



Twitter & Recht



15. März 2010

Dr. Martin Schirnbacher
Fachanwalt für IT-Recht
twitter.com/mschirnbacher



Twitter & Recht



Gliederung

- Twitter-Name
- Profilbild und Hintergrund
- Web-Impressum
- Schleichwerbung
- Inhalt der Tweets
- Spam-Verbot
- Twittern am Arbeitsplatz





Twitter-Name

- maximal 15 Zeichen
- Vermeidung fremder Marken und Namen
- Beispiele
 - twitter.com/TonyLaRussa
 - twitter.com/Oneok
 - twitter.com/mannheim (Herr Zondler)
- Parallelen zum Domainrecht
- auch Typos verfolgbar



Profilbild & Hintergrund

- auch Logos als Profilbild zugelassen
- keine fremden Marken
- Verwendung von Fotos natürlicher Personen nur mit deren Einverständnis
- gegebenenfalls (Online-)Rechte des Fotografen beachten
- gegebenenfalls (Online-)Rechte des Designers beachten





Web-Impressum

- Twitter-Seiten von Unternehmen bedürfen gem. § 5 Telemediengesetz eines Impressums
 - Form der Pflichtangaben: leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar & ständig verfügbar
 - U.U. Einbindung in den grafischen Hintergrund
 - Unter „Web“ abrufbarer Link kann zum Web-Impressum bzw. zur Homepage des Unternehmens führen
- es sollte reichen, „Web“ auf die Unternehmenswebsite zeigen zu lassen, wo ein Impressum verlinkt ist.



Schleichwerbung

- Schleichwerbung ist im deutschen Recht verboten
 - § 4 Nr. 3 UWG: keine Verschleierung des Werbecharakters von geschäftlichen Handlungen
 - § 6 Abs. 1 Nr. 1 TMG: kommerzielle Kommunikation muss erkennbar sein
 - Nr. 11 des Anhangs zu § 3 Nr. 3 UWG: vom Unternehmer finanzierte Werbung darf nicht getarnt sein
- Werbung für eigene Produkte oder Websites unbedenklich
- problematisch: Unternehmen kauft Tweets
 - Beispiel: Kim Kardashian
 - Bereits spezialisierte Dienstleister (Magpie)
- Lösung: Kennzeichnung von Tweets (Werbung, Ad)





Inhalt der Tweets

- keine rechtlichen Besonderheiten gegenüber Blogs, Foren, Homepages, Broschüren usw.
- d.h. keine beleidigenden oder sonst rechtswidrigen Tweets

Who said sleeping in a moldy apartment was bad for you?
Horizon realty thinks it's okay.

- bei vergleichender Werbung § 6 UWG beachten
- Urheberschutz von Tweets?
 - bei Mindestmaß an schöpferisch eigener Leistung
 - falls ja, Einwilligung des Urhebers erforderlich
 - keine Einwilligung bei Re-Tweet erforderlich



Spam-Verbot

- Werbung per E-Mail bedarf vorheriger ausdrücklicher Einwilligung des Adressaten, § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG
- Versendung werbender Direktnachrichten an andere Twitter-Nutzer bedarf daher der Einwilligung
- unabhängig von der Anzahl der Direktnachrichten – bereits die erste Nachricht kann als Spam gewertet werden!
- unproblematisch: das Folgen anderer Twitter-Nutzer





Twittern durch Mitarbeiter

- Unternehmenstweets
 - Rahmenbedingungen des Twitter-Einsatzes durch geeignete Policy vorgeben
 - vergleichbar mit Blogs etc.
- private Twitternutzung am Arbeitsplatz
 - durch Betriebsvereinbarung Klarheit über Berechtigung zur Nutzung des Internets am Arbeitsplatz schaffen
 - fehlt eine solche: Abmahnungen denkbar; nur im Extremfall auch fristlose Kündigung



Fazit – Checkliste

- keine fremden Marken oder Namen im Twitter-Account
- ggf. (Online-)Nutzungsrechte für Fotos und Designs einholen
- Web-Impressum einbinden oder geeignet verlinken
- werbende Tweets nicht ohne Kennzeichnung
- keine werbenden Direkt-Nachrichten ohne Einwilligung
- keine Beleidigungen twittern
- Mitarbeitern Vorgaben für die Twitter-Nutzung machen



HÄRTING ●●●

SEO Campixx Berlin 2010



HÄRTING Rechtsanwälte
www.haerting.de
schirmbacher@haerting.de



15. März 2010

Dr. Martin Schirmbacher
Fachanwalt für IT-Recht
twitter.com/mschirmbacher