

Hentschke & Blükle

Rechtsanwälte

**Juristische Aspekte des Social Web
insbesondere unter dem Focus Customer
Empowerment sowie Customer Innovation**

Rechtsanwalt Klaus Karl Blükle

Fachanwalt für Gewerblichen Rechtsschutz

www.hentschke-bluekle.de



Definitionen

- **Social Web**
 - Gruppe von Internetanwendungen (Blogs/Foren, Twitter, Facebook, Xing ua), die die Herstellung und den Austausch von User generated Content ermöglichen.
- **Customer Empowerment**
 - Den Kunden ermächtigen mitbestimmend in allen Phasen des Wertschöpfungsprozesses mitzuwirken. Ziel: agierende Mitmachkunden bei vorkauf-, kauf- und nachkaufsbezogenen Aktivitäten.

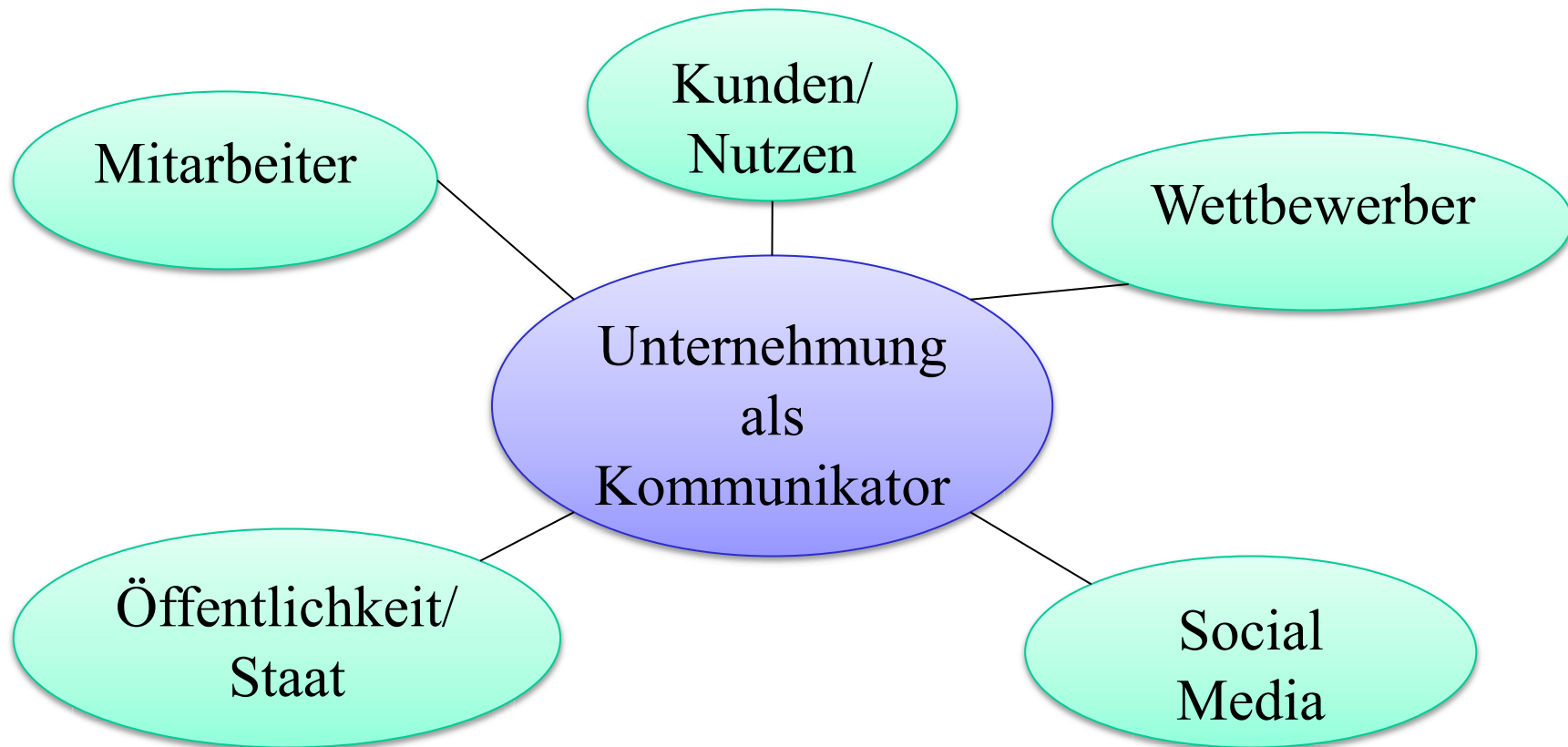


Definitionen

- **Customer Innovation**
 - Kunden gestalten Produkte oder Dienstleistungen ganz oder teilweise aktiv mit, von der Entwicklung bis zur Herstellung.
- **Juristische Aspekte**
 - Sind noch in den Kinderschuhen, die Entwicklung ist nicht abgeschlossen. Eine Abmahnwelle gibt es aktuell nicht.



Beziehungszusammenhänge mit rechtlicher Relevanz bei Social Web





Geltendes Recht	Kunden	Mitbewerber	Mitarbeiter	Staat	Anbieter
Arbeitsrecht			X		
Wettbewerbsrecht	X	X			
Markenrecht	X	X			
Datenschutz	X		X	X	(X)
Haftung Zivilrecht	X		X		
Urheberrecht	X				(X)
Impressum		X		X	
Haftung für Inhalte	X	X	X		



Arbeitsrecht



- Grundsatz des privaten Surfens

- Privates Surfen, einschließlich E-Mail versenden ist am Arbeitsplatz ohne Zustimmung des Arbeitgebers nicht erlaubt. Aber auch ein Verstoß, selbst wenn dies sogar arbeitsvertraglich gesondert geregelt ist, führt nicht zur Kündigung.
- Bei Übermaß (mehrere Stunden am Tag) kann der Arbeitszeitbetrug zur Kündigung führen.



Arbeitsrecht



- Praxis des privaten Surfens

- Privates Surfen am Arbeitsplatz einschließlich E-Mail versenden, ist in begrenztem Umfang, erlaubt. Sei es in Form einer betrieblichen Übung oder gesonderter arbeitsvertraglicher Regelung oder per Betriebsvereinbarung. Private Surfzeit ist in aller Regel keine Arbeitszeit, sondern Pausenzeit.
- Gefahr: Ohne klare Regeln verschwimmen die Zeiten und Grenzen.



Arbeitsrecht



- **Überwachung der Mails**
 - Der Arbeitgeber hat ein Recht auf Überwachung und Zugang zu den betrieblichen Mailkonten.
 - Private Mailnachrichten darf er nicht ansehen. Die Abgrenzung privat - geschäftlich wird generell immer schwieriger.
- **Rat:** Arbeitnehmer sollten für die privaten Mails eine webbasierte Anwendung haben.



Arbeitsrecht



- **Fall:** Ausscheidender Mitarbeiter hat ein firmengeprägtes twitter Konto mit 10.000 followern die er regelmäßig über Firmennews unterrichtet.
- Sobald das Arbeitsverhältnis beendet ist, hat der Arbeitnehmer entsprechend § 667 I BGB alles herauszugeben was er aus dem Arbeitsverhältnis erlangt hat.
- Entscheidungen und Literatur gibt es noch nicht, es spricht alles für die Herausgabe an den Arbeitgeber aller geschäftlich geprägter Konten, erst recht wenn diese für die Arbeit gebraucht werden.
- Klare Regelung vorher ist dringend zu empfehlen.



Arbeitsrecht



- **Fall:** Mitarbeiter teilt im twitter Konto der Firma mit, unser Produkt hat einen Nutzungsdauer von 5 Jahren.
- Mitarbeiter vertreten im geschäftlichen Umfeld den Arbeitgeber in ihrem Tätigkeitsfeld nach außen wirksam. Unabhängig ob dies im Innenverhältnis erlaubt ist.
- Aussagen in der Werbung zu Produkten und Dienstleistungen des Betriebes gelten als Qualitätsangabe § 434 I BGB. Gilt auch für Anpreisungen bei Social Media.
- Fazit: Klare Regelung wer darf was wie sagen ist notwendig.



Arbeitsrecht



- Betriebsvereinbarungen jeglicher Art unterliegen der Mitbestimmung
- Das heißt wenn aus Blogs/Foren auf die Qualität der Arbeit des Mitarbeiters geschlossen werden kann bedarf diese Einrichtung der Blogs/Foren der Mitbestimmung durch den Betriebsrat. In Betrieben mit einem Betriebsrat muss dieser rechtzeitig mit einbezogen werden.



twitter

Startseite Profil Leute finden Einstellungen Hilfe Abmelden



lego

Folgen

Listen



The FUTURISTS (those Italians of 1913) are having their banquet dinner. I nominate this as the quirkiest SF event of this evening

12:00 AM Oct 18th, 2009 via mobile web

I'm at discount fabrics looking for drapes and they are blasting MY SHARONA, a good sign!

9:57 PM Mar 30th, 2009 via txt

oh! I'm ok. I found the kitchen dept. With LARGE KNIVES in case I need to quickly end the suffering. These stores really DO have it all

8:32 PM Sep 27th, 2008 via txt

I'm at a strip mall @ marshalls in the middle of the desert. 102 degrees. in one aisle I'm seeing 3 generations of WT. Have mercy on Lego!!

8:31 PM Sep 27th, 2008 via txt

Name lego

Ort San Francisco

Biografie Art Nerd, Moped Dude, Urban Crawler, Nocturnal, Fun Finder and Reporter

12 Following 108 Follower 3 Gelistet

Tweets 11

Favoriten

Aktionen

lego blocken
Als Spam melden

Following



RSS-Feed mit Tweets von lego



twitter

[Startseite](#) [Profil](#) [Leute finden](#) [Einstellungen](#) [Hilfe](#) [Abmelden](#)



theLEGOCCompany

[+ Folgen](#)

[Listen](#)



Name **LEGO®**
Ort Billund, DK
Web <http://www.lego.com>
Biografie since 1932

0 1,424 83
[Following](#) [Follower](#) [Gelistet](#)

Tweets 0

[Favoriten](#)

Aktionen
[theLEGOCCompany blocken](#)
[Als Spam melden](#)

[Following](#)



Markenrecht

Beispiel: Stand 13.05.2010 für die USA



- <http://twitter.com/lego> (seit 13.7.2007)
- Name lego
- Ort San Francisco
- Biografie Art Nerd, Moped Dude, Urban Crawler, Nocturnal, Fun Finder and Reporter Biografie: Art Nerd, Moped Dude, Urban Crawler, Nocturnal, Fun Finder and Reporter



Markenrecht

Beispiel: Stand 13.05.2010 für die USA

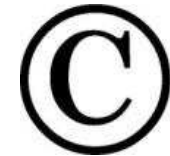


- <http://twitter.com/theLEGOCompany>
(www.lego.com)

- Konsequenz: Nach § 14 Markengesetz kann eine Unterlassung nur bei identischen oder ähnlichen Waren/Dienstleistungen verlangt werden. Dieser Grundsatz gilt auch in den USA nach der dortigen Rechtsprechung. Das Markenrecht ist international weitestgehend harmonisiert. Vermutlich wird die LEGO Gruppe gegen die Voreintragung bei twitter aus der eingetragenen Marke nichts unternehmen können. First-come, first-served.
- Anders aber, wenn über dieses twitter Konto für Spielzeug geworben wird.



Urheberrecht



- Der Inhalt welcher von Nutzern/Kunden erstellt ist, kann urheberrechtlichen Schutz genießen. 140 Zeichen reichen aus.
- Konsequenz: Die Inhalte dürfen nicht ohne Zustimmung der Ersteller kopiert oder anderweitig verbreitet, geändert und genutzt werden.
- Sofern möglich sollte über Allgemeine Geschäftsbedingungen das Recht zur Nutzung für eigene Zwecke eingeräumt werden.



Wettbewerbsrecht



- Von besonderer Bedeutung ist § 7 II Nr. 3 UWG.
- Jegliche „elektronische Post“ die ohne ausdrückliche Einwilligung versendet wird ist unlauter. Tell a Friend Funktionen zählen auch dazu.
- Der Empfänger hat einen Unterlassungsanspruch nach § 1004 BGB.
- Verbraucherschutzverbänden steht ein Abmahnrecht nach § 8 I, III UWG zu. Da hilft nur das opt in Verfahren, auch bei twitter. Wird sich noch entwickeln, praktisch noch „rechtsdurchlässig“.



Datenschutzrecht; Impressum



- Der Anbieter wie twitter, ist häufig im Ausland und untersteht dann diesem Recht. Es liegt am Nutzer der Dienste den datenschutzrechtlichen Standart abzuklären. Der Werbende untersteht dem nationalen Datenschutzrecht.
- Die Impressumspflichten nach § 5 TMG und anderen gelten auch für twitter. Entweder im Hintergrund oder auf dem link im twitter Konto diese Verpflichtung erfüllen! Entscheidungen liegen noch nicht vor. Die geübte Praxis werden diese lenken.



Haftung



- Für die öffentlich zugänglichen Inhalte der einzelnen Netzwerke haftet der Inhaber für die eigenen Inhalte in vollem Umfang. Wer auf seinem Twitter Firmenkonto auf eine rufschädigende Seite über den Konkurrenten verweist, handelt selbst wettbewerbswidrig. Er macht sich die Seite zu eigen und kann auf Unterlassung in Anspruch genommen werden.
- Für fremden Inhalt der Nutzer, sei er rassistisch, pornographisch oder den Konkurrenten beleidigend, beginnt ab Kenntnisnahme § 10 TMG eine unverzügliche Löschungspflicht. Sonst ist der Inhaber auch für diese Texte verantwortlich



Fragen





Danke für Ihre Aufmerksamkeit!

Klaus Karl Blükle

Rechtsanwalt, Fachanwalt für Gewerblichen
Rechtsschutz

Email: k.bluekle@hentschke-bluekle.de

Web: <http://www.hentschke-bluekle.de/>