

von Mag. iur Christoph Engel

## I still like: Verwendung des „gefällt mir“-Buttons auf Facebook bleibt wettbewerbskonform

Vor kurzem wurde gerichtlich festgestellt, dass die Verwendung des „like“-buttons von Facebook auf kommerziellen Websites unter Umständen gegen das Datenschutzrecht, jedoch keinesfalls gegen den lautereren Wettbewerb verstößt. Der Streit ist mittlerweile eine Instanz weitergewandert und landete vor dem Kammergericht Berlin – doch auch hier wurde kein Wettbewerbsverstoß angenommen.

Wie wir bereits berichteten, liegt der Kern des Problems in dem iframe, der sich hinter dem button verbirgt: Dieser bewirkt, dass zumindest von eingeloggten facebook-Nutzern, die Seiten mit einem solchen button besuchen, Daten an facebook übertragen werden (selbst wenn der button gar nicht betätigt wird). Dort werden die Daten dafür verwendet, dem user „maßgeschneiderte“ Werbung auf facebook anzuzeigen.

Aus diesem Grunde ist gemäß § 13 TMG eine Datenschutzerklärung auf der jeweiligen Website erforderlich, die dem user aufzeigt, wie und in welchem Umfang seine persönlichen Daten (inkl. IP-Adresse) genutzt werden.

Laut [LG Berlin \(14.03.2011, Az. 91 O 25/11\)](#) soll ein Verstoß gegen diese Bestimmung jedoch keinen unlauteren Wettbewerb im Sinne von § 4 Nr. 11 UWG indizieren, da § 13 TMG gerade nicht der Chancengleichheit im Wettbewerb dient. Der Kläger aus diesem Prozess legte nun sofortige Beschwerde gegen dieses Urteil beim Kammergericht Berlin ein, doch auch hier zog er den Kürzeren: die Richter erkannten die Beschwerde als unbegründet ([Beschluss vom 29.04.2011, Az. 5 W 88/11](#)):

“

*„Wie § 7 UWG zeigt, wird der Verbraucher durch unerwünschte Werbung nicht nur in seinem allgemeinen Persönlichkeitsrecht, sondern auch in seiner Stellung als Marktteilnehmer beeinträchtigt [...].*

*Auf der Grundlage des glaubhaft gemachten Vortrages der Antragstellerin ist jedoch nicht davon auszugehen, dass eine danach bestehende wettbewerbsbezogene Schutzfunktion des § 13 Abs. 1 TMG durch das beanstandete Verhalten des Antragsgegners tangiert wird. Facebookmitglieder, die während ihres Besuchs auf der Webseite des Antragsgegners bei Facebook angemeldet sind, geben dem auf der Seite des Antragsgegners installierten Programm Wunsch und Bereitschaft zu erkennen, dass Facebook ihnen den ‚richtigen sozialen Kontext bzw. das richtige soziale Umfeld‘, d.h. Nachrichten und Empfehlungen von ‚Freunden‘ anzeigt. Das Wettbewerbsrecht will die Privatsphäre jedoch nur vor unzumutbaren Belästigungen durch geschäftliche Handlungen schützen, insbesondere vor Werbung, obwohl erkennbar ist, dass der angesprochene Marktteilnehmer diese Werbung nicht wünscht (vgl. § 7 Abs. 1 UWG)*

*Für Facebookmitglieder, die während ihres Besuchs auf der Webseite des Antragsgegners angemeldet sind, den „Gefällt-mir-Button“ betätigen und infolgedessen weitere Werbung*

des Antragsgegners erhalten, gelten die obigen Ausführungen erst recht.“

”

Die Verwendung des „like“-buttons bleibt also weiterhin wettbewerbsrechtlich neutral, sodass Abmahnungen hier keine besondere Gefahr darstellen. Dennoch sollte bei Verwendung des buttons die Datenschutzerklärung entsprechend geändert werden, da weiterhin ein – nicht abmahnbarer, aber bußgeldbewehrter – Verstoß gegen das TMG vorliegt.

**Update vom 10.03.2016:** Leider hat das LG Düsseldorf nunmehr festgestellt, dass die Verwendung des "Like"-Buttons nicht mehr ohne Weiteres verwendbar ist, ohne einen datenschutzrechtlichen bzw. wettbewerbsrechtlichen Verstoß zu begehen! Lesen Sie mehr zu dieser Entscheidung in unserem [weiterführenden Beitrag](#). Sie können ebenfalls in [diesem Beitrag](#) erfahren, ob und wie der Einsatz des Facebook-"Like"-Buttons "sicherer" eingebunden werden kann.

Autor:

**Mag. iur Christoph Engel**

(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)