

von Rechtsanwalt **Jan Lennart Müller**

## AG Augsburg: Social-Media-Links in der Signatur einer Abwesenheitsnotiz stellen keine unzulässige Werbung dar

Oftmals nutzen Unternehmen in ihren E-Mail-Signaturen Verlinkungen, um auf die eigenen Social-Media-Kanäle bei Facebook, Instagram & Co. hinzuweisen. Kritische Stimmen halten diese Nennung von Social-Media-Links für unzulässige elektronische Werbung. In einem vom AG Augsburg entschiedenen Fall waren in einer automatisierten E-Mail-Abwesenheitsnotiz Links auf Social-Media-Kanäle vorhanden. Wie das Gericht diese Social-Media-Links rechtlich qualifizierte, lesen Sie in unserem heutigen Beitrag.

### Was ist passiert?

Die Beklagte ist ein führender Anbieter digitaler juristischer Informationssysteme in Deutschland. Der Kläger kontaktierte die Beklagte über das allgemeine Kontaktportal und äußerte sein Interesse an den Produkten der Beklagten.

Es erfolgte eine mehrstufige Korrespondenz zwischen dem Kläger und einem Vertriebsmitarbeiter der Beklagten, einschließlich Telefonaten und E-Mails.

Auf eine Nachricht des Beklagten hin antwortete der Kläger mit einer E-Mail und äußerte sich wiederum zum einschlägigen Produktangebot der Beklagten.

Nach Absenden dieser Nachricht, erhielt der Kläger die nachstehend wiedergegebene automatisierte Abwesenheitsnotiz des digitalen juristischen Informationssystems:

Von: [REDACTED]  
Betreff: Automatische Antwort: Produktberatung & Angebotsanfrage  
Datum: 12.12.2022, 18:15:39  
An: [REDACTED].com

---

Guten Tag und vielen Dank für Ihre E-Mail.

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

Sie können oder möchten nicht so lange warten?

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

Freundliche Grüße

[REDACTED]  
[REDACTED]

[REDACTED]  
[REDACTED]

66121 Saarbrücken

Telefon: +49 [REDACTED]

Telefax: +49 [REDACTED]

E-Mail: [REDACTED]

Internet: [https://\[REDACTED\]](https://[REDACTED])

Fragen zur Recherche: [REDACTED]

Fragen zur Technik: [REDACTED]

Geschäftssitz: Saarbrücken [REDACTED]

Geschäftsführer: [REDACTED]  
[REDACTED]

[https://www.facebook.com/\[REDACTED\]](https://www.facebook.com/[REDACTED]) [https://twitter.com/\[REDACTED\]](https://twitter.com/[REDACTED]) [https://www.youtube.com/\[REDACTED\]](https://www.youtube.com/[REDACTED])

Der Kläger betrachtete die verlinkten Social-Media-Kanäle von Facebook, Twitter und YouTube in der Abwesenheitsnotiz als **unzulässige elektronische Werbung**, welche einen Eingriff in das allgemeine Persönlichkeitsrecht darstellten und mahnte die Beklagte daraufhin ab.

Die Beklagte hingegen vertrat die Auffassung, dass der Kläger in die streitgegenständliche Kommunikation schon eingewilligt hatte, indem er auf die E-Mails im Vorhinein geantwortet hatte.

Außerdem seien die E-Mails im beruflichen Rahmen versendet worden, wodurch ein Eingriff in das allgemeine Persönlichkeitsrecht als fernliegend anzusehen sei.

Der Streit setzte sich vor dem AG Augsburg (Endurteil v. 09.06.2023, Az. 12 C 11/23, noch nicht rechtskräftig) fort und endete mit einer Klageabweisung.

## Wie beurteilte das Gericht die Social-Media-Links?

### Bereits schon keine Werbung

Das AG Augsburg sah im Verweis auf die Internet- und Social-Media-Präsenzen bereits keine Werbung. Im allgemeinen Sprachgebrauch umfasst der Begriff "Werbung" alle Maßnahmen, die ein Unternehmen ergreift, um den Verkauf seiner Produkte oder Dienstleistungen zu fördern.

Dies beinhaltet nicht nur direkte Produktwerbung, sondern auch mittelbare Methoden wie Imagewerbung oder Sponsoring.

Das Gericht führte sodann aus, dass nach den vorstehenden Grundsätzen der einfache Verweis auf die Social-Media-Kanäle eines Unternehmens nach den Kontaktdaten eines Mitarbeiters, ohne dass dabei ein Produkt oder andere werbende Informationen erwähnt werden, nicht als Werbung betrachtet werden kann.

Denn dieser Verweis sei nicht darauf ausgerichtet, den Verkauf von Produkten oder Dienstleistungen zu fördern. Stattdessen diene er lediglich Informationszwecken, ähnlich wie die Angabe weiterer Kontaktdaten in der Signatur des Mitarbeiters. Das AG Augsburg hat in der Nennung der Social-Media-Links auch keine mittelbare Absatzförderung in Gestalt einer Imagewerbung gesehen.

### Interessenabwägung fällt zu Gunsten der Beklagten aus

Weiter führte das Gericht aus, dass selbst im Falle eines unterstellten Eingriffs in das Allgemeine Persönlichkeitsrecht beziehungsweise das Recht am eingerichteten ausgeübten Gewerbebetrieb, keine rechtswidrige Handlung vorläge.

Zur Feststellung, ob die Handlung rechtswidrig war, bedarf es einer Interessenabwägung zwischen dem aner kennenswerten Interesse des Klägers am Schutz seiner Persönlichkeit und Achtung seiner Privatsphäre und den schutzwürdigen Belange der Beklagten, mit Kunden zum Zwecke der Produktberatung kommunizieren zu dürfen. Diese Interessenabwägung ging zu Gunsten der Beklagten aus.

Das Gericht argumentierte, dass

- die Abwesenheitsnachricht im Rahmen einer schon laufenden Produktberatung erfolgte, zu welcher der Kläger selbst mehrfach Kontakt aufgenommen habe und
- die Abwesenheitsnachricht einen wesentlichen informatorischen Charakter hatte (namentlich den Zweck zu verhindern, dass der Kläger wegen der Abwesenheit des Mitarbeiters keine Antwort auf seine Produkthanfrage erhält).

Sodann führte das Gericht aus:

“

*"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."*

”

#### **Sie interessieren sich für E-Mail-Marketing in Zeiten der DSGVO?**

In unserem [speziellen Beitrag](#) beschäftigen wir uns mit den gesetzlichen Rahmenparametern und tragen die besonderen Anforderungen kompakt zusammen!

## Fazit zur Entscheidung

Das einfache Hinweis auf Social-Media-Links in der Signatur einer Abwesenheits-E-Mail (ohne dass dabei ein Produkt oder andere werbende Informationen erwähnt werden) stellt nach Ansicht des AG Augsburg keine Werbung dar. Denn diese Links seien nicht direkt darauf ausgerichtet, den Verkauf der Produkte oder Dienstleistungen zu fördern. Vielmehr sollen diese nach Ansicht des Gerichts zu Informationszwecken dienen, ähnlich wie die Angabe weiterer Kontaktdaten in der Signatur des Mitarbeiters.

Die Entscheidung ist noch nicht rechtskräftig, der Kläger kündigte bereits die Einlegung der Berufung an.

#### **Update vom 26.10.2023 - Hinweis des LG Augsburg im Berufungsverfahren:**

Das Landgericht Augsburg hat in der Berufungsinstanz (Az.: 044 S 2196/23) einen Hinweis (nach § 522 Abs. 2 ZPO) erlassen und mitgeteilt, dass die Kammer beabsichtige, die Berufung gegen das Urteil des AG Augsburg zurückzuweisen, weil die Kammer die Auffassung vertritt, dass die Berufung offensichtlich keinen Erfolg hat. Das Landgericht lässt in seinem Hinweis ausdrücklich offen, ob es sich bei den bloßen Links auf Social-Media-Auftritte in einer Auto-Reply-E-Mail überhaupt um Werbung handelt.

Jedenfalls fehle es im vorliegenden Fall an der Rechtswidrigkeit eines etwaigen Eingriffs in das allgemeine Persönlichkeitsrecht des Klägers. Das Einblenden eines bloßen Links auf Social-Media-Präsenzen stelle sich nicht als rechtswidrig dar, da diese keine konkrete Beeinträchtigung für den

Kläger darstellten. Anders als in dem vom BGH entschiedenen Fall zur Auto-Reply-Werbung würde nicht für ein konkretes Produkt geworben werden, sondern nur ein Link eingebunden, welcher für sich genommen keinen konkreten inhaltlichen Informationsgehalt habe. Auch ein Entstehen für den Leser der E-Mail kein zeitlicher Aufwand durch die Einbindung der Links, da dieser die Links einfach ignorieren könne.

Hinsichtlich der fehlenden Rechtswidrigkeit argumentierte das Landgericht Augsburg abschließend, dass derartige Links mittlerweile als Teil der Signatur üblich seien, sodass für den Leser keinerlei Aufwand entstehe, um die vom informatorischen Teil der E-Mail zu trennen.

**Hinweis:** Sie möchten sorgenfrei rechtssicher im Internet auftreten und wünschen sich bei den rechtlichen Dingen professionelle, anwaltliche Unterstützung? Werfen Sie einen Blick auf die [Schutzpakete der IT-Recht Kanzlei](#).

Autor:

**RA Jan Lennart Müller**

Rechtsanwalt