

Fan-Kauf bei Facebook?

Unabhängig von der rechtlichen Bewertung droht ein Imageschaden

Viele Firmen bedienen sich der Möglichkeit, Facebook Fans zu „kaufen“. Hierbei versprechen unterschiedliche Anbieter, dem jeweiligen „Käufer“ x-beliebig viele Fans für die eigene Facebook-Seite innerhalb eines bestimmten Zeitraums zu vermitteln. Der Anbieter schaltet etwa auf seiner eigenen Facebook-Seite für seine eigenen Fans Werbung für den „Käufer“ der Fans vor und lockt sie somit auf dessen Facebook-Seite, wo sie dann den „Gefällt mir“-Button drücken und als neu gewonnene Fans des „Käufers“ zählen.



Foto: Fotolia / Studiografion

Kauf von Facebook Fans ist juristisch noch nicht abschließend bewertet

Rechtlich zulässig?

Im Rahmen einer einstweiligen Verfügung untersagte das Oberlandesgericht Frankfurt am Main (Beschluss vom 25.04.2013, Az.: 16 W 21/13, nicht rechtskräftig) die Behauptung, ein Großteil der

letzung des Persönlichkeitsrechts des Betroffenen dar. Insbesondere im Zusammenhang mit der öffentlichen Diskussion um den Fan-Kauf liegt durch eine solche Behauptung ein unzulässiger Eingriff in das als Sozialsphäre geschützte Persönlichkeitsrecht vor.

Das Gericht hob damit eine Entscheidung des Landgerichts Frankfurt am Main auf, welches die Aussage noch als zulässige Meinungsäußerung gewertet hatte (Beschluss vom 19.03.2013, Az.: 2-03 O 98/13).

Die Entscheidung verdeutlicht, dass der „Kauf“ von Facebook Fans im geschäftlichen Verkehr nicht als seriöse Werbemaßnahme wahrge-

nommen wird. Es kann daher aus rechtlicher Sicht nur davon abgeraten werden, Dritten den Vorwurf eines Fan-Kaufs zu machen, wenn dies nicht nachweislich wahr ist.

Imageschaden droht in jedem Fall

Unabhängig von der rechtlichen Wertung, führt der Fan-Kauf zu einem er-

heblichen Verlust der Glaubwürdigkeit eines Unternehmensauftritts. Stellt sich heraus, dass ein Großteil der Fans gekauft wurde, verkehrt sich der ursprüngliche Wille, eine besondere soziale Relevanz darzustellen, ins Gegenteil. Zudem sind nur „echte“ Fans tatsächlich ein Multiplikator für die eigenen Neuigkeiten. Gekaufte Fans werden die veröffentlichten Inhalte in der Regel nicht in gleichem Maße weiterverbreiten wie solche, die über eigene Inhalte gewonnen werden konnten.

Aufgrund fehlender gerichtlicher Entscheidungen zum Kaufvorgang selbst und der daraus resultierenden rechtlichen Unsicherheit ist zumindest Unternehmen derzeit nicht zu raten, sich mithilfe von Fan-Käufen in die Gunst der Facebook-Anhänger zu bewegen. Auch wenn ein eventuelles, von Konkurrenten oder der Verbraucherzentrale angestrebtes Verfahren in dieser Frage zu Rechtssicherheit führen könnte: Es möchte wohl niemand derjenige sein, der daran als Beklagter teilnehmen muss. ■

RA ARNO LAMPMANN



Arno Lampmann,

Rechtsanwalt und Fachanwalt für gewerblichen Rechtsschutz bei Lampmann, Haberkamm & Rosenbaum in Köln
 ■ www.lhr-law.de

Fans eines Facebook-Auftritts sei gekauft. Konkret hatte der Antragsgegner in einer Abfolge von Äußerungen implizit, aber unmissverständlich die Behauptung aufgestellt, die Antragstellerin habe einen erheblichen Teil ihrer 22.000 Facebook Fans gekauft und nicht durch ihr positives Image erworben. Diese Aussage stellt nach Ansicht des Gerichts eine Ver-

Darauf müssen Sie achten:

- Derzeit gibt es keine Urteile, die den Kauf von Facebook Fans eindeutig als rechtswidrig einstufen.
- Der Imageschaden ist regelmäßig erheblich, wenn ein Fan-Kauf ans Licht kommt.
- Die Behauptung, ein Wettbewerber habe Fans für seine Facebook-Seite gekauft, kann Persönlichkeitsrechte verletzen. Deshalb darf man sie nur aufstellen, wenn sie nachweisbar ist.