

Landgericht Berlin

Az.: 16 O 188/21



Im Namen des Volkes

Urteil

In dem Rechtsstreit

[REDACTED]

- Kläger -

Prozessbevollmächtigter:

Rechtsanwalt **Dr.jur. Matthias Böse**, Further Straße 3, 41462 Neuss, Gz.: 0209/21/MB

gegen

HelloFresh Deutschland SE & Co. KG, vertreten durch d. persönl. haft. Gesellschafter, Saarbrücker Straße 37a, 10405 Berlin

- Beklagte -

Prozessbevollmächtigte:

[REDACTED]

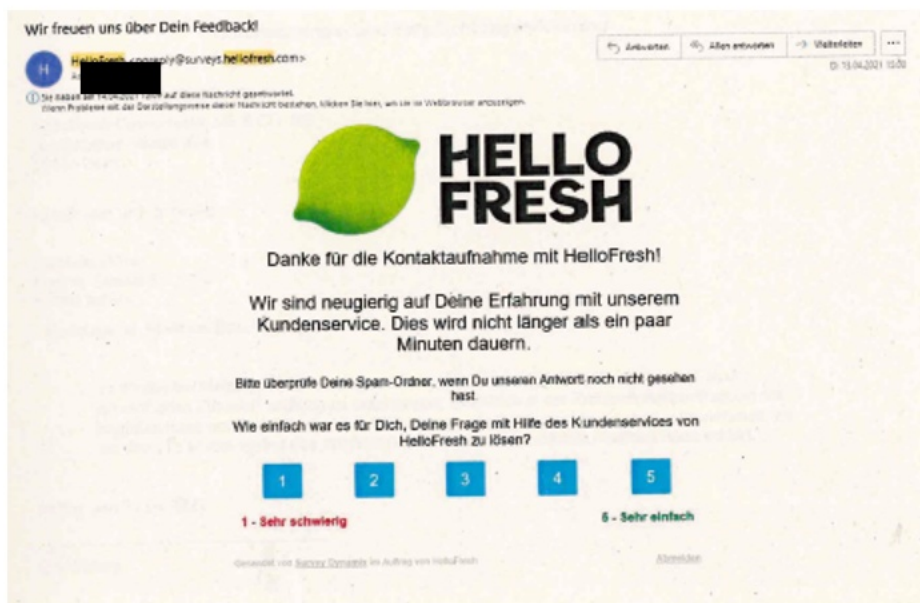
hat das Landgericht Berlin - Zivilkammer 16 - durch den Richter am Landgericht [REDACTED] als Einzelrichter aufgrund der mündlichen Verhandlung vom 29.03.2022 für Recht erkannt:

1. Der Beklagten wird es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung angedrohten Ordnungsgeldes bis zu 250.000 €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, die Ordnungshaft zu vollziehen an dem oder den Geschäftsführern der Komplementärgesellschaft

untersagt,

im geschäftlichen Verkehr zu Werbezwecken mit dem Kläger per E-Mail Kontakt aufzunehmen, ohne dass eine ausdrückliche Einwilligung vorliegt, wie geschehen am 13.4.2021 gegen 15:00 Uhr unter dem Betreff „Wir freuen dich über dein Feedback!“ an

[REDACTED] wie nachfolgend ersichtlich dargestellt:



2. Die Kosten des Rechtsstreits werden der Beklagten auferlegt.
3. Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar; wegen des Tenors zu 1. gegen Sicherheitsleistung in Höhe von EUR 100,- und im Übrigen gegen Sicherheitsleistung in Höhe von 110 % des jeweils zu vollstreckenden Betrages.

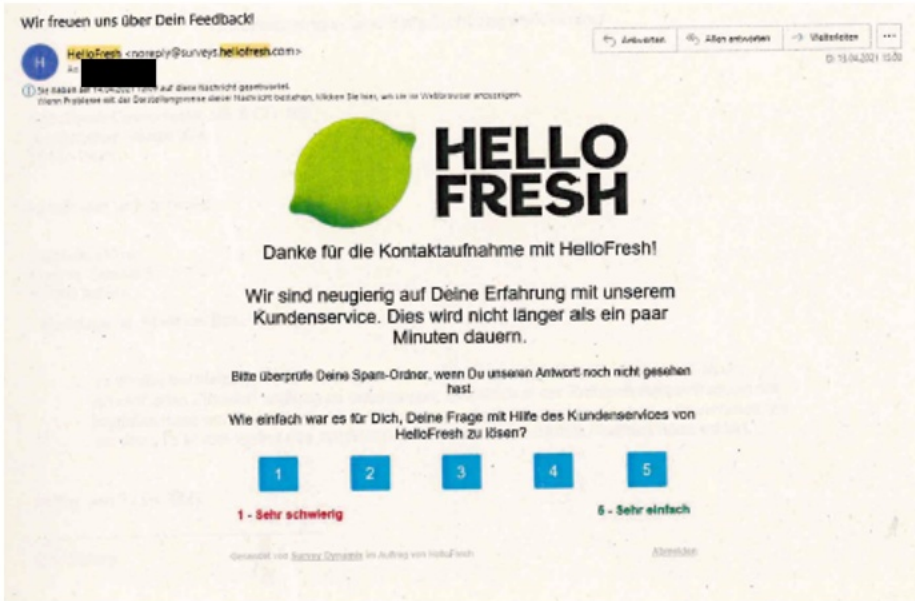
Tatbestand

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

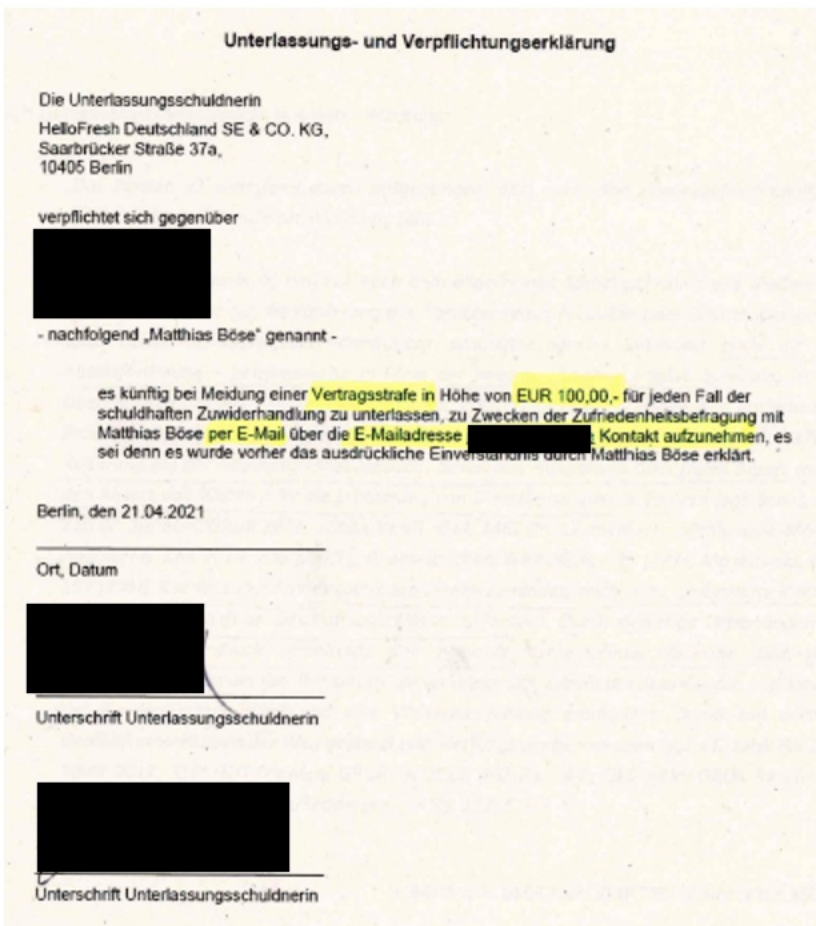
Die Beklagte bietet ihren Kunden gegen Entgelt die wiederkehrende Belieferung mit Kochboxen an, mit denen sie Zutaten und Rezepte zum Selbstkochen versendet.

Der Kläger ist Rechtsanwalt. Für seine Kommunikation mit seinen Mandanten unterhält er die E-Mail-Adresse [REDACTED]. Im Rahmen der Bearbeitung eines Mandats nutzte er diese Adresse um per E-Mail über deren Kundenservice Kontakt zur Beklagten aufzunehmen.

Am 13.04.2021 erhielt der Kläger unter dem Betreff „Wir freuen uns über Dein Feedback!“ von der Beklagten eine E-Mail mit folgendem Inhalt:



Der Kläger mahnte die Beklagte noch am selben Tag ab, worauf die Beklagte unter dem 21.04.2021 folgende Unterlassungserklärung abgab:



Der Kläger ist der Ansicht, dass ihm wegen der oben genannten E-Mail unter dem Gesichtspunkt des Eingriffs in sein allgemeines Persönlichkeitsrecht ein Unterlassungsanspruch gegen die Beklagte zustehe. Die E-Mail stelle eine Kundenzufriedenheitsbefragung und damit Werbung dar. Die Wiederholungsfahr sei durch die Abgabe der Unterlassungserklärung nicht entfallen, da die

darin enthaltene Vertragsstrafe zu gering sei und die Unterlassungsverpflichtung sich auf die E-Mail-Adresse beschränke, bei der die E-Mail eingegangen sei.

Die Kläger beantragt,

der Beklagten es bei Meidung eines für jeden Fall der Zuwiderhandlung angedrohten Ordnungsgeldes bis zu 250.000 €, ersatzweise Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, die Ordnungshaft zu vollziehen an dem oder den Geschäftsführern der Komplementärgesellschaft zu untersagen im geschäftlichen Verkehr zu Werbezwecken mit dem Kläger per E-Mail Kontakt aufzunehmen, ohne dass eine ausdrückliche Einwilligung vorliegt, wie geschehen am 13.4.2021 gegen 15:00 Uhr unter dem Betreff „Wir freuen dich über dein Feedback!“ an [REDACTED] wie auf Seite 3 der Klageschrift ersichtlich.

Die Beklagte beantragt,

die Klage abzuweisen.

Sie ist der Ansicht, dass die streitgegenständliche E-Mail keinen Werbecharakter habe. Der Kläger sei im Rahmen der erfolgten Kontaktaufnahme weder Kunde, noch sei es Ziel der E-Mail eine Weiterempfehlung zu erreichen. Die Intension einer auch nur mittelbaren Absatzförderung durch die E-Mail sei in diesem Kontext schlicht ausgeschlossen. Die E-Mail enthalte lediglich die Mitteilung über die Beantwortung einer Anfrage, welche mit einer Nachfrage über die Zufriedenheit mit dem Kundenservice verbunden sei. Letzteres diene allein Verbesserung der internen Strukturen der Beklagten und der Behebung von Missverständnissen. Jedenfalls fehle es aber an der erforderlichen Unzumutbarkeit für den Kläger, da eine Beeinträchtigung des Betriebsablaufs des Klägers nicht gegeben sei.

Wegen des weiteren Vortrags der Parteien wird auf die gewechselten Schriftsätze samt Anlagen Bezug genommen.

Der Kläger hat die Klage zunächst vor dem Amtsgericht Mitte erhoben. Auf den Hinweis des Amtsgerichts Mitte, dass das Landgericht Berlin ausschließlich sachlich zuständig sei, weil der Unterlassungsanspruch auf das UWG gestützt werde, hat dieses den Rechtsstreit auf den Antrag des Klägers mit Beschluss vom 07.06.2021 an das Landgericht Berlin verwiesen.

Entscheidungsgründe

Die zulässige Klage ist begründet.

I.

Das Landgericht Berlin ist aufgrund der Bindungswirkung des verweisenden Beschlusses des Amtsgerichts sachlich zuständig. Nach § 281 Abs. 2 Satz 4 ZPO ist ein Verweisungsbeschluss für das aufnehmende Gericht bindend. Der Beschluss des Amtsgerichts ist zwar inhaltlich unrichtig. Denn der Kläger macht vorliegend keinen Anspruch nach dem UWG geltend, sondern stützt seinen Anspruch ausdrücklich auf §§ 1004 Abs. 1, 823 BGB. Soweit er § 7 UWG erwähnt, trägt er lediglich vor, dass dessen Wertungen im Rahmen der Prüfung der Rechtswidrigkeit heranzuziehen seien. Eine sachliche Zuständigkeit des Landgerichts Berlin aus § 14 Abs. 1 UWG wird hierdurch nicht begründet. Da der Streitwert nicht über EUR 5.000,- liegt, ist eine sachliche Zuständigkeit des Landgerichts Berlin auch aus §§ 71 Abs. 1, 23 Nr. 1 GVG nicht gegeben. Da der Beschluss jedoch nicht objektiv willkürlich ist, bleibt es bei der Bindungswirkung des Beschlusses.

Die örtliche Zuständigkeit ergibt sich aus §§ 13,17 ZPO, da die Beklagte ihren Sitz im Bezirk des Landgerichts Berlin hat.

II.

Der Kläger hat gegen die Beklagte den aus dem Tenor ersichtlichen Unterlassungsanspruch, der sich aus §§ 1004 Abs. 1 Satz 2 analog, 823 Abs. 1 BGB wegen eines rechtswidrigen Eingriffs in den eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb des Klägers ergibt.

Gemäß § 1004 Abs. 1 S. 2 BGB kann der Inhaber eines absoluten Rechtsguts im Sinne von § 823 Abs. 1 BGB im Falle einer Beeinträchtigung des Rechtsguts gegen den Störer auf Unterlassung klagen, wenn weitere Beeinträchtigungen zu besorgen sind.

1.

Soweit der Kläger sich auf einen Eingriff in sein allgemeines Persönlichkeitsrecht beruft, dürfte ein solcher nicht gegeben sei, da der Versand der E-Mail nicht an seinen privaten, sondern an den von ihm beruflich genutzten E-Mail-Account versendet wurde. Das allgemeine Persönlichkeitsrecht schützt im Bereich privater Lebensgestaltung und dem gibt dem Betroffenen das Recht im privaten Bereich in Ruhe gelassen zu werden.

2.

Der Anspruch besteht jedoch wegen eines Eingriffs in den eingerichteten und ausgeübten Gewer-

bebetrieb des Klägers.

Durch die Zusendung der streitgegenständlichen E-Mail an die geschäftlich genutzte E-Mail-Adresse des Klägers hat die Beklagte in dessen eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb rechtswidrig eingegriffen.

2.1

Im Rahmen der Prüfung eines Eingriffs in den eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb gemäß § 823 Abs. 1 BGB kommen zur Vermeidung von Wertungswidersprüchen die Maßstäbe des § 7 UWG zur Anwendung (vgl. BGH, Urteil vom 14. März 2017, VI ZR 721/15, juris, Rn. 15 m.w.N.). Gegenstand des Schutzes ist insoweit die Verhinderung des Eindringens des Werbenden in die geschäftliche Sphäre, insbesondere die Ungestörtheit der Betriebsabläufe des Empfängers; es soll verhindert werden, dass diesen Werbemaßnahmen gegen den erkennbaren und mutmaßlichen Willen aufgedrängt werden. Verhindert werden soll darüber hinaus, dass die belästigende Werbung zu einer Bindung von Ressourcen des Angeschriebenen, wie z.B. Zeitaufwand führt. Der Empfänger muss Arbeitszeit aufwenden, um unerwünschte Werbe-E-Mails auszusortieren. Die Vorgehensweise des Werbenden beeinträchtigt die negative Informationsfreiheit des Empfängers.

Gemäß § 7 Abs. 1 UWG ist eine geschäftliche Handlung, durch die ein Marktteilnehmer in unzumutbarer Weise belästigt worden ist, unzulässig. Eine unzumutbare Belästigung ist gemäß § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG stets anzunehmen, wenn Werbung unter Verwendung elektronischer Post, ohne dass vorher eine ausdrückliche Einwilligung des Adressaten vorliegt, versandt wird.

Ein Eingriff in den eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb liegt danach bereits bei dem Zugang nur einer einzelnen unverlangt zugesendeten Werbe-E-Mail an einen Gewerbetreibenden vor (LG Stendal, Urteil vom 12.05.2021, 22 S 87/20, juris, Rn 10).

2.2

Bei der streitgegenständlichen E-Mail handelt es sich um Werbung im Sinn des § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG.

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 - 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 der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen zu fördern. Hierunter fallen auch Kundenzufriedenheitsabfragen, da diese zumindest auch

dazu dienen, so befragte Kunden an sich zu binden und künftige Geschäftsabschlüsse zu fördern. Durch derartige Befragungen wird dem Kunden der Eindruck vermittelt, der fragende Unternehmer bemühe sich auch nach Geschäftsabschluss um ihn. Der Unternehmer bringt sich zudem bei dem Kunden in Erinnerung, was der Kundenbindung dient und eine Weiterempfehlung ermöglicht. Damit soll auch weiteren Geschäftsabschlüssen der Weg geebnet und hierfür geworben werden (BGH, Urteil vom 10.07.2018, VI ZR 225/17, juris, Rn. 18 – Kundenzufriedenheitsbefragung m.w.N.).

Dabei kommt es nicht darauf an, ob sich die Nachfrage auf ein unmittelbar vorher erworbenes Produkt bezieht. Auch die Frage nach der Zufriedenheit mit dem Kundenservice (vgl. KG, Urteil vom 15.09.2021, 5 U 35/20, juris, Rn 24), insbesondere auch im Rahmen der Bescheidung über eine Beschwerde (vgl. OLG Frankfurt, Urteil vom 04.09.2020, 10 U 18/20, juris, Rn.18) stellen Werbung in diesem Sinne dar. Denn auch eine solche Nachfrage dient dazu, den Eindruck zu vermitteln, dass man sich auch nach der Bearbeitung des Problems, wegen dessen der Angeschieden den Kundenservice kontaktiert hat, um ihn bemüht, was letztlich den Weg für späterer Geschäftsabschlüsse ebnen soll.

Vorliegend enthält die E-Mail neben dem zulässigen Hinweis, dass ein Schreiben des Klägers beim Kundenservice eingegangen ist und hierzu eine Antwort verschickt wurde, die ggfs. im Spam-Ordner des Klägers gelangt sein könne, eben eine solche Nachfrage, ob der Kläger mit dem Kundenservice zufrieden sei und die Bitte, diesen mittels eines Punktesystems zu bewerten. Der Umstand, dass die E-Mail mit der Eingangsbestätigung und dem Hinweis, dass eine Antwort versendet wurde, auch einen nicht werbenden Teil enthält, steht der Einordnung der E-Mail als Werbung aufgrund des darin auch enthaltenen werbenden Teils nicht entgegen. Die streitgegenständliche E-Mail wird von der Beklagten nämlich in zweifacher Hinsicht – zum einem für die nicht zu beanstandende Eingangsbestätigung und zum anderen unzulässig für Zwecke der Werbung in Form einer Kundenzufriedenheitsanfrage - genutzt.

Die Beklagte kann sich dabei nicht darauf berufen, dass der Kläger im konkreten Fall kein Kunde der Klägerin war und auch nicht als solcher Kontakt zu ihr aufgenommen hat, sondern den Kundenservice im Rahmen eines laufenden Rechtsstreits für seinen Mandanten angeschrieben hat. Der Umstand, dass die E-Mail im Nachgang zu der vorgenannten Korrespondenz verschickt wurde, kann ihr den werbenden Charakter nicht nehmen. Die E-Mail hat keinen konkreten inhaltlichen Bezug auf die zwischen den Parteien geführte Korrespondenz. Der Kläger musste und konnte die E-Mail insbesondere nicht dahingehend verstehen, dass die Beklagte mit der E-Mail nachfragen wollte, ob er mit der Antwort auf sein anwaltliches Aufforderungsschreiben zufrieden war. Ihrem Inhalt nach handelt es sich vielmehr um eine nicht auf den Einzelfall angepasste automatisierte Massenmail, welche die Beklagte an jeden Kunden versendet, der zu ihren Kun-

denservice Kontakt aufgenommen hat und damit die Intension hat, dem Angeschriebenen den Eindruck zu vermitteln, dass man sich weiterhin um ihn bemühe und sich bei diesem positiv in Erinnerung zu bringen. Dies zeigt sich bereits an der Benutzung der „Du-Form“, die bei Kommunikation im Rahmen eines Rechtsstreits mit einem Anwalt unüblich ist. Zudem enthält die Nachfrage keinerlei inhaltlichen Bezug zu der gegebenen Antwort. Der Umstand, dass der Inhalt der Massenmail in der streitgegenständlichen Situation unpassend war und daher nicht dazu geeignet, sich beim Kläger positiv in Erinnerung zu bringen, ändert nichts an ihrem werbenden Charakter und der mit der von der Beklagten mit ihrer Versendung bezweckten Intension.

2.3

Der Eingriff in das Recht des Klägers am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb ist auch im Übrigen rechtswidrig.

Die aufgrund seines Charakters als Rahmenrecht erforderliche Abwägung der widerstreitenden Interessen der Parteien geht zu Lasten der Beklagten aus, wie schon der Wertung des § 7 Abs. 2 UWG zu entnehmen ist. Unabhängig davon überwiegt das Interesse des Klägers das Interesse der Beklagten, dem Kläger Werbung mit elektronischer Post ohne sein Einverständnis zuzuleiten. Der Schutz der geschäftlichen Sphäre, insbesondere die Ungestörtheit der Betriebsabläufe, ist vorrangig gegenüber dem wirtschaftlichen Gewinnstreben von anderen Unternehmen ist und dem Interesse an einem Feedback zur Zufriedenheit mit dem Kundenservice. Erschwerend kommt vorliegend hinzu, dass der Kläger aufgrund des laufenden Rechtsstreits zwischen den von ihm vertretenen Mandanten und der Beklagten die E-Mail öffnen musste, um sicherzustellen, dass es sich nicht um ein für die Bearbeitung des Mandats wichtiges Schreiben handelt. Da der Werbecharakter der E-Mail für ihn nicht von außen erkennbar war, konnte er diese nicht wie bei anderen bereits am äußere Anschein erkennbaren offensichtlichen Werbemails, ungelesen löschen, sondern musste sich mit ihr inhaltlich befassen.

3.

Die für den Unterlassungsanspruch nach § 1004 Abs. 1 Satz 2 BGB erforderliche Wiederholungsgefahr wird durch das festgestellte rechtverletzende Verhalten der Beklagten indiziert.

Die Wiederholungsgefahr ist auch nicht durch die Abgabe der strafbewehrten Unterlassungserklärung vom 21.04.2021 entfallen. Diese ist gleich aus mehreren Gründen nicht geeignet, die Wiederholungsgefahr vollständig zu beseitigen.

Zum einem beschränkt sich die Unterlassungsverpflichtung auf die Zusendung an eine einzige, dort genannte E-Mail-Adresse. Da der Unterlassungsanspruch nicht nur auf die konkrete Verletzungshandlung beschränkt ist, sondern auch im Kern gleichartige Handlungen umfasst, ist er grundsätzlich nicht auf ein Verbot der Versendung von E-Mails an diejenigen E-Mail-Adressen beschränkt, an die der Werbende bislang bereits E-Mails versandt hat. Daher kann eine Unterlas-

sungserklärung, die sich allein auf die Zusendung von E-Mails an die bereits kontaktierte E-Mail-Adresse beschränkt und die somit hinter dem Unterlassungsanspruch zurückbleibt, die Wiederholungsgefahr nicht entfallen lassen.

Zum anderen ist die Höhe der für den Fall der Zuwiderhandlung versprochenen Vertragsstrafe von EUR 100,- zu gering, um die Wiederholungsgefahr vollständig zu beseitigen. Eine strafbewehrte Unterlassungserklärung lässt die Wiederholungsgefahr grundsätzlich nur dann entfallen, wenn die Vertragsstrafe so bemessen ist, dass sie abschreckende Wirkung entfaltet und es nach der Lebenserfahrung unter Berücksichtigung der Gesamtumstände hinreichend gesichert erscheint, dass der Verletzer den Wettbewerbsverstoß nicht wiederholt. Dies ist regelmäßig nur anzunehmen, wenn die vereinbarte Vertragsstrafe im angemessenen Verhältnis zu den wirtschaftlichen Vorteilen steht, die der Verletzer durch ein mit dem Wettbewerbsverstoß verbundenes Geschäft erzielen könnte.

Zur Ausübung eines hinreichenden Drucks dem Kläger zukünftig nicht unaufgefordert Werbemails zuzusenden, ist das Versprechen einer Vertragsstrafe von EUR 100,- nicht ausreichend.


III.

Die prozessualen Nebenentscheidungen beruhen auf §§ 91 Abs. 1, 711 ZPO. Soweit wegen des Tenors zu 1. nicht auf § 711 Satz 2 ZPO zurückgegriffen werden konnte, war Höhe der Sicherheitsleistung so zu bemessen, dass die Schäden, die ein Schuldner durch die Vollstreckung eines später abgeänderten oder aufgehobenen Titels erleiden kann, abgedeckt sind. Der Schuldner soll eine Sicherung in Höhe eines möglichen Ersatzanspruchs nach § 717 ZPO erhalten. Es kommt mithin auf den Schaden an, den die Beklagte dadurch erleiden kann, dass sie dem Kläger bei Abänderung des Urteils zu Unrecht keine Werbemails an den Kläger versenden durfte. Danach ist die Sicherheitsleistung mit ausreichend EUR 100,- bemessen.

§ 281 Abs. 3 Satz 2 ZPO war nicht anzuwenden, da die Verweisung wegen der gegebenen Zuständigkeit des Amtsgerichts zu Unrecht erfolgt ist.


Richter am Landgericht

Verkündet am 19.04.2022


als Urkundsbeamtin der Geschäftsstelle