

Erste Schritte: Die eigene Social Web Präsenz

Auswählen und Anmelden eines Accountnamens

Beispiel: Unternehmen unterwegs im Internet
Viele Unternehmen sind bereits seit längerem in den Sozialen Medien zu finden. So präsentieren sich mittlerweile auch Branchenriesen wie z. B. Porsche oder adidas bei Facebook oder Twitter: www.facebook.com/porsche oder www.twitter.com/adidas.

Auf dem Weg zu einer eigenen Präsenz in den Sozialen Medien sollten Unternehmen zunächst prüfen, ob ihr Firmenname bzw. etwaige Markennamen zentraler Produkte als Nutzernamen auf relevanten Social Media Plattformen bereits von Dritten verwendet werden. Dabei kommt dem Account- oder Benutzernamen bei vielen Social Media Plattformen durchaus eine namensähnliche und damit kennzeichnende Funktion zu, unter dem Besucher regelmäßig die jeweilige Marke oder das entsprechende Unternehmen erwarten (siehe das Beispiel oben).

Tipp: Schnell und bequem Nutzernamen finden
Auf Plattformen wie www.namecheck.com oder www.namechk.com kann man den eigenen Unternehmens- bzw. auch wichtige Produktnamen eingeben. Die Suchfunktionen der genannten Internetseiten zeigen dann, auf welchen Social Media Plattformen die jeweiligen Namen noch frei oder auch schon an Dritte vergeben sind.

Wenn der gewünschte Nutzernamen noch frei ist

Sind entsprechende Nutzernamen frei, sollten diese – selbst wenn sie erst mittelfristig interessant sein könnten – dennoch bereits für das Unternehmen gesichert werden, um späteren Problemen vorzubeugen. Bereits jetzt ist nämlich erkennbar, dass gerade bei bekannten Namen und Marken eine Entwicklung ähnlich dem Domaingrabbing stattfindet. Insofern sollten Unternehmen dem Account Grabbing, d. h. dem bewusst schädigenden Reservieren durch Dritte, zuvorkommen.

Wenn ein anderer den Namen verwendet

Unternehmen, die eigene Aktivitäten in den Sozialen Medien planen oder auch nur verhindern wollen, dass Dritte unter ihrem Unternehmensnamen im Internet auftreten, stellen bei der Recherche häufig fest, dass der Name bei Twitter, Facebook oder auch YouTube bereits vergeben ist.

Ist der gewünschte Nutzernamen schon vergeben, stellt sich die Frage, wie dieser wieder in die Obhut des Unternehmens gebracht werden kann. Ein unmittelbares rechtliches Vorgehen (→ Abmahnung oder Klage) gegen den Inhaber ist dann legitim, wenn der Name offensichtlich allein in der Absicht registriert worden ist,

- das Unternehmen zu behindern oder
- den Namen gegen ein Lösegeld zu verkaufen.

Beispiel: Kein Twitter-Account für die Stadt Mannheim?
Die Stadt Mannheim, die – wie einige andere Städte und Kommunen auch – seit einiger Zeit eigene Social Media Aktivitäten vorantreibt, musste feststellen, dass ein junger Unternehmer den Twitter-Account twitter.com/mannheim bereits registriert hatte. Die Stadt nahm Kontakt mit ihm auf, um namensrechtliche Ansprüche auf den Twitter-Account anzumelden. Der Mann hat die Forderungen der Stadt nicht nur zum Anlass genommen, den Sachverhalt in die breite Öffentlichkeit zu bringen, sondern auch viel Geld für die Übertragung des Accounts verlangt.

Parallele zum Domain Grabbing?

Vor einigen Jahren mussten sich zahlreiche Unternehmen mit dem Phänomen des Domain Grabbing auseinandersetzen, bei dem Dritte bekannte Unternehmens-, Marken- oder Produktnamen verschiedenster Unternehmen als Domains registriert hatten. Die Registrierung diente allein dem Zweck, den Unternehmen die jeweiligen Domains später gegen Zahlung eines Lösegeldes zum Verkauf anzubieten.

Diese teilweise auch als Cybersquatting bezeichnete Entwicklung wiederholt sich jetzt mit den Namen von Benutzerkonten (nachfolgend auch Accounts) bei den bekannten Social Media Plattformen, die in der Regel den Namen des jeweiligen Accounts darstellen und sich auch in der entsprechenden Domain wiederfinden. In der täglichen Praxis häufen sich die Fälle, in denen Accounts allein im Hinblick auf einen späteren Verkauf an das Unternehmen und ohne eigene Nutzungsabsicht reserviert worden sind. Bei solch bösgläubigem Account Grabbing ist es nachvollziehbar und oft auch unvermeidbar, dass betroffene Firmen – d. h. Markenrechtsinhaber ebenso wie die Inhaber von Namensrechten (z. B. Städte und Kommunen) – gegen die unrechtmäßige Registrierung und/oder Nutzung von Social Media Accounts juristisch vorgehen.

In diesem Zusammenhang stellt sich die Frage, ob und wie man die eigenen Accounts zurückholen kann.

In den USA existiert zu Fragen des Domain Grabbing mittlerweile ein eigenes Gesetz in Form des Anticybersquatting Consumer Protection Act, das unter Umständen auch für Social Media Accounts eingreift. In Deutschland sind aus juristischer Sicht namens- und markenrechtliche Ansprüche zu prüfen. Wer einen schutzwürdigen (Firmen-)Namen im Sinne des § 12 BGB oder eine eingetragene Marke sein Eigen nennt, kann von demjenigen, der eine verwechslungsfähige Bezeichnung verwendet, in der Regel → Unterlassung der Nutzung des Namens, bisweilen auch Schadenersatz verlangen.

Ansprüche gegen Account Grabber

Man kann davon ausgehen, dass dem Accountnamen bei Twitter, Facebook, YouTube usw. so etwas wie eine kennzeichnende Namensfunktion zukommt. Insoweit lassen sich die rechtlichen Grundsätze zum Domain Grabbing weitgehend auf das Account Grabbing übertragen.

Beispiel: Kammergericht in Berlin bestätigt Anwendung des Markenrechts auf Social Media Accounts
Davon ging vor Kurzem offensichtlich auch das Kammergericht Berlin aus. Es hatte einen Fall zu entscheiden, in dem der Markeninhaber eines Kinos gegen die Verwendung des entsprechenden Namens für Benutzerkonten bei Facebook und MySpace vorgegangen war. In dem zugrundeliegenden Urteil (Beschluss vom 01.04.2011 – Az. 5 W 71/11) waren die markenrechtlichen Ansprüche aus spezifischen anderen Gründen (dort § 23 Nr. 2 Markengesetz) gescheitert.

Um die rechtswidrigen Handlungen des Account Grabbers zu verhindern bzw. das eigene Benutzerkonto zurückzufordern, bietet das Gesetz viele Möglichkeiten, insbesondere namens- und/oder markenrechtliche Ansprüche gegen den Grabber.

- Ein **namensrechtlicher Anspruch** besteht gemäß § 12 Bürgerliches Gesetzbuch (BGB) immer dann, wenn bei einem schutzwürdigen Namen eine Zuordnungsverwirrung der angesprochenen Nutzerkreise hinreichend wahrscheinlich ist oder schon eingetreten ist. In anderen Worten: Durch die Wahl des Benutzernamens des Account Grabbers muss also eine Verbindung zu einem Produkt oder Unternehmen suggeriert werden, die in Wahrheit nicht besteht.
- Ist die jeweilige Bezeichnung als **Marke** bei einem nationalen oder internationalen Markenamt eingetragen, kann sich der Inhaber der Marke nach § 14 MarkenG gegen die Gefahr von Verwechslungen schützen. Ansprüche bestehen dann, wenn die jeweilige Bezeichnung von dem Account Grabber markenmäßig verwendet wird und eine hinreichende Verwechslungsgefahr besteht. Markenrechtliche Ansprüche stellen sich oft als stärkstes Argument dar, mit dem nicht nur → Unterlassung, sondern auch → Auskunft, Schadenersatz und → Kostenerstattung verlangt werden können.

Neben dem Namens- und Markenrecht kommen bei Vorliegen weiterer spezifischer Voraussetzungen zusätzlich auch noch folgende Anspruchsgrundlagen in Betracht:

- So können wettbewerbsrechtliche Ansprüche auf Grundlage des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) eingreifen. Und zwar dann, wenn der jeweilige Namen benutzt wird, um damit einen Wettbewerber an der Verwendung seines Kennzeichens als Accountname zu hindern. Da die bloß gemeinsame Benutzung des Internets dafür aber nicht ausreicht, werden weitere Indizien hinzukommen müssen, die zeigen, dass es dem Account Grabber in besonderem Maße darum geht, den Wettbewerber zu behindern.
- Schließlich sind auch deliktsrechtliche Ansprüche denkbar, wenn eine sog. vorsätzliche sittenwidrige Schädigung i.S. des § 826 BGB dargelegt werden und, wenn nötig, auch bewiesen werden kann.

Strategisches Vorgehen

Von vielen Betroffenen wird übersehen, dass es nicht nur möglich ist, gegen den Account Grabber selbst vorzugehen, sondern auch über den Betreiber der jeweiligen Plattform. Oft ist der Account Grabber nicht unmittelbar zu identifizieren. Das erschwert nicht nur die Kontaktaufnahme zu ihm, sondern auch eine mögliche Inanspruchnahme. Die Ermittlung der realen Kontaktdaten bzw. eine förmliche Inanspruchnahme ist häufig so aufwändig, dass sie in keinem Verhältnis zu der Erfolgsquote steht.

Deshalb empfehlen wir ein Vorgehen über die jeweilige Social Media Plattform, wenn der Account Grabber nicht leicht identifiziert werden kann oder in einem entfernten Land sitzt. Für die Betreiber von Facebook, Twitter & Co gilt der sog. Notice-and-Takedown-Grundsatz: Ein Plattformbetreiber kann unter Umständen selbst haftbar gemacht werden, wenn er nach Kenntnis einer Rechtsverletzung auf der eigenen Plattform nicht tätig wird. Deshalb haben sämtliche bekanntere Plattformen Mechanismen aufgesetzt, über die Namens- oder auch Markenrechtsverletzungen den Betreibern gemeldet werden können.

So halten einige Betreiber Formulare zur Meldung von Verstößen vor (z. B. Twitter unter <http://support.twitter.com/forms/trademark> für Markenverletzungen). Können Rechtsverletzungen dort dann ausreichend dargelegt werden, wird der jeweilige entführte Account (je nach Plattform und Umständen des Einzelfalles) gelöscht oder an den Namens- oder Markenrechtsinhaber übertragen. Dies hat bereits in einigen von mir betreuten Fällen – insbesondere wenn die Accounts inaktiv sind – dazu geführt, dass die von Mandanten beanspruchten Benutzerkonten in kürzester Zeit zurückgewonnen werden konnten.

In einigen Fällen führt die Kontaktaufnahme mit den Social Media Plattformen über die jeweiligen Formulare jedoch nicht zu einem schnellen Erfolg. Dann muss der Druck mit anwaltlichen Schreiben erhöht werden. Dabei hilft dem Anwalt die Kenntnis der richtigen Ansprechpartner und der spezifischen Prozesse bei der jeweiligen Plattform.

Situation	Mögliche Maßnahmen		
Orientierungsphase	Für einen ersten Überblick über die Vergabe von Accounts mit dem eigenen Namen oder der eigenen Marke auf diversen Social Media Plattformen, ist eine Prüfung mit Werkzeugen wie etwa www.namechk.com oder www.namecheck.com zu empfehlen. Nach Eingabe der jeweiligen Bezeichnung in das Suchfeld werden dort viele wichtige, aber auch unbedeutendere Plattformen abgeprüft.		
Account ist frei	Accounts, die frei sind und mittelfristig interessant sein könnten, sollten mit einer Anmeldung gesichert werden. Dadurch können spätere Probleme von vornherein vermieden werden. In der Regel ist die Registrierung kostenlos.		
Account ist schon besetzt	Wird ein Account auf relevanten Plattformen bereits verwendet, ist zu prüfen, wer den Namen verwendet und mit welcher inhaltlichen Gestaltung er verwendet wird. <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%;">1. Stufe:</td> <td>Sofern nicht offensichtlich</td> </tr> </table>	1. Stufe:	Sofern nicht offensichtlich
1. Stufe:	Sofern nicht offensichtlich		

Situation	Mögliche Maßnahmen	
	Einvernehmliche Einigung	missbräuchliche Zwecke verfolgt werden, sollte zunächst Kontakt mit dem Account-Inhaber aufgenommen werden, um eine einvernehmliche Lösung zu diskutieren.
	2. Stufe: Außergerichtliche Maßnahmen	Bei bösgläubigem Account Grabbing oder einem Scheitern der Einigung sollten namens- und markenrechtliche Ansprüche geprüft und – nach Abwägung der Umstände des Einzelfalles – juristische Maßnahmen gegenüber dem Account-Inhaber und/oder über die jeweilige Social Media Plattform eingeleitet werden, d. h. Anschreiben/Abmahnung gegenüber dem Account-Inhaber bzw. Beschwerdeprozesse/anwaltliche Schreiben gegenüber dem Plattformbetreiber.
	3. Stufe: Gerichtliche Maßnahmen	Führen außergerichtliche Maßnahmen, nicht zum Erfolg, sind als letzte Eskalationsstufe auch gerichtliche Maßnahmen denkbar. Auch hier sollte nicht nur ein Vorgehen gegen den Account-Inhaber, sondern auch gegen den Plattformbetreiber erwogen werden. Wenn dieser nach Kenntnisnahme einer Markenverletzung nicht tätig geworden ist, bestehen auch gegen ihn markenrechtliche Ansprüche. Sie können bei der Verletzung einer deutschen Marke in der Regel auch vor deutschen Gerichten geltend gemacht werden.

In Fällen, in denen eindeutig eine Namens- oder Markenrechtsverletzung vorliegt, können Social Media Accounts meist ohne eine so weitreichende Eskalation zurückgeholt werden. Führen eigene Maßnahmen des Unternehmens nicht zum Erfolg, hat sowohl gegenüber dem Account-Inhaber als auch gegenüber verschiedenen Social Media Plattformen oft schon anwaltlicher Nachdruck geholfen.