

Angriff auf die Ehre des Unternehmens

Wie wehrt man sich gegen raunende Texte auf scheinseriösen Webseiten?

BERLIN, 15. Oktober. Mit Risiken für die Reputation eines Unternehmens verbindet man meist kritische redaktionelle Berichte, sei es im TV, in der Zeitung oder im Web. Oder Kundenbeschwerden in Form von „shit storms“. Doch seit einiger Zeit macht eine andere Methode im Netz Firmen zu schaffen: Urplötzlich erscheinen Artikel mit schweren Vorwürfen auf kleinen Webseiten. Bei der Eigensuche in den Suchmaschinen sind diese oft weit vorne zu finden und scheinen nur darauf abzuzielen, dem Betroffenen zu schaden. Das Internet war noch nie ein rechtsfreier Raum; das gilt auch, wenn die Angriffe auf die Unternehmensreputation immer perfider werden.

Die Masche trifft häufig Unternehmen aus der Finanzbranche, nicht unbedingt große Player, eher Mittelständler auf der Suche nach Finanzierungsmöglichkeiten, zum Beispiel über Crowdfunding. Besonders anfällig sind Firmen mit geringer eigener Netzpräsenz. Der Schock kommt meist mit dem Anruf des Geschäftspartners oder der Bank: „Wissen Sie, was ich gerade über Sie im Netz gelesen habe?“ Schaut man dann selbst, erkennt man den Sprengstoff: Der Look der Seiten seriös, von Verbraucherschutz ist die Rede und dass man vor schwarzen Schafen einer Branche warnen will. In dem Umfeld findet sich der Unternehmer dann wieder. „Unseriös“ sei er, Geschäftspartner hätten auch schon „Strafanzeige“ gestellt, und das Unternehmen stehe „auf der Kippe“.

Zum Teil sind die Artikel gespickt mit Details, die nur von Geschäftspartnern kommen können. Meist bleibt es nicht bei einem Text: Immer mehr Artikel tauchen auf. Google und Co. ranken die Artikel hoch, weil technische Maßnahmen das „Interesse“ der Suchmaschinen an dem Inhalt wecken. Die Betroffenen haben dem wenig eigenen Inhalt entgegenzusetzen.

Solche Fälle landen oft bei Medienrechtlern, für die das harte Nüsse sind. In der Sache haben die meisten Berichte nichts mit Journalismus zu tun: Zu Vorwürfen muss vor einer Berichterstattung der Betroffene angehört werden – das unterbleibt regelmäßig. Über eine Strafanzeige darf man ohne weitere Umstände nicht einfach so berichten, denn Anzeige



Nebelkerze: *Manch eine Seite sitzt angeblich in der Mongolei.*

Foto dpa

kann jeder gegen jeden stellen. Häufig stimmen auch Passagen schlicht nicht, was der Betroffene auch nicht hinnehmen muss. Die Kontaktdaten verweisen bisweilen auf die Mongolei oder die Marshall Islands, aber wie soll eine deutsche einstweilige Verfügung dort zugestellt werden? Die Betreiber selbst sitzen nicht in der Südsee, sondern an einem Ort, wo der Arm der deutschen Justiz zugreifen könnte. Aber das lässt sich meist nicht beweisen.

Wie kommt es zu solchen Kampagnen? Vieles spricht dafür, dass es sich um Lohnschreiberei handelt: Anders lässt sich kaum erklären, warum sich unbedeutende Seiten mit verschleiertem Impressum und ohne jegliche journalistische Recherche auf einmal in Serie mit einem regionalen Finanzmakler oder Fondsentwickler befassen. Zum Teil macht es den Eindruck, dass die Betreiber auch darauf warten, dass generierte Betroffene Geld anbieten, damit das Bombardement mit Negativ-Artikeln aufhört. Manche Seitenbetreiber gehen sogar auf die betroffenen Unternehmer mit einem Angebot zu: Sie können ja die „Nutzungsrechte“ an den Arti-

keln erwerben. Sprich: Gegen Geld nimmt der Seitenbetreiber die schädigenden Inhalte vom Netz. Es geht zum Teil um sechsstellige Summen.

Wie bei allen Erpressungsversuchen ist nicht zu raten, sich auf derartige Angebote einzulassen. Denn mit rechtlicher Hilfe ist man nicht schutzlos. Eine erprobte Methode ist, gegen die ausländische Seite wie gegen einen normalen Gegner mit Unterlassungsansprüchen vorzugehen und eine einstweilige Verfügung durchzusetzen. Diese einstweilige Verfügung kann man zum einen den beunruhigten Geschäftspartnern vorlegen. Und vor allem: Man kann sie bei den Suchmaschinen einreichen, die dann in aller Regel die Verlinkung zu der Seite bei einer Suche nach dem Unternehmen löschen. Der Bundesgerichtshof verlangt das von ihnen ausdrücklich, wenn ein gerichtlicher Titel gegen einen Dritten da ist (Az.: VI ZR 489/16). Wer also bei Google mit passenden Suchbegriffen sucht, wird dann nicht mehr fündig.

DOMINIK HÖCH

Der Autor ist Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht in Berlin.