

Social Media Auftritt von Unternehmen – Chance und Risiko



Katrin Wentzensen, LL.M.
adjuga Rechtsanwaltsgesellschaft mbH



Dr. Markus Ackermann
adjuga Rechtsanwaltsgesellschaft mbH

1. Ausgangssituation

Im Jahr 2012 gab es in Deutschland etwas mehr als 22 Millionen aktive Nutzer der erfolgreichsten Social Media Plattform Facebook. Da das Durchschnittsalter der Nutzer von sozialen Netzwerken zwischen 23 und 47 Jahren liegt, haben Unternehmen ein großes Interesse, über diese Plattformen Werbung zu betreiben. Mittlerweile gibt es eine Vielzahl von Möglichkeiten des sogenannten Social Media Marketing. Viel zu oft sind Unternehmen jedoch ohne konkrete Marketingstrategie und ohne vorherige rechtliche Überprüfung ihrer Kampagne in sozialen Netzwerken präsent. Die Auswirkungen solcher unüberlegter Maßnahmen reichen von Imageverlust bis zu hohen Schadensersatzforderungen. Im folgenden Beitrag wollen wir einige Stolperfallen aufzeigen, die bei Social Media Kampagnen zu beachten sind.

2. Nutzung von Unternehmensprofilen

Die meisten großen Unternehmen verfügen inzwischen über ein eigenes Unternehmensprofil in den gängigen sozialen Netzwerken. Nutzer der Plattform können solche Unternehmensprofile ihrem eigenen Netzwerk hinzufügen. Die Nachricht, dass dem Nutzer der Auftritt des Unternehmens gefällt, erscheint bei allen in seinem Profil gespeicherten Kontakten. Die positive Bewertung eines Unternehmens durch den Nutzer wird damit – gleichsam eines Virus – weitergeleitet (deshalb wird diese Form der Werbung auch virales Marketing genannt).

Ein Unternehmensprofil kann vom jeweiligen Unternehmen mit aktuellen Nachrichten zum Unternehmen und seinen Produkten gefüllt werden. Diese erscheinen sofort nach Veröffentlichung auf der

„Timeline“ der mit dem Unternehmen vernetzten Nutzer. Solches Versenden von Nachrichten ist Werbung im Sinne des Wettbewerbsrecht, in deren Erhalt der Nutzer durch das Hinzufügen des Unternehmensprofils zu seinen Kontakten – bei Facebook durch Klicken des „Gefällt mir“-Knopfs – einwilligt.

Beim Anlegen eines Profils ist darauf zu achten, dass diese geschäftlich genutzten Seiten regelmäßig den Impressumspflichten nach § 5 Telemediengesetz (TMG) unterliegen, die auch sonst für Unternehmenswebseiten gelten. Jeder Nutzer muss erkennen können, wer für den Auftritt verantwortlich ist und wie derjenige erreicht werden kann. Dieser Pflicht kann nicht mit dem bloßen Verweis auf die Unternehmenswebseite und das dort einsehbare Impressum nachgekommen werden. Wird die neu geschaffene Social Media Präsenz des Unternehmens mit Inhalten gefüllt, sind ergänzend die Nutzungsbedingungen einzuhalten, welche die jeweilige Plattform vorgibt und die teilweise genaue Vorgaben zu geschäftlichen Auftritten machen.

3. Kritische Social Media Kampagnen

Auch bei Nutzung von Sozialen Netzwerken ist jede Form des sogenannten „Spamming“ – also das Versenden von Werbenachrichten ohne Einwilligung – wettbewerbswidrig (§ 7 Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb – UWG). Nicht erlaubt ist es daher, anderen Nutzern – unabhängig davon, ob sie den Unternehmensauftritt nun zu ihrem Netzwerk hinzugefügt haben – Werbung zu senden oder Aussagen mit werblichem Inhalt an ihre Pinnwand zu schreiben. Auch die Aufforderung an andere Nutzer, das eigene Unternehmensprofil zu ihrem Netzwerk hinzuzufügen, ist unzulässige Werbung.

Ein häufiger Fehler von – oftmals sehr kreativen – Social Media Kampagnen ist, dass sie den Werbecharakter verschleiern. Damit sind diese nach § 4 Nr. 3 TMG oder § 6 Abs., 1 Nr. 1, 2 TMG wegen Verstoß gegen die Regeln des Wettbewerbs unzulässig. Denn der Werbecharakter einer Maßnahme muss für den durchschnittlich informierten, aufmerksamen und verständigen Verbraucher stets ersichtlich sein. Nicht erlaubt ist es daher, wenn Unternehmen als Privatperson „getarnt“ in sozialen Netzwerken werbliche Aussagen über sich oder ihre Produkte verbreiten, sei es durch Anlegen eines entsprechenden Profils oder durch Versenden von getarnten Nachrichten. Unzulässig war beispielsweise auch die von einem deutschen Automobilhersteller verantwortete Werbekampagne, in der eine scheinbare Privatperson in sozialen Netzwerken regelmäßig mit Filmbeiträgen dokumentierte, wie sie von Deutschland zu den Filmfestspielen nach Cannes trampfte, mit dem Vorhaben, sich stets nur von Fahrzeugen dieses Automobilherstellers mitnehmen zu lassen. Die Berichte – und damit das positive Image des Unternehmens – wurden im sozialen Netz viral verbreitet. Da für einen Betrachter der

Beiträge nicht erkennbar war, dass es sich um eine Werbekampagne handelte, war diese wettbewerbswidrig und wurde gerichtlich untersagt.

4. Zusammenfassung und Empfehlung

Grundsätzlich können auch Unternehmen soziale Netzwerke nutzen, um Werbebotschaften zu verbreiten. Allerdings sollte sowohl der Einstieg in die sozialen Medien als auch dort angelegte Kampagnen nicht ohne konkrete Marketingstrategie und rechtliche Beratung stattfinden. Bei einer kreativen, sich schnell verbreitenden Kampagne kann gegebenenfalls ein verbleibendes rechtliches Risiko in Kauf genommen werden und auch zur konkreten Werbestrategie gehören. Es sollte dann allerdings im Vorfeld erkannt und kalkuliert worden sein. ■

INFO

adjuga Rechtsanwaltsgesellschaft mbH
Vangerowstraße 16/1
69115 Heidelberg
Tel. 06221 43402-0, Fax 06221 43402-22
E-Mail: info@adjuga.com
www.adjuga.com



VERSTEHEN BERATEN BEGLEITEN

adjuga

IHR UNTERNEHMEN

Sie müssen auf die Leistungen einer Rechtsabteilung nicht verzichten: adjuga bietet Ihnen ein Beratungskonzept, das in jeder Hinsicht auf die Bedürfnisse Ihres Unternehmens zugeschnitten ist. Profitieren Sie von adjuga als Ihrem Businesspartner.

ANWÄLTE

Die Anwälte der adjuga Rechtsanwaltsgesellschaft verfügen über langjährige Berufserfahrung in allen rechtlichen Fragestellungen von Unternehmen – national und international.

KANZLEI

adjuga wird als Rechtsberater mit dem Ziel tätig, die beste aller möglichen Lösungen für Ihr Unternehmen zu finden. Der Mandant steht im Mittelpunkt der Beratung, die auf langfristige und nachhaltige Lösungen angelegt ist – in rechtlicher, wirtschaftlicher und menschlicher Hinsicht.

adjuga Rechtsanwaltsgesellschaft mbH • Vangerowstraße 16/1
69115 Heidelberg • T +49 6221 43 402 0 • F +49 6221 43 402 22
info@adjuga.com • www.adjuga.com