Twitter-Nutzung durch Online-Shops – Rechtlich richtig verhalten

Nunmehr ist eine erste gerichtliche Entscheidung bekannt geworden, die sich mit Unterlassungsansprüchen im Rahmen der Nutzung eines Twitter-Accounts beschäftigt. Mit Datum vom 20. April 2010 hat das Landgericht Frankfurt am Main eine einstweilige Verfügung erlassen, die einem Nutzer die Verbreitung von Links auf bestimmte wettbewerbs- und damit rechtswidrige Aussagen untersagt.

RA Rolf Albrecht hat die rechtlichen Risiken beim Twittern für Sie zusammengefasst.

Es bleibt darauf hinzuweisen, dass im Rahmen des einstweiligen Verfügungsverfahrens eine Begründung durch das LG Frankfurt nicht erfolgte und die Entscheidung noch nicht rechtskräftig ist.

Anlässlich dieses Urteils sollten auch Onlineshopbetreiber, die einen Twitter-Account nutzen, sich „vor Augen führen“, dass auch für die Nutzung eines Twitter-Accounts rechtliche Rahmenbedingungen eingehalten werden müssen.

Richtige Wahl des Account-Namens

Der Onlineshopbetreiber sollte, wenn er nicht den Namen des Online-Shops auch für den Twitter-Account nutzt, darauf achten, nicht in bestehende Marken oder Markenrechte einzugreifen.

So sollte es unterlassen werden, bekannte Marken, auch wenn sie über den Online-Shop veräußert werden, als Namen für einen Twitter-Account zu nutzen. Gleiches gilt ebenfalls für die Namen von Prominenten.

In beiden Fällen kann die Wahl eines solchen Twitter-Accounts auch in bestehende Namens- oder Markenrechte eingreifen.

Account-Bild sorgfältig auswählen

Ebenfalls sollten Bilder, die als Hintergrundgrafik für einen Twitter-Account genutzt werden, nicht ohne die Zustimmung entsprechender Rechteinhaber genutzt werden. Werden Fotografien, Grafiken oder sonstige Darstellungen genutzt, die nicht entsprechend durch den Urheber oder sonstigen Nutzungsberechtigten freigegeben sind, drohen auch hier möglicherweise Inanspruchnahmen auf Unterlassung wegen möglicher Urheberrechtsverstöße.

Impressum sollte dargestellt werden

Ebenfalls sollte der Onlineshopbetreiber darauf achten, im Rahmen seines Twitter-Accounts sein Impressum darzustellen. Dieses Erfordernis ergibt sich bereits daraus, da der Online-Shopbetreiber den Twitter-Account nicht zu privaten und familiären Zwecken nutzt und somit der Anwendungsbereich der gesetzlichen Norm des § 5 Telemediengesetz (TMG) hier eröffnet ist.

Die Darstellung eines Impressums erfolgt zweckmäßigerweise im Rahmen der Gestaltung eines individuellen Hintergrundbildes.

Ob und inwieweit eine entsprechende Verlinkung auf das Impressum des eigentlichen Internetauftritts im sog. Bio-Feld ausreichend ist, muss erst durch die Rechtsprechung ggf. abschließend geklärt werden.

Wenn und soweit ein entsprechendes Impressum nicht vorgehalten wird, so kann auch hier ein Wettbewerbsverstoß aufgrund der Verletzung der gesetzlichen Norm des § 5 TMG gesehen werden,

der abgemahnt werden kann.

Sämtlichen Handlungen fallen unter das Wettbewerbsrecht

Sämtliche Handlungen die der Onlineshopbetreiber an seinem Twitter-Account vornimmt, fallen unter die gesetzlichen Regelungen des Wettbewerbsrechtes. Dies gilt vor allem für Werbeaussagen oder sonstige Aktionen, die über die sog. Tweets verbreitet werden und ggf. auch auf nachfolgende Teilbereiche des eigenen Internetauftritts verlinken.

Werden z.B. besonders günstige Preise für Produkte über Twitter beworben und der Twitter-Nutzer folgt über den Link im Tweet auf den Onlineshop, so müssen die über Twitter beworbenen Preise auch tatsächlich verlangt werden und dürfen nicht höher dargestellt werden.

Probleme mit Direct-Messages

Ebenfalls können sich Probleme dahingehend ergeben, dass über den Twitter-Account sog. Direct-Messages an weitere Twitter-Nutzer geschickt werden. Hier wird die gesetzliche Regelung des § 7 Abs. 2 Nr. 1 UWG zur Anwendung gelangen.

> *"Eine unzumutbare Belästigung ist stets anzunehmen…bei Werbung unter Verwendung einer automatischen Anrufmaschine, eines Faxgerätes oder elektronischer Post, ohne dass eine vorherige ausdrückliche Einwilligung des Adressaten vorliegt."*

Wenn und soweit der Twitter-Nutzer nicht die ausdrückliche Einwilligung in den Erhalt einer so genannten Direct-Message erteilt hat, so ist hier davon auszugehen, dass auch von diesen elektronischen Nachrichten die Regelung zur Übersendung von unerwünschten E-Mails Anwendung findet.

Somit kann auch hier ein Unterlassungsanspruch begründet sein.

Die Übersendung von Tweets, die alle sog. Follower erreichen, dürfte im Gegensatz dazu durch die Zustimmung, einem bestimmten User zu folgen, umfasst sein.

Haftung für Links

Hinsichtlich der Haftung für Links gelten die allgemeinen Regelungen zur Linkhaftung. Dies zeigt auch die aktuelle Entscheidung des Landgerichts Frankfurt am Main.

Verlinkt auch hier der Twitter-Nutzer über die Versendung von Links in Tweets oder Direct-Messages auf rechtswidrige Inhalte, die sich auf den verlinkten Internetseiten befinden, ist auch hier für die Verbreitung ein Unterlassungsanspruch gegeben.

Gleiches gilt ebenfalls für jegliche Äußerungen, die im Rahmen von Direct-Messages oder tweets verbreitet werden. Werden dort beleidigende oder herabsetzende Äußerungen getätigt, ist auch hier ein Unterlassungsanspruch gegeben.

Die vorstehenden Ausführungen zeigen bereits, dass auch die Nutzung eines Twitter-Account für den Onlineshopbetreiber mit gewissen rechtlichen Pflichten und Handlungsgegebenheiten verbunden ist, die durch diesen eingehalten werden sollten.

Fazit

Rechtliche Rahmenbedingungen sollten auch bei der Nutzung von Twitter eingehalten werden.

Über den Autor

RA Rolf Albrecht

Rolf Albrecht ist Rechtsanwalt und Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz sowie Fachanwalt für Informationstechnologierecht in der Kanzlei volke2.0. Rechtsanwalt Albrecht schreibt regelmäßig als Gastautor Beiträge für den Shopbetreiber-Blog.

Beschluss des LG Frankfurt im Volltext:

> *3-08 O 46/10*
> *Beschluss*
>
> *In Sachen*
>
> *…*
>
> *gegen*
>
> *…*
>
> *hat das Landgericht Frankfurt, 8. Kammer für Handelssachen, auf den in Abschrift beigefügten Antrag vom 15.4.2010, bei Gericht eingegangen am 15.4.2010, nebst 4 Anlagen*
>
> *durch den Vorsitzenden Richter am Landgericht …*
>
> *am 20.4.2010 beschlossen:*
>
> *Dem Antragsgegner wird im Wege der einstweiligen Verfügung wegen Dringlichkeit ohne mündliche Verhandlung durch den Kammervorsitzenden allein bei Meidung von Ordnungsgeld bis 250.000,– EUR – ersatzweise Ordnungshaft – oder Ordnungshaft bis zu 6 Monaten, – für den Fall der Zuwiderhandlung untersagt -,*
>
> *im geschäftlichen Verkehr zu Zwecken des Wettbewerbs im Internet auf seinen Twitter-Accounts … und … Links zu Seiten Dritter zu schalten, auf denen sich folgende Behauptungen finden*
>
> *[es folgen 8 Behauptungen]*
>
> *wie geschehen in Anlage AST2*
>
> *Die Kosten des Eilverfahrens werden Antragsgegner auferlegt.*
>
> *Der Streitwert wird auf 17.000 EUR (Hauptsachestreitwert: 25.000 EUR) festgesetzt.*
>
> *Dieser Beschluss beruht auf den §§ 3, 4, Nr. 7 und Nr. 8, 8, 12, 13, 14 UWG, 3, 32, 91, 890, 935 ff. ZPO.*
>
> *Ausgefertigt, Frankfurt, 20.4.2010*