



Social Media Marketing:

# Die rechtlichen Rahmenbedingungen fürs Twittern

Rechtsanwalt

Henning Krieg, LL.M.



# Vorüberlegung: Viel Lärm um Nichts?



- ✓ **Kann Micro-Blogging überhaupt rechtlich relevant sein?**
  - ✓ Einzelne Tweets maximal 140 Zeichen lang.
  - ✓ Reichweite begrenzt – die meisten deutschen Unternehmen auf Twitter mit maximal vierstelligen Followerzahlen.
  
- ✓ **JA! Microblogging kann nicht nur, es ist rechtlich relevant.**
  - ✓ Schon deutlich weniger als 140 Zeichen können teuer werden (Beispiel: „inkl. MwSt.“ – 11 (!) Zeichen).
  - ✓ Reichweite praktisch nicht entscheidend; zudem können meist alle Internetnutzer (und nicht nur Follower) die Tweets lesen.
  - ✓ Wie so oft Vorreiter USA: dort „heiße Phase“ bereits eingeläutet, und auch in Deutschland bereits wiederholt Rechtsstreitigkeiten.



# Worüber werden wir reden?



- ✓ **Das „Framework“**

  - Der eigene Twitter-Account

- ✓ **Die Inhalte**

  - Die eigenen Tweets

- ✓ **Die Nachrichten**

  - „Direct Messages“ an Follower

- ✓ **Die anderen**

  - Fremde Twitter-Aktivitäten



# Der eigene Twitter-Account – der Accountname



- ✓ Marken- und Namensrechte sind auch bei Accountnamen zu beachten (Parallele Domainrecht).
  
- ✓ Risiken bei Rechtsverstößen:
  - ✓ Abmahnung und damit verbundene Kosten;
  - ✓ Schadensersatz;
  - ✓ negative PR;
  - ✓ Notwendigkeit des Re-Brandings.



# Der eigene Twitter-Account – das Profilbild



- ✓ Kleine Größe des Profilbilds (48 x 48 Pixel) unerheblich – auch sog. Thumbnails sind relevant.
- ✓ Nicht nur Rechte am Bild klären, sondern auch Rechte bzgl. Bildinhalt (wichtig: Rechte zur Online-nutzung!).
- ✓ Risiken bei Rechtsverstößen:
  - ✓ Abmahnung und damit verbundene Kosten;
  - ✓ Schadensersatz;
  - ✓ negative PR;
  - ✓ Notwendigkeit des Re-Brandings.



# Der eigene Twitter-Account – das Impressum



- ✓ Gibt es eine Impressumspflicht für Twitterprofile?
- ✓ Impressumspflicht besteht grundsätzlich für
  - ✓ sogenannte „Telemedien“, welche
  - ✓ nicht „ausschließlich persönlichen oder familiären Zwecken dienen“.
- ✓ Risiken bei Verstoß gegen Impressumspflicht:
  - ✓ Bußgeld von bis zu € 50.000,00;
  - ✓ Abmahnung und damit verbundene Kosten.



# Der eigene Twitter-Account – das Impressum



- ✓ Noch kein Gerichtsurteil, ob Twitterprofile Telemedien sind. Daher zu empfehlen: Impressum einrichten.
- ✓ Umsetzungsmöglichkeiten?
  - ✓ Hintergrundbild;
  - ✓ Feld „Bio“;
  - ✓ Feld „Web“.
- ✓ Best (possible) Practice: Verlinkung aus Feld „Web“ auf externe Webseite, ggf. zusätzlicher Hinweis in Feld „Bio“ oder in Hintergrundbild.



# Die eigenen Tweets - Stolperfallen



- ✓ Es lässt sich keine abschließende Liste von Inhalten erstellen, die nicht getwittert werden dürfen – aber sehr wohl wertvolle Richtlinien zur Vermeidung rechtlicher Konfliktfelder aufstellen.
  
- ✓ Wettbewerbsrecht...
  - ✓ ...ist das "pralle Leben" (siehe bspw. umfangreiche Auflistungen in §§ 4, 5 UWG sowie in Anhang zu § 3 Abs. 3 UWG);
  - ✓ ...erschwert mit § 4 Nr. 3 UWG das Guerilla-Marketing:

*„Unlauter handelt insbesondere, wer den Werbecharakter von geschäftlichen Handlungen verschleiert.“*





# Die eigenen Tweets - Stolperfallen



- ✓ **Äußerungsrecht:**
  - ✓ Behauptete Fakten müssen nachweislich wahr sein;
  - ✓ Meinungsäußerungen dürfen die Grenze zur Schmähkritik nicht überschreiten.
  
- ✓ **Linkhaftung:**

Vorsicht beim Verlinken auf (fremde) externe Webseiten!
  
- ✓ **Urheberrecht:**
  - ✓ Urheberrechtsschutz für Tweets nicht ausgeschlossen;
  - ✓ „Re-Tweets“ allerdings auch dann wohl zulässig.



# Die eigenen Tweets – Social Media Policy



- ✓ Vorbeugen statt Aufräumen – Social Media Policy für Mitarbeiter fördert Sicherheit beim Twittern:
  - ✓ im Namen der Firma twittern nur autorisierte Mitarbeiter;
  - ✓ „offizielle“ und „private“ Beiträge müssen jeweils als solche erkennbar sein;
  - ✓ klare Richtlinien darüber, welche Inhalte zulässig sind.
  
- ✓ Mitarbeitern mögliche Konsequenzen aufzeigen.
  
- ✓ Verstöße gegen Social Media Policy nicht ignorieren.



# Die eigenen Nachrichten – Direct Messages



- ✓ Neben öffentlichen Tweets lassen sich auch „Direct Messages“ an Follower schicken.
- ✓ Aber Vorsicht – Spamfalle!

*§ 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG: „Eine unzumutbare Belästigung ist stets anzunehmen (...) bei Werbung unter Verwendung (...) elektronischer Post, ohne dass eine vorherige ausdrückliche Einwilligung des Adressaten vorliegt“.*



# Fremde Twitter-Aktivitäten – Account-Grabbing



- ✓ Fremde Twitter-Accounts können die eigenen Marken- und Namensrechte verletzen.
- ✓ Aus praktischer Sicht kann Durchsetzung der eigenen Rechte allerdings schwierig sein:
  - ✓ Accountinhaber möglicherweise nicht identifizierbar;
  - ✓ Twitter leistet nur eingeschränkten Support (insgesamt 140 Mitarbeiter im März 2010);
  - ✓ (erfolgreiches) Vorgehen gegen Twitter in USA zwar nicht unmöglich, aber mühevoll.



# Fremde Twitter-Aktivitäten – Account-Grabbing



- ✓ Sinnvoll: Registrierung von Accountnamen, auch wenn noch keine konkreten Pläne zur Nutzung.
- ✓ Empfehlenswert: Präventive Registrierung von Accounts auch bei anderen Social Media Plattformen.
- ✓ Hilfreich: Kostenlose Recherchertools wie bspw. [www.namecheck.com](http://www.namecheck.com).

# Fremde Twitter-Aktivitäten - Wettbewerbsrecht



- ✓ **Wahrscheinlichste Szenarien:**
  - ✓ kein ordnungsgemäßes Impressum;
  - ✓ Tweets, die gegen das Wettbewerbsrecht verstoßen;
  - ✓ Spam per Direct Messages.
  
- ✓ **Überlegungen zu einem möglichen Vorgehen:**
  - ✓ Identifizierung der Accountinhaber regelmäßig möglich;
  - ✓ Einstufung von Verhalten als wettbewerbswidrig mitunter noch nicht gesichert (bspw. Impressumspflicht);
  - ✓ kritische Einstellung von Nutzern im „Social Web“ gegenüber Rechtsmitteln in Erwägungen mit einbeziehen.



# Fremde Twitter-Aktivitäten – Äußerungsrecht



- ✓ Mögliche Szenarien:
  - ✓ falsche Tatsachenbehauptungen;
  - ✓ Schmähkritik.
  
- ✓ Überlegungen zu einem möglichen Vorgehen:
  - ✓ Identifizierung der Accountinhaber mitunter schwierig;
  - ✓ gerichtliche Beurteilung hinsichtlich „Schmähkritik“ teils uneinheitlich (insbesondere in unteren Instanzen);
  - ✓ kritische Einstellung von Nutzern im „Social Web“ gegenüber Rechtsmitteln in Erwägungen mit einbeziehen.



# Schlussbetrachtung



- ✓ Wer einfach „ins Blaue hinein“ twittert – oder twittern lässt –, setzt sich rechtlichen Risiken aus.
- ✓ Mit einem vernünftigen Maß an Vorbereitung lassen sich diese Risiken begrenzen oder sogar vermeiden.
- ✓ Diese Vorbereitung ist gleichzeitig eine gute Gelegenheit, die allgemeine Web (2.0) Strategie auf rechtliche Risiken hin zu durchleuchten.



Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!

Osborne  
Clarke



**Henning Krieg, LL.M.**

Rechtsanwalt

Tel: +49 221 5108 4160

E-Mail: [henning.krieg@osborneclarke.com](mailto:henning.krieg@osborneclarke.com)

Twitter: [www.twitter.com/kriegs\\_recht](http://www.twitter.com/kriegs_recht)

Blog: [www.kriegs-recht.de](http://www.kriegs-recht.de)