

# Social Media für Unternehmen und Behörden

## Interview mit Claudia Keller, Rechtsanwältin

Immer mehr Unternehmen und Behörden sind auch in den Sozialen Medien wie Facebook und Twitter präsent, Social Media ist fester Bestandteil der Unternehmenskommunikation geworden. Wir haben Claudia Keller von der **Kanzlei Wenger & Vieli** zum Thema befragt:

*Mit der wachsenden Bedeutung von Twitter, Facebook für die Unternehmenskommunikation rücken auch zunehmend rechtliche Fragen in den Mittelpunkt des Interesses. Was sind die häufigsten Fragen, die Ihnen gestellt werden?*

Da ich auf Medien-, Immaterialgüter- und Werberecht spezialisiert bin, beschlagen die meisten Anfragen diese Themen. Es sind einerseits Anfragen von Markeninhabern, die wissen wollen, wie sie ihre Marken auch im Umfeld von Social Media schützen, verteidigen und überwachen können. Des Weiteren sind es Anfragen von Klienten, welche Aktivitäten auf Social Media Plattformen, insbesondere Werbekampagnen und Wettbewerbe, geprüft haben möchten. Es gelten hier dieselben rechtlichen Anforderungen wie für andere online oder auch „offline“ Aktivitäten, hinzukommen allerdings die Nutzungsbedingungen der Plattformbetreiber, welche diesbezüglich tückisch sein können. Auch die Nachfrage nach Vorschlägen oder Muster für Social Media Guidelines wächst.

*In Deutschland sind Unternehmen verpflichtet, ihre Facebookpräsenzen mit einem Impressum auszustatten. Welche Angaben sind in der Schweiz und Unternehmen und Gemeinden Pflicht, welche Angaben sind ratsam?*

Seit dem 1. April 2012 kennen wir in der Schweiz auch eine Impressumspflicht, welche allerdings weniger weitreichend ist, als jene in Deutschland. Die Regelung ist in Art. 3 Abs. 1 lit. s des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) zu finden. Gemäss dieser Bestimmung verhält sich unlauter, wer Waren, Werke oder Leistungen im elektronischen Geschäftsverkehr anbietet und es dabei unter anderem unterlässt klare und vollständige Angaben über seine Identität und seine Kontaktadresse zu machen. Mindestangaben sind Name oder Firma, Adresse, Telefonnummer und E-Mailadresse. Weitere Angaben sind optional. Die Impressumspflicht gilt aber nicht nur für herkömmliche Webseiten, sondern auch für kommerzielle Angebote auf Social Media Plattformen. Ich empfehle daher Unternehmen, die ihre Waren und Dienstleistungen über Social Media Plattformen bewerben und anbieten diese Angaben auch auf den dortigen Seiten zu machen. Für Gemeinden und die öffentliche Verwaltung gilt diese Impressumspflicht nicht, da sie (in der Regel) keine Waren, Werke oder Leistungen im elektronischen Geschäftsverkehr anbieten. Bürger

schätzen aber wohl auch bei Behörden die Angabe von Kontaktmöglichkeiten im Sinne eines „Kundenservices“.

*Im Gegensatz zum deutschen Markt sind die Juristinnen und Juristen in der Schweiz eher zurückhaltend was Aktivitäten im Bereich Social Media angeht. Welche Gründe sehen Sie hierfür?*

Diese Aussage trifft so nicht zu. Netzwerke wie Xing und LinkedIn werden gemäss meinen Beobachtungen rege genutzt, wenn auch eher als elektronisches Adressbuch. Was Angebote wie Facebook, Twitter oder Google+ betrifft, so sind auch dort gewisse Aktivitäten auszumachen. In Bezug auf Twitter stelle ich fest, dass eine beträchtliche Anzahl Kollegen und Kolleginnen den Dienst aktiv nutzen und ein reger und toller Austausch stattfindet. Es trifft aber sicher zu, dass Kanzleien selber Social Media Auftritte noch eher scheuen. Dies hängt wohl damit zusammen, dass das Anwaltsbusiness eine eher konservative Branche ist und die Entscheidungsträger in den Kanzleien selber sich wahrscheinlich vielfach nur theoretisch mit Social Media auseinandersetzen, selber aber die Plattformen wenig oder gar nicht nutzen. Damit fehlt ihnen auch die Vorstellung, wie Social Media den Kanzleiauftritt sinnvoll ergänzen könnte. Ich sehe hier durchaus Potenzial im Bereich Recruiting oder Alumni-Bindung. Ich beobachte die Social Media Aktivitäten ausländischer Kanzleien und bin überzeugt, dass in Zukunft auch Schweizer Kanzleien Social Media vermehrt einsetzen werden.

Lic. iur. **Claudia Keller** ist Rechtsanwältin bei der **Kanzlei Wenger & Vieli** in Zürich. Sie ist vorwiegend in den Bereichen Immaterialgüterrecht (insbesondere Markenrecht und Urheberrecht) sowie Medien- und Kommunikationsrecht tätig und berät Unternehmungen im rechtlichen Umgang mit Medien-, Werbe- und Immaterialgüterrechtsfragen. Claudia Keller hat neben ihrer juristischen Ausbildung interdisziplinäre Weiterbildungen im Bereich Brand Management (HSLU) und Social Media Management (Somexcloud) absolviert. Sie hält regelmässig Vorträge zum Thema Social Media und Recht und unterrichtet hierzu auch am Institut für Kommunikation und Führung IKF in Luzern.

Die Fragen stellte Joachim Leser