eingriffs entgegen der grundsätzlichen Abwägungsentscheidung indiziert. Die Beklagte konnte keine Tatsachen vorbringen, die ausnahmsweise eine Rechtswidrigkeit verneinen ließen. 36

Aber auch eine sonst erforderliche Abwägung der widerstreitenden Interessen der Parteien geht zu Lasten der Beklagten aus. 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 potentiellen Kunden zum Zwecke der Werbung in Kontakt zu treten, abzuwägen. 37

Bei der Abwägung der beiderseitigen Interessen überwiegt das Interesse des Klägers das Interesse der Beklagten, ihren E-Mail-Schreiben an den Kläger werbende Zusätze 38

hinzuzufügen. Dabei ist einerseits zwar zu berücksichtigen, dass die unerwünschte Werbung die Interessen des Klägers nur vergleichsweise geringfügig beeinträchtigte, weil er sie unschwer als solche hat erkennen können. Andererseits ist das Hinzufügen von Werbung zu einer E-Mail-Nachricht auch keine solche Bagatelle, dass eine Belästigung des Nutzers ausgeschlossen wäre. Er muss die Werbung zumindest soweit zur Kenntnis nehmen, als er sie von dem ihn interessierenden Inhalt der Nachricht gedanklich zu trennen hat, was abhängig von der Gestaltung der Nachricht unterschiedlich großen Aufwand erfordern wird. Zwar mag sich der Arbeitsaufwand bei einer einzelnen E-Mail in engen Grenzen halten. Wie der BGH jedoch richtig festgestellt hat, ist mit der häufigen Verwendung von Werbezusätzen immer dann zu rechnen, wenn die Übermittlung einzelner E-Mails mit solchen Zusätzen zulässig ist. Denn im Hinblick auf die billige, schnelle und durch Automatisierungsmöglichkeit arbeitssparende Versendungsmöglichkeit ist mit einem Umsichgreifen dieser Werbeart zu rechnen (vgl. BGH NJW 2009, 2958 = GRUR 2009, 980, juris Rz. 12 – E-Mail-Werbung II). Entscheidend ist zudem, dass sich der Empfänger dieser Art von Werbung und damit einem gegenständlichen Eindringen in seine Privatsphäre nicht erwehren kann. Dabei kommt es nicht darauf an, ob er der Werbung ausdrücklich widersprochen hat. Denn die Eigenart von Werbung in Autorespondern ist, dass diese automatisch zugeleitet werden und völlig losgelöst sind von dem eigentlichen Anliegen des Empfängers des Autoresponders. Selbst wenn der Empfänger schon in der ersten Nachricht einer werbenden Nachricht widerspricht, bekommt er aufgrund der automatischen Antwort unzulässigerweise Werbung. Auf einen Widerspruch kommt es zudem nicht an, sondern darauf, dass der Empfänger einer solchen Autorespond-Nachricht nicht zuvor ausdrücklich eingewilligt hat. Die Veranlassung zur Werbung war einzig die E-Mail des Klägers, in der er die Nichtbeantwortung seines Begehrens nach § 34 BDSG rügte. In einer solchen E-Mail an die Datenschutzabteilung der Beklagten ist offenkundig keine Einwilligung in einen werbenden Kontakt zu sehen. Ein schutzwürdiges Interesse, einem solchen Kommunikationsteilnehmer ohne dessen vorherige ausdrückliche Einwilligung Werbung zukommen zu lassen, ist nicht ersichtlich. Jedenfalls für den Bereich der Privatsphäre setzt sich angesichts des Stellenwerts dieses Bereichs für die individuelle Lebensgestaltung das Recht des Einzelnen, diesen von einem unerlaubten Eindringen von Werbung freizuhalten, gegenüber den entgegenstehenden Interessen der Beklagten, für ihre Produkte zu werben, durch.

Die für den Unterlassungsanspruch erforderliche Wiederholungsgefahr wird durch das festgestellte rechtsverletzende Verhalten der Beklagten indiziert (BGH NJW 2016, 870 = GRUR 2016, 530, juris Rz. 23; GRUR 2013, 1259 = DB 2013, 2561, juris Rz. 25 f. mwN – Empfehlungs-E-Mail). 39

Nach alledem hat auch der Einwand des Rechtsmissbrauchs, den die Beklagte erhebt, keinen Erfolg. Eine Rechtsausübung ist nicht schon dann missbräuchlich, wenn sie dem anderen Teil lästig ist, sondern erst dann, wenn sie beachtliche Interessen eines anderen verletzt, ihr aber kein schutzwürdiges Eigeninteresse zugrunde liegt (BGH NJW 1994, 1351 = ZIP 1994, 654, juris Rz. 18). Eine solche Konstellation ist hier nicht gegeben, denn schon das Eigeninteresse des Klägers ist schutzwürdig. 40

Die Kostenentscheidung folgt aus §§ 91 Abs. 1 Satz 1 Hs. 1, 281 Abs. 3 S. 2, 91a Abs. 1 Satz 1 ZPO. 41

Soweit die Parteien den Rechtsstreit in der Hauptsache für erledigt erklärt haben, ist über die Kosten des Rechtsstreits unter Berücksichtigung des bisherigen Sach- und Streitstands nach billigem Ermessen gemäß § 91a Abs. 1 ZPO zu entscheiden. Dabei ist der mutmaßliche Ausgang des Verfahrens zu berücksichtigen (vgl. BGH NJW 2009, 2958 = GRUR 2009, 980, 42

juris Rz. 7 – E-Mail-Werbung II). Danach sind die Kosten in vollem Umfang der Beklagten aufzuerlegen, weil die Klage bis zur übereinstimmenden Erledigungserklärung zulässig und begründet war. Dem Kläger stand der begehrte Auskunftsanspruch gegen die Beklagte zu.

Nach § 34 Abs. 1 BDSG hat der Kläger einen Auskunftsanspruch gegen die Beklagte. Diesen hat er mittels einer E-Mail vom 17. Juni 2016 gegenüber der Beklagten geltend gemacht und dabei klargestellt, dass er kein Kunde der Beklagten sei. Die Beklagte antwortete hierauf mit Schreiben vom 23. Juni, dass sie unter den vom Kläger genannten Angaben kein Vertragsverhältnis als Mobilfunk- oder Festnetzkunde finden konnte. Diese Nachricht war ungenügend, beantwortete sie doch nicht das Auskunftsverlangen des Klägers. Erst mit Schriftsatz vom 6. Juli 2017 erfüllte die Beklagte den Auskunftsanspruch des Klägers. Daraufhin erklärten beide Parteien übereinstimmend den Rechtsstreit insoweit für erledigt. 43

Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit beruht auf §§ 708 Nr. 11 Var. 2, 711, 709 Satz 1, 2 ZPO. 44

Streitwert bis zum 11.07.2017: 4.000 € 45

Streitwert ab dem 12.07.2017: 3.000 € 46

Rechtsbehelfsbelehrung: 47

Gegen dieses Urteil ist das Rechtsmittel der Berufung für jeden zulässig, der durch dieses Urteil in seinen Rechten benachteiligt ist, 48

1. wenn der Wert des Beschwerdegegenstandes 600,00 EUR übersteigt oder 49

2. wenn die Berufung in dem Urteil durch das Amtsgericht zugelassen worden ist. 50

Die Berufung muss **innerhalb einer Notfrist von einem Monat nach Zustellung** dieses Urteils schriftlich bei dem Landgericht Bonn, Wilhelmstr. 21, 53111 Bonn, eingegangen sein. Die Berufungsschrift muss die Bezeichnung des Urteils, gegen das die Berufung gerichtet wird, sowie die Erklärung, dass gegen dieses Urteil Berufung eingelegt werde, enthalten. 51

Die Berufung ist, sofern nicht bereits in der Berufungsschrift erfolgt, binnen zwei Monaten nach Zustellung dieses Urteils schriftlich gegenüber dem Landgericht Bonn zu begründen. 52

Die Parteien müssen sich vor dem Landgericht Bonn durch einen Rechtsanwalt vertreten lassen, insbesondere müssen die Berufungs- und die Berufungsbegründungsschrift von einem solchen unterzeichnet sein. 53

Mit der Berufungsschrift soll eine Ausfertigung oder beglaubigte Abschrift des angefochtenen Urteils vorgelegt werden. 54

Justiz NRW
Rechtsprechungsdatenbank ONLINE