



Bundesverband der Dienstleister  
für Online-Anbieter e.V.

## Social-Media-Nutzung Spielregeln zur Rechtssicherheit

## < AK Legal Affairs

Der Fachbereich Legal Affairs wurde 2007 von Rechtsanwalt Stefan C. Schicker LL.M. ins Leben gerufen, um eCommerce-Anbietern und ihren Dienstleistern die Möglichkeit zu geben, rechtliche Fragen praxisnah zu adressieren.

### < Zielsetzung >

Der Fachbereich bietet allen Interessierten eine Plattform, sich über rechtliche Themen an der Schnittstelle zwischen Recht und Technik zu informieren und auszutauschen. Im Fokus stehen dabei die spezifischen Bedürfnisse der eCommerce-Anbieter, die ein breites Spektrum an unterschiedlichen rechtlichen Themen umsetzen müssen. Die teils sehr komplexen rechtlichen Fragestellungen, mit denen Online-Anbieter konfrontiert sind, werden hier praxisnah und verständlich aufbereitet. Die reibungslos umzusetzenden Lösungsvorschläge ermöglichen nicht nur einen rechtskonformen Internetauftritt, sondern erlauben auch uneingeschränkte Usability.

### < Leitung >

Stefan C. Schicker LL.M.

Rechtsanwalt  
Solicitor (England and Wales)  
Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz  
Fachanwalt für Informationstechnologierecht

Vorstand des BDOA e.V. und Leiter Fachbereich Legal Affairs

Stefan Schicker unterstützt deutsche und internationale Unternehmen in allen Belangen des Internet- und E-Commerce-Rechts und des gewerblichen Rechtsschutzes (Marken, Designs, Patente, Wettbewerbsrecht). Unternehmen berät er bei der Gestaltung von Online-Auftritten, Social Media Aktivitäten, dem Auf- und Ausbau von Markenportfolios, der Einhaltung von Datenschutz, der Integration von E-Payment und wettbewerbsrechtlichen Fragestellungen.



Stefan Schicker wurde von Who's Who Legal International von 2009 bis 2011 unter die führenden Anwälte im Bereich Internet & E-Commerce in Deutschland gewählt. Who's Who Legal ist die von der International Bar Association (IBA) und American Bar Association (ABA) unterstützte weltweite Datenbank der in ihren Bereichen führenden Anwälte.

Aufgrund seines Engagements als Vorstand des Bundesverbandes der Dienstleister für Online-Anbieter BDOA e.V. hält er engen Kontakt zu den Unternehmen, um möglichst reibungslose Integration der Rechtsvorschriften zu erzielen.

[stefan.schicker@bdoa.de](mailto:stefan.schicker@bdoa.de)

## ◀ Social-Media-Nutzung Spielregeln zur Rechtssicherheit

Die aktuellen Entwicklungen innerhalb der Online- und insbesondere der Social-Media-Plattformen haben zu einer ganz neuen Situation in allen Märkten geführt. Unternehmen verstärken ihre Bemühungen, Social Media kommerziell nutzbar zu machen. Hierzu werden Profile erstellt und „Freunde“ gefunden. Ein wichtiger Schritt, um sich im Gedächtnis der Käuferschicht von heute und morgen einen Platz zu schaffen und den wirtschaftlichen Erfolg für die Zukunft zu sichern. Zudem nutzen auch die Mitarbeiter in immer stärkerem Maße Social-Media-Dienste wie Twitter, Facebook und wohl bald auch Google+, über die längst nicht mehr nur der private, sondern auch der fachliche Austausch erfolgt.

Unternehmen stehen daher heute am Scheideweg: Sie müssen einerseits den Sprung in die Social-Media-Welt schaffen und die Chancen, die ihnen die sozialen Netzwerke bieten, kommerziell nutzen. Andererseits stehen sie vor der Herausforderung – idealerweise gemeinsam mit den Mitarbeitern – die Wahrnehmung der eigenen Marke in der Öffentlichkeit auch über die virtuellen Kanäle zu stärken.

Hierzu ist es erforderlich, als Unternehmen die wichtigsten rechtlichen Grenzen zu kennen und auch die Mitarbeiter darin zu schulen. Denn oft sind Mitarbeiter unsicher, was sie über Twitter & Co. kommunizieren dürfen und welche Konsequenzen sie gegebenenfalls befürchten müssen, wenn sie dabei Grenzen überschreiten. Stimmt das über Social Media insgesamt vermittelte Bild nicht, leidet oftmals der Gesamtwert der Unternehmensmarke.

Viele Unternehmen haben bereits gezeigt, dass es sehr lohnend ist, sich mit den neuen Medien auseinanderzusetzen und die neu geschaffenen Möglichkeiten zu nutzen. Dies gilt für Unternehmen im stationären Handel nahezu genauso wie für reine Online-Händler.

Der Schlüssel für die erfolgreiche Nutzung der Social-Media-Aktivitäten ist eine entsprechende Unternehmensstrategie und die Schulung der Mitarbeiter darin. Im Idealfall lässt sich dann die positive Firmen-Philosophie auf die Mitarbeiter übertragen und diese werden zu Markenbotschaftern – glaubwürdig und überzeugend.

# ◀ Elf-Punkte Plan

Die wichtigsten Themen einer Social-Media-Strategie lassen sich anhand den nachfolgenden Elf-Punkte-Plans zusammenfassen. Wenn diese Bereiche abgedeckt werden, wird ein Grundverständnis geschaffen, das in der Praxis über viele Hürden hinweg hilft.

## 1. > Beachten Sie die gesetzlichen Spielregeln

Alle (firmen-)eigenen Aktivitäten und Auftritte auf Social-Media-Plattformen sollten unbedingt rechtskonform gestaltet werden. Lässt sich das Unternehmen hier frühzeitig und eingehend beraten, kann dies durchaus in einer Form erfolgen, die den Ablauf und den Auftritt gegenüber den Besuchern nicht verschlechtert und eine gute Usability behält.

## 2. > Auch Social Media ist kein rechtsfreier Raum!

Auch auf den Social-Media-Plattformen gelten (meist) die deutschen Gesetze, wenn sich ihr Angebot an eine deutsche Zielgruppe wendet. Als Anbieter mit Sitz in Deutschland müssen Sie sich daher an den nationalen Regeln messen lassen. Bei Angeboten, die sich an Verbraucher richten, ist es zudem nicht ausgeschlossen, dass auch das Recht eines anderen Staates zur Anwendung kommt. Dies kann besondere Überraschungen beinhalten.

## 3. > Beachten Sie die Nutzungsbedingungen der Plattformbetreiber!

Denken Sie bei der Nutzung der gängigen Social Media immer daran, dass Sie zu Gast auf der Plattform eines Dritten sind. Hier gebietet es nicht nur die Höflichkeit, die von den Dritten aufgestellten Regeln zu beachten, sondern diese Regeln sind meist verbindlicher Bestandteil Ihres Nutzungsvertrages mit der Plattform. Speichern Sie daher die Vertragstexte und AGB von allen Plattformen, auf denen Sie Konten erstellen, ab und machen sich mit den wichtigsten Regeln vertraut.

## 4. > Kontenzugriff regeln!

Regeln Sie außerdem, wer Zugriff auf die Konten hat und stellen Sie sicher, dass das Unternehmen alle Accounts kontrolliert, auch wenn ein Mitarbeiter ausscheidet.

## 5. > Schützen Sie Ihre wichtigen Marken!

Der Markenschutz hat sich als zentrales Element im Internet entwickelt – nirgends wird häufiger gegen geistige Schutzrechte verstoßen. Sehr viele Streit-Schlichtungsverfahren in Social Media Plattformen setzen eine bestehende Markenmeldung voraus. Es ist daher besonders wichtig, Ihre Produktnamen als Marke schützen zu lassen. Lassen Sie in Ihrem Unternehmen einen Markencheck durchführen, um sicherzustellen, dass alle Produktnamen, Titel und der Firmenname ausreichend geschützt sind.

## 6. > Überwachen Sie den Markt!

Es ist wichtig, den Online-Markt auf die unerlaubte Nutzung Ihrer Firma sowie der Marken Ihrer Produkte zu überwachen. Nur wenn Sie die nicht gestattete Nutzung durch Dritte schnell unterbinden, bleibt Ihre Marke auf Dauer stark. Markenüberwachungen sind hierzu ein wichtiger Bestandteil.

## 7. > Verhalten Sie sich fair!

Das Gesetz gegen unlauteren Wettbewerb eröffnet anderen Marktteilnehmern die Möglichkeit, gegen Missachtungen Ihrerseits vorzugehen. Beispielsweise werden häufig Abmahnung wegen eines falschen Impressums oder ungenügenden Preisangaben bei Online-Shops



verschickt. Besonders die Gestaltung von Gewinnspielen im Online-Bereich wird dabei häufig falsch gemacht. Beachten Sie daher die gesetzlichen Regeln und die Vorgaben der Plattform.

#### 8. > Denken Sie an den Datenschutz!

Nehmen Sie den Schutz personenbezogener Daten Ihrer Kunden ernst und befassen sich aktiv mit dem Datenschutz. Zwar ist dies mit einem kontinuierlichen Aufwand verbunden, unterstützt aber auf Dauer die Kundenbindung. Besonders wichtig ist dabei die Gestaltung des Datenschutzes auf der Website oder in Social-Media-Apps. Denn bereits die Nutzung der IP-Adresse Ihrer Kunden kann einen datenschutzrechtlichen Hinweis oder sogar eine Einwilligung erfordern. Im Zweifel gilt: Solange Sie keine Einwilligung haben, sollten Sie mit der Nutzung personenbezogener Daten vorsichtig sein.

Die Nichtbeachtung der gesetzlichen Regelungen hat bereits bei vielen Unternehmen dazu geführt, dass die Kundendatenbank zum Beispiel plötzlich nicht mehr zum Versand von E-Mailings verwendet werden konnte.

#### 9. > Fremde Inhalte sind meistens geschützt!

Bedenken Sie vor der Übernahme von Texten, Bildern, Videos oder Tönen aus dem Internet, dass diese meist durch das Urheberrecht geschützt sind. Holen Sie daher vor der Übernahme die Erlaubnis vom Urheber ein.

#### 10. > Schulen Sie Ihre Mitarbeiter!

Mit Social Media kommt nicht nur das Unternehmen als solches in Kontakt, sondern auch Ihre Mitarbeiter ganz persönlich. Klären Sie Ihre Mitarbeiter auf, wie sich diese

richtig im Social Web verhalten sollen. Dabei sollten nicht Verbote vorrangig sein. Vielmehr sollten Sie gemeinsam mit Ihren Mitarbeitern den Unternehmensauftritt besprechen und gestalten. Hilfsmittel hierzu können Social Media Guidelines und Schulungen der Mitarbeiter sein, um deren Medienkompetenz zu optimieren.

#### 11. > Reagieren Sie auf Abmahnungen oder Sanktionen!

Wenn Sie aufgrund eines (vermeintlichen) Verstoßes gegen die Regeln eines Medium eine Sanktion von einem Plattformbetreiber erhalten oder Ihnen eine Abmahnung zugeht, sollten Sie diese ernst nehmen. Beachten Sie die gesetzten Fristen und reagieren Sie angemessen bzw. im Zweifelsfall nach rechtlicher Beratung auf das Anschreiben. Der Aufforderung zur Abgabe einer Unterlassungserklärung sollten Sie niemals ohne Rücksprache mit einem Juristen nachkommen. Andernfalls droht sich die Situation häufig noch zu verschlimmern.

Die Beachtung dieser Punkte führt nicht nur zu einem besseren Fundament für das Unternehmen, sondern ist auch bei Bewertungen des Unternehmens sowie bei Bonitätsüberlegungen oft maßgeblich. Jeder Bereich sollte im Unternehmen zumindest grundsätzlich bekannt sein. Durch Workshops und Inhouse-Schulungen lassen sich möglicherweise bestehende Defizite ausgleichen.

◀ Bundesverband der Dienstleister ▶  
für Online-Anbieter BDOA e.V.  
Kaiser-Wilhelm-Ring 50  
50672 Köln

Tel.: 0221-139750232  
Fax: 0221-139750268  
info@bdoa.de  
www.bdoa.de

Vereinsregister: Amtsgericht Köln  
VR 10803