



Wettbewerbsrecht/Recht des unlauteren Wettbewerbs

Social Media-Werbung darf nicht irreführend sein!

Wenn Sie als Sportverein in sozialen Medien Werbung platzieren, muss diese den geltenden Bestimmungen des Wettbewerbsrechts (Recht des unlauteren Wettbewerbs) entsprechen.

Das Recht des unlauteren Wettbewerbs beschreibt die Spielregeln fairen wirtschaftlichen Verhaltens. Es gilt auch für Sportvereine. Sie müssen im Wettbewerb eingehalten werden.

Im Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) ist u.a. geregelt, dass Werbung z.B. nicht irreführend sein darf. Das betrifft

- wesentliche Merkmale (Eigenschaften)
- den Preis
- die Bedingungen

der vom Sportverein auf Social Media-Plattformen beworbenen Dienstleistungen und Produkte.

Influencer Marketing

[Sie kooperieren mit Influencer*innen](#), damit diese Angebote des Vereins gegen Bezahlung bewerben? Dann muss der/die Influencer*in in seinen Social Media-Postings klar und deutlich darauf hinweisen, dass es sich um vom Verein bezahlte Werbung handelt. Auch Influencer*innen dürfen keine falschen oder irreführenden Aussagen über die von ihnen beworbenen Dienstleistungen und Produkte des Vereins machen. Sie müssen Beiträge mit Werbecharakter deutlich als Werbung kennzeichnen. Dies gilt auch, wenn der/die Influencer*in vom Verein Produkte (z.B. Fanartikel) zu Werbezwecken geschenkt bekommt. Auch hier besteht eine Kennzeichnungspflicht.

Wenn Sie als Verein eine Influencerin (Botschafter*in, Testimonial) in Ihren Social Media-Postings als Referenz nennen, achten Sie stets darauf, dass deren Empfehlungen (des Vereins, seiner Dienstleistungen oder sonstigen Angebote) auch tatsächlich der Wahrheit entsprechen.

Schreiben Sie niemals in einem Social Media-Posting „wird von xy empfohlen“, wenn dies nicht der Fall ist. Wenn Sie tatsächlich mit einem/einer Influencer*in kooperieren, dürfen Sie in Postings „wird von xy empfohlen“, „wird unterstützt von“ oder „in Zusammenarbeit mit“ schreiben.

Nicht zulässig ist es (z.B.):

- als Verein werbliche Postings auf Konten anderen Social Media-Nutzer*innen zu platzieren
- auf Kommentare auf den Social Media-Präsenzen des Vereins mit werbenden Kommentierungen zu reagieren
- die Teilnahme an einem Gewinnspiel des Vereins auf einer Social Media-Plattform von der Inanspruchnahme einer Dienstleistung oder dem Kauf eines Produktes abhängig zu machen
- ohne vorliegende Einwilligungen der Adressaten, Direktnachrichten mit werblichem Charakter an Social Media-Nutzer*innen zu verschicken (unzumutbare Belästigung i.S. von § 7 Abs. 1, Abs. 2 Nr. 2 UWG)

Wenn Sie diese Regeln nicht beachten, müssen Sie damit rechnen, dass Betroffene auf Unterlassung klagen und es zu einer Abmahnung des Vereins kommt. Entstehen dem Betroffenen Anwaltskosten, sind diese vom Verein zu ersetzen. Wenn der Verein keine Unterlassungserklärung leistet, kann der Unterlassungsanspruch vom Betroffenen gerichtlich durchgesetzt werden.

„Der sichere Weg“

Kostenpflichtige Schaltung von Werbung auf Social Media-Plattformen ist für den Verein der sicherste Weg, seine Angebote (Veranstaltungen, Kursangebote etc.) und Produkte (z.B. Fanartikel) zu bewerben.

Einen Überblick zu kostenpflichtigen Werbemöglichkeiten in ausgewählten sozialen Netzwerken erhalten Sie, wenn Sie die folgenden Links öffnen:

- [Instagram](#)
- [Facebook](#)
- [TikTok](#)