

ESSAY

DIE TÜCKEN DER NEUEN MEDIEN

Social Media gewinnt für Unternehmen zunehmend an Bedeutung. Folglich steigt die Notwendigkeit von **Spielregeln** für die Mitarbeiter eines Unternehmens. Doch wie sollten solche aussehen? Was sind relevante Inhalte?



Braucht ein Unternehmen Social Media Richtlinien?

Foto: Nickmeier / Dreamstime.com

Der **Human Resources Manager** griff bereits vor über einem Jahr in dem Artikel „Einladung mit Leitplanken“ die Diskussion zum Thema **Social Media Richtlinien** auf. Demnach stehen auf der einen Seite Juristen, die ein Verbot von Social Media am Arbeitsplatz im Zweifel als die beste Lösung empfehlen. Auf der anderen Seite weisen **Social Media Manager** auf die Potenziale einer Social Media Kommunikation hin. Sie schütteln über die Idee eines konsequenten Verbotes für Mitarbeiter, aufgrund der Anforderungen an eine **authentische, moderne Kommunikation**, verständnislos den Kopf. Bei diesen konträren Ansatzpunkten scheint die salomonisch-pragmatische Lösung, zehn Spielregeln zum Thema Social Media in Form einer Präsentation oder eines animierten Videos zusammenzufassen naheliegend.

Doch die hinter einer Social Media Kommunikation aufkommenden Probleme werden mit einem bunten Leitfaden zum richtigen Verhalten der Mitarbeiter im Social Web allein nicht gelöst. Denn Verantwortliche aus den Bereichen Personal, Konzernrevision und IT-Sicherheit sehen sich hier mit Rechtsfragen konfrontiert wie: „Was mache ich, wenn ein Mitarbeiter eine Freigabe von Internet und Social Media tatsächlich zum Nachteil der Firma ausnutzt?“, „Wie kommen wir unseren **Aufbewahrungs- und Dokumentationspflichten** nach, ohne die Persönlichkeitsrechte der Mitarbeiter zu verletzen?“ und „Wie können wir weiterhin **Datensicherheit** gewährleisten?“. Aufgrund dessen ist das Aufstellen von Social Media Richtlinien eine komplexe Aufgabe, die nicht nur den Bereich Kommunikation betrifft.

Der Grundrechtskonflikt

Wenn **Mitarbeiter als Markenbotschafter** im Social Web auftreten sollen, beinhaltet dies zwangsläufig einen Grundrechtskonflikt zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer. Schließlich soll der Arbeitnehmer zwar eigenverantwortlich und selbstständig nach außen agieren, aber das alles natürlich im Interesse und damit in einem vorgegebenen Rahmen der Firma. Anders ausgedrückt: Bemerkungen via Twitter & Co. sind gerne gesehen, negative Kommentare oder ständige privat-ironische Postings bei aller Liebe zur Authentizität jedoch weniger. Damit kollidiert an dieser Stelle das Grundrecht der Unternehmerfreiheit des Arbeitgebers, welche das **Weisungsrecht** und die Herrschaft über die Betriebsmittel beinhaltet, mit dem **Persönlichkeits-, Datenschutz- und Meinungsäußerungsrecht** des Arbeitnehmers.

Keine Trennung von dienstbezogener und privater Nutzung

Neben dem vorgenannten Grundrechtskonflikt ist zu berücksichtigen, dass weder die Nutzung von Social Media, Internet und E-Mail unterschiedlich betrachtet werden kann, noch eine Trennung von dienstbezogener und privater Nutzung tatsächlich möglich ist.

Insbesondere erstere Feststellung klingt banal. Schließlich ist das Internet zwingende Voraussetzung, um Social Media Dienste zu nutzen. Social Media Anwendungen wiederum lassen dem Nutzer Nachrichten an den angegebenen E-Mail-Account per E-Mail zukommen. Trotzdem finden sich in Unternehmen immer wieder Social Media Leitlinien, die die Mitarbeiter praktisch auffordern, Social

Media aktiv zum Vorteil des Unternehmens zu nutzen, während zeitgleich Internet-, Email- und IT-Richtlinien vorgehalten werden, die dem Mitarbeiter nur eine äußerst restriktive, sprich ausschließlich dienstbezogene Nutzung der IT-Systeme, erlauben. Doch wie sollte eine aktive, aber „ausschließlich dienstbezogene“ Nutzung des interaktiven Mediums Social Media aussehen? Ein Beispiel: Ein ursprünglich dienstbezogener Chat mit einem Geschäftskontakt via Facebook gleitet zum Thema „Tauchurlaub“ ab. Hierüber wird noch weitere fünf Minuten gesprochen. Eine halbe Stunde später erhält der Mitarbeiter an seinen E-Mail-Account die Mitteilung zu einer Facebook-Nachricht á la „Max Mustermann hat Dir folgende Nachricht geschickt ‚Hallo, hier noch der Link zu dem tollen Hotel auf den Malediven! Bis bald!‘“ Diese Nachricht beziehungsweise E-Mail hat ebenso wie der vorgehende Chat keinerlei dienstlichen Bezug. Aber hätte der Mitarbeiter den Chat mit dem Geschäftspartner beenden sollen? Und wo ist der Unterschied zum üblichen Smalltalk, der vor und nach analogen Geschäftsterminen stattfindet?

Verbot von Social Media

Dennoch wird ein Verbot von Social Media sowie der privaten Internet- und E-Mail-Nutzung nur allzu oft als die beste Lösung für ein Unternehmen präsentiert. Schließlich ist eine solche Weisung leicht zu regeln. Die aufgezeigte Grundrechtskollision nebst Folgeproblemen ist damit theoretisch auch erheblich entschärft: Mitarbeitern ist die private Nutzung im Interesse des Unternehmens untersagt, **stichprobenartige Kontrollen** der Einhaltung des Verbotes hingegen erlaubt, sodass folglich Verstöße mit dem bekannten Instrumentarium (Abmahnungen etc.) bequem geahndet werden können. Den Dokumentations- und Aufbewahrungspflichten stehen keine Bedenken hinsichtlich einer möglichen Haftung aufgrund von Persönlichkeits- und Datenschutzrechtsverletzungen entgegen, da sich keine privaten Daten – wie private Emails oder Fotografien – auf den Servern befinden dürfen. Und schließlich sinkt die Wahrscheinlichkeit für ein „Ausplaudern“ von Firmengeheimnissen auf einer der Web-2.0-Plattformen, wenn diese ohnehin verboten sind.

Das klingt gut. Man könnte aber auch sagen: „Träum weiter!“ Denn in der Praxis sieht das etwas anders aus.

Aus rechtlicher Sicht ist ein Verbot konsequent durchzusetzen. Der Arbeitgeber muss jegliche Verstöße mit arbeitsrechtlichen Maßnahmen sanktionieren. Andernfalls entsteht unter den folgenden Voraussetzungen eine **Duldung beziehungsweise eine faktische Erlaubnis**:

1. Die (private) Nutzung von Social Media beziehungsweise Internet & Co. durch den Arbeitnehmer ist für den Arbeitgeber erkennbar.
2. Der Arbeitnehmer kann aufgrund eines mangelnden Einschreitens des Arbeitgebers darauf vertrauen, dass die Duldung des Arbeitgebers beibehalten wird.

In der Praxis wird die angemessene Nutzung in der Regel durch die Geschäftsführung toleriert. Liegt die faktische Erlaubnis aber einmal vor, so ist eine arbeitsrechtliche Sanktionierung der Mitarbeiter ebenso wenig einfach möglich, wie eine Kontrolle der Mitarbeiter. Auch stehen **Persönlichkeitsrechtsverletzungen** der Mitarbeiter durch das Speichern von (privaten, personenbezogenen) Daten im Raum. Hinzu kommt, dass ein Unternehmen

kaum die Rekrutierung via **Facebook, Twitter & Co.** vornehmen und dann die Social Media Nutzung untersagen kann – die **Generation Y** wird jedenfalls mit einem herzlichen Lachen dazu Stellung nehmen. Davon abgesehen, kann den Mitarbeitern die private Nutzung von Social Media mit privaten Geräten nicht verboten werden – folglich twittert der Mitarbeiter eben mit seinem Smartphone auf der Firmentoilette über das Unternehmen.

Auswirkungen auf die rechtliche Betrachtung

Wenn jedoch die bisher in Richtlinien vorgenommene Trennung von privater und dienstlicher IT-Nutzung im Bereich Social Media derart scharf in sinnvoller Weise ebenso wenig möglich ist, wie die Durchsetzung eines grundsätzlichen Verbots der (privaten) Nutzung von Social Media und dienstlicher IT-Strukturen, hat dies erhebliche Auswirkungen auf die Gestaltung von derartigen Richtlinien. Denn, wie aufgezeigt, sind in dieser Konstellation **grundrechtliche geschützte Positionen** und damit der Kernbereich des Arbeitsverhältnisses berührt. Erlaubt ein Unternehmen beispielsweise die Nutzung des E-Mail-Systems auch zu privaten Zwecken, darf es nicht zeitgleich in den Richtlinien festsetzen „Die E-Mail-Postfächer können jeder Zeit ungeachtet des Inhalts durchsucht werden“, denn dies wäre ein unverhältnismäßiger und damit rechtswidriger Eingriff in das Persönlichkeitsrecht.

Zu regelnde Probleme bei erlaubter (privater) Nutzung von Social Media

Einfacher wird die Aufstellung von Richtlinien mit einer angemessenen Erlaubnis einer privaten Nutzung also offensichtlich nicht. Schließlich sind unter anderem die arbeitsgerichtliche Rechtsprechung, insbesondere die des **Bundesarbeitsgerichts** zur Einschränkung von Persönlichkeitsrechten im Arbeitsverhältnis, sowie **datenschutzrechtliche Fragestellungen** und gegebenenfalls das **Betriebsverfassungsgesetz** im Detail zu berücksichtigen. Doch was nützt es, wenn die vermeintlich einfache Alternative eben keine ist?

Bei der Gestaltung des „**verhältnismäßigen Ausgleichs**“ in Form einer Richtlinie sollten demnach unter anderem folgende Punkte Berücksichtigung finden:

- Eine Definition des inhaltlichen (dienstbezogen beziehungsweise privat) und zeitlichen Umfangs der Nutzung der IT-Systeme
- Eine integrierte Erklärung zum Erheben, Speichern und Nutzen von (personenbezogenen) Daten,
- Um darauf aufbauend einen dem Grundsatz der Verhältnismäßigkeit genügenden Passus zur **Leistungs- und Verhaltenskontrolle** einfügen zu können (denn letztendlich möchte das Unternehmen bei aller Offenheit doch die Möglichkeit zur Sanktionierung von Fehlverhalten beibehalten).
- Eine Regelung hinsichtlich der Speicherung von privaten Daten der Mitarbeiter (insbesondere E-Mails), mit der hinreichend der Fall abgedeckt ist, dass das Unternehmen aus betrieblichen Gründen gezwungen ist, beispielsweise bei Krankheit, Einsicht in den E-Mail-Account nehmen zu können, ohne die Persönlichkeitsrechte des Arbeitnehmers in unzulässiger Weise einzuschränken.

- Ferner sind der Umfang der dienstlichen und privaten Social Media Nutzung (zum Beispiel die Klarstellung, wer die offizielle Corporate Communication übernimmt und Verweis auf Regelung zur privaten Nutzung) zu klären.
- Verhaltensrichtlinien zur Kommunikation im Social Web (das sind in etwa die beliebten „10 Punkte“)
- Regeln zur Kontaktpflege über soziale Netzwerke (etwa: „Wem gehören die XING-Vertriebskontakte?“) zu implementieren.
- Nicht fehlen darf am Ende der Passus, der dem Mitarbeiter bei Verstoß gegen die Richtlinien entsprechende Sanktionen ankündigt.

Rechtswirksame Implementierung

Zu guter Letzt muss eine Richtlinie rechtswirksam implementiert werden. Hierzu ist eine **Betriebsvereinbarung** (bei Unternehmen mit Betriebsrat) oder aber die **einzelvertragliche Einbeziehung** notwendig. Das ist mühsam, aber in der Regel unabdingbar. Denn was nützen in das Intranet gestellte Bedingungen, wenn sich der Mitarbeiter im Worst-Case-Szenario, also im arbeitsrechtlichen Prozess, erfolgreich auf die mangelnde rechtswirksame Einbeziehung der Richtlinien berufen kann?

(Unbegründete) Ängste vor der offenen Social Media Kommunikation

Zu den rechtlichen Klippen, die umschiffen werden müssen, gesellen sich in der internen Diskussion um Social Media & Co. **Ängste der Führungskräfte**, dass Mitarbeiter die offene Unternehmenskultur ausnutzen, dass **Firmengeheimnisse** schneller an Orten landen, an denen diese nicht aufgehoben sein sollten, oder dass die **Reputation** des Unternehmens durch einen ungewollten **Shitstorm** leidet. Diese Befürchtungen sind nicht per se unbegründet, allerdings sind diese Gefahren nicht neu: Kollegen hielten sich bislang in der Kaffeeküche während der Arbeitszeit zum privaten Plausch auf und auf Partys wurde über den vertraulichen Arbeitsplatzabbau gesprochen, der sich im Zusammenhang mit der Gehaltssteigerung der Geschäftsführung nebst entsprechenden Kommentaren nur wenig später in den Zeitungen wiederfand.

Das Social Web mag schneller sein, doch die neue interaktive Kommunikation wird sich nicht aus den Betrieben aussperren lassen. Darum gilt es, den Mitarbeitern ein Gefühl für die neuen digitalen Möglichkeiten zu geben. Und hierfür sind Schulungen, leicht verständliche Videos und attraktive Präsentationen bestens geeignet – neben den für das Unternehmen wichtigen verbindlichen Richtlinien.



Nina Diercks
Rechtsanwältin und Bloggerin

- Nina Diercks, M.Litt (University of Aberdeen), ist seit Mitte 2010 Rechtsanwältin und Herausgeberin des Social Media Recht Blog
- Sie berät in allen Bereichen des Social Media Rechts (www.socialmediarecht.de) und twittert unter @SocialmediaR_HH