

**- Zum Verbot des Einwurfs von Werbung bei erkennbar entgegenstehendem Empfängerwillen -**

Mit der vorliegenden Unterlassungsklage wendet sich der Kl. gegen die Zusendung von politischem Werbematerial der Bekl., einer politischen Partei, das er in seinem Briefkasten trotz eines entsprechenden aufgeklebten Hinweiszettels dahin gehend, dass der Einwurf von Werbesendungen zu unterlassen sei, vorgefunden hat. Das LG hat die Klage mit der Begründung abgewiesen, der erstinstanzlich lediglich behauptete einmalige Verstoß rechtfertige das Unterlassungsbegehren nicht. Dagegen richtet sich die Berufung des Kl., der nunmehr behauptet, nach Erlass des erstinstanzlichen Urteils ein weiteres Mal ein Werbeflugblatt der Bekl. in seinem Postkasten vorgefunden zu haben. Das Rechtsmittel hatte Erfolg.

Gründe:

Die gem. §§ 511, 511a, 516, 518, 519 ZPO zulässige Berufung des Kl. ist auch in der Sache begründet. Dabei kommt es nicht darauf an, ob nunmehr ein zweites Mal, wie von der Bekl. bestritten, Werbematerial bei dem Kl. eingeworfen worden ist, denn bereits der erste Fall vom 7. 5. 1999 rechtfertigt das Klagebegehren.

1. Dass der Kl. an jenem 7. 5. 1999 das mit der Klageschrift eingereichte Werbeflugblatt der Bekl. in seinem Hausbriefkasten vorgefunden hat, hat die Bekl. nicht bestritten. Ebenso wenig hat sie in Abrede gestellt, dass dieser Briefkasten mit einem Aufkleber versehen war, mit dem der Einwurf von Werbesendungen untersagt wurde.

Nach der herrschenden Rechtsprechung stellt die Übersendung von Werbematerial trotz eines erklärten entgegenstehenden Willens eine Besitz- bzw. Eigentumsstörung und darüber hinaus eine Störung des allgemeinen Persönlichkeitsrechts dar (BGHZ 106, 229 [233] = NJW 1989, 902 = LM § 1004 BGB Nr. 184; OLG Frankfurt, NJW 1996, 934; OLG Bremen, NJW 1990, 2140) und löst damit einen Abwehranspruch nach §§ 903, 862, 823 I, 1004 BGB aus. Nach Auffassung des BGH geht es dabei nicht um eine mit dem heutigen gesellschaftlichen Zusammenleben notwendig verbundene "sozialadäquate" Belästigung, denn angesichts des Ausmaßes derartiger Werbesendungen könne keine Rede davon sein, dass der Betroffene dadurch auch dann nur unwesentlich beeinträchtigt würde, wenn er seine häusliche Sphäre für ein derartiges Zutreten von Drittinteressen ausdrücklich gesperrt habe. Es gehe auch weniger um die Beeinträchtigung des gegenständlich-räumlichen Eigenbereichs des Betroffenen als vielmehr darum, einer Konfrontation mit der Suggestivwirkung der Werbung zu entgehen. Dieser Wille des Bürgers, insoweit seinen Lebensbereich vor jedem Zwang zur Auseinandersetzung mit Werbung nach Möglichkeit freizuhalten, sei als Ausfluss seines personalen Selbstbestimmungsrechts schutzwürdig (BGHZ 106, 229 = NJW 1989, 902 = LM § 1004 BGB Nr. 184).

Soweit die Bekl. die Auffassung vertritt, diese Grundsätze könnten auf die Werbung politischer Parteien auf Grund des ihnen nach der Verfassung gewährten Parteienprivilegs keine Anwendung finden, vermag der Senat dem nicht zu folgen. Dem Recht der Parteien, ihrer politischen Tätigkeit ungehindert nachgehen zu können, entspricht keine Pflicht des Bürgers, sich von den Parteien informieren lassen zu müssen. Inwieweit politische Informationen der Konsumwerbung gleichzusetzen sind, bedarf an dieser Stelle keiner allgemeinen Erörterung. Jedenfalls aber soweit es um Werbematerial geht, mit der die politischen Parteien ihre Inhalte und Zielrichtungen dem Bürger nahe bringen und auf diese Weise - zumindest mittelbar - auch für Wählerstimmen werben wollen, besteht kein Anlass zu einer unterschiedlichen Behandlung von Konsumwerbung

und politischer Werbung, da das Ausmaß der Störung und Beeinträchtigung in beiden Fällen das Gleiche ist (vgl. ebenso OLG Bremen, NJW 1990, 2140 [2141]). Es besteht mithin kein Anlass, das Recht des Bürgers auf so genannte "negative Informationsfreiheit" gegenüber politischer Parteienwerbung einzuschränken.

Entgegen der Auffassung des LG stellt auch schon der erste gegen den erklärten Willen erfolgte Einwurf derartigen Werbematerials eine rechtswidrige Störung dar. Der Betroffene kann sich bereits gegen den vereinzelt unerwünschten Einwurf von Werbematerial in seinen Briefkasten wehren, um der Ausweitung einer derartigen Inanspruchnahme, die er anders nicht steuern kann, zu begegnen (BGHZ 106, 229 [233] = NJW 1989, 902 = LM § 1004 BGB Nr. 184; OLG Frankfurt, NJW 1996, 934). Soweit das LG die Auffassung vertreten hat, erst der mehrfache unerwünschte Einwurf von Werbematerial stelle eine rechtswidrige, einen Unterlassungsanspruch rechtfertigende Störung dar und sich in diesem Zusammenhang auf eine Entscheidung des BGH (NJW 1992, 1958 [1959] = GRUR 1992, 617, 618 = LM H. 9/1992 § 1 UWG Nr. 596) berufen hat, so ist jene Entscheidung zu - hier nicht in Betracht kommenden - wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsansprüchen ergangen. Insoweit hat der BGH ausgeführt, dass die wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsansprüche Auswüchsen in der Werbung und einer Verwilderung der Wettbewerbssitten begegnen sollten. Ein derartiges sittenwidriges Wettbewerbsverhalten könne aber nicht angenommen werden, wenn die individuelle Beeinträchtigung als gering einzustufen sei. Ein einzelner Verstoß könne deshalb noch nicht den Vorwurf wettbewerbswidrigen Verhaltens und damit die Geltendmachung von wettbewerbsrechtlichen Unterlassungsansprüchen rechtfertigen. Diese Grundsätze sind auf den hier in Betracht kommenden Verstoß gegen das allgemeine Persönlichkeitsrecht bzw. das Besitz- oder Eigentumsrecht nicht anwendbar. Für eine Verletzung jener Rechte kommt es auf das Maß der Beeinträchtigung nicht an. Insoweit scheitern Unterlassungsansprüche erst an der Grenze rechtsmissbräuchlichen Verhaltens. Davon kann aber im Hinblick auf die von dem BGH aufgestellten Grundsätze dahin gehend, dass auch einem vereinzelt Verstoß mit einem Unterlassungsbegehren begegnet werden kann, nicht die Rede sein. Nach alledem stellt daher bereits der erste unerwünschte Einwurf von Werbematerial am 7. 5. 1999 einen rechtswidrigen Eingriff in die Rechte des Kl. dar.

2. Entgegen der Auffassung der Bekl. ist ihr dieser Verstoß auch zurechenbar.

Zunächst ist davon auszugehen, dass das streitgegenständliche Flugblatt am 7. 5. 1999 durch damit beauftragte Parteimitglieder des Landesverbands B. und nicht durch Dritte in den Briefkasten des Kl. eingeworfen worden ist. In diesem Zusammenhang kann dahinstehen, ob die Bekl. dies überhaupt substantiiert bestritten hat. Selbst wenn dies der Fall wäre, wäre nach den Grundsätzen des Anscheinsbeweises davon auszugehen, dass die für die Bekl. tätigen Verteiler das Flugblatt im Zuge der Aktion bei dem Kl. eingeworfen haben (vgl. BGHZ 106, 229 [234] = NJW 1989, 902 = LM § 1004 BGB Nr. 184). Dies ist ein typischer Vorgang. Die lediglich abstrakte Möglichkeit, dass auch Dritte das Flugblatt in den Briefkasten eingeworfen haben könnten, steht der Bejahung des Anscheinsbeweises nicht entgegen (vgl. BGHZ 106, 229 [235] = NJW 1989, 902 = LM § 1004 BGB Nr. 184). Der Hinweis der Bekl. darauf, Dritte könnten das Flugblatt an einem Informationstand der Bekl. oder ihrem eigenen Briefkasten entnommen und bei dem Kl. eingeworfen haben, genügt danach nicht, um den Anscheinsbeweis zu erschüttern. Weitere Umstände, die dafür geeignet wären, hat die Bekl. für die Verteilung am 7. 5. 1999 nicht dargetan. Insbesondere hat sie auch nicht substantiiert vorgetragen, dass jenes Flugblatt etwa überhaupt nicht zur Verteilung an die Haushalte gekommen, sondern lediglich bei Informationsveranstaltungen oder an Informationsständen ausgegeben worden sei.

Die Bekl. kann sich auch nicht darauf berufen, dass nicht sie, sondern der Landesverband die Flugblätter verteilt habe. Grundsätzlich kommt zwar nach § 3 ParteienG den Landesverbänden eigene Rechtspersönlichkeit zu, dennoch muss sich der Bundesverband Handlungen, die die Landesverbände in seinem Auftrage vornehmen, zurechnen lassen. Im Streitfall handelt es sich um ein unstrittig von dem bekl. Bundesverband herausgegebenes Flugblatt. Dieses sollte in seinem Namen durch die Mitglieder der Landesverbände an die Haushalte verteilt werden. Dies ergibt sich schon daraus, dass die Bekl. selbst vorträgt, die Landesverbände angewiesen zu haben, bei der Verteilung entsprechende Aufkleber auf den Postkästen zu beachten. Dass dieses Flugblatt etwa ausdrücklich nicht an die Haushalte verteilt werden sollte, hat die Bekl. selbst substantiiert nicht behauptet. Danach ist die Bekl. selbst unmittelbar Störerin.

Selbst wenn man dies anders sähe und insoweit die Verteilung durch den Landesverband mit der Verteilung durch ein beauftragtes Unternehmen oder die Post AG gleichsetzen würde, wäre die Bekl. als Herausgeberin des Flugblatts jedenfalls mittelbare Störerin (BGHZ 106, 229 [235] = NJW 1989, 902 = LM § 1004 BGB Nr. 184). Auch sie hätte dann die Störung des Kl. veranlasst und wäre Adressatin der entsprechenden Unterlassungsansprüche.

Letztendlich kann die Frage der unmittelbaren oder mittelbaren Störereigenschaft der Bekl. jedoch dahinstehen. Allerdings steht dem mittelbaren Störer, der die Verteilung durch Dritte vornehmen lässt, nach der Rechtsprechung eine Art Entlastungsmöglichkeit dahin gehend offen, darzulegen, dass er alle ihm zu Gebote stehenden rechtlichen und wirtschaftlichen Möglichkeiten ausgeschöpft hat, um Rechtsbeeinträchtigungen des Empfängers des Werbematerials auszuschließen (BGHZ 106, 229 [235] = NJW 1989, 902 = LM § 1004 BGB Nr. 184; OLG Bremen, NJW 1990, 2140 [2141]). Ob diese Grundsätze auch auf größere organisatorische Einheiten anwendbar sind, die das Werbematerial zwar nicht durch beauftragte Dritte, aber doch durch erhebliche nachgeordnete Glieder im Rahmen der Organisationskette verteilen lassen, kann dahinstehen (verneinend wohl insoweit: OLG Frankfurt, NJW 1996, 934). Jedenfalls hätte die Bekl. dafür dazutun müssen, dass sie alle in Betracht kommenden und erfolgversprechenden Aktivitäten entfaltet hat, um Belästigungen des Kl. durch ihr Werbematerial zu verhindern. Ihr bloßer Vortrag, sie habe den Landesverband und der Landesverband habe seine Verteiler darauf hingewiesen, kein Werbematerial in Briefkästen mit entsprechenden Aufklebern zu werfen, genügt nicht (vgl. BGHZ 106, 229 = NJW 1989, 902 = LM § 1004 BGB Nr. 184). Erforderlich ist vielmehr eine entsprechende Organisation und Kontrolle der Werbeaktion, die geeignet ist, weitest gehend Sicherheit vor entsprechenden Belästigungen durch unerwünschtes Werbematerial zu gewährleisten und die Bekl. auch selbst in die Lage versetzt, auf entsprechende Beanstandungen zu reagieren, so zum Beispiel dadurch, dass sie Landesverbänden, die bei der Verteilung nicht sorgfältig genug vorgehen, künftig keine Flugblätter des Bundesverbands mehr zur Verfügung stellt, oder die Verteilung nicht mehr Mitgliedern der Landesverbände, sondern eigenen Beauftragten und entsprechend überwachten Personen überlässt. Im Streitfall beschränkt sich der Vortrag der Bekl. allein darauf, sie habe den Landesverband und der Landesverband seinerseits seine Mitglieder angewiesen, die entsprechenden Aufkleber zu beachten; dies genügt nicht.

3. Auch die für einen Unterlassungsanspruch erforderliche Wiederholungsgefahr ist gegeben. Grundsätzlich folgt die Annahme einer Wiederholungsgefahr schon aus dem ersten rechtswidrigen Eingriff. Dies ist bei der Verteilung unerwünschten Werbematerials nicht anders. Insbesondere bedarf es bei der Verletzung von Persönlichkeitsrechten oder sonstigen Rechten nach § 823 I BGB nicht - wie im Wettbewerbsrecht - der vorherigen Abmahnung. Ob die Wiederholungsgefahr dann ausgeschlossen sein kann, wenn der Störer - für die Zukunft - eine Organisation darlegt, die nach den vorstehend geschilderten Grundsätzen geeignet ist, weitest gehend Sicherheit vor entsprechenden Störungen zu gewährleisten, kann dahinstehen, denn dafür genügt, wie ausgeführt, der Vortrag der Bekl. nicht.

gez.