

Facebook, Twitter & Co.

Sollten Juristen Social Media nutzen?

Soziale Netzwerke im Internet gelten in der freien Wirtschaft als Marketing-Tools der Zukunft. Doch unter Juristen ist es umstritten, dass nun auch Anwälte diese Mittel zur Mandantengewerbung nutzen. Der Medienrechtsexperte Prof. Dr. Thomas Hoeren und Rechtsanwalt Henning Krieg vertreten gegensätzliche Standpunkte. Ein Fall für zwei.



„Vorsicht, Falle!“, antwortet Prof. Dr. Thomas Hoeren, wenn man ihn fragt, ob Social Media für Juristen geeignet ist. Ein Plädoyer gegen die leichtsinnige Nutzung von Blogs, Facebook, Twitter & Co.

Facebook ist auch etwas für Juristen. Wer sich in dem Medium auskennt und die Regeln der Selbstinszenierung beherrscht, kann zum Beispiel als Anwalt über Facebook sehr viel Aufmerksamkeit für sich generieren. Insofern ist der Gang in die sozialen Medien sinnvoll – aber nur, wenn man die Regeln der Selbstinszenierung und die juristischen Fallstricke kennt. Rechtlich drohen Probleme schon bei einfachsten Dingen. So vergessen viele, dass für Facebook die Impressumspflicht gilt. Hier reicht es nicht aus, nur allgemein auf das Impressum von Facebook zu verweisen. Vielmehr muss auch jeder einzelne Facebook-Geschäftstreibende sein eigenes Impressum in vollem Umfang in die Facebook-Seite integrieren. Zumindest muss er einen Button „Impressum“ haben, der seinerseits als Link direkt auf das Impressum etwa einer parallel existieren-

den Webseite verweist. Ärger droht auch wegen des Rundfunkstaatsvertrags. Dieser sieht für journalistisch aufbereitete Telemedien vor, dass diese Gegendarstellungsrechte beachten. Das OLG Bremen hat zum Beispiel festgestellt, dass dieses Gegendarstellungsrecht auch für regelmäßig aktualisierte und gepflegte Webseiten einer Anwaltskanzlei gilt. Doch die Umsetzung eines solchen Gegendarstellungsrechts in der Praxis ist noch weitgehend ungeklärt, etwa hinsichtlich der

„Wenn man die Rechtsprobleme im Blick hat, stellt sich die Frage nach der Sinnhaftigkeit eines Facebook-Auftritts.“

Frage, an welcher Stelle und wie lange ein entsprechender Gegendarstellungstext des Betroffenen veröffentlicht werden muss.

Auch haftungsrechtlich ist eine Facebook-Seite nicht ohne. Facebook-Nutzer sind zugleich regelmäßig Forenbetreiber; sie öffnen ihre Facebook-Seite für die Diskussionen und Kommentare anderer. Damit übernehmen sie aber als Hostprovider bestimmte Prüfungspflichten. Sie müssen auf Beschwerden hinsichtlich der Forenbeiträge reagieren und von sich aus ähnlich gelagerte Fälle aus ihrem System filtern. Und wer unbeachtet zum Beispiel zu Facebook-Partys einlädt, riskiert, als Veranstalter haftungsrechtlich bei Exzessen in Anspruch ge-

nommen zu werden. Schließlich ist auch das Datenschutzrecht eine offene Flanke in der Facebook-Diskussion. Facebook nutzt die gespeicherten Daten für die Erstellung von Persönlichkeitsprofilen (etwa bei dem Anklicken des „I-Like-Buttons“). Geht man nicht sehr stark und intensiv in die Privatsphäreinstellungen von Facebook, riskiert man, dass Daten in der Öffentlichkeit genutzt werden können, die man dort sicherlich nicht sehen möchte. So haben verschiedene Gerichte darauf hingewiesen, dass Facebook- oder Zynga-Informationen als öffentliche Daten gelten, die dann wieder über Personensuchmaschinen ausgewertet werden können.

Wenn man dies alles im Blick hat, stellt sich die Frage nach der Sinnhaftigkeit eines solchen Auftritts. Die Relation von Kosten und Nutzen gilt es gerade auch als Jurist im Blick zu behalten. Nicht für jeden ist daher ein Facebook-Auftritt empfehlenswert.



Prof. Dr. Thomas Hoeren, 50, lehrt Informations- und Medienrecht an der Universität Münster. Modernen Kommunikationsmitteln steht er trotzdem skeptisch gegenüber: Hoeren besitzt nicht einmal ein Handy.

„Social Media für Juristen – take a chance!“, sagt der bloggende Rechtsanwalt Henning Krieg. Ein Plädoyer für mehr Offenheit gegenüber den Chancen des Internets für Juristen.

„Der Rat des Juristen kann nur sein, Facebook zu meiden. Unternehmen haben dort nichts zu suchen; denn ihre Geschäftsinteressen beißen sich regelmäßig mit den Besonderheiten des Web 2.0.“ Kein Geringerer als der durchaus medienaffine Münsteraner Professor Thomas Hoeren hat vor Kurzem im *Deutschen Anwaltspiegel* infrage gestellt, dass Social Media sich für den professionellen Einsatz eignen. Und wenn Facebook nichts für Unternehmen ist – dann sind Social Media doch wohl erst recht nichts für Juristen?

Da kann man anderer Meinung sein. Schon Professor Hoerens Kontra zum Einsatz von Facebook durch Unternehmen hat deutliche Widerworte von Fachkollegen gefunden. Und auch gegen Social-Media-Aktivitäten von Juristen spricht wenig – ganz im Gegenteil spricht viel dafür. Richtig ist: Social Media sind nichts für jedermann. Wer bloggt, twittert, Facebook nutzt, Podcasts oder Videocasts produziert, der betritt eine Bühne. Nicht jeder fühlt sich auf dieser Bühne wohl. Dabei gilt ganz einfach: Niemand muss – aber (fast) jeder kann. Selbst Großkanzleianwälte haben inzwischen ihr Faible für die neuen „Neuen Medien“ Blog und Twitter entdeckt, wie etwa Kartellrechtspartner Dr. Johannes Zöttl von Jones Day oder gleich ein ganzes Team von CMS Hasche Sigle. Ob das

rein wirtschaftlich Sinn macht? Kommt darauf an, das wird sich zeigen. Aber vor allem jungen Juristen eröffnen sich hier Chancen, beispielsweise zum „Personal Branding“, die es in den Zeiten vor dem Web 2.0 so kaum gegeben hat. Und das gilt nicht nur für diejenigen, die schon das zweite Examen hinter sich haben: Rex Gradeless hat bereits als Studierender mit seinen Social-Media-Aktivitäten

„Vor allem jungen Juristen eröffnen sich Chancen durch soziale Netzwerke.“

begonnen, heute zählt er US-weit (!) zu den reichweitenstärksten Social-Media-Aficionados mit juristischem Hintergrund. Der Kuchen ist auch hierzulande noch nicht verteilt. Laut jurablogs.com gibt es zwar bereits mehrere Hundert Lawblogs in Deutschland. Die decken jedoch nur einen Bruchteil des juristischen Spektrums ab, vor allem IT- und strafrechtliche Beiträge dominieren bislang. Immer noch gibt es genügend Wiesen, die nicht von einem Platzhirsch in Beschlag genommen worden sind. Dass rechtliche Rahmenbedingungen auch bei Social-Media-Aktivitäten einzuhalten sind? Geschenk! Impressumspflicht, Datenschutz- und Äußerungsrecht – all das lässt sich bei der Wahl der richtigen Social-Media-Tools umsetzen und beachten. In Sachen Technik liegt die Eintrittsschwelle niedrig. Zum Beispiel ein Blog einrichten? Piece of cake. Wer sich nicht

selbst um das Hosting und die Installation der Software kümmern möchte, kann auf Blog-Plattformen im Internet zurückgreifen. Technische Fachkenntnisse sind praktisch nicht erforderlich, finanzieller Einsatz auch nicht. Wohl aber durchaus eine Menge Arbeit, Schweiß und Ausdauer, was das eigentliche Publizieren anbelangt. Und vor allem in dieser Hinsicht sollte die Herausforderung dann nicht unterschätzt werden. Um Erfolg zu haben, braucht man nicht selten einen langen Atem.

Dass dieser lange Atem belohnt werden kann, zeigt nicht zuletzt ein Projekt aus Professor Hoerens Heimatstadt: Das Ende 2006 zu Rechtsfragen der Informationsgesellschaft gestartete Blog Telemedicus.info gilt inzwischen als Vorzeigeprojekt im juristischen Web 2.0: Kooperation mit der Fachzeitschrift *Kommunikation & Recht*, ein mit sechs Professoren gespickter wissenschaftlicher Beirat, verschiedene Auszeichnungen – und immer noch „nur ein Blog“. Und wer steckt hinter dem Projekt? Studierende und Absolventen der Uni Münster.



Henning Krieg, 37, ist Rechtsanwalt und Syndikus für ein Softwareunternehmen. Seit mehr als vier Jahren bloggt er unter *kriegs-recht.de*, seit drei Jahren ist er auf Twitter aktiv.