

von Rechtsanwalt **Jan Lennart Müller**

LG Bonn: Ein "Like" als Gegenleistung zu einem geldwerten Sammelpunktesystem stellt einen Wettbewerbsverstoß dar

Sog. "Likes" auf Social-Media-Kanälen sind ein äußerst beliebtes Gut bei Online-Händlern, dann diese spiegeln im allgemeinen Bewußtsein eine gewisse Beliebtheit des Ge-Likten wider. Zudem lassen derartige "Likes" auch (zumindest mittelbar) auf eine gewisse Kundenzufriedenheit schließen. Was aber gilt, wenn solche "Likes" durch die Gewährung von geldwerten Vorteilen angestoßen werden? Mit dieser Frage musste sich das LG Bonn näher auseinandersetzen, lesen Sie in unserem heutigen Beitrag, welche Probleme bei gekauften "Likes" drohen.

I. Der Sachverhalt

Die Beklagte im Verfahren vor dem LG Bonn ist Inhaberin einer Apotheke. Sie bewirbt ihre Apotheke und die angebotenen Leistungen auf mehrere Weisen, auch über die eigene Facebook-Fanpage. Dort bewarb die Beklagte mit einem Post eine Treue-Punkte-Aktion, bei der die Kunden auf verschiedenem Wege Taler sammeln und diese dann in ihrer Apotheke gegen Prämien eintauschen konnten.

Auch für das Verteilen eines "Likes" auf der Facebook Seite der Apotheke, konnten zwei Taler gesammelt werden.

Die Klägerin, eine Wettbewerbszentrale, forderte die Inhaberin der Apotheke auf, keine Taler und damit geldwerte Prämien für Facebook-"Likes" zu vergeben. Die Wettbewerbszentrale hielt diese für wettbewerbswidrig.

Das Landgericht Bonn hat die Beklagte mit Urteil vom 04.12.2020 (Az. 14 O 82/19) dazu verurteilt, die Werbung und Vergabe von geldwerten Talern für "Likes" auf Facebook zu unterlassen.

II. Die Entscheidung

Das Landgericht Bonn begründet seine Entscheidung mit dem Gebot des fairen Wettbewerbs. Der Beklagte hat durch das Generieren von "Likes" mittels eines **geldwerten Gegenwerts** gegen § 5 Abs. 1 Nr. 1 i.V.m. § 3 UWG verstoßen.

Nach Ansicht des Gerichts sei es irreführend, wenn die Facebook-Fanpage der Apotheke ihre "Likes" durch die Punkte-Aktion erhält. Die Anzahl an "Likes" stellt im allgemeinen Bewusstsein einen Bewertungsmaßstab da, welcher objektiv (zumindest mittelbar) die **Kundenzufriedenheit** widerspiegelt.

Durch das Kaufen von "Likes" mittels der Treue-Punkte-Aktion, wirbt die Apotheke unzulässig mit einer Anzahl von Likes, die nicht allein durch zufriedene Kunden und auf Basis ihrer Erfahrungen mit dieser abgegeben wurden. Dies wird auch nicht offengelegt und ist daher nicht ausreichend erkennbar. Insofern gelten nach Ansicht des LG Bonn im vorliegenden Fall die in der Rechtsprechung aufgestellten Grundsätze für die Werbung mit gekauften Empfehlungen analog.

Die "Likes" sind in diesem Fall irreführende Werbung, welche beim Kunden eine Fehlvorstellung über die abgegebenen Bewertungen entstehen ließe. Diese spiegeln nicht die objektive Meinung (= Kundenzufriedenheit) wider, die im allgemeinen Bewusstsein hinter der Anzahl an "Likes" vermutet wird.

III. Fazit

Das Internet und vor allem Social-Media machen heute einen maßgeblichen Teil der Werbepattformen aus. Sterne, Likes und Herzen sind zu einem wichtigen objektiven Bewertungsmaßstab im allgemeinen Bewusstsein der Menschen geworden.

Hierbei sieht das LG Bonn allerdings die Ankündigung bzw. Gewährung von geldwerten Talern für einen "Like" als irreführend an, da die von der Rechtsprechung für die Werbung mit gekauften Empfehlungen aufgestellten Grundsätze auch für eine solche Art der Werbung mit gekauften "Likes" gelten soll. Die Irreführung des angesprochenen Publikums resultiere hierbei aus der unzutreffenden Schlussfolgerung, dass die Anzahl der "Likes" zumindest mittelbar auch auf eine gewisse Kundenzufriedenheit schließen lasse.

Um eine solche irreführende Werbung zu vermeiden, ist das Anbieten einer Gegenleistung oder das Setzen von bestimmten Anreizen, die die Abgabe einer Bewertung bzw. die Abgabe eines "Likes" begünstigen, unbedingt zu vermeiden. Andernfalls müssten derartige "Likes" als Werbung im Internet gekennzeichnet werden, um eine Irreführung auszuschließen.

Noch kein Mandant und Interesse an unseren sicheren Rechtstexten für den Verkauf Ihrer Waren im Online-Handel? Gerne, buchen Sie einfach eines der **Schutzpakete der IT-Recht Kanzlei** (bereits ab mtl. nur 5,90 € erhältlich).

Autor:

RA Jan Lennart Müller

Rechtsanwalt