

Virales Video mit unwahren Angaben = unlauter?

16.11.2015, 17:46 | Politik, Recht & Gesellschaft

Pressemitteilung von: *Schutt, Waetke Rechtsanwälte GbR*

Schutt, Waetke
RECHTSANWÄLTE



Vor einigen Wochen schlug ein Video auf Facebook Wellen: Eine junge Französin suchte nach ihrem Urlaubsflirt, der offenbar Papa geworden sein soll, nachdem es in einem Urlaubsort in Australien zu mehr als einem Flirt gekommen sei. Kurze Zeit später kam heraus: Das Video war ein PR-Coup, eine Agentur wollte damit den Urlaubsort bekannter machen.

Oft liest man auf Webseiten irgendwelche Hervorhebungen bzw. Besonderheiten: „das erste Mal“, „einziger“, „erster“ oder Behauptungen wie „nur noch wenige Karten“ usw.

Anmerkung von Rechtsanwalt Thomas Waetke:

Es ist nicht das erste Mal, dass eine vermeintlich spektakuläre Story als Nachricht verbreitet wird, die sich später als PR-Aktion herausstellt.

Solcherlei Aktionen sind aber rechtlich bedenklich: Soweit die Story bewusst Nachrichtensendern zugespielt wird, damit diese die Story als vermeintlich echte Nachricht aufgreifen und weiter verbreiten, ist das presserechtlich möglicherweise rechtswidrig: Denn auch „verkappter“ Journalismus kann unter das Presserecht fallen.

Wettbewerbsrechtlich kann sich eine solche Aktion als unlauterer Wettbewerb herausstellen, da die Zuschauer bewusst in die Irre geführt werden und die Werbung damit nicht als Werbung erkennbar gemacht wird. Meines Erachtens handelt es sich bei einem solchen viralen Video um eine „geschäftliche Handlung“ im Sinne des § 5 UWG, die unwahre Angaben enthält und damit irreführend ist – das Lauterkeitsrecht soll ja gerade vermeiden helfen, dass Unternehmen mithilfe unlauterer Methoden Werbung betreiben. Und wer Werbung dadurch erreicht, dass er zunächst bewusst falsche Geschichten verbreitet, zieht umso mehr Aufmerksamkeit auf sich, die er sonst nicht bekommen hätte. Nachrichten dürfen aber nicht dazu missbraucht werden, verkappte Werbung zu verbreiten. Zwar mag es sich bei der Geschichte bzw. dem Video nicht um eine Nachricht im eigentlichen Sinne gehandelt haben – damit sie aber ihre Wirkung nicht verfehlt, steckt typischerweise die Absicht dahinter, das Video auch über Nachrichtenkanäle zu verbreiten, bspw. indem man den Nachrichtenverlagen einen vermeintlichen Tipp auf das Video gibt.

Man merke:

Texte, die sich im Marketing schön anhören oder Maßnahmen, die für das Marketing toll sind, sind nicht immer rechtmäßig. Die Grenzen werden u.a. durch das Wettbewerbsrecht gesetzt: Nicht alles, was marketingtechnisch gut ist, ist rechtlich erlaubt.

Thomas Waetke
Rechtsanwalt
Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht
Autor eventfaq

Justitiar des Bundesverbandes Veranstaltungssicherheit (bvvs.org)

Portrait

Schutt, Waetke Rechtsanwälte & Fachanwälte - IT-Recht, Veranstaltungsrecht, Urheberrecht

Wir sind hoch spezialisiert auf die Bereiche Veranstaltung & Event, IT & Internet und Urheber & Medien.

Wir vertreten bundesweit Mandanten aus allen Branchen, insbesondere aber aus der Event-, IT- und Medienbranche.

Timo Schutt - Fachanwalt für IT-Recht, Dozent

Thomas Waetke - Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht, Dozent & Buchautor

News-ID: 879724 • Views: 100 (Stand: 02.10.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/879724/Virales-Video-mit-unwahren-Angaben-unlauter.html>