

Facebook darf keine "Freunde finden"

"Sind deine Freunde schon bei Facebook?" Mit dieser Frage warb Facebook bei registrierten Nutzern und wünschte Zugriff auf deren Email-Adressbuch. Der BGH musste nun entscheiden, ob die sodann versendeten Einladungs-E-mails an nicht registrierte Personen wettbewerbswidrig sind.

Mithilfe der Funktion "Freunde finden" versendete Facebook Einladungs-E-mails an Personen, die nicht als Mitglied bei Facebook registriert sind. Die Versendung der E-mails wurde durch die bei Facebook registrierten Nutzer ausgelöst, nachdem diese ihre Email-Adressdateien importierten.

Der Bundesverband der Verbraucherzentralen und Verbraucherverbände in Deutschland (vzbv) klagte gegen Facebook. Der vzbv sieht in dem Versand von Einladungs-E-mails an Nichtmitglieder eine den Empfänger belästigende Werbung im Sinne des UWG.

Das LG Berlin entschied bereits 2012, es handele sich bei dem Vorgehen um eine unzulässige Werbung. Eine Berufung Facebooks wies das KG Berlin im Jahr 2014 zurück ([wir berichteten](#)).

Entscheidung des Gerichts zur "Freunde finden" Funktion

Der BGH gab den Verbraucherschützern mit [Urteil vom 14.01.2016 - Az. I ZR 65/14](#) Recht und bestätigte damit die Auffassung der Vorinstanzen.

Nach Ansicht des BGH stellen die mithilfe der Funktion "Freunde finden" versendeten Einladungs-E-mails von Facebook an Empfänger, die in den Erhalt der E-mails nicht ausdrücklich eingewilligt haben, eine unzumutbare Belästigung im Sinne des UWG dar.

Die Einladungs-E-mails seien als Werbung von Facebook anzusehen, auch wenn ihre Versendung durch ein Mitglied der Internetplattform ausgelöst wird. Zur Verfügung gestellt werde die Funktion von Facebook und habe den Zweck, Dritte auf das Angebot von Facebook aufmerksam zu machen. Der Empfänger einer solchen Einladungs-E-mail verstünde die Mail nicht als private Mitteilung des Facebook-Nutzers, sondern als Werbung der Internetplattform.

Fazit

Facebook unterliegt in diesem Verfahren in allen drei Instanzen. Fest steht, dass das Unternehmen jahrelang gegen Wettbewerbsrecht verstoßen hat und ihm nun weniger Spielraum verbleibt, um neue Nutzer anzuwerben.