

Facebook-Likes kaufen? - Lieber nicht!

Den meisten Unternehmen, die auch eine Facebook-Seite haben, sind Likes sehr wichtig. Sie zu bekommen, kann sich aber als schwierig herausstellen. Für diese Zwecke gibt es aber sogar Agenturen. Dort kauft man sich einfach Likes. Dies kann aber sehr gefährlich sein, denn die Werbung mit gekauften Facebook-Likes ist wettbewerbswidrig, wie das LG Stuttgart jetzt entschieden hat.

Lesen Sie mehr dazu.

Gekaufte Kundenbewertungen sind unzulässig, das hat das OLG Hamm schon mehrfach entschieden. Gleiches gilt für gekaufte Testergebnisse: Auch damit darf man nicht werben (es sei denn, man weist unmittelbar in der Werbung auf den Umstand hin, dass Geld für das Ergebnis geflossen ist).

Dem liegt der Gedanke zu Grunde, dass der Verbraucher von einer Empfehlung erwartet, dass diese nicht erkaufte, sondern neutral abgegeben wurde. Dabei ist es unabhängig, ob beim Kauf der Empfehlung unmittelbar Geld gezahlt wird oder andere Vorteile versprochen werden.

Dieser Grundsatz lässt sich auch auf Facebook-Likes übertragen. Denn hier handelt es sich ebenfalls um Empfehlungen. Auch diese Empfehlungen dürfen also nicht gekauft werden.

Diese Erkenntnis ist nicht neu, und wurde z.B. von RA Thomas Schwenke schon im Januar 2014 ausführlich beschrieben und erklärt.

Werbung mit gekauften Facebook-Likes ist wettbewerbswidrig

Das LG Stuttgart (Beschl. v. 19.8.2014, 37 O 34/14 KfH) hat nun entschieden, dass die Werbung mit gekauften Facebook-Likes wettbewerbswidrig sei. In dem Fall ging es um ein junges Unternehmen, welches sich insgesamt 14.500 Likes gekauft hatte.

Aufgeflogen war der Schwindel, weil diese Likes aus Indonesien, Indien und Brasilien stammten, obwohl das Unternehmen in diesen Regionen der Welt gar nicht aktiv war.

Das Gericht ist der Meinung, es handle sich um eine irreführende Werbung gemäß § 5 Abs.1 UWG. Die Facebook-Likes würden auf ein Gefallen an der Firma bzw. deren Produkten schließen lassen, obwohl dieses tatsächlich gar nicht bestand. Auch entsprach die so dargestellte große Bekanntheit des Unternehmens nicht den Tatsachen.

Der Antragsgegner hat gegen den Beschluss Widerspruch eingelegt, der Rechtsstreit ist also noch nicht beendet.

Fazit

Empfehlungswerbung ist für Unternehmer enorm wichtig, gerade im Internet, wo Interessierte sich anders kein wirkliches Bild von dem Unternehmer machen können. Noch wichtiger ist dabei, dass diese Empfehlungen authentisch sind. Kommt erst einmal heraus, dass man sich Fans oder Bewertungen kauft, dann ist das zum einen wettbewerbswidrig und zum anderen dürfte der Ruf des Unternehmens dann nachhaltig Schaden erleiden. Die Abmahnung ist dann wahrscheinlich noch das kleinere Problem. (mr)