

von **Nathalie Lengert**

## Werben: auf Facebook

Mit rund 20 Millionen Nutzern in Deutschland bietet Facebook ein großes Potential, um durch Werbeanzeigen eine Vielzahl von Menschen zu erreichen. Zudem ermöglicht es Facebook, die Werbeanzeigen ganz zielgerichtet an den Interessen der Nutzer (anhand von Kriterien wie Alter, Geschlecht, Ausbildung sowie Wohnort) auszurichten und somit Streuverluste zu minimieren. Beim Werben auf Facebook sind zahlreiche rechtliche Rahmenbedingungen zu beachten, über die dieser Beitrag Aufschluss geben soll.

### I. Rechtlicher Rahmen

#### a) Was genau ist Werbung?

Der Bundesgerichtshof (BGH) definiert Werbung folgendermaßen:

“

*„Werbung ist ein Verhalten, das darauf angelegt ist, andere dafür zu gewinnen, die Leistung desjenigen, für den geworben wird, in Anspruch zu nehmen.“ [...] „entscheidend ist vielmehr, ob das Verhalten nach der Verkehrsanschauung darauf angelegt ist, diese Wirkung zu erreichen. Die Umsatzförderung muss nicht der einzige Zweck des zu beurteilenden Verhaltens sein, sondern es mag auf andere Gründe mit zurückzuführen sein.“ (BGH, Beschluss vom 07.10.1991, Az. AnwZ (B) 25/91).*

”

Zusammenfassend erfasst Werbung also alle Maßnahmen, die den Absatz eigener Waren und Dienstleistungen fördern sollen.

#### b) Welche Regeln stellt Facebook selbst auf?

Beim Werben auf Facebook sind zunächst die Facebook-eigenen Regeln zu beachten.

Diese sind in den [Facebook-Werberichtlinien](#) enthalten.

Nach Facebooks Werbephilosophie soll die Seite sauber, einheitlich und frei von irreführender Werbung sein. Um dieser Werbephilosophie treu bleiben zu können, behält sich Facebook auch das Recht vor, Werbeanzeigen jederzeit und aus jeglichen Gründen abzulehnen (6.a der Facebook-Werberichtlinien).

Wer eine Werbeanzeige auf Facebook starten möchte, sollte unbedingt die Werberichtlinien genau gelesen haben. Hier finden Sie eine Auswahl der wichtigsten Punkte, die zu beachten sind:

- Werbeanzeigen dürfen Facebook nur bedingt erwähnen oder darauf verweisen (3.)
- Werbeanzeigen dürfen Nutzer nicht beleidigen, belästigen oder bedrohen (4.d)
- Werbeanzeigen dürfen keinen Ton enthalten, der ohne die Zustimmung des Nutzers automatisch abgespielt wird (4.e)
- Werbeanzeigen dürfen weder falsch, irreführend, betrügerisch noch täuschend sein (5.a)
- Bestimmte Werbeinhalte sind absolut verboten, wie z.B. Werbung für Tabakwaren, Schusswaffen, Datingseiten mit sexuellem Schwerpunkt etc. (siehe liste in 5.d)
- Es dürfen keine Daten, die von Facebook erhalten werden, an dritte Parteien weitergegeben werden (7.a)
- Bei Werbeanzeigen für alkoholische Getränke sind die länderspezifischen Regelungen zu beachten (11)
- Werbeanzeigen dürfen Nutzern für das Anklicken dieser, für die Herausgabe personenbezogener Daten oder für das Durchführen der Aufgaben keine Belohnungen anbieten (14.a).

Werbung, die innerhalb von Anwendungen auf der Facebook-Plattform angezeigt wird, muss zusätzlich den [Richtlinien zur Facebook-Plattform](#) entsprechen.

Zudem muss jegliche Werbung auf Facebook die [Datenschutzrichtlinien](#) und Erklärung der [Rechte und Pflichten](#) befolgen.

Bei Verstößen gegen die Facebook-Regeln droht nicht nur die Entfernung der Werbung, sondern sogar die Sperrung der Seite.

## c) Welche allgemeinen Regeln sind zu beachten?

Gesetzlich wird das Werben durch das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb (UWG) geregelt. Hinzuweisen ist insbesondere auf die Liste unzulässiger geschäftlicher Handlungen im Anhang zu § 3 Abs.3 UWG.

Bei Verstößen gegen die Vorschriften des UWG drohen kostenpflichtige Abmahnungen von Konkurrenten und unter Umständen kann der Betreibende sogar strafrechtlich belangt werden (§ 16 UWG).

## II. Werbeanzeigen auf der Facebookseite

Die kommerzielle Nutzung von privaten Profilen wird von Facebook ausdrücklich untersagt (4.4 der Facebook-Erklärung der Rechte und Pflichten).

Somit darf auf Facebook nur auf Unternehmensseiten und durch Anzeigen geworben werden.

Auf Unternehmensseiten kann dies beispielsweise dadurch geschehen, dass eine Möglichkeit zur Newsletteranmeldung geschaffen wird (beachten Sie hier die Pflicht zur Datenschutzerklärung und Einwilligung des Nutzers in die Erhebung personenbezogener Daten) oder, dass neue Produkte oder Leistungen auf der Pinnwand angekündigt werden.

Für die Anzeigewerbung bietet Facebook zwei Arten von Werbeanzeigen an:

- Die sog. Self-Service-Ads, die im Selbstbuchungstool geschaltet und dann in der rechten Spalte der Facebook-Seite der nach verschiedenen Kriterien ausgesuchten Adressaten angezeigt werden. Die Abrechnung erfolgt nach Anzahl der Klicks der Nutzer.
- Die sog. Homepage-Ads sind Premium-Platzierungen, die auf der Profilseite des Nutzers oder auf dessen Homepage erscheinen und über das Facebook-Sales-Teams gebucht werden. Diese Werbung wird nach Tausend-Kontakt-Preisen abgerechnet.

Bei allen Formen der Werbung auf Facebook sind natürlich die gesetzlichen Anforderungen (UWG, PAngV) und die Facebook-Regeln zu beachten.

Neben der klassischen Anzeigenwerbung besteht auch die Möglichkeit der Werbung durch Gewinnspiele und Lotterien, des Direktmarketings und der verdeckten Werbung, wobei jeweils Besonderheiten zu beachten sind.

### III. Gewinnspiele, Lotterien (Promotions)

Lotterien und Preisausschreiben sind eine beliebte Methode, um potenzielle Kunden auf die eigenen Produkte aufmerksam zu machen oder um sie auf die eigene Homepage zu locken.

#### a) Spezielle Facebook-Regelungen

Facebook verbietet Werben durch Glückspiel, einschließlich jeglicher Online-Casinos, Sportwetten, Bingo- oder Pokerspiele, die nicht von Facebook selbst autorisiert wurden (5.d.v der Facebook-Werberichtlinien).

Auch Wettbewerbe und Wettspiele sind ohne Zustimmung von Facebook, verboten.

Die [Facebook-Richtlinien für Promotions](#) regeln die Zulässigkeit von Verlosungen, Wettbewerben, Preisausschreiben oder ähnlichen Angeboten, ihre Ausgestaltung sowie die Möglichkeiten für diese zu werben.

Promotions auf Facebook sind im Rahmen der Anwendungen auf facebook.com (einer sog. Application) zu organisieren, entweder auf einer Canvasseite oder über eine Anwendung auf dem Reiter einer Facebook-Seite (1.).

Gewinnspiele auf Facebook außerhalb der Application sind verboten.

Es ist natürlich auch möglich ein Gewinnspiel außerhalb von Facebook zu veranstalten und dafür auf Facebook zu Werben, wenn dabei die gesetzlichen und facebookspezifischen Regeln eingehalten werden.

Wichtig ist, dass in keiner Weise auf Facebook verwiesen werden darf: es dürfen vor allem keine Facebook-Funktionen zur Teilnahme an der Promotion (3.) oder zur Abstimmung über die Promotion (4.) genutzt werden und der Gewinner darf auch nicht über Facebook benachrichtigt werden (6.).

## b) Zu beachtende gesetzliche Regelungen

Für Gewinnspiele und Preisausschreiben ist das UWG maßgeblich. Davon abzugrenzen sind die staatlicher Genehmigung unterliegenden Glücksspiele. Beim Glücksspiel erfolgt die Teilnahme gegen Entgelt, der Spieler muss einen Einsatz bringen (Köhler/Bornkamm, UWG 29. Auflage 2011, § 4 Rn. 1.158). Bei Gewinnspiel oder Preisausschreiben wird hingegen kein Einsatz verlangt. Bei ersterem ist der Gewinn vom Zufall abhängig, bei letzterem sind die Kenntnisse und Fertigkeiten des Spielers maßgeblich (vgl. dazu und m.w.N [den Beitrag Gewinnspiel! Preisausschreiben! - Ein Gewinn für alle? - Teil 2](#)).

Bei den Promotions auf Facebook handelt es sich um Gewinnspiele oder Preisausschreiben, an denen dementsprechend kostenlos teilgenommen werden kann (die Teilnahmebedingung ein „Fan“ zu werden, kann nicht als verdecktes Entgelt gewertet werden, vgl. [Artikel vom 7.06.2011](#) ).

Für Gewinnspiele und Preisausschreiben ist insbesondere die Regelung in § 4 Nr. 5 UWG zu beachten, wonach die Teilnahmebedingungen bei Preisausschreiben oder Gewinnspielen mit Werbecharakter klar und eindeutig angegeben sein müssen.

Nach § 4 Nr. 6 UWG begeht derjenige einen Wettbewerbsverstoß, der die Teilnahme von Verbrauchern an einem Preisausschreiben oder Gewinnspiel von dem Erwerb einer Ware oder der Inanspruchnahme einer Dienstleistung abhängig macht. Sobald der Facebook-Nutzer also zumindest davon ausgeht, dass er nur am Gewinnspiel teilnehmen kann, wenn er die Ware erwirbt, liegt eine unlautere Handlung vor.

Es ist umstritten, inwiefern es erlaubt ist, die Gewinnspielteilnahme von der Zustimmung zur Werbung abhängig zu machen. „Eine unangemessene unsachliche Beeinflussung i.S. des § 4 Nr. 1 UWG [liegt] jedenfalls dann vor, wenn der Verbraucher über die vorgenannte Koppelung erst ins Bild gesetzt wird, nachdem er sich bereits für die Teilnahme an der Verlosung entschieden hat“ ([OLG Köln, Urteil vom 12.09.2007, Az. 6 U 63/07.](#)). Gleiches gilt natürlich auch für Gewinnspiele auf Facebook.

## IV. Direktmarketing

Direktmarketing bezeichnet Werbemaßnahmen, die eine direkte Ansprache des möglichen Kunden mit der Aufforderung zur Antwort enthalten.

Für diese Art von Werbung könnte Facebook sehr nützlich sein, da die Werbebotschaft auf Facebook anhand von Kriterien wie Alter, Geschlecht, Ausbildung sowie Wohnort gezielt an die passenden Werbeadressaten gesendet werden oder auf deren Pinnwand geschrieben werden könnte.

Technisch gesehen scheint Facebook jedoch ungeeignet für Direktmarketing zu sein, da man von der Unternehmensseite keine Nachrichten oder Profilsposts senden kann und private Profile nach den Facebook-Regeln nicht für Werbung genutzt werden dürfen.

Sollten sich in Zukunft Möglichkeiten ergeben, über die Facebook-Unternehmensseite Direktmarketing zu betreiben, wären wohl dieselben Vorgaben, wie für E-Mail-Marketing zu beachten. Für E-Mails ist Direktwerbung nur zulässig, wenn der Adressat ausdrücklich eingewilligt hat und zuvor über Art, Umfang und Zwecke der Erhebung und Verwendung personenbezogener Daten aufgeklärt wurde (§ 7

Abs.2 Nr.3 UWG, § 4a BDSG, § 13 Abs.2 TMG; Ausnahmen beinhaltet § 7 Abs. 3 UWG).

Wer E-Mail-Werbung versendet, ist vollen Umfangs für das Vorliegen einer Einwilligung des Inhabers der E-Mail-Adresse darlegungs- und beweisbelastet ([HansOLG Hamburg, Urteil vom 29.07.2009, Az. 5 U 226/08](#)).

## V. Verdeckte Werbung

Mit verdeckter Werbung ist sogenannte Schleichwerbung gemeint.

Wie schon erwähnt, ist die kommerzielle Nutzung von privaten Facebook-Profilen verboten. Wer auf seiner privaten Facebook-Seite eigene Produkte dennoch verdeckt bewirbt, verstößt gegen die Facebook-Nutzungsbedingungen und kann sich zudem unerlaubter Schleichwerbung schuldig machen, denn nach § 4 Nr. 3 UWG handelt wettbewerbswidrig, wer „den Werbecharakter von geschäftlichen Handlungen verschleiert“.

Facebook-Nutzer (wie auch andere Adressaten) müssen also immer informiert werden, wenn sie mit werbenden Maßnahmen konfrontiert werden.

Dies gilt natürlich auch, wenn auf der Unternehmensseite verdeckt geworben wird.

Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG verbietet auch als Information getarnte Werbung (Nr. 11).

“

*„Für die Angrenzung unzulässiger „redaktioneller Werbung“ von tatsächlich informierenden redaktionellen Beiträgen ist letztendlich die Wirkung [...] auf den angesprochenen Verkehrskreis entscheidend. [...] Die unkritische Wiedergabe solcher offensichtlich irreführenden Angaben verbunden mit einem ausdrücklichen Produkthinweis betont übermäßiger Weise den werbenden Charakter des Artikels gegenüber einer sachlich distanzierenden Information und weist den Beitrag als getarnte Werbung aus.“*([LG Itzehoe, Urteil vom 06.04.2010, Az. 5 O 81/09](#), im Anschluss an BGH, Urteil vom 18.02.1993, Az. I ZR 219/91).

”

Es ist also Vorsicht geboten, wenn auf Facebook Artikel gepostet werden, die zwar auch informativen Charakter haben aber nur die Vorzüge eines bestimmten Produktes hervorheben.

## Fazit

Facebooks Werbesystem erlaubt es, leicht und schnell eine Werbeanzeige zu schalten und damit Massen zu erreichen. Wenn Sie über ihre Unternehmensseite werben möchten, nutzen Sie daher die facebook-eigenen Möglichkeiten und halten Sie sich an die Facebook-Regeln sowie an die gesetzlichen Regelungen. Holen Sie sich vor der Veranstaltung von Gewinnspielen/Lotterien und vor der Nutzung von Direktmarketing professionellen Rat ein und verzichten Sie auf verdeckte Werbung.

Autor:

**Nathalie Lengert**

(jur. Mitarbeiterin der IT-Recht Kanzlei)