

Streitwert bei Untersagung von Werbe-E-Mails

Oberlandesgericht Koblenz

Urteil vom 29.09.2006

Az.: 14 W 590/06

Zum Sachverhalt:

Der Ag. hält den vom LG angenommenen Streitwert von 10.000 Euro für unangemessen. Die sofortige Beschwerde hatte keinen Erfolg.

Aus den Gründen:

Einwendungen zur Hauptsache sind im Kostenfestsetzungsverfahren unbeachtlich. Rügen, die für die Kostenfestsetzung von Bedeutung sind, hat der Bf. im Schreiben vom 18. 8. 2006 nicht erhoben.

Auf seinen Ablehnungsantrag gegen Richter des LG Mainz kommt es nicht an. Bei der Kostenfestsetzung handelt es sich um ein Rechtspflegergeschäft.

Die im Schreiben des Ag. vom 27. 7. 2006 beanstandete Streitwertbemessung hat der Senat von Amts wegen geprüft (§ 63 III 1 GKG). Er hält den vom LG angenommenen Streitwert von 10000 Euro für angemessen. Der Ast. ist Rechtsanwalt. Der Ag. bezeichnet sich als Finanzmakler. Bei der 421 KB großen E-Mail, die der Ag. am 23. 5. 2006 an den Ast. gesandt hat, handelt es sich um unverlangte Werbung. Es erschließt sich erst nach der Lektüre weiterer Passagen der Mitteilung, dass der Adressat Opfer einer Spam-Mail geworden ist. All das verleiht dem Verstoß einiges Gewicht. Dass der Ag. die Aufforderung, eine strafbewehrte Unterlassungserklärung abzugeben, unbeantwortet gelassen hat, indiziert hinreichend, dass er

weitere Verstöße von entsprechendem Gewicht beabsichtigt. Die vereinzelt von Amtsgerichten vertretene Auffassung, Spam-Mails hätten nur Bagatelldarakter, teilt der Senat nicht. Das Gericht weiß aus eigener Anschauung, wie viel Zeit und Mühe es kostet, allmorgendlich aus der elektronischen Post die Flut von unerwünschten Werbemails auszusortieren, die sich häufig mit einer seriös oder zumindest unverfänglich wirkenden Absenderadresse tarnen, um auf diese Weise das Misstrauen des Adressaten zu zerstreuen. Es handelt sich um ein Ärgernis, dessen finanziellem Anreiz nur durch eine entsprechende Streitwertfestsetzung angemessen begegnet werden kann (vgl. Harald Schneider, AGS 2004, 262 m.w. Nachw.).