

von Mag. iur Christoph Engel

Dislike! Wettbewerbsrechtliche Haftung für Betätigung des „gefällt mir“-Buttons bei Facebook

Wer auf Facebook-Werbeseiten den „gefällt mir“-Button betätigt und selbst ein wirtschaftliches Interesse an der Werbeseite hat, kann nach einer aktuellen Entscheidung des Landgerichts Münster für Rechtsverstöße auf dieser Seite auf Unterlassung in Anspruch genommen werden (vgl. LG Münster, Urte. v. 20.09.2011, Az. 025 O 34/11).

Da ein Link auf die Seite, auf der „gefällt mir“ bzw. „like“ angeklickt wurde, auch auf der eigenen Seite des jeweiligen Users erscheint, lässt er sich die Inhalte dieser Seite bewusst zurechnen. Sofern er selbst als Unternehmer ein wirtschaftliches Interesse an der dort angebotenen Werbung verfolgt – etwa weil er die dort dargestellten Produkte selbst vertreibt – ist diese Handlung auch wettbewerbsrechtlich relevant; insofern besteht im Falle von rechtswidrigen Inhalten auf der Werbeseite ein Unterlassungsanspruch gegen das „gefällt mir“ (vgl. LG Münster, Urte. v. 20.09.2011, Az. 025 O 34/11; mit weiteren Nachweisen:

“

„Indem der Beklagte diesen Flyer [...] auf seiner Seite mit dem ‚gefällt mir‘-Button versehen hat, hat er auch eine ihm zuzurechnende geschäftliche Handlung im Sinne von § 3 Abs. 1 UWG vorgenommen. Eine geschäftliche Handlung setzt u.a. voraus, dass sie bei objektiver Betrachtung darauf gerichtet sein muss, durch Beeinflussung der geschäftlichen Entscheidung der Verbraucher oder sonstiger Marktteilnehmer den Absatz oder Bezug zu fördern. Dies ist in Zweifelsfällen immer dann anzunehmen, wenn Handelnde ein wirtschaftliches Interesse an der Beeinflussung der Entscheidung des Verbrauchers hat. Dies ist hier der Fall. Der Beklagte vertreibt vorliegend selbst Produkte der Firma [...] und hat von daher ein eigenes wirtschaftliches Interesse an der Beeinflussung der Verbraucherentscheidung für dieses Produkt. Mit dem Anklicken des ‚gefällt mir‘-Buttons wird der Besucher einer Facebookseite angeregt, diesen ‚gefällt mir‘-Button ebenfalls anzuklicken, um zu sehen, für was sich der Inhaber der Facebookseite in diesem Sinne positiv interessiert. Indem der Beklagte die beanstandete Werbung mit dem entsprechenden Button versieht, veranlasst er daher auch ein Nachgehen und Nachverfolgen dieser Entscheidung durch Besucher seiner Facebookseite. Da er ein eigenes wirtschaftliches Interesse an der Umsatzförderung hat, indiziert dies – auch bei objektiver Betrachtung – sein Interesse, dadurch Einfluss auf die Entscheidung der Verbraucher und sonstigen Marktteilnehmer zu nehmen.“

”

Hierbei spielt es auch keine Rolle, ob der Unternehmer auf seiner „offiziellen“ oder seiner privaten Facebook-Seite den „like“-Button betätigt hat, soweit die angeklickte Seite seine geschäftlichen

Interessen repräsentiert:

“

„Soweit es sich bei der Facebookseite im Übrigen um seine ‚rein private‘ Seite handelt, folgt hieraus nichts anderes. Es ist im Hinblick auf die Art und Aufmachung der Werbung nichts dafür erkennbar, dass über das geschäftliche Interesse hinaus ein rein privates Interesse an dieser Art von Werbung (z.B. wegen des besonderen Unterhaltungswerts, der herausragenden Werbeidee o.a.) vorliegt, die den Schluss zuließe, dass der ‚gefällt mir‘-Button allein aus privaten und keinesfalls aus geschäftlichen Gründen von ihm angeklickt worden ist.“

”

Kleine Ursache, große Wirkung: Wer kommerziell im Internet tätig ist, sollte bei Facebook in Zukunft seine „likes“ mit Bedacht setzen. Der hier skizzierte Fall zeigt deutlich auf, wie man als e-Trader mit einem einzigen Klick gleich einen kapitalen Wettbewerbsverstoß setzen kann – der dann natürlich Zeit, Geld und Nerven kostet.

Autor:

Mag. iur Christoph Engel

(freier jur. Mitarbeiter der IT-Recht Kanzlei)