

Social Media (24): Werbung auf Facebook & Co. (Teil II)

Fake fans, Gewinnspiele und Mitarbeiterverstöße



Autorin Sennur Pekpak ist in Hamburg Rechtsanwältin bei der Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs Frankfurt am Main.

Foto: pv

Bei der Außendarstellung eines Unternehmens spielt oft die Anzahl der Facebook-Fans eine nicht unerhebliche Rolle. Eine große Anhängerschaft eines Unternehmens kann seine besondere Beliebtheit widerspiegeln und bei den Verbrauchern positive Assoziationen hervorrufen. Irreführend kann es sein, wenn die Beliebtheit des Unternehmens nur vorgespiegelt wird. Das kann nach Ansicht der Wettbewerbszentrale dann der Fall sein, wenn es sich bei den angeblichen Fans nicht etwa um reale Fans, sondern um sogenannte „fake fans“ handelt. Die Werbung mit solchen gefälschten Fans ist unlauter. Unternehmen sollten daher sensibel reagieren, wenn ihnen der käufliche Erwerb von „Gefällt-mir-Klicks“ und „Facebook-Fans“ angeboten werden und sich hinter den zu vermittelnden Fans letztendlich nur leere Hüllen verbergen.

„Gefällt mir“ vor Gewinnspiel

Um neue Fans zu gewinnen, veranstalten manche Unternehmen Gewinnspiele. Einige stellen dabei die Bedingung auf, dass die Nutzer nur dann an dem Gewinnspiel teilnehmen können, wenn sie die Facebookseite des Unternehmens zuvor geliked haben. In einem aktuell noch beim OLG Hamburg anhängigen Verfahren der Wettbewerbszentrale geht es um die Frage, ob die Teilnahme an einem Gewinnspiel von der Betätigung des Like-Buttons abhängig gemacht werden darf, und ob dies bereits lauterkeitsrechtlich unzulässig ist (OLG Hamburg, Az. 5 U 36/13).

Haftung für Mitarbeiter-Verstöße

Die Wettbewerbszentrale weist darauf hin, dass Unternehmen auch für lauterkeitswidrige Werbe-Postings ihrer Mitarbeiter auf den Social-Media-Plattformen haften. In einem Verfahren der Wettbewerbszentrale wurde die Werbung eines Automobilverkäufers auf Facebook untersagt. Der Beitrag war von einem Mitarbeiter in einem privaten Eintrag auf Facebook gepostet worden, der aber unter mehreren Gesichtspunkten lauterkeitswidrig war. Der beklagte Automobilhändler berief sich darauf, dass es sich bei dem privaten Facebook-Eintrag eines Mitarbei-



Foto © liburu - Fotolia.com

ters nicht um Werbung, sondern lediglich um einen Hinweis im sozialen Netzwerk handele, sodass es bereits an einer geschäftlichen Handlung des Unternehmens fehle.

Das Gericht bewertete den Eintrag des Mitarbeiters dagegen als mit der Absatzförderung objektiv zusammenhängend, insbesondere weil ein konkretes Fahrzeug unter Nennung der Motorleistung, des Preises und der Dienstnummer des Mitarbeiters beworben wurde. Das Gericht wies darauf hin, dass der private Facebook-Eintrag des Mitarbeiters dem beklagten Autohaus gemäß § 8 Abs. 2 UWG zuzurechnen ist, auch wenn es keine Kenntnis von der Handlung des Mitarbeiters hatte (s. Urteil des Landgerichts Freiburg vom 04.11.13, Az. 12 O 83/13).

➔ www.wettbewerbszentrale.de;
Alle Beiträge unserer Social-Media-Reihe unter:



➔ www.ihk-oldenburg.de
(Dok.-Nr. 16158)

Existenzgründungsbörse

Diese Börse soll Existenzgründern den Schritt in die Selbstständigkeit erleichtern und bei der Suche nach Partnern helfen. Sie soll zudem Nachfolger und aktive Teilhaber vermitteln. Angebote und Gesuche sowie Antworten mit Angabe der Kennziffer sind zu richten an die Oldenburgische IHK, Michael Höller, E-Mail: deye@oldenburg.ihk.de, Telefon: 0441 2220-306, Fax: 0441 2220-5306.

Alle Angebote und Gesuche:
➔ www.nexxt-change.org

Gesuch

Inhabergeführtes, mittelständisches Unternehmen mit dem Schwerpunkt Maschinenbau/Investitionsgüter/Einzelfertigung zum aktiven Einstieg für eine Unternehmensnachfolge und/oder wesentliche Beteiligung gesucht. Ich besitze umfangreiche kaufmännische Expertise und Know-how in Produktion, Maschinenbau und Einzel-Kleinserienfertigung auf Basis eines technisch-betriebswirtschaftlichen Studiums. Langjährige Erfahrung mit geschäftsführenden Gesellschaftern/Familienunternehmen, ebenso wie Gestaltung von Betriebsaufspaltungen und Veräußerungen. (OL-G-14/15)

Service im Internet

> Angebote und Nachfragen zu recyclingfähigen Reststoffen aus dem IHK-Bezirk werden in der **Recyclingbörse** zusammengefasst:

➔ www.ihk-recyclingboerse.de

> Eine Liste der Bebauungspläne, die der IHK zur Stellungnahme vorliegen, wird unter **Bauleitplanung** aktualisiert:

➔ www.ihk-oldenburg.de
(Dok.-Nr. 770)