

# LG Augsburg: Link auf Unternehmenspräsenz in E-Mail ist keine unzulässige Werbung

Der Versand von Werbe-E-Mails ist grundsätzlich nur mit Einwilligung des Empfängers zulässig. Nachdem das AG Augsburg (Urt. v. 9.6.2023 - 12 C 11/23) entschied, dass ein bloßer Link auf die Internetpräsenz eines Unternehmens im Anschluss an Kontaktdaten des Mitarbeiters keine Werbung darstelle, schließt sich nun das LG Augsburg (Hinweisbeschl. v. 18.10.2023 - 044 S 2196/23) dieser Ansicht an.

Die Beklagte ist eine Anbieterin digitaler juristischer Informationssysteme und stellt ihren Kunden eine Internetdatenbank für die juristische Recherche zur Verfügung. Am 13.7.2022 hatte sich der Kläger über das allgemeine Kontaktportal an die Beklagte gewandt. Dabei gab er als Grund seiner Anfrage das Thema „Produktberatung & Angebotsanfrage“ an. Der Kläger bekundete darin unter Angabe seiner Kontaktdaten sein Interesse an den Produkten der Beklagten. Es folgten mehrere Telefongespräche zwischen dem Kläger und einem Mitarbeiter der Beklagten.

Auf seine letzte E-Mail am 12.12.2022 erhielt der Kläger vom Mitarbeiter der Beklagten eine automatische Abwesenheitsnotiz. In dieser E-Mail wurde auf die Präsenzen der Beklagten bei Facebook, Twitter und YouTube hingewiesen. Daraufhin mahnte der Kläger die Beklagte am selben Tag per E-Mail ab und forderte sie zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung auf mit dem Hinweis, dass es sich bei der in der E-Mail genannten Präsenzen um unzulässige elektronische Werbung handle. Die Beklagte gab die geforderte strafbewehrte Unterlassungserklärung nicht ab.

Das AG Augsburg wies die Unterlassungsklage ab. Der bloße Verweis auf die Internetpräsenzen eines Unternehmens im Anschluss an Kontaktdaten des Mitarbeiters, ohne dass diese mit einem Produkt oder anderen werbenden Angaben verknüpft sind, stelle keine Werbung dar. Gegen diese Entscheidung ging der Kläger in Berufung. Das LG Augsburg hat sich nun in einem Hinweisbeschluss der Ansicht der Vorinstanz angeschlossen und beabsichtigt, die Berufung zurückzuweisen.

## Einblenden eines bloßen Links nicht rechtswidrig

Während die Vorinstanz noch feststellte, dass es sich bei dem Verweis auf die Internetpräsenzen der Beklagten durch die Angabe der URL nicht um Werbung handelt, ließ das LG Augsburg diese Frage offen. Denn selbst wenn man einen Eingriff in das allgemeine Persönlichkeitsrecht bzw. das Recht am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb durch Werbung unterstellen würde, wäre dieser nicht rechtswidrig, so das Gericht. Es handle sich um eine Nachricht im Rahmen laufender Produktberatung mit rein informativem Charakter. Zudem müsse sich der Kläger gedanklich nicht mit der Verlinkung auseinandersetzen, sondern könne sie einfach ignorieren. Derartige Links seien mittlerweile üblich.

*Denn jedenfalls fehlt es an der Rechtswidrigkeit eines etwaigen Eingriffs in das Persönlichkeitsrecht des Klägers bzw. in seinen eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb. **Das Einblenden eines bloßen Links auf Social-Media-Präsenzen stellt sich nicht als rechtswidrig dar.** Dem Amtsgericht ist beizupflichten, dass insoweit zu berücksichtigen ist, dass es sich um eine E-Mail im Rahmen einer vom Kläger initiierten Kommunikation gehandelt hat und die Nachricht informativen Charakter hatte, da dem Kläger die Abwesenheit des von ihm kontaktierten Mitarbeiters mitgeteilt worden ist. **Auch stellt die bloße Verlinkung auf Social-Media-Auftritte der Beklagten, wenn man sie überhaupt als Werbung ansieht, keine konkrete Beeinträchtigung für den Kläger dar.***

*Anders als in dem vom Bundesgerichtshof entschiedenen Fall zur Auto-Reply-Werbung (BGH BeckRS 2016, 2711) wird hier nicht für konkrete Produkte geworben, sondern nur ein Link eingeblendet, welcher für sich genommen keinen konkreten inhaltlichen Informationsgehalt*

*hat. Daher musste sich der Kläger bei Lesen der E-Mail, anders als dies in dem vom Bundesgerichtshof entschiedenen Fall gewesen ist, nicht gedanklich mit konkreten Angeboten der Beklagten auseinandersetzen. Wie das Amtsgericht vollkommen zutreffend ausgeführt hat, konnte der Kläger die Links einfach ignorieren. Ein zeitlicher Aufwand durch die Einblendung der Links entsteht für den Leser einer solchen Nachricht nicht. Links können bei Interesse angeklickt oder einfach nicht weiter beachtet werden. **Eine gedankliche Auseinandersetzung mit einer derartigen Verlinkung erfolgt anders als bei konkreten Hinweisen auf bestimmte Servicedienstleistungen oder eine App, wie in dem vom BGH entschiedenen Fall, gerade nicht. Derartige Links sind mittlerweile als Teil der Signatur üblich, sodass für den Leser keinerlei Aufwand entsteht, um diese vom informatorischen Teil der Email zu trennen.***

## Für unsere Kunden

Kundinnen und Kunden unserer **Legal Produkte** finden in Ihrem **Legal Account** neben einem ausführlichen Whitepaper zum Newsletterversand eine hilfreiche Checkliste mit allen To Dos.

[r.classen/Shutterstock.com](https://www.r.classen/Shutterstock.com)