

aus: Hektor Haarkötter (Hg.): Shitstorms und andere Nettigkeiten
Über die Grenzen der Kommunikation in Social Media.
Baden-Baden (Nomos) 2016, 182 S., Broschiert,
ISBN 978-3-8487-3064-3, Preis: 34,- Euro

Rechtliche Aspekte des Shitstorms

Christian Solmecke

1. Ist unsachliche Kritik gleich rechtswidrig?

Ein Shitstorm in sozialen Netzwerken entwickelt sich schnell. Sind die Gemüter erst einmal aufgeheizt, lassen sich die Nutzer in der vermeintlichen Anonymität des Internets zu Äußerungen hinreißen, die in einer Vielzahl von Fällen die Grenzen des rechtlich Zulässigen überschreiten. Gerade für Unternehmen ist ein Shitstorm aus Imagegesichtspunkten oftmals verheerend. Diese Erfahrung musste auch schon der Mobilfunkanbieter Vodafone im Jahre 2012 machen: Nachdem sich eine Kundin über unberechtigte Forderungen von Seiten Vodafones gegen sie auf der Konzernpinnwand bei Facebook beschwerte, löste sie einen beachtlichen Shitstorm gegen das Unternehmen aus. Das Ergebnis waren über 60.000 Likes und mehr als 6.000 Kommentare unter ihrem Eintrag. Diskussionen über Missstände, durchkreuzt von ordinären Hassparolen ließen den Shitstorm außer Kontrolle geraten.

Wie unsachlich dabei die Äußerungen ausfallen können und dass sie in manchen Fällen sogar strafrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen können, zeigt ein Fall, der sich im Zusammenhang mit dem Streik der Gewerkschaft Deutscher Lokomotivführer im Jahre 2015 ereignete. Der Unmut der Bahnfahrer war seinerzeit groß und entlud sich in einem Shitstorm in den sozialen Netzwerken. Doch dabei blieb es nicht lange bei einfachen Beschwerden. Ein erschreckendes Beispiel dafür war das Video eines jungen YouTubers, das mit vermeintlich schwarzem Humor die Wut der Bahnfahrenden widerspiegeln sollte. In seinem Video beschimpft er die Lokführer unter anderem mehrmals als „Hurensöhne“. Auch äußerte er den folgenden Satz: „Wisst ihr noch, wie die Juden mit Zügen nach Auschwitz transportiert wurden? Man sollte die Zugführer da hinbringen. Ich fahr auch den Zug und zwar umsonst. Und ich werde nicht einmal streiken.“ Oder auch: „Vergasen sollte man die Mistviecher“.

Die Grenze zur freien Meinungsäußerung ist bei solchen Äußerungen natürlich weit überschritten worden. Weder ist das Internet anonym, noch bleiben solche Äußerungen ohne Konsequenzen. Dabei reichen die Folgen

eines Shitstorms vom „Mobbing“ von Einzelpersonen bis hin zu gezielten Imageschäden für Unternehmen. Diese wiegen vor allem wegen der hohen Breitenwirkung moderner Massenkommunikationsmedien schwer für den Betroffenen. Erschwerend kommt die für das Internet typischerweise langwierige und nachhaltige Speicherung hinzu. Das Netz vergisst bekanntlich nichts. Begünstigt wird dieses Phänomen gerade durch die moderne Online-Kommunikationswelt selbst, in der jeder, ohne besondere Zugangshürden, Opfer oder Täter eines solchen Shitstorms werden kann.

Aus Tätersicht ermöglicht das Auftreten, gegebenenfalls sogar unter einem Pseudonym, innerhalb einer anonymen Masse die Überschreitung jener Hemmschwellen, die er in der analogen Welt so nie überschreiten würde. Aus Opfersicht ist aber gerade diese Anonymität ein schwerwiegendes Hindernis zur Durchsetzung etwaiger Ansprüche.

Aber können denn auch tatsächlich jegliche im Rahmen eines solchen Shitstorms veröffentlichten Kommentare, Posts oder Beiträge rechtlich verfolgt werden? Kann stets eine Persönlichkeitsrechtsverletzung angenommen werden? Wenn eine Rechtsverletzung vorliegt, wie sollte man als Betroffener dann damit umgehen? Auf der anderen Seite fragen sich natürlich auch Internetnutzer, ob sie ein Unternehmen überhaupt öffentlich kritisieren und auch mal ihre Wut über Missstände in sozialen Netzwerken kundtun dürfen.

Auf diese Fragen möchten wir in dieser Arbeit Antworten geben, um Nutzern Hilfestellungen zu leisten, wie sie sich im Internet äußern können, ohne rechtliche Konsequenzen fürchten zu müssen. Gleichzeitig möchten wir aber auch Unternehmen einen Leitfaden an die Hand geben, an dem sie sich hinsichtlich eines Rechtsschutzes nach einem Shitstorm mit rechtsverletzendem Inhalt orientieren können.

2. Grundlage: Sind die Äußerungen im Rahmen eines Shitstorms ein Ausdruck freier Meinung?

Ein Shitstorm erlangt schnell eine gewisse Eigendynamik. Der ein oder andere Nutzer lässt sich dabei zu Äußerungen verleiten, die nicht der Wahrheit entsprechen oder zwar im Grunde wahr sind, die Grenzen der Sachlichkeit jedoch überschreiten. Dabei machen sie sich oftmals keine Gedanken über die Konsequenzen für den Betroffenen. Betroffen sein können private Personen ebenso wie Unternehmen. Je nach Art der Äußerungen kann dies einen Eingriff in die Grundrechte derer darstellen, die

vom Shitstorm betroffen sind. In Betracht kommen dabei Grundrechte wie das Persönlichkeitsrecht gem. Art. 2 Abs. 1 i.V.m. Art. 1 Abs. 1 GG, die Berufsfreiheit gem. Art. 12 GG oder die Eigentumsfreiheit gem. Art. 14 GG (BVerfGE NJW 2010, 3501 (3502); BVerfGE 3, 337 (343); 12, 95 (99)). Der Nutzer kann sich jedoch nur dann auf seine Meinungsfreiheit berufen, wenn seine Äußerung ganz grundsätzlich eine Meinung darstellt und auch innerhalb der gesetzlichen Grenzen kundgetan wurde. Wann dies der Fall ist, möchten wir in diesem Abschnitt näher erläutern.

2.1 Welche Äußerungen sind von der Meinungsfreiheit geschützt?

Grundsätzlich stellt nicht jede Äußerung, die dem Betroffenen missfällt, einen Grundrechtseingriff dar. Denn niemand hat einen Schutzanspruch, in der Öffentlichkeit nur so dargestellt zu werden, wie er sich selbst gerne sehen würde (BVerfGE 113, 63; BVerfGE 105, 279). Vielmehr kann sich der Nutzer unter Umständen auf sein Grundrecht auf freie Meinungsäußerung aus Art. 5 Abs. 1 GG berufen. Dazu muss jedoch zunächst geprüft werden, ob es sich bei seiner Äußerung überhaupt um eine Meinung handelt. Von diesem Grundrecht nicht umfasst sind nämlich Tatsachenbehauptungen. Doch wo liegt der Unterschied?

Tatsachenbehauptungen unterscheiden sich von bloßen Meinungsäußerungen dadurch, dass sie einem Wahrheitsbeweis zugänglich sind (BVerfGE 90, 241 (247); 94, 1 (8)). Das bedeutet, dass sich eindeutig belegen lässt, ob die Äußerung wahr oder falsch ist – sie beruht demnach beispielsweise nicht auf Emotionen oder dem Geschmack einer Person. Dies ist nämlich gerade charakteristisch für die Meinung. Die Meinung enthält Elemente des Dafür und des Dagegen (BVerfGE 65, 1 (41); 90, 241 (247); 94, 1 (8)).

Um den Unterscheid zu verdeutlichen, kann folgendes Beispiel herangezogen werden: Man vergleiche die Aussagen „Das Unternehmen X zahlt seinen Mitarbeitern einen Stundenlohn von unter 5 €“ und die Äußerung „Bei Unternehmen X werden die Mitarbeiter nicht fair bezahlt“. Bei der ersten Aussage handelt es sich um eine Behauptung, die dem Beweis zugänglich ist. Denn es lässt sich nachprüfen, welchen Stundenlohn das Unternehmen seinen Mitarbeitern zahlt und demnach auch, ob der unter fünf Euro liegt. Bei der zweiten Äußerung hingegen handelt es sich um eine rein wertende Aussage. Denn ob eine Bezahlung fair ist oder nicht, ist sehr subjektiv. Während das Unternehmen einen gewissen Stundenlohn als

fair ansehen kann, empfinden Mitarbeiter diese Bezahlung unter Umständen als unfair. Wer nun Recht hat, lässt sich objektiv nicht feststellen. Denn Fairness bestimmt sich nach dem subjektiven Empfinden und fällt demnach von Person zu Person unterschiedlich aus.

Die Abgrenzung zwischen einer Meinungsäußerung und einer Tatsachenbehauptung ist indes nicht immer einfach. Maßgeblich ist hier der Gesamteindruck (BVerfGE 7, 198 (212)). Manche Nutzer wähnen sich auf der sicheren Seite, indem sie ihrer Tatsachenbehauptung das Präfix „ich meine“ oder „ich glaube“ voranstellen. Dies ändert jedoch nichts daran, ob es sich im Kern um eine Meinung oder um eine Tatsache handelt. Entweder ist die Äußerung beweisbar oder sie ist es eben nicht.

Handelt es sich nun bei der Äußerung um eine Meinung, so wird sie auch im Rahmen eines Shitstorms von Artikel 5 Abs. 1 GG geschützt. Denn dieses garantiert das Recht auf freie Rede und freie Äußerung von Meinungen sowie deren Verbreitung über alle Übertragungsmittel, also auch über das Internet. Dabei sind grundsätzlich alle Meinungen geschützt, unabhängig davon, ob die Meinung wertvoll oder wertlos, provokant oder harmlos ist (BVerfGE 90, 241 (249, 254)). Auch überzogene und scharfe Meinungsäußerungen unterliegen dem Schutz der Meinungsfreiheit. Dies gilt jedoch nur solange, wie sich die Äußerung in den gesetzlichen Grenzen bewegt.

2.2 Wo liegen die Grenzen der Meinungsfreiheit bei einem Shitstorm?

Die Grenzen der Meinungsfreiheit gelten ganz grundsätzlich. Das bedeutet, dass im Falle eines Shitstorms nichts anderes gilt als generell bei Äußerungen im Internet. Meinungen und Werturteile können generell von jedermann frei geäußert werden. Egal ob im familiären Kreis oder inmitten der Öffentlichkeit. Es gibt jedoch auch Äußerungen, die nicht mehr von der Meinungsfreiheit gedeckt und rechtswidrig sind. Was die Grenzen der Meinungsfreiheit betrifft, so heißt es im Grundgesetz in Art. 5 Abs. 2, dass das Grundrecht der freien Meinungsäußerung seine Grenzen in den „Vorschriften der allgemeinen Gesetze, den gesetzlichen Bestimmungen zum Schutze der Jugend und in dem Recht der persönlichen Ehre“ findet.

Diese Grenze ist zum Beispiel dann überschritten, wenn es sich um unwahre Tatsachenbehauptungen (BVerfGE 54, 208 (219)), beleidigende Aussagen (BVerfGE 60, 234 (242); 82, 43 (51)) oder Schmähdikritik (BVerfGE 82, 272 (284); 93, 266 (294)) handelt. Während sich unter den

ersten beiden Varianten wohl jeder etwas vorstellt, fällt dies bei dem Begriff Schmähkritik doch deutlich schwerer. Daher möchten wir an dieser Stelle noch einmal genauer darauf eingehen.

Das Bundesverfassungsgericht hat den Begriff der Schmähkritik als eine Äußerung definiert, bei der nicht mehr die Auseinandersetzung in der Sache im Vordergrund steht, sondern die Diffamierung der Person. Die Äußerung müsse darauf abzielen, den Betroffenen jenseits auch polemischer und überspitzter Kritik herabzusetzen (BVerfGE 82, 272 (284); 93, 266 (294)). Entscheidend ist also die sachliche Grundlage – liegt diese vor, ist eine Äußerung auch dann zulässig, wenn sie überzogen und drastisch erscheint. Wer sachliche, wahre Aussagen tätigt, hat also rechtlich nichts zu befürchten.

Der Grad zwischen scharfen Werturteilen und Schmähkritik ist jedoch schmal. Dies zu beurteilen ist für den juristischen Laien nicht ganz einfach. In Anbetracht des möglichen Imageschadens und den gegebenenfalls damit einhergehenden wirtschaftlichen Schäden sollten gerade Unternehmen bei fragwürdigen öffentlichen Äußerungen früh genug einen Rechtsanwalt hinzuziehen. Auf diese Weise können so frühzeitig rechtliche Schritte eingeleitet und drohende Schäden verhindert werden.

Darüber hinaus kann eine an sich unter den Schutzbereich der Meinungsfreiheit fallende Äußerung auch dann unzulässig sein, wenn sie den vom Shitstorm Betroffenen in seinen Rechten verletzt. Denn äußert ein Nutzer seine Meinung im Internet, fällt die unter Umständen deutlich härter aus, als es in der Realität passieren würde. Dies macht die Adressaten eines Shitstorms besonders betroffen und sie fühlen sich durch diese Form der Meinungsäußerung in ihren Rechten verletzt. Eine besondere Rolle spielt dabei das Allgemeine Persönlichkeitsrecht, das in Art. 2 Abs. 1 i.V.m. Art. 1 Abs. 1 GG verfassungsrechtlich verankert ist. Es wird verstanden als ein absolut umfassendes Recht auf Achtung und Entfaltung der eigenen Persönlichkeit (BVerfGE 90, 255 (260); BVerfGE 27, 1 (6); 34, 269 (281)).

Die Verletzung des Persönlichkeitsrechts des Betroffenen stellt also unter Umständen eine Grenze der Meinungsfreiheit dar. Dies gilt jedoch nicht grundsätzlich. Denn in einem solchen Fall befinden wir uns in einer Situation, in der die Interessen von zwei Parteien aufeinander prallen: Das Recht auf freie Meinungsäußerung des Nutzers und das Allgemeine Persönlichkeitsrecht des von der Äußerung Betroffenen. Diese Kollision kann nur gelöst werden, indem einem Grundrecht der Vorrang gegeben wird – doch welchem? Die Antwort auf diese Frage gibt eine Interessenabwä-

gung. Das bedeutet, dass alle Aspekte des konkreten Einzelfalles, die für und gegen die Parteien sprechen, einbezogen werden und dann eine Entscheidung getroffen wird (BVerfG NJW 2008, 358 (359); BVerfGE 114, 339 (348)). Eine Rechtsverletzung kann also nicht rein objektiv angenommen oder abgelehnt werden. Es kommt entscheidend auf die Intensität des Eingriffs an sowie die Intensität ihrer medialen Verbreitung. Je schwerwiegender der Eingriff durch die Äußerung ist, desto eher wird die Meinungsfreiheit zurücktreten müssen.

2.3 Gelten die Regeln zur Meinungsfreiheit auch für Unternehmen?

Das Persönlichkeitsrecht kommt nicht nur natürlichen Personen zu, sondern unter anderem auch Unternehmen, soweit das Grundrecht auf sie anwendbar ist (BGH, NJW 1994, 1281 (1282); NJW 1975, 1882 (1883)). Der Aspekt der Anwendbarkeit wird dann klar, wenn man sich vor Augen führt, dass das Allgemeine Persönlichkeitsrecht die drei Sphären Intimsphäre, Privatsphäre und Sozialsphäre umfasst, ein Unternehmen aber weder eine Intimsphäre noch eine Privatsphäre hat. Vielmehr wird bei Unternehmen der soziale Geltungs- und Achtungsbereich des Unternehmens geschützt. Man spricht in diesem Zusammenhang auch vom Unternehmerpersönlichkeitsrecht (BVerfG NJW 1994, 1784). Dieses Recht soll demnach Sachverhalte erfassen, in denen das Unternehmen durch das Wettbewerbsrecht nicht ausreichend geschützt ist. Dabei ist jedoch zu beachten, dass das Unternehmenspersönlichkeitsrecht schwächer ausgestaltet ist als das allgemeine Persönlichkeitsrecht natürlicher Personen. Daher müssen sich öffentlich agierende Unternehmen in der öffentlichen Diskussion auch mehr gefallen lassen als eine natürliche Person. Denn natürliche Personen genießen aufgrund ihrer Menschenwürde einen höheren Schutz als Unternehmen oder Organisationen, denen alleine ein sozialer Achtungsanspruch zusteht. Auch die Gefahr, dass aufgrund einzelner Äußerungen eine breitere Diskussion entfacht wird, muss nach Ansicht der Rechtsprechung von den Unternehmen hingenommen werden.

3. Wie können Unternehmen auf einen Shitstorm reagieren?

Viele Unternehmen scheuen den Kontakt mit sozialen Medien, da sie um ihre Reputation fürchten. Jedoch bietet eine Präsenz in sozialen Netzwer-

ken ein enormes Marketingpotential, das gerade Unternehmen sich nicht entgehen lassen sollten. Kommt es dennoch dort zu einem Shitstorm, kann der Betroffene dem auf gleicher Ebene entgegengetreten. Zudem gibt es auch einige rechtliche Maßnahmen, die betroffene Unternehmen sowie natürliche Personen nach einem Shitstorm ergreifen können. Welche dies sind, möchten wir im Folgenden erläutern.

3.1 Sollten zunächst eigene Gegenmaßnahmen ergriffen werden?

Sollte eine Privatperson oder ein Unternehmen von einem derartigen Shitstorm betroffen sein, so stehen diesem mehrere Optionen zur Verfügung, wie sie sich zur Wehr setzen können. Gerade Unternehmen sollten zunächst die rechtlichen Möglichkeiten mit deren kommunikativen Folgen abwägen. Stellen die Äußerungen im Internet eine Rechtsverletzung dar, muss der Betroffene entscheiden, ob er dagegen vorgehen möchte oder nicht. Dabei ist die Frage, ob es auch gelingt die eigenen Gegenmaßnahmen erfolgreich zu kommunizieren. Dies ist entscheidend für Erfolg oder Misserfolg der Bewältigung der Krise. Die Wahl der geeigneten Mittel hängt auch davon ab, ob die Verunglimpfungen auf der eigenen oder einer fremden Plattformen stattfinden. Betroffene Unternehmen sollten jedoch in jedem Falle auf die Kritik eingehen und Stellung beziehen.

Möchten Betroffene selbst Gegenmaßnahmen ergreifen, empfiehlt es sich, die Reaktion vorher mit einem PR-Berater abzustimmen. Denn wer denkt, dass sich die Sache durch ein einfaches Löschen des unerwünschten Kommentars von alleine erledigt, der irrt sich. In vielen Fällen wird es dadurch nur noch schlimmer: Der gelöschte Kommentar führt zu noch mehr Empörung bei den Nutzern: Letztlich entsteht der Eindruck, es werde keine Meinung außer der eigenen zugelassen. Der Konflikt verschlimmert sich und manchmal kommt der gelöschte Kommentar wie ein Bumerang zurück. Nicht selten dokumentieren Nutzer Äußerungen, die einen Shitstorm auslösen, per Screenshot und teilen diesen erneut auf der Plattform. Eine Zensur ist daher oftmals kontraproduktiv.

3.2 Benötigen Betroffene einen Rechtsanwalt?

Entscheiden sich Betroffene dazu, Gegenmaßnahmen zu ergreifen, müssen sie vorab entscheiden, ob sie für die Einleitung weiterer Schritte einen

Rechtsanwalt einschalten möchten oder nicht. Gerade Unternehmen ist dies angesichts des drohenden hohen Imageschadens zu empfehlen. Ein im Medienrecht spezialisierter Rechtsanwalt kann eine auf den konkreten Einzelfall zugeschnittene Verteidigungsstrategie ausarbeiten und die Erfolgsaussichten der möglichen rechtlichen Schritte abschätzen.

3.3 Welche außergerichtlichen Möglichkeiten haben Betroffene?

Im Folgenden können Betroffene dann außergerichtlich oder gerichtlich gegen die rechtsverletzenden Äußerungen vorgehen. Als außergerichtliche Gegenmaßnahmen kommen dabei vornehmlich die Kontaktaufnahme mit dem Rechtsverletzer und die Einleitung eines „notice and take-down“-Verfahrens in Betracht.

Die Kontaktaufnahme mit dem Rechtsverletzer lässt sich in der anonymen Welt des Internets nicht ohne weiteres realisieren. In einer Vielzahl von Fällen äußern sich gerade die Nutzer in einem besonders ausfallenden Maße, die ihr Profil nicht unter einem Klarnamen angelegt haben. Aber selbst wenn der Post unter einem Klarnamen veröffentlicht wurde, ist damit noch nicht viel gewonnen. Denn letztlich benötigen die Betroffenen für eine Kontaktaufnahme mindestens die Adresse. Diese zu ermitteln ist besonders aufwändig. Auf Unterstützung der Plattformbetreiber ist dabei auch nicht zu hoffen, da diese nicht zu einer Herausgabe der Daten ihrer Nutzer verpflichtet sind (BGH, ZUM 2007, 533).

Plattformbetreiber können allenfalls dazu verpflichtet werden, den rechtsverletzenden Beitrag zu entfernen. An dieser Stelle kommt dann das „notice and take-down“-Verfahren zum Tragen. Das bedeutet, dass der Plattformbetreiber vom Betroffenen oder dessen Rechtsanwalt über eine Rechtsverletzung in Kenntnis gesetzt und zur Beseitigung des Beitrags aufgefordert wird (BGH, MMR 2012, 124 m. Anm. Hoeren). Auf die Details dieses Verfahrens werden wir noch im Rahmen der Möglichkeiten der Betroffenen gegen Plattformbetreiber näher eingehen.

3.4 Welche Ansprüche können Betroffene geltend machen?

Entscheiden sich Betroffene dazu, gerichtlich gegen die Nutzer vorzugehen, so setzt auch dies stets die Identifizierung des Täters voraus.

Ist diese erfolgt, steht den Betroffenen auf zivilrechtlicher Ebene eine Reihe von Ansprüchen zur Seite. Dazu gehört insbesondere der Unterlassungsanspruch, der eine Wiederholung einer solchen Äußerung in der Zukunft verhindern soll. Daneben bestehen zudem der Beseitigungsanspruch, der auf die Löschung des Beitrags abzielt, sowie der Schadensersatzanspruch. Den Schadensersatzanspruch kann der Betroffene jedoch nur dann geltend machen, wenn er durch die einzelnen Äußerungen im Rahmen des Shitstorms einen materiellen Schaden erlitten hat und dem Nutzer ein Verschulden nachweisen kann. Dies betrifft vor allem den Anspruch auf Ersatz entstandener Rechtsanwaltskosten. Dem Nutzer ein Verschulden nachzuweisen, obliegt jedoch dem Betroffenen und ist in den meisten Fällen gar nicht so einfach.

3.5 Können Äußerungen auch strafrechtlich verfolgt werden?

Bei besonders herabwürdigenden oder beleidigenden Äußerungen kann der Betroffene die Angelegenheit auch durch die Strafverfolgungsbehörden verfolgen lassen. Besondere Relevanz erlangen im Rahmen des Shitstorm die Delikte Beleidigung, üble Nachrede und Verleumdung gemäß den §§ 185 bis 187 Strafgesetzbuch. Betroffene müssen jedoch beachten, dass Beleidigungen und unwahre Tatsachenbehauptungen nur auf Antrag des Verletzten strafrechtlich verfolgt werden.

Das strafrechtliche Verfahren ist völlig unabhängig von dem zivilrechtlichen Verfahren und kann parallel dazu betrieben werden. Denn letztlich haben beide Verfahren unterschiedliche Ziele. Während das Zivilverfahren die Streitigkeit zwischen den Bürgern in Form der Geltendmachung von Ansprüchen zum Gegenstand hat, setzt der Staat in einem Strafverfahren seinen Strafanspruch aufgrund eines Fehlverhaltens gegen den Täter durch.

Ist die Identität des Täters nicht bekannt, so ist es taktisch klug, zunächst das Strafverfahren einzuleiten. Die Strafanzeige wird dann zunächst gegen Unbekannt erstattet. Der Staatsanwalt hat sodann die Möglichkeit, über die Plattform die IP-Adresse und möglicherweise auch die weitere Kommunikation des Täters heraus zu verlangen. Oft sind Nutzer in sozialen Netzwerken aber auch mit ihrem Klarnamen registriert und verwenden auch ihr Profil mit ihrem Klarnamen, sodass dass der Täter der oben genannten Straftaten schnell ermittelt werden kann.

4. Welche Möglichkeiten haben Betroffene gegen Plattformbetreiber?

Shitstorms sind mehrheitlich ein Phänomen aus sozialen Netzwerken wie Facebook, Foren und Blogs. Betroffene fragen sich daher, ob es nicht auch Möglichkeiten gibt, gegen die Plattformbetreiber vorzugehen. Schließlich ermöglichen sie durch ihre Plattformen, dass es überhaupt zu Shitstorms und damit einhergehenden Rechtsverletzungen kommt. Die Antwort darauf ist oftmals etwas ernüchternd, da die Möglichkeiten hier begrenzt sind. Die Plattformbetreiber können für das reine Bereitstellen der Infrastruktur weder strafrechtlich belangt werden, noch haften sie gegenüber Betroffenen direkt zivilrechtlich auf Entschädigung oder Schadensersatz. Denn grundsätzlich haftet der Betreiber einer Seite auch im Falle eines Shitstorms grundsätzlich nur für seine eigenen Inhalte und für solche, die er sich zu Eigen gemacht hat (BGH, MMR 2009, 752 (753)). Darüber hinaus haften Plattformbetreiber für fremde Inhalte nach § 10 S. 1 Telemediengesetz als sog. „Störer“ dann nicht, wenn

„sie keine Kenntnis von der rechtswidrigen Handlung oder der Information haben und ihnen im Falle von Schadensersatzansprüchen auch keine Tatsachen oder Umstände bekannt sind, aus denen die rechtswidrige Handlung oder die Information offensichtlich wird, oder sie unverzüglich tätig geworden sind, um die Information zu entfernen oder den Zugang zu ihr zu sperren, sobald sie diese Kenntnis erlangt haben.“

Denn grundsätzlich kann der Betreiber der Seite nicht auf Antrieb erkennen, ob Kommentare einen Rechtsverstoß darstellen. Auch kann ihm nicht zugemutet werden, dies stets zu überprüfen und zu überwachen. Aus diesem Grund kommt eine Haftung erst ab Kenntniserlangung in Betracht (LG Hamburg, MMR 2012, 404 m. Anm. Leupold, LG Berlin, ZUM 2012, 712). Von einer Kenntniserlangung kann auch nicht schon dann ausgegangen werden, wenn der Betreiber der Seite eine automatische Benachrichtigung über den Eintrag erhalten hat oder diesen sogar selbst kommentiert hat. Denn allein die Kenntniserlangung von der Existenz des Beitrages bedeutet noch keine Kenntniserlangung von dessen Rechtswidrigkeit (EuGH, MMR 2012, 334 m. Anm. Solmecke/Dam.).

In diesem Zusammenhang hat sich das bereits angesprochene und aus dem US-Recht stammende „notice-and-takedown-Verfahren“ bewährt. Danach wird der Betreiber der Seite zunächst durch den vom Shitstorm Betroffenen über die Verletzung seiner Rechte informiert, damit dieser Zustand dann vom Betreiber der Seite unverzüglich beseitigt werden kann.

Nach der Rechtsprechung des BGH müsse dieser Hinweis dabei so konkret gefasst sein, dass der Rechtsverstoß auf der Grundlage der Behauptungen des Betroffenen unschwer – das heißt ohne eingehende rechtliche und tatsächliche Überprüfung – bejaht werden könne (BGH, MMR 2012, 124 m. Anm. *Hoeren*). Reagieren Plattformbetreiber nicht auf Löschungs-forderungen der Betroffenen müssen sie mit ihrer Inanspruchnahme auf Unterlassung, Beseitigung und Schadensersatz rechnen. Dies gilt jedenfalls dann, wenn eine Rechtsverletzung offensichtlich ist.

Die Plattformen selbst reagieren jedoch in aller Regel auf Löschungsaufforderungen und unterstützen Betroffene so schnell und effektiv, um im Falle eines Shitstorms Abhilfe zu schaffen. Mit gutem Beispiel geht dabei das Netzwerk Facebook voran. Die Plattform reagiert auf Anwaltsschreiben mittlerweile meist innerhalb von 24 Stunden.

5. Welche Form der Nachsorge sollte betrieben werden?

Vorsorge ist natürlich besser als Nachsorge. Dies gilt auch nach einem Shitstorm, denn letztlich kann dieser sich immer wieder ereignen.

Im Optimalfall sollten Unternehmen ihre eigenen „Spielregeln“ aufstellen. Welche Inhalte und welches Verhalten ist auf der eigenen Internet-Präsenz erwünscht bzw. unerwünscht? Die Präsenz sollte sowohl hinsichtlich kommunikativer und rechtlicher Elemente durch Community-Manager betreut werden. Entscheidend ist auch das Ausarbeiten von Social-Media-Guidelines für die Mitarbeiter, also Richtlinien für den Umgang mit sozialen Medien. Die mangelnde Medienkompetenz der eigenen Mitarbeiter führt nicht selten zu kommunikativen und rechtlichen Problemen.

Oft verbleiben zudem negative Beiträge als Altlasten im Netz. Unter bestimmten Voraussetzungen haben Unternehmen einen Anspruch gegenüber Suchmaschinen wie z.B. Google, solche Einträge aus den Rankings zu entfernen oder zu verdrängen. Betroffene sollten auch ihren Lösungsanspruch gegen die Plattformbetreiber geltend machen, sofern sie den Beitrag nicht so stehen lassen möchten.

6. Fazit

Die rechtliche Auseinandersetzung mit dem Thema Shitstorm hat in jedem Falle eines gezeigt: Die Kommunikation in den neuen Medien findet nicht

in einem rechtsfreien Raum statt. Die Anonymität im Netz ist ein Mythos. Letztlich können Rechtsverletzungen im Internet genauso verfolgt werden wie im realen Leben. Von einem Shitstorm betroffene Personen und Unternehmen sind dem also nicht schutzlos ausgeliefert. Vielmehr stellt das geltende Recht den Betroffenen eine Vielzahl von Ansprüchen zur Seite, die sie gegen die Täter geltend machen können. Sogar eine strafrechtliche Verfolgung ist unter Umständen möglich. Nutzer sollten sich daher genau überlegen, welche Inhalte sie ins Netz stellen und welche Aussagen sie in den sozialen Netzwerken tätigen – insbesondere, ob sie sich von der Dynamik eines Shitstorms mitreißen lassen.

Die Vielzahl der Fälle von Shitstorms zeigt, dass die Hemmschwelle persönlichkeitsverletzender Äußerungen im Internet sehr niedrig ist. Dies liegt vor allem an der Struktur des Internets, in der sich Nutzer zum Beispiel hinter Pseudonymen verstecken können. Dies macht die rechtliche Verfolgung für Betroffene zwar nicht unmöglich, erschwert sie jedoch. Aus diesem Grund wird seit längerer Zeit über eine Verpflichtung zur Klarnamennennung in sozialen Netzwerken diskutiert. Dahinter steckt der Gedanke, dass Nutzer, die sich hinter einem Pseudonym verstecken, eher zu rechtsverletzenden Äußerungen hinreißen lassen als solche mit einem Klarnamen. Doch Datenschützer sind gegen eine Klarnamenpflicht, da dies mit dem deutschen Datenschutzrecht nicht vereinbar sei. Darin sei klar geregelt, dass der Diensteanbieter die Pflicht habe, die Nutzung von Telemedien und ihre Bezahlung anonym oder unter Pseudonym zu ermöglichen, soweit dies technisch möglich und zumutbar ist. Eine Klarnamenpflicht wie sie das Netzwerk Facebook noch aufrechterhält, würde gegen diese gesetzliche Regelung verstoßen. Andere Plattformen wie Google+ hingegen haben sich bereits von der Klarnamenpflicht verabschiedet. Ob im Ergebnis bei der Diskussion der Sicherheitsaspekt der Nutzer überwiegen wird oder der Datenschutzaspekt, wird sich zeigen. Einen Shitstorm wird auch eine Klarnamenpflicht nicht verhindern, jedoch besteht die Hoffnung, dass dann die Äußerungen deutlich gemäßigter ausfallen werden.