

MEDIENRECHT

# Wenn Sie für **KOMMENTARE** Fremder den **KOPF** hinhalten

Wenn Sie als Bürgermeister einen Social-Media-Kanal betreiben, sind Sie rechtlich gesehen Medieninhaber – und damit auch verantwortlich für die Kommentare unter den Postings.

Text | Thomas Höhne

»» **Kein Poster hat Anspruch auf Veröffentlichung seines Kommentars.«**

**S**ocial Media sind eine tolle Sache. Ein paar Mal in die Tasten geklopft, und schon ist man bei den Bürgerinnen und Bürgern – die ihrerseits ebenso schnell ihre Meinung kundtun können. Aber hier kann es haarig werden. Wenn etwa in Kommentaren unter einem Facebook-Posting ein Unternehmen als „Betrügerfirma“ bezeichnet wird. Oder wenn gegen Minderheiten Stimmung gemacht wird. Hier kann leicht die Grenze zur Rechtsverletzung überschritten werden: Das Spektrum reicht von der simplen Beleidigung über die Kreditschädigung, von der Verletzung des Rechts am eigenen Bild bis zu urheberrechtlichen Delikten. Aber wer muss eigentlich den Kopf hinhalten, wenn am Facebook-Account der Gemeinde oder des Bürgermeisters klagbare oder gar strafbare Äußerungen auftauchen?

## **Der Facebook-Account als Medium**

Wenn Ihr Facebook-Account für mehr als ein paar Handvoll „Freunde“ einsehbar ist, handelt es sich um ein Medium. Genauer: um ein periodisches, elektronisches Medium, das einen Medieninhaber hat – ob das nun der Bürgermeister ist, die Bürgermeisterin oder die Gemeinde. Der Eigentümer des Accounts trägt nicht nur für die eigenen Inhalte Verantwortung, sondern auch für die Kommentare darunter.

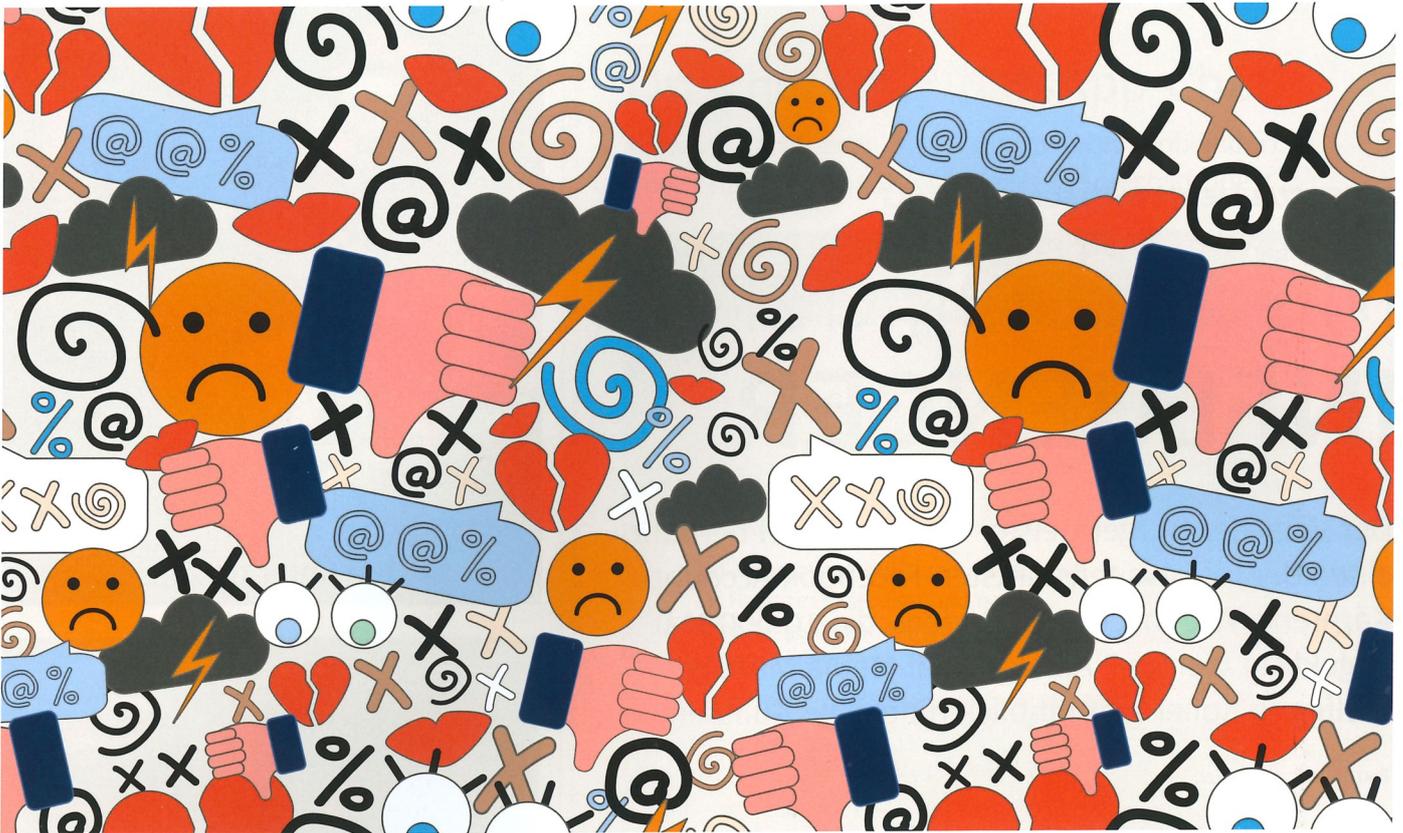
Keine Angst: Sie müssen nicht extra eine Person anstellen, die ununterbrochen nachschaut, ob Ihnen jemand ein „faules Ei“ auf Facebook gelegt hat. Aber auf einiges sollten Sie als Inhaber eines öffentlichen Profils achten.

So ist der Medieninhaber eines periodischen Mediums (sofern dieses meinungsbildend wirkt und nicht bloß eine knappe Selbstdarstellung

der Gemeinde ist) verpflichtet, eine Gegendarstellung zu veröffentlichen – vorausgesetzt, sie ist berechtigt. Und berechtigt ist sie, wenn jemand durch eine unwahre Tatsachenbehauptung persönlich betroffen ist. Das kann auch durch das Posting eines Users der Fall sein. Flattert also die Aufforderung zur Veröffentlichung einer Gegendarstellung in die Gemeinde-stube (meist von einem Rechtsanwalt verfasst), so wird es sinnvoll sein, schnell rechtlichen Rat einzuholen. Wird eine berechtigte Gegendarstellung nicht binnen fünf Tagen veröffentlicht, kann die betroffene Person dies gerichtlich durchsetzen. Und das kostet natürlich extra.

## **Einfach löschen ist manchmal das Beste**

Zwar ist grundsätzlich keine permanente Kontrolle der eingelangten Posts erforderlich. Wird der Account-Inhaber aber auf eine Rechtswidrigkeit in einem solchen Post hingewiesen, so heißt es handeln. Geht es um bloße Beschimpfungen, dann wird es am klügsten sein, den Kommentar einfach zu löschen. Schwieriger ist es, wenn es um Tatsachenbehauptungen geht. Solche können wahr oder unwahr sein. Behauptet also etwa ein User, beim Kauf eines bestimmten Produkts über den Tisch gezogen worden zu sein, so mag das stimmen oder auch nicht. Das Teuflische dabei ist, dass das betroffene Unternehmen nicht nur den Poster klagen kann, sondern auch den Medieninhaber, der die Behauptung ja (durch den Facebook-Account) trotz gegenteiliger Aufforderung weiterhin verbreitet. Ob Sie als Bürgermeister wirklich Lust haben, auf einen vielleicht nicht allzu verlässlichen Zeugen angewiesen zu sein, mit dessen Hilfe Sie die Wahrheit der verbreiteten



Behauptung beweisen müssten, sei dahingestellt. Im Zweifel gilt auch hier: löschen. Denn einen Anspruch auf Veröffentlichung hat kein Poster. Und wie schnell muss man löschen? So schnell es realistischerweise geht. Man wird also Zeit für eine möglichst unverzügliche Rückfrage beim Poster haben, man wird Zeit haben, den für den Account zuständigen Administrator zu verständigen, aber das muss dann wirklich flott gehen.

### **Ständig alle Kommentare kontrollieren?**

Es kann aber auch Situationen geben, in denen Sie als Inhaber eines Accounts verpflichtet sind, eingelangte Posts zu kontrollieren. Dann nämlich, wenn mehrere bösartige Posts zu einem Thema einlangen, sich also eine Art Kampagne entwickelt oder – im schlimmsten Fall – ein Shitstorm. So widerfuhr es einem Tourismusverband, der ein Online-Gästebuch führte, in dem sich plötzlich etliche Gäste über den „schlechtesten Wirt Österreichs“ auszulassen begannen. Der Tourismusverband hatte nach dem ersten Post, auf den er noch hingewiesen worden war, übersehen, dass eine regelrechte Kampagne losgerollt war. Er haftete und wurde erfolgreich auf Unterlassung der weiteren Verbreitung dieser Behauptungen geklagt.

Im Regelfall wird ein Betroffener jedenfalls auch gegen den Poster selbst vorgehen wollen. Gelegentlich verbergen sich Poster aber hinter

fantasievollen Decknamen. Kann eine von einer Äußerung betroffene Person plausibel ihre Ansprüche darlegen, so müssen Sie als Medieninhaber Name, Adresse und Mailadresse herausgeben – wenn Sie diese haben.

Die gute Nachricht zum Schluss: Es ist immerhin nicht Ihre Aufgabe als Medieninhaber, Nachforschungen anzustellen oder diese Poster aufzufordern, ihre Identität preiszugeben. Sie sind nur für Ihren eigenen Facebook-Account verantwortlich – was oft schwierig genug ist. <sup>B</sup>

Wenn unter Ihren Postings Beleidigungen, Verhetzungen oder Urheberrechtsverletzungen stattfinden, müssen Sie handeln. Die gute Nachricht: Ihnen bleibt dazu ein wenig Zeit.

### **Wenn auf den Kommentarspalten gerülpelt wird**

#### **Viele merken gar nicht, wenn sie einen Rechtsbruch begehen.**

- ▶ Die Grenze zur Rechtsverletzung ist rasch überschritten: Das können etwa üble Nachrede, hetzerische Kommentare oder Lügen sein.
- ▶ Als Betreiber eines Social-Media-Accounts können Sie oder Ihre Gemeinde auch für Kommentare unter Postings belangt werden.
- ▶ Auch gezielte Kampagnen oder „Shitstorms“ gegen bestimmte Personen oder Firmen können kreditschädigend sein.
- ▶ Im Zweifelsfall sollten problematische Kommentare gelöscht werden – im besten Fall nach Rücksprache mit dem Autor oder der Autorin.
- ▶ Flattert die Aufforderung zu einer Gegendarstellung in die Amtsstube, ist rasches Handeln angesagt. Sonst drohen weitere anwaltliche Kosten.
- ▶ Ist Ihnen der Urheber eines klagbaren Kommentars bekannt, müssen Sie dessen Daten herausgeben. Eigene Recherchen sind aber nicht nötig.