

von Rechtsanwalt **Nicolai Amereller**

Social Media Engagement: Regelungsmöglichkeiten und Ziele (Teil 3)

Im [zweiten Teil unserer Serie](#) haben wir Ihnen den Regelungsbedarf verdeutlicht und als Möglichkeit der Vorbeugung die Erstellung einer unternehmenseigenen Social Media Richtlinie aufgezeigt. Welche Ziele ein derartiger Regelungskatalog verfolgen sollte, welche Regelungen er im Detail enthalten könnte und wie es um deren arbeitsrechtliche Zulässigkeit steht, erfahren Sie in dem folgenden Beitrag.

I. Zielsetzung

Durch die Erstellung einer Social Media Richtlinie trifft ein Unternehmen individuelle, unternehmensbezogene Vereinbarungen mit seinen Arbeitnehmern. Diese sollten möglichst alle im Rahmen eines Social Media Engagements relevanten Fragestellungen, also insbesondere solche des Arbeitsrechts, des Datenschutzrechts und des Urheberrechts abdecken.

Verbindlichkeit schaffen

Dabei sollte vor allem auf die Verbindlichkeit der zu schaffenden Regelungen geachtet werden. Denn ausschließlich für diesen Fall besteht Rechtssicherheit, d.h. nur dann kann der Arbeitgeber Konsequenzen bei Verstößen ziehen oder ein Mitarbeiter sich im umgekehrten Fall auf die Richtlinie berufen. Bloße allgemeine Hinweise und Empfehlungen sind selten zielführend.

Teamwork gefragt

Die Erstellung einer zielführenden Social Media Richtlinie ist eine interdisziplinäre Aufgabe. Denn die konkrete, auf die Ziele des Unternehmens gerichtete Ausgestaltung der einzelnen Regelungen kann nur in Zusammenarbeit von Marketing und Unternehmenskommunikation mit einem Juristen erfolgen:

Marketing und Unternehmenskommunikation definieren die konkreten Ziele des Unternehmens in Bezug auf das Social Media Engagement sowie die Schwerpunktsetzung im Regelungswerk.

Der Jurist hat sich die Frage nach der rechtlichen Umsetzbarkeit der einzelnen Zielsetzungen zu stellen, für die juristische Konkretisierung der Wünsche des Unternehmens im Einzelfall zu sorgen und die Implementierung des Regelungswerks in das Arbeitsverhältnis zu übernehmen.

Der Jurist hat damit die schwierige Aufgabe, dafür Sorge zu tragen, dass die Zielsetzungen des Unternehmens in der Social Media Richtlinie so ausreichenden Niederschlag finden. Dergestalt, dass im schlimmsten Fall auch ein Richter nach den Zielvorstellungen des Unternehmens urteilt.

Nur Lenkungsfunktion

Unternehmen sollten sich jedoch von dem Gedanken verabschieden, dass Social Media Richtlinien eine umfassende Rechtssicherheit schaffen können. Vielmehr können derartige Richtlinien nur eine Lenkungsfunktion übernehmen, quasi als virtuelle Leitschienen fungieren, die den Arbeitnehmern ihre Grenzen bei der Betätigung im Bereich Social Media aufzeigen.

Ein gewisser Graubereich verbleibt auch bei der sorgfältigst durchdachten Social Media Richtlinie. Dieser Umstand ist gerade dem Umstand der Dynamik dieser neuen Medien geschuldet: es ist bei der Vielfalt und Anpassungsfähigkeit dieser Medien ein Ding der Unmöglichkeit, alle Eventualitäten vorzusehen.

Eine allumfassende Regelungswut wäre in gewisser Weise zudem kontraproduktiv, würde sie bei den beteiligten Arbeitnehmern eine für das soziale Netzwerken erforderliche Kreativität vermutlich bereits im Keim ersticken.

Es gilt daher, die wesentlichsten Ziele herauszuarbeiten und diese im Anschluss mit dem zur Verfügung stehenden arbeitsrechtlichen Regelungsrepertoire umzusetzen.

II. Social Media Regelungen auf dem arbeitsrechtlichen Prüfstand

Entscheidend für den Arbeitgeber ist schließlich die arbeitsrechtliche Regelbarkeit der Nutzung von Social Media durch den Arbeitnehmer. Er sollte sich nur solcher Regelungen bedienen, die aus arbeitsrechtlicher Sicht auch zulässig sind.

Herkömmliches arbeitsrechtliches Repertoire ausreichend

Dabei ist die Anwendbarkeit klassischer arbeitsrechtlicher Instrumentarien eröffnet. So handelt es sich bei der Regelung des Social Media Verhaltens letztlich um Anforderungen an das Verhalten und die Kommunikation des Arbeitnehmers gegenüber Kunden, Geschäftspartnern, Kollegen, dem Arbeitgeber und der Öffentlichkeit - transferiert durch den grundlegenden Kulturwandel vom „real life“ in die Onlinenetzwerke.

Für die Bestimmung der Eingriffsbefugnisse des Arbeitgebers muss nach der konkreten Situation unterschieden werden, welche der Social Media Nutzung des Arbeitnehmers zugrundeliegt.

Große Bandbreite gefragt

Eine den Arbeitgeber tangierende Betätigung des Arbeitnehmers im Bereich Social Media kommt unter verschiedenen Gesichtspunkten in Betracht. Die getroffenen Regelungen sollten diesbezüglich eine hohe Bandbreite aufweisen.

Im Wesentlichen sind folgende Szenarien denkbar:

- Arbeitnehmer wird im betrieblichen Auftrag unter Verwendung der unternehmenseigenen IT-Infrastruktur aktiv.
- Arbeitnehmer wird im betrieblichen Auftrag unter Verwendung der arbeitnehmereigenen IT-Infrastruktur tätig.
- Arbeitnehmer wird im privaten Interesse unter Verwendung der unternehmenseigenen IT-Infrastruktur aktiv.
- Arbeitnehmer wird im privaten Interesse unter Verwendung der arbeitnehmereigenen IT-Infrastruktur tätig.
- Je nach Zugänglichkeit der unternehmenseigenen IT-Infrastruktur für die Arbeitnehmer im Einzelfall sollte auch danach unterschieden werden, ob sie vom Arbeitnehmer während oder außerhalb der Arbeitszeiten genutzt wird.
- Weiterhin ist danach zu differenzieren, ob der Arbeitnehmer ein Medium nutzt, das vom Arbeitgeber bereitgestellt wird (z.B. firmeneigener Blog) oder allgemeinzugängliche Medien Dritter.

Differenzierung wichtig

Die Unterscheidung dieser Szenarien ist für die Beurteilung der Regelungsmöglichkeiten erforderlich. So kommen dem Arbeitgeber hier in ersterer Konstellation natürlich wesentlich weitergehende Regelungsbefugnisse zu als etwa im vierten Szenario. Es leuchtet ein, dass der Arbeitgeber mehr Mitbestimmungsrechte haben muss, wenn sein Arbeitnehmer während der Arbeitszeit den unternehmenseigenen Rechner nutzt, um betriebliche Inhalte zu veröffentlichen als in dem Fall, in dem der Arbeitnehmer in seiner Freizeit zu Hause über den Privatrechner in eigener Mission im Bereich Social Media tätig wird. Regelmäßig stehen dem Arbeitgeber in letzterem Falle überhaupt keine Regelungsbefugnisse zu.

Es gilt also, für Nutzungsszenarien, bei denen dem Arbeitgeber eine umfassende Regelungsbefugnis zukommt, diese Befugnis so weit wie möglich auszuschöpfen und andererseits Szenarien, bei denen der Arbeitgeber nur eine eingeschränkte oder gar keine Befugnis trifft, vom Regelungsinhalt her entsprechend einzuschränken bzw. auszunehmen.

Rechtswidrigkeit des Gesamtprojekts droht

In der Praxis ist zu beobachten, dass hierbei oftmals nicht mit der erforderlichen Sorgfalt gearbeitet wird. Werden dadurch Arbeitnehmerrechte in unzulässiger Weise verkürzt, etwa durch mangelnde Berücksichtigung datenschutz- oder arbeitsrechtlicher Belange, führt dies nicht nur zu Akzeptanzproblemen, sondern in vielen Fällen zur Rechtswidrigkeit der gesamten Richtlinie.

Diverse Anknüpfungspunkte

Als Anknüpfungspunkte für die Reglementierung der Social Media Nutzung durch den Arbeitnehmer kommen die Nutzung während der Arbeitszeit, die Nutzung der unternehmenseigenen IT-Infrastruktur sowie die Zugehörigkeit des genutzten Mediums zum Betrieb in Betracht.

So ist höchstrichterlich geklärt, dass der Arbeitgeber dem Arbeitnehmer jegliche Aktivität im Internet während der Arbeitszeit gänzlich untersagen kann. Muss der Arbeitnehmer dienstlich auf das Internet zugreifen, kann der Arbeitgeber die Nutzung der unternehmenseigenen IT-Infrastruktur auf dienstliche Zwecke beschränken. Er kann dem Arbeitnehmer also untersagen, den Firmenrechner während oder außerhalb der Arbeitszeiten zu privaten Internetaktivitäten zu nutzen.

Wenn der Arbeitgeber Internetaktivitäten schon komplett untersagen kann, dann muss er erst Recht die Nutzung des Internets auch (nur) reglementieren dürfen. Er kann die Nutzung von Social Media also beschränkt zulassen, etwa in zeitlicher Hinsicht oder bezüglich der Inhalte, z.B. indem er nur bestimmte Webangebote gestattet.

Weiterhin hat der Arbeitgeber ein umfassendes Mitbestimmungsrecht, wenn sein Arbeitnehmer ein soziales Medium nutzt, das vom Arbeitgeber selbst angeboten wird, wie etwa ein firmeneigener Blog. Hier kann der Arbeitnehmer die „Spielregeln“ für sein Webangebot bestimmen.

Diese Grundsätze erfassen jedoch nur eine Social Media Betätigung im dienstlichen Auftrag bzw. während der Arbeitszeit oder unter Nutzung der unternehmenseigenen IT-Infrastruktur sowie bei Nutzung eines sozialen Mediums des Arbeitgebers.

Private Social Media Nutzung nicht erfasst?

Was aber gilt, wenn der Arbeitnehmer in seiner Freizeit mit seinem Rechner in privater Absicht das Internet nutzt?

Die private Internetnutzung des Arbeitnehmers, mithin auch eine private Social Media Betätigung, ist einer Reglementierung durch den Arbeitgeber grundsätzlich entzogen.

Eine Ausnahme gilt jedoch auch bei privater Internetaktivität, wenn diese auf den betrieblichen Bereich durchschlägt. Ein derartiges Durchschlagen ist etwa dann anzunehmen, wenn der Arbeitnehmer ein soziales Medium zwar in seiner Freizeit und von seinem Rechner aus nutzt, aber unter Nennung seines Namens und der Betriebszugehörigkeit aktiv wird und dabei den Eindruck erweckt, für das auf diese Weise genannte Unternehmen zu sprechen. Dabei hebt der Arbeitnehmer den privaten Charakter seiner Internetaktivität regelmäßig auf, indem er für sein Unternehmen spricht und eröffnet dadurch eine

Reglementierung seines Verhaltens durch den Arbeitgeber.

III. Typische Regelungsinhalte und deren Zulässigkeit

Nachfolgend finden Sie eine Auflistung typischerweise in Social Media Richtlinien zur Anwendung kommender Regelungskategorien:

Regelungen hinsichtlich zulässiger / unzulässiger Inhalte

Hierdurch soll dem Arbeitnehmer aufgezeigt werden, welche Inhalte er veröffentlichen darf und welche Informationen von ihm nicht verbreitet werden dürfen. Im Vordergrund stehen Regelungen betreffend die Veröffentlichung von Unternehmensinterna. Auch sollte hinsichtlich sonstiger, nachteiliger und ggf. geschäftsschädigender Veröffentlichungen Klarheit geschaffen werden, insbesondere in Hinblick auf die Verletzung des Urheber-, Wettbewerbs- und Datenschutzrechts.

Bei einer betriebsbezogenen Nutzung von Social Media bestehen gegen derartige Regelungen keine Einwände. Der Arbeitgeber kann ohne Weiteres bestimmen, welche Inhalte der Arbeitnehmer bei dienstlichem Auftrag, während der Arbeitszeit, über die unternehmenseigene IT-Infrastruktur oder auf unternehmenseigenen Social Media veröffentlichen darf und welche nicht.

Bei privater Social Media Betätigung des Arbeitnehmers, die nicht auf den betrieblichen Bereich durchschlägt, gilt dies mit Ausnahme von Regelungen betreffend der Wahrung von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen nicht.

Etwaige vertragliche oder gar gesetzliche Verschwiegenheitspflichten des Arbeitnehmers gelten selbstverständlich auch bei jeglicher privater Nutzung sozialer Medien.

Auch wenn die private Nutzung im Wesentlichen nicht reglementierbar ist, kann durch sogenannte Compliance-Regelungen darauf hingewirkt werden, dass der Arbeitnehmer gesetzliche Verbote und Pflichten beachtet bzw. erfüllt. So können Hinweise auf gesetzliche Regelungen erfolgen, z.B. dahingehend, dass Mitarbeiter sich (auch) bei privater Internetnutzung strafbar machen, wenn sie dabei Kollegen beleidigen.

Verhaltens- und Äußerungsregelungen

Derartige Gestaltungen bilden einen zentralen Bestandteil von Social Media Richtlinien.

Hierbei kommen insbesondere Verhaltensregelungen in Hinblick auf die sog. Netiquette in Betracht. Dabei wird im Detail geregelt, wie der Arbeitnehmer online aufzutreten hat. Etwa dass er sich höflich, sachlich, respektvoll und ehrlich zu verhalten hat.

Weiterhin wird oftmals die Authentizität des Mitarbeiterauftritts gefordert, d.h., der Mitarbeiter wird aufgefordert, stets unter Nennung seines Namens, seiner Unternehmenszugehörigkeit und ggf. seiner Position aktiv zu werden.

Bei einem betrieblichen Bezug der Nutzung sozialer Medien kommen dem Arbeitgeber dahingehend weitgehende Regelungsbefugnisse zu.

Anders bei privater Nutzung, die nicht auf den betrieblichen Bereich durchschlägt. Hier kommt dem Arbeitgeber in der Regel diesbezüglich keine Regelungskompetenz zu. Insbesondere kann der Mitarbeiter nicht wirksam verpflichtet werden, sich auch bei privater Betätigung als Mitarbeiter „zu outen“ und so erst ggf. die Reglementierbarkeit seiner privaten Social Media Nutzung zu eröffnen.

Dem Arbeitgeberinteresse an der Schaffung von Äußerungsregelungen für den privaten Bereich steht hier in erster Linie das Grundrecht des Arbeitnehmers auf freie Meinungsäußerung entgegen (vgl. dazu bereits Teil 2 der Serie). Dies hat zur Folge, dass der Arbeitgeber nur wenige, extreme Äußerungen des Arbeitnehmers bei privatem Engagement untersagen kann. Auch im privaten Bereich regelbar sind etwa die Äußerung wahrheitswidriger Tatsachen, ehrverletzender Kundgaben, schmähekritischer Meinungsäußerungen, grob unsachlicher Angriffe, die zur Untergrabung der Position eines Vorgesetzten führen oder solcher Umstände, die den Betriebsfrieden stören.

Regelung des Zwecks der Social Media Nutzung

Von erheblicher Bedeutung sind auch Regelungen, die den Zweck der Social Media Betätigung definieren. Hier wird oftmals festgelegt, dass die Arbeitnehmer während der Arbeitszeit und unter Nutzung der unternehmenseigenen IT-Infrastruktur ausschließlich in betrieblichem Auftrag im Bereich Social Media tätig werden dürfen. So kann etwa sichergestellt werden, dass der Arbeitnehmer den firmeneigenen Social Media Auftritt pflegt, ohne gleichzeitig und u.U. auf dem selben sozialen Medium private Angelegenheiten zu erledigen.

Gegen derartige Zweckbestimmung bestehen keine Einwände; eine andersgerichtete Social Media Nutzung im privaten Bereich kann dadurch natürlich nicht ausgeschlossen werden.

Regelung des Umfangs der Social Media Nutzung

Ohne Weiteres zulässig sind Regelungen, die den zeitlichen Umfang der Social Media Nutzung regeln. Der Arbeitgeber hat ein legitimes Interesse daran, die Höchstdauer der betriebsbezogenen Social Media Nutzung verbindlich festzulegen. Gleiches gilt für den Ausschluss bestimmter Social Media Angebote, sofern diese während der Arbeitszeit oder über die unternehmenseigene IT-Infrastruktur aufgerufen werden.

Den zeitlichen Umfang der privaten Betätigung kann der Arbeitgeber natürlich ebenso wenig wirksam beschränken wie den privaten Aufruf sozialer Medien, die dem Arbeitgeber missfallen.

Ausschlussregelungen

Häufig finden sich Regelungen, die Mitarbeiter, denen ein (wiederholter) Verstoß gegen die „Spielregeln“ zur Last liegt von der künftigen Social Media Nutzung ausschließen.

Bei einem betrieblichen Bezug der Social Media Nutzung ist ein derartiger Ausschluss möglich, so dass dem Mitarbeiter untersagt werden kann, künftig während der Arbeitszeit oder über die unternehmenseigene IT-Infrastruktur Social Media zu nutzen. Hinsichtlich künftiger privater Nutzung steht dem Arbeitgeber jedoch kein derartiges Ausschlussrecht zu. Es sei denn, der Mitarbeiter nutzt

privat ein soziales Medium, das vom Arbeitgeber bereitgestellt wird.

Sonstige Straf-, Haftungs- und Freistellungsregelungen

Schließlich finden sich oftmals Regelungen, die Folgen von Verstößen gegen die Vorgaben der Social Media Richtlinie bestimmen. In Betracht kommen dabei mögliche arbeitsrechtliche Sanktionierungen wie die Abmahnung oder gar Kündigung, Haftungsregelungen und Freistellungsansprüche des Arbeitgebers gegenüber dem Arbeitnehmer.

Die Zulässigkeit solcher Strafklauseln für die betriebliche Nutzung bedarf einer eingehenden Betrachtung im Einzelfall.

IV. Fazit

Dem Arbeitgeber steht nur ein begrenztes arbeitsrechtliche Repertoire zur Verfügung, welches er durch Schaffung einer Social Media Richtlinie vollumfassend ausschöpfen sollte, um die durch die Nutzung von Social Media drohenden Risiken zu minimieren. Eine Regelung rein privater Social Media Betätigung des Arbeitnehmers muss jedoch grundsätzlich ausscheiden. Die getroffenen Regelungen müssen daher stets einen betrieblichen Bezug haben und dürfen nicht zu weit gehen, ansonsten droht die Rechtswidrigkeit der gesamten Richtlinie.

Planen Sie die rechtssichere Gestaltung einer Social Media Kampagne oder wollen Sie bestehende Regelungen auf Ihre Wirksamkeit hin überprüfen lassen? Die Rechtsanwälte der IT-Recht Kanzlei sind Ihnen hierbei gerne behilflich. Wir erarbeiten für Sie eine auf Ihre Bedürfnisse individuell zugeschnittene Social Media Richtlinie oder zeigen Ihnen Schwachpunkte und Verbesserungsmöglichkeiten Ihrer bestehenden Regelungen auf.

Autor:

RA Nicolai Amereller

Rechtsanwalt