

MIT RECHT

DER RICHTER IST NE ALTE-MEDIEN-SAU

Manche Gerichte leben offenbar nur in der klassischen Medien-Welt und verstehen nicht die enorme Wirkung des Domino-Effekts Sozialer Medien, schreibt Medienrechtsanwalt Michael Schmuck.

Getwitterte Kriegsdrohungen von Präsidenten, Shitstorms wegen Gretas Bahn-Getwitter, Klagen gegen Merkels manipulativen Facebook-Auftritt, Morddrohungen wegen Oma-Umweltsau und gegen einen evangelischen Bischof, Hasstiraden gegen Politiker, Mobbing gegen Mitschüler, hunderttausendfach impulsive Likes und Dislikes. Bundesweit, europaweit, weltweit werden Social-Media-Nachrichten verbreitet und diskutiert. Millionenfach bringen sie Aufruhr. Blitzartig. Doch einige Gerichte scheinen die Sozialen Medien noch immer nicht so recht ernst zu nehmen. In Rechtsprechungskreisen hat es sich vielleicht noch nicht herumgesprochen: Soziale Medien sind auch Medien. Andere, neue, inoffizielle, parallele – aber Medien.

Was konsumiert Vreni?

Die offene Produktwerbung der Influencerin Vreni Frost hat das Kammergericht Berlin – zum Teil – als redaktionelle Information eingestuft.¹ Die 50.000 Follower wollten doch schon gern wissen, welche Produkte Vreni gern konsumiert, wenn sie von einer Reise zurückkehrt. Markennamen zu zeigen, komme nur den zu erwartenden Anfragen der Follower zuvor: 50.000 Follower. Manche Talk-Show nach 22 Uhr wäre glücklich damit. Würde aber dort jemand von seinen wunderbaren Nike-, Puma-, Adidas- oder Converse-Schuhen schwärmen, würden die Richter das wohl sofort verbieten. Das Landgericht Tübingen hat festgestellt, dass Wikipedia keine erhebliche



Ein einzelner Post ist ebenso wenig gefährlich wie ein einzelner Piranha. Aber ein Schwarm ist es.“

1) KG Berlin, Urteil: 8. 1. 2019, Az. 5 U 83/18

2) LG Tübingen, Urteil: 18. 7. 2012, Az. 7 O 525/10

3) OLG Köln, Urteil: 7. 1. 2014, Az. 15 U 86/13

4) OLG München, Urteil: 17. 3. 2016, Az. 29 U 368/16

Breitenwirkung habe, da der Nutzer ja nur bei gezielter Suche auf einen Beitrag stoße.² Aha! Aber eine Zeitung wird überwiegend auch nur von gezielt Lesenden wahrgenommen.

Ähnlich hat das OLG Köln entschieden:³ Zwei knutschende Promis in einer Diskothek können zwar von vielen Menschen mit Smartphones umgeben sein, die sie fotografieren und die Fotos posten. Aber das sei etwas anderes als das Publizieren auf der Webseite einer Boulevardzeitung. Die Knutschenden müssten mit Pressefotos nicht rechnen.

Wie oft die Knutschfotos durch Soziale Netzwerke flutschten, spielte keine Rolle. Es macht also einen Unterschied, ob ein Foto für ein potenzielles breites Publikum bereitgehalten wird oder ob es von Einzelnen im Domino-Effekt verbreitet wird.

So sah es auch das OLG München im Fall von Hetzkommentaren auf Facebook, die Bild dann veröffentlichte: Das Posten im Netz sei nicht vergleichbar mit der Breitenwirkung eines Massenmediums.⁴ Das Netz ist also kein Massenmedium. Alles nur Domino.

Vielleicht ist es aber nicht nur der Domino-Effekt, den Gerichte unterschätzen, sondern auch der Schwarm-Effekt: Ein einzelner Post ist ebenso wenig gefährlich wie ein einzelner Piranha. Aber ein Schwarm ist es. Würden sich Richter mal von Piranhas bedroht fühlen, würde sich die Rechtsprechung rasch ändern – im Domino-Effekt.

→ Michael Schmuck ist Journalist, Rechtsanwalt, Autor und Dozent in Berlin. Im Januar ist die Neuauflage seines Buches *Presserecht – kurz und bündig* erschienen.

DIE DEUTSCHE
AUTOMATENWIRTSCHAFT

» FÜNF
REGELN MACHEN
DEN UNTERSCHIED. «

Anne, 38, Automatenunternehmerin

WIR KÄMPFEN FÜR EIN LEGALES SPIEL
MIT FÜNF REGELN FÜR SPIELHALLEN:

Zutritt nur ab 18 • Kein Alkohol • Geschultes Personal
Spielerschutz • Geprüfte Qualität



automatenwirtschaft.de

Die Deutsche Automatenwirtschaft ist sich ihrer Verantwortung für Spieler und Gesellschaft bewusst. Darum halten wir uns an strenge Grundsätze. Spielteilnahme erst ab 18 Jahren. Übermäßiges Spielen ist keine Lösung bei persönlichen Problemen. Beratung/Info-Tel. BZgA unter 01801-372700 (3,9 Cent/Min. aus dem dt. Festnetz, max. 42 Cent/Min. aus deutschen Mobilfunknetzen).