

von Bodo Matthias Wedell

## OLG Hamm: Der Streitwert einer Abmahnung wegen unverlangter Werbe-E-Mail (Spam) an eine Privatperson ist mit maximal 100,- Euro zu bewerten

Welcher Streitwert wird bei einer Unterlassungsklage nach erfolgter Zusendung einer nicht gewünschten Werbe-E-Mail (Spam) gerichtlich festgesetzt? Die Rechtsprechung zu dieser Thematik ist sehr uneinheitlich. Das OLG Hamm hatte entschieden, dass der Streitwert einer Unterlassungsklage wegen einer Werbe-E-Mail an eine Privatperson unter Umständen nur 100,- € betragen kann. Lesen Sie mehr zu der Entscheidung des OLG Hamm, Urteil vom 17.10.2013, Az. 6 U 95/13.

Für einen Unternehmer ist die Möglichkeit der Kontaktaufnahme zu potentiellen Kunden per Werbemail verlockend. Sofern einmal deren E-Mail Adressen bekannt sind, sind mit wenigen Mausklicks im Zweifel mehrere Hundert Werbe-E-Mails verschickt, frei nach dem Motto: "Wenn sich nur 2 von 100 Personen interessieren und einer tatsächlich kauft, dann hat sich die Sache schon gelohnt". Doch bei dieser Vorgehensweise ist Vorsicht geboten. Der BGH hat einen Unterlassungsanspruch bereits ab der ersten unverlangten E-Mail mit Werbeinhalt im Fall einer Spam-E-Mail an einen Gewerbetreibenden bejaht! Der folgende Beitrag setzt sich mit der Entscheidung des OLG Hamm bezüglich einer nicht angeforderten Werbemail an eine Privatperson (Verbraucher) und der Festsetzung des daraus entstehenden Streitwertes auseinander.

### 1. Allgemeines

Der Grundsatz lautet: Wer Werbe-E-Mails versenden möchte, benötigt die Einwilligung des Angesprochenen!

Auch in Zeiten des „gläsernen Menschen“, bzw. des „gläsernen Unternehmens“ von dem die Interessensausrichtungen, beispielsweise durch soziale Medien bekannt ist, **genügt eine vermutete Einwilligung nicht**, um unverlangt Werbung per E-Mail zu versenden. Dies gilt auch, wenn der Unternehmer noch so überzeugt davon ist, dass seine Ware oder Dienstleistung für den E-Mail-Empfänger interessant sein könnte.

Eine **Einwilligung darf dem Verbraucher auch nicht** in irgendeiner Art und Weise **etwa durch Allgemeine Geschäftsbedingungen** oder dergleichen **untergeschoben** werden. Eine **Einwilligung muss** vielmehr **ausdrücklich vom Verbraucher für den konkreten Einzelfall zum Ausdruck gebracht worden sein**. Eine bloße Behauptung, dass die Werbe-E-Mail irgendwie vom Verbraucher angefordert wurde genügt nicht, um einer Abmahnung zu entgehen. Es besteht in der Praxis für den **Versender von Spam-E-Mails** nicht nur eine **Verpflichtung** eine Bestellung der Werbung im **Einzelfall nachzuweisen**, vielmehr bestehen sogar **umfassende Protokollierungspflichten des Unternehmers bezüglich der tatsächlichen Existenz**

### einer Einwilligung.

Eine Ausnahme vom Erfordernis einer Einwilligung zum Erhalt von Werbemails ist nur dann gegeben, wenn ein Unternehmer im Zusammenhang mit dem konkreten Verkauf einer Ware die E-Mail-Adresse des Verbrauchers erhalten hatte und die weiteren Voraussetzungen des § 7 Abs. 3 UWG erfüllt sind

Die unberechtigte Kontaktaufnahme durch Versenden von Spam-E-Mail stellt nach gefestigter Rechtsprechung also einen abmahnfähigen Rechtsverstoß dar.

## 2. Was war im Fall des OLG Hamm passiert?

Der Stein des Anstoßes war die Versendung einer unerwünschten Werbe-E-Mail eines Unternehmers an eine Privatperson. Allerdings kamen hier noch weitere Umstände hinzu.

Die E-Mail-Adresse der späteren Klägerin gehörte ursprünglich einer anderen, ehemaligen tatsächlichen Kundin des Unternehmens (der späteren Beklagten), die die Werbe-E-Mail verschickt hatte. Diese Kundin wurde jedoch bereits im Jahre 2006 in den Datenbestand der so genannten „passiven Kunden“ zugeordnet, zu denen keine Werbekontakte mehr aufgenommen werden sollten.

Hinzu kam der Umstand, dass die ehemalige Kundin ihre E-Mail-Adresse, die im schon im Datenbestand der „passiven Kunden“ abgespeichert war, in der Folgezeit aufgegeben und abgemeldet hatte. Die Deutsche Telekom wies die aufgegebene E-Mail-Adresse nach einer Zeit einer anderen, dritten Person zu. Um das Chaos noch größer zu gestalten, kam es nachfolgend im Unternehmen zu einem Programmierfehler, welcher bedingte, dass die alte E-Mail-Adresse der ehemaligen tatsächlichen Kundin, die nun jedoch einer dritten Person gehörte, die mit dem Unternehmen noch nie zuvor in Geschäftsbeziehungen stand, irrtümlich wieder in den Bestand der „aktiven Kunden“ aufgenommen worden war und in der Folge tatsächlich angeschrieben wurde. Diese mahnte das Unternehmen sodann ab. Das Unternehmen hatte in der Zwischenzeit die E-Mail Adressen des „passiven Kundenstamms“ tatsächlich „physisch“ aus ihrer Datenbank gelöscht, so dass eine Wiederholungsgefahr damit höchst unwahrscheinlich geworden war.

## 3. Die Entscheidung des Gerichts

Wie nicht anders zu erwarten war, bejahte das OLG Hamm einen Unterlassungsanspruch. Problematisch war, wie die Höhe des Streitwertes bei einer Spam-E-Mail an eine Privatperson bemessen werden sollte. Grundsätzlich bemisst sich der Streitwert einer Unterlassungsklage gegen die unerwünschte Zusendung von Werbe-E-Mails durch eine Gesamtschau aller Umstände. Hierzu zählen etwa messbare „Arbeit“, die alleine durch das Sichten, Sortieren der E-Mails als Spam und den Löschungsvorgang entstehen. Des Weiteren spielen auch Kriterien wie Häufigkeit und weitere Umstände des jeweiligen Einzelfalls in eine Bewertung hinein.

**Das OLG Hamm setzte sich sehr genau mit der Thematik der Festsetzung des Streitwertes im Falle eines Zusendens einer Spam-E-Mail an eine Privatperson auseinander und differenzierte dieses ausdrücklich von der Versendung von Spam-E-Mails an einen Geschäftsbetrieb:**

„Während einige Gerichte die Zusendung von E-Mails lediglich mit dreiteiligen Werten ansetzen (OLG

Karlsruhe, GRUR-RR 2008, 262: 500€ bei einstweiliger Verfügung, KG, JurBüro 2002, 371: 350€ bei einmaliger Zusendung, einstweiliges Verfügungsverfahren; OLG Rostock, Beschluss vom 10.10.2008, 5 W 147/08: 300€ bei Telefaxwerbung als Irrläufer, einstweiliges Verfügungsverfahren), gibt es andere Gerichte, die mehrere tausend Euro für angemessen halten. **Allerdings betreffen die letztgenannten Entscheidungen- soweit ersichtlich- stets den gewerblichen Bereich und nicht- wie hier- den privaten Bereich** (z.B. BGH VI 65/04, Beschluss vom 30.11.2004, juris: 3000€, OLG Koblenz, MDR 2007, 356: 10.000€, in beiden Fällen bei Versendung an ein RA-Büro, vgl. die von der Klägerin angeführten Entscheidungen). Zum Teil wird zur Begründung angeführt, es müsse auch die Breitenwirkung und das häufige Erscheinen solcher Zusendungen berücksichtigt werden (z.B. OLG Schleswig, JurBüro 2009, 256, wohl auch KG, Beschluss vom 27.02.2007, 21 W 7/07 (nicht veröffentlicht), zit. Nach OLG Schleswig aaO.).“

Dieser letztgenannten Ansicht schloss sich das OLG Hamm allerdings nicht an. Es argumentierte, dass schon im Falle der „nicht-körperlichen“ Kontaktaufnahme durch Werbung solch hohe Summen anzubringen wären, **diese Vorgehensweise den Streitwert für körperliche Belästigungen**, Stalking, und dergleichen\*, exorbitant in die Höhe treiben\* dürfte. Damit machte das OLG Hamm zugleich klar, dass es den Streitwert im Falle des unerwünschten Zusendens von Werbe-E-Mails, nicht als Abschreckungsinstrument ansieht!

Das Gericht bekräftigte seine Rechtsansicht damit, dass bei der Wertfestsetzung in den Fällen der unerwünschten Zustellung von Werbemails an Privatpersonen ein deutlicher Abstand zu den deutlich schwerwiegenderen Fällen, in denen Unterlassung begehrt wird, einzuhalten sei. Hierbei nannte es etwa das strafrechtliche Stalking, bei denen es um ganz andere Formen von Belästigungen, bis hin zu echten Verfolgungszuständen und -ängsten geht und die demzufolge mit einem Auffangwert von aktuell 5.000,- Euro bewertet werden, vgl. Zöller-Herget, ZPO, 29. Aufl. § 3, Rdn. 16, Stichwort „Stalking“, m.w.N.).

Das **OLG Hamm orientierte sich bei einer Streitwertfestsetzung in diesem Fall vielmehr an einer anderen Entscheidung des BGH** vom 09.07.2004, Az: V ZB 6/04, NHW-RR 2005, 219. Hierbei ging es um den postalischen Einwurf von nicht gewünschter Werbung. Der BGH hatte sich vorzitierten Urteil der Streitwertfestsetzung in Höhe von 75,- Euro in Bezug auf den Unterlassungsanspruch angeschlossen und hierzu ausgeführt, dass das Unterlassungsinteresse des Klägers bei einem singulären Vorfall wie diesem, kaum messbar sei.

Auch im Fall des **einmaligen Versendens einer unerwünschten Werbemail an eine Privatperson** handele es sich um eine vergleichbare Situation wie bei der einmaligen wurfpostalischen Zustellung. Dies sei umso mehr der Fall, da die Zustellung der Werbe-E-Mail im streitigen Fall auf einem Irrtum beruhte und dessen Wiederholung durch eine unstrittig vorgenommene „physische“ Löschung der E-Mail-Adresse der Klägerin nunmehr äußerst unwahrscheinlich geworden war. Das OLG Hamm stellte zudem klar, dass präventive Gesichtspunkte in einem solchen Fall bei der Streitwertfestsetzung gänzlich zurücktreten. Zudem sei die Löschung einer einzelnen unerbetenen E-Mail mit einem einzigen Mausklick erledigt, welches nur wenige Sekunden dauert und demnach noch weniger Aufwand verursacht, als die Entsorgung unerbetener Werbung im Briefkasten, die manuell entnommen und anschließend noch entsorgt werden müsse. Des Weiteren komme es, anders als etwa bei unerbetener Faxwerbung, zu keinem Materialverbrauch beim Empfänger. Deshalb bewertete das OLG Hamm den konkreten Nachteil, der sich aus der Befolgung der Unterlassungspflicht ergibt mit nur 50,- Euro.

## 4. Das Fazit

Das vorliegende Urteil des OLG Hamm macht wieder einmal die Uneinheitlichkeit der Rechtsprechung zum Themenbereich der Streitwertfestsetzung bei Übersendung unverlangter Werbe-E-Mails deutlich. Letztlich muss jeder Fall im Hinblick auf seine Besonderheiten bewertet werden, um ungefähr beurteilen zu können, ob sich ein gerichtliches Vorgehen gegen unerwünschte und lästige Werbe-E-Mails auch tatsächlich „lohnt“. Das OLG Hamm hat jedoch in seiner Entscheidung durchaus einige Kriterien hervorgehoben, die in die Festsetzung des Streitwertes mit hineinspielen. Diese sind unter anderem:

- Die Anzahl der Vorfälle (einmalige Werbe-E-Mail oder mehrfache Übersendung von Werbe-E-Mails)
- Der Grund der Zustellung (Absicht, irrtümlich, manuell oder automatisierte Zustellung von Werbe-E-Mails)
- Die Art der konkreten Beseitigung der unerwünschten Werbe-E-Mail und der dafür aufzuwendende Zeitaufwand (Löschung durch Mausklick, manuelle Entsorgung von postalischer Werbung)
- Der Materialverbrauch auf der Empfängerseite (hierbei nannte das OLG Hamm etwa den Verbrauch von Papier bei einem Telefaxgerät)

Ihre IT Recht Kanzlei berät Sie gerne zu dieser Thematik!

Autor:

**Bodo Matthias Wedell**

(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)