

Leitfaden „ Haftungsfragen bei Weblogs“

Dr. Sabine Grapentin, LL.M
Rechtsanwältin (NOERR STIEFENHOFER LUTZ)
Leiterin des Arbeitskreises Recht im BVDW

Berlin/Düsseldorf/Frankfurt a.M., 26.03.2007

1. Begriffsklärung und Geschichte

- Das Wort „Weblog“ ist eine Wortkreuzung aus den englischen Begriffen „web“ und „log“
- Der Bestandteil „log“ stammt von Logbook, dem sog. Schiffstagebuch
- Mitte der 90er Jahre kamen die ersten Weblogs auf und wurden als Online-Tagebücher bezeichnet
- Internetnutzer berichteten in Form von periodischen Einträgen über ihr eigenes Leben
- Quellen:
 1. Picot/Fischer, Weblogs professionell, Heidelberg 2006.
 2. www.wikipedia.de

2. Weblogs als neues Kommunikationsphänomen

- Durch die technologische Konvergenz von Medien, IT und Telekommunikation entwickeln sich die Weblogs zu einem neuen Kommunikationsphänomen
- Stichwort: digitale Mundpropaganda (Die Zeit, 20.07.2006)
- Von Unternehmen werden Weblogs immer mehr als Kommunikationsinstrument eingesetzt
- Stichwort: Corporate Blog
- Ziel: gezielte Unternehmens- und Markenkommunikation

3. Erscheinungsformen des Corporate Blog

- Innerhalb des Corporate Blog wird nach den Funktionen u.a. unterschieden in:
 1. Knowledge-Blogs
 - hier werden insbesondere im sog. Intranet persönliche Journale oder Know-How ausgetauscht
 - die Mitarbeiter können untereinander kommunizieren
 2. Service-Blogs
 - mit dieser Form von Blogs sollen Kunden zusätzliche Informationen zu Produkten geben und ggf. auch Verbesserungsvorschläge machen (neue Rezepturen etc. pp.)

3. Erscheinungsformen des Corporate Blog

3. Kampagnen-Blogs

- mit Hilfe der Blogger werden Werbekampagnen von Unternehmen über einen bestimmten Zeitraum unterstützt

4. Projekt-Blogs

- in diesem Fall wird im Hinblick auf die Zusammenarbeit mit Marktpartnern oder Zulieferern die Arbeit an einem bestimmten Projekt dokumentiert

5. Krisen-Blogs

- hier soll effektiv und schnell auf Unternehmenskrisen wie z.B. bei Produktmängeln reagiert werden

3. Erscheinungsformen des Corporate Blog

- Weiterführende Hinweise zu den Funktionen innerhalb eines Corporate Blog finden sich bei: Zerfaß/Boelter, Die neuen Meinungsmacher. Weblogs als Herausforderung für Kampagnen, Marketing, PR und Medien, Graz 2005
- Praktische Beispiele eines sog. CEO-Blogs: Jonathan Schwarz (Sun Microsystems), Randy Baseler (Boeing), Bob Lutz (General Motors)

4. Risiken von Blogs

- Unternehmen sollten bei der Einrichtung von sog. Corporate Blogs darauf achten, dass, wenn ein Nutzer „über die Stränge schlägt“, sich rechtliche Risiken ergeben (vgl. Punkt 5.).
- Die spezifische Gestaltung von Weblogs sowie deren starke Verbreitung und langfristige Archivierung gewähren ggf. auch Einblicke in die Persönlichkeit des jeweiligen Bloggers, die sich nachträglich nur schwer beseitigen lassen.
- Jeder Blogger sollte aus Gründen des Selbst Datenschutzes genau überlegen, was und wie er formuliert.

5. Rechtliche Rahmenbedingungen

- Beispielfall:

Das Unternehmen X betreibt ein Nachrichtenportal, auf dem ein Artikel über die Software eines anderen Unternehmens in das Netz gestellt wird. Der Artikel befasst sich kritisch mit dieser Software, die über das Internet vertrieben wird. In einem Forum zu diesem Beitrag rufen in der Folge mehrere Internetnutzer dazu auf, das Programm so häufig vom Server des Software-Anbieters herunterzuladen, dass dieser überlastet wird und ausfällt.

Wie sieht es mit der Verantwortlichkeit des Betreibers des Nachrichtenportals für diesen „Sabotageaufruf“ aus?

5. Rechtliche Rahmenbedingungen – OLG Düsseldorf

- Nach dem Urteil des OLG Düsseldorf vom 26.4.2006 – Az. I-15 U 180/05 soll eine vorrangige Haftung des unmittelbaren Verletzers bei Verletzungen des allgemeinen Persönlichkeitsrechts in Meinungsforen in Betracht kommen.
- Der Betroffene muss sich dann zunächst direkt an den Verfasser des rechtswidrigen Beitrages wenden.
- Den Portalbetreiber trifft nur eine nachrangige Haftung.
- Problem: Der Provider ist aus datenschutzrechtlichen Gründen nicht zur Auskunft über den Namen des Inhabers der IP-Adresse auf eine private Anfrage hin berechtigt.
- Eine Auskunft darf nur aufgrund einer Anordnung nach §§ 100g, 100h StPO erfolgen (Stichwort: Richtervorbehalt – bei Gefahr in Verzug: Staatsanwaltschaft).

5. Rechtliche Rahmenbedingungen – OLG Hamburg

- Nach dem Urteil des OLG Hamburg vom 22.8.2006 – Az. 7 U 50/06 besteht eine Haftung des Portalbetreibers nur bei einem konkreten Anlass.
- Für den Betreiber eines Internetforums kommt eine Haftung als Störer im Regelfall nicht in Betracht, soweit lediglich der Vorgang des Einstellens eines Beitrags durch Dritte in Frage steht.
- Eine generelle Verpflichtung zu einer vorherigen „Eingangskontrolle“ existiert nicht.
- Auch eine allgemeine Pflicht zur nachträglichen Überprüfung von Forumsinhalten trifft den Anbieter nicht, soweit hierfür kein konkreter Anlass besteht.

5. Rechtliche Rahmenbedingungen – OLG Hamburg

- Der Betreiber hat nach Ansicht des OLG Hamburg jedoch eine spezielle Pflicht zur Überprüfung des konkreten Einzelforums, d.h. eines sog. „Threads“ (Folge von Diskussionsbeiträgen), wenn er
 - a) entweder durch sein eigenes Verhalten vorhersehbar rechtswidrige Beiträge Dritter provoziert hat **oder**
 - b) ihm bereits mindestens eine Rechtsverletzung von einigem Gewicht benannt worden ist und sich damit die Gefahr weiterer Rechtsverletzungshandlungen durch einzelne Nutzer bereits konkretisiert hat.

5. Rechtliche Rahmenbedingungen – OLG Hamburg

- Zwischenergebnis:
 1. Einerseits berücksichtigt das OLG Hamburg in seiner Entscheidung die wichtige Bedeutung von Foren im heutigen Informationszeitalter. Das Internet ist ein wichtiger Faktor im öffentlichen Meinungsbildungsprozess und wird somit als meinungsbildende Plattform angesehen.
 2. Andererseits stellt die Entscheidung klar, dass das Internet keinesfalls als anarchisches Medium eingestuft werden kann. Es ist kein rechtsfreier Raum, in dem Personen rechtswidrig über andere Personen oder Unternehmen berichten und schreiben dürfen. Auch das Recht entfaltet im Internet seine Steuerungsfunktion.
- weiterführende Literatur zu diesem Urteil: Schmelz, ZUM 2006, 756-758; Feldmann, MMR 2006, 747-748.

6. Übertragbarkeit auf Weblogs

- Die Entscheidung des OLG Hamburg ist von ihrer rechtlichen Bewertung her grundsätzlich auf Weblogs übertragbar.
- Auch in Weblogs werden Sachverhalte diskutiert, die denen eines Internetportals vergleichbar sind.
- Es geht um abwertende Äußerungen von und über Personen, Abbildungen gegen den Willen des Betroffenen, Bewertungen und Leistungsbeschreibungen über Produkte etc. und um die Frage, ob und in welchem Umfang der Betreiber derartiger Angebote (Plattformen) für die Beiträge der Nutzer zur Verantwortung gezogen werden kann.
- In allen Fällen geht es rechtlich um den Konflikt zwischen der verfassungsrechtlich garantierten Meinungs- und Pressefreiheit und dem ebenfalls verfassungsrechtlich gewährleisteten (Unternehmens-) Persönlichkeitsrecht.

7. Praktische Auswirkungen

- Als Merksatz lässt sich nach dem **aktuellen Stand der Rechtsprechung** (OLG Hamburg) festhalten: Nur bei einem konkreten Anlass besteht eine spezielle Prüfungspflicht und Entfernungspflicht des Weblog-Anbieters.
- Mögliche Beispiele für einen konkreten Anlass:
 1. Die Rubrik „Ihre Erfahrungen mit diesem Unternehmen“ fordert rufschädigende Äußerungen ehemaliger Mitarbeiter heraus.
 2. Das Unternehmen unterhält ein Blog, in dem Nutzer aufgefordert werden, sich über negative Erfahrungen mit Produkten zu äußern.
 3. Der Weblog-Anbieter erhält einen Hinweis auf eine rechtsverletzende Äußerung in seinem Weblog. Bei Kenntnis müssen rechtswidrige Inhalte immer entfernt werden.
- Höchststrichterliche Rechtsprechung (BGH) ist hierzu aber noch nicht ergangen. Weitere Entwicklungen müssen daher aufmerksam verfolgt werden.

8. Neuer Regelungsrahmen: Das neue TMG

- Gemäß § 1 Abs. 1 Satz 1 des vom Deutschen Bundestag am 18.01.2007 verabschiedeten **Telemediengesetzes („TMG“)** stellen Blogs grundsätzlich Telemedien dar, also elektronische Informations- und Kommunikationsdienste.
- Es kommt also letztlich nur noch auf eine Abgrenzung zwischen Telemedien und Rundfunk an und die bisherige Unterscheidung zwischen Telediensten, Mediendiensten und Rundfunk wird aufgehoben.
- Das TMG ist am 01.03.2007 in Kraft getreten (BGBl. I 2007, 251).
- Weiterführend zum TMG: Weiner/Schmelz, K&R 2006, 453-460; Hoeren, NJW 2007, 801.

Kontakt

Gerd M. Fuchs
Justiziar

Bundesverband Digitale Wirtschaft
(BVDW) e.V., Geschäftsstelle Berlin
Schlüterstr. 41/ II, 10707 Berlin
Tel.: +49 (0)30 88 00 78 37; Fax: -33
mobil: +49 (0)177 - 852 86 17
<mailto:fuchs@bvdw.org>
www.bvdw.org

Dr. Sabine Grapentin, LL.M. (London)
Rechtsanwältin

NOERR STIEFENHOFER LUTZ
Partnerschaft
Rechtsanwälte Steuerberater
Wirtschaftsprüfer
Friedrichstr. 2-6
60323 Frankfurt am Main
Tel.: 069/971477-241
Fax: 069/971477-100
Email: Sabine.Grapentin@noerr.com

Gemeinsam die digitale Welt bewegen.
www.bvdw.org

© Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.