
RECHT

Social Media in Unternehmen

Fluch und Segen der Netzwerke

Facebook, Twitter und Blogs werden als neue Form der Kommunikation gefeiert und von vielen Marketingstrategen als das Mittel der Zukunft einer gelungenen PR angepriesen. Wie so oft ist ein kritischer zweiter Blick ratsam. VON BERND WELLER

In Deutschland ist „ambush marketing“, also nicht als solche erkennbare Werbung, unzulässig. Viele Unternehmen fordern ihre Mitarbeiter auf, in Social Media ihr Unternehmen und dessen Produkte positiv zu beschreiben. Gerade dann, wenn die Mitarbeiter nicht im Namen des Unternehmens, sondern in der „Ich-Form“ auftreten, kann dies als unzulässige Werbung kritisiert werden. Dann können konkurrierende Unternehmen diese Äußerungen in Social Media aufgreifen und das Unternehmen (und die Mitarbeiter persönlich) zur Abgabe einer strafbewehrten Unterlassungserklärung auffordern und im Wege des einstweiligen Rechtsschutzes Unternehmen und Mitarbeitern solche Äußerungen untersagen lassen.

AGB müssen beachtet werden

Unabhängig davon müssen bei jeder Äußerung in Social Media die Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB) der jeweiligen Plattform beachtet werden. Bei vielen Plattformen sind gewerbsmäßige oder werbende Äußerungen untersagt. Datenschutzrechtlich können die Äußerungen in Social Media als unzulässige „kalte“ Werbemaßnahme bewertet werden. Die Zusendung von Werbematerial bedarf nämlich der vorherigen

Zustimmung des Beworbenen und ist ansonsten unzulässig. Auch hier drohen die bereits eingangs geschilderten finanziellen Abmahnrisiken.

Es versteht sich von selbst, dass diffamierende Äußerungen über die Konkurrenz verboten sind und nicht nur finanziell (Gerichtsverfahren), sondern – im Falle des Bekanntwerdens dieses Vorgehens – auch marketingtechnisch ein Eigentor darstellen. Wenn Mitarbeiter in Social Media tätig werden sollen, lohnt sich für jedes Unternehmen deren Schulung und Sensibilisierung für rechtliche Grenzen und Gefahren.

Netzwerken während der Arbeitszeit

Beim Einsatz von Social Media (unter eigenem Namen) ist heute zu bedenken, was bei der Einführung von E-Mails häufig vergessen wurde: Die Nutzung muss reglementiert und dabei bedacht werden, dass die zugelassene Privatsnutzung den Arbeitgeber zum Telekommunikationsdiensteanbieter der Mitarbeiter macht und ihm damit fast alle Kontrollmöglichkeiten nimmt. Der Missbrauch einer solche Genehmigung sowohl im Hinblick auf den zeitlichen Umfang der Tätigkeiten in Social Media sowie die sonstige private Nutzung des

Internets (Ebay, pornografische Seiten und anderes) liegen nahe. Deutliche arbeitsrechtliche Anweisungen im Hinblick auf den zulässigen zeitlichen und inhaltlichen Umfang der Nutzung von Social Media sind dabei dringend anzuraten.

In dem Zusammenhang stellt sich die Frage, ob Mitarbeiter überhaupt zu einer solchen Tätigkeit gezwungen werden können. Schließlich sollen sie einen (vermeintlich) privaten Account eröffnen und damit einen Teil ihrer Privatsphäre aufgeben. Ein Mitarbeiter kann zu Tätigkeiten in Social Media „unter eigener Flagge“ daher regelmäßig nicht gezwungen werden; lediglich eine Tätigkeit unter dem Account des Arbeitgebers wäre erzwingbar.

Ebenfalls geregelt werden sollte, ob und inwieweit der Arbeitnehmer E-Mail-Benachrichtigungen aus den Social Media auf seinem betrieblichen Account empfangen darf. Bei einer gemischten Nutzung des Social-Media-Accounts für private und dienstliche Zwecke würde dann nämlich auch der dienstliche E-Mail-Account den schon genannten Kontrollrestriktionen unterfallen. Bei dem Verweis des Mitarbeiters auf die Nutzung eines privaten E-Mail-Accounts für die Social Media besteht andererseits die Gefahr, dass etwaige Da-



ten (etwa Kundendaten) in die privaten Hände des Mitarbeiters geraten und dem Zugriff des Unternehmens entzogen werden. Auch hierzu sollte eine eindeutige Regelung gefunden werden.

Äußerungen auf Facebook und Co.

Entgegen landläufiger Meinung sind Internet und Social Media kein rechtsfreier Raum – und schon gar kein geheimes. Dort öffentlich getätigte Äußerungen über das eigene Unternehmen, den Chef oder Kollegen sollten daher wohlüberlegt sein. Sie können sehr wohl Anlass für eine rechtmäßige Abmahnung oder auch Kündigung sein. Deutsche Unternehmen prüfen das Internet (noch) sehr zurückhaltend. In den USA spielen Äußerungen in Social Media mittlerweile bei Kündigungen (und Scheidungen) eine herausragende Rolle.

Kunden- und sonstige Daten in Social Media

Schließlich gibt es für „moderne“ Unternehmen noch etwas zu bedenken: Immer mehr Unternehmensvertreter beklagen, dass Mitarbeiter vertrauliche Firmendaten (Kalkulationen oder Kundendaten) mehr oder weniger bedenkenlos in Social Media der breiten

Öffentlichkeit – und der Konkurrenz – zugänglich machen. Das ist an sich schon bedenklich. Wenn die Kartellbehörden damit beginnen, Social Media gezielt auszuwerten, kann das für viele Unternehmen zum finanziellen GAU werden. Und sogar der „normale“ Gebrauch von Social Media bedeutet ein großes Risiko – die Bemühungen um Vertraulichkeit von Kundenadressen werden gekonnt umgangen. Vertriebsmitarbeiter sind längst über Facebook, Xing, LinkedIn und andere Netzwerke mit „ihren“ Kunden verbunden oder „befreundet“. Zunehmend werden die klassischen Kontaktdaten durch Social Media überflüssig gemacht. Das Unternehmen muss gut vorgesorgt haben, damit es vom Mitarbeiter am Ende von dessen Tätigkeit zumindest eine Kopie der Social-Media-Daten verlangen kann; die Herausgabe der Daten ohne jeglichen Rückbehalt beim Mitarbeiter wird das Unternehmen wohl nicht verlangen können – anders als bei den klassischen Excel- oder Outlook-Formaten. ☹

Der Autor: Bernd Weller

ist Rechtsanwalt und Fachanwalt für Arbeitsrecht in der Kanzlei Heusing Kühn Lüer Wojtek, Frankfurt am Main

Urteils-Ticker

EINKAUF IN DER PAUSE IST UNFALLVERSICHERT

Wenn ein Mitarbeiter in der Pause den Betrieb verlässt, um ein Vesper zu kaufen oder ein Restaurant aufzusuchen, ist er auf dem Weg unfallversichert, weil dies im inneren Zusammenhang mit seiner Tätigkeit steht, urteilte das Sozialgericht (SG) Frankfurt. Anders sieht es aus, wenn er in der Pause private Einkäufe macht oder nur einen Spaziergang unternimmt.

INFO: SG Frankfurt, S 23 U 252/09

PRODUKTANGABEN IM INTERNET SIND VERBINDLICH

Wer bei Ebay ein Angebot einstellt und dabei eine bestimmte Beschaffenheit der Ware angibt, muss die Ware auch wie beschrieben ausliefern, entschied das Kammergericht (KG) Berlin. Daran ändern auch später geschlossene Zusatzverträge nichts. Im vorliegenden Fall hatte ein Verkäufer ein Auto als „scheckheft-gepflegt“ angeboten, dies aber in einem später geschlossenen Vertrag nicht mehr genannt. Im Urteil heißt es: „Mit der Abgabe des Höchstgebots kommt der Vertrag zu den Bedingungen zustande, die der Anbieter im Internet benannt hat.“

INFO: KG Berlin, 7 U 179/10

BEI SCHEINANSTELLUNG ENTFÄLLT KRANKENVERSICHERUNGSSCHUTZ

Wird ein Arbeitsvertrag offenkundig allein zur Absicherung vor Krankheit abgeschlossen, führt das nicht zu einer Mitgliedschaft in der gesetzlichen Krankenversicherung, entschied das Landessozialgericht (LSG) Sachsen-Anhalt. Im entschiedenen Fall hatte der Besitzer eines Imbissbetriebs seine Tochter, die kurz nach der Anstellung längere Zeit arbeitsunfähig erkrankte, auf 400-Euro-Basis für eine 40-Stunden-Woche angestellt.

INFO: LSG Sachsen-Anhalt,

L 10 KR 52/07