

In dem Rechtsstreit

(...)

hat das Amtsgericht Brakel (...) für Recht erkannt:

Der Beklagte wird verurteilt, es zu unterlassen, dem Kläger unverlangte Werbung mittels elektronischer "E-Mail" zuzusenden.

Der Beklagte wird verurteilt, an den Kläger 317,40 DM (i.W.: dreihundertsiebzehn 40/100 Deutsche Mark) zu zahlen.

Der Beklagte trägt die Kosten des Rechtsstreits.

Das Urteil ist vorläufig vollstreckbar.

### **Tatbestand**

Von der Darstellung des Tatbestandes wird gemäß § 313a Absatz 1 ZPO abgesehen.

### **Entscheidungsgründe**

Die Klage ist begründet.

Dem Kläger steht ein Anspruch gegen den Beklagten auf Unterlassung der Zusendung von unverlangter Werbung mittels "E-Mail" gemäß §§ 1004, 823 BGB zu. Die Vorschrift des § 1004 BGB schützt in entsprechender Anwendung nicht nur das Eigentum, sondern auch alle absoluten Rechte im Sinne des 823 BGB. Der Schutz erstreckt sich auch auf das allgemeine Persönlichkeitsrecht.

Die Zusendung unverlangter Werbung mittels E-Mail stellt einen Eingriff in das allgemeine Persönlichkeitsrecht des Klägers dar. Denn der Wille des Klägers, seinen persönlichen Lebensbereich von jedem Zwang zur Auseinandersetzung mit Werbung nach Möglichkeit freizuhalten, ist als Ausfluss seines personalen Selbstbestimmungsrechts schutzwürdig (vergleiche BGHZ 106, 229, 233 f.).

Der persönliche Lebensbereich des Klägers ist hier betroffen, da die von dem Kläger verwendete "E-Mail-Adresse" keinen eindeutigen Bezug zu der beruflichen Tätigkeit des Klägers hat. Sie ist auch nicht unter Hinweis auf seinen Beruf in das allgemein zugängliche Verzeichnis von "E-Mail-Adressen" aufgenommen worden.

Nach der Rechtsprechung des BGH zum Einwurf von Werbematerial in den Hausbriefkasten liegt eine Verletzung des allgemeinen Persönlichkeitsrechtes jedoch nur dann vor, wenn sich der Betroffene durch einen Aufkleber an seinem Briefkasten gegen den Einwurf des Werbematerials wehrt und sich der Werbende damit über den erklärten Willen des Betroffenen hinwegsetzt. Auch das unverlangte Zusenden von Werbung per E-Mail kann nur dann einen Eingriff in das allgemeine Persönlichkeitsrecht darstellen, wenn kein Einverständnis des Betroffenen vorliegt. Unstreitig hat sich der Kläger nicht ausdrücklich mit der Zusendung der Werbung per "E-Mail" einverstanden erklärt. Das Einverständnis des Klägers kann im Gegensatz zum Einverständnis mit dem Einwurf von Handzetteln in den Hausbriefkasten grundsätzlich auch nicht vermutet werden.

Denn es ist derzeit technisch nicht möglich, seinen gegen die Zusendung von Werbung mittels E-Mail gerichteten Willen kundzutun. Es besteht keine Möglichkeit, die eigene E-Mail-Adresse ebenso wie den Hausbriefkasten mit einem entsprechenden Vermerk zu versehen (vergleiche dazu den Lösungsvorschlag von Schmittmann, MMR 1998, 53/54).

Auch die Tatsache, dass der Kläger seine E-Mail-Adresse freiwillig in ein für jedermann zugängliches E-Mail-Verzeichnis hat eintragen lassen, führt nicht zu einem vermuteten Einverständnis mit der Zusendung von Werbung per E-Mail. Denn die Aufnahme in ein solches Verzeichnis sagt nichts darüber aus, ob der Betroffene gewillt ist, Werbung zuzulassen.

Des weiteren besteht eine tatsächliche Vermutung für das Vorliegen der für den Unterlassungsanspruch aus § 1004 BGB erforderlichen Wiederholungsgefahr. Denn mit der unverlangt zugesandten Werbung per E-Mail vom 18.10.1997 ist die Störung bereits eingetreten. Diese Vermutung hat der Beklagte nicht zur Überzeugung des Gerichts widerlegen können.

Vielmehr liegt ein Indiz für das Bestehen der Wiederholungsgefahr schon darin, daß sich der Beklagte geweigert hat, eine strafbewehrte Unterlassungserklärung abzugeben. Allein der Hinweis des Beklagten, daß die konkrete Werbeaktion beendet worden ist, reicht für die Widerlegung der Vermutung nicht aus.

Der Kläger ist auch nicht zur Duldung der Beeinträchtigung im Sinne des § 1004 Satz 2 BGB verpflichtet.

Dem Kläger steht ferner aufgrund der schuldhaften Verletzung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts ein Anspruch auf Ersatz der ihm entstandenen Rechtsanwaltskosten gemäß § 823 Absatz I BGB zu.

Der Beklagte handelte fahrlässig und musste damit rechnen, dass der Kläger nicht mit der Zusendung der Werbung einverstanden war, da - wie oben ausgeführt - für die Annahme eines solchen Einverständnisses keine Anhaltspunkte vorlagen.

Die Kostenentscheidung folgt aus § 91 Absatz 1 ZPO.

Die Entscheidung über die vorläufige Vollstreckbarkeit folgt aus §§ 708 Nr. 11, 713 ZPO.

[...]