

Rechtliche Einordnung von beruflichen sozialen Netzwerken

Kontakte als Geschäftsgeheimnis?



Dr. Reinhard Möller,
Fachanwalt für Arbeitsrecht,
Bartsch Rechtsanwälte, Karlsruhe



Thorsten Walter,
Fachanwalt für Arbeitsrecht,
Bartsch Rechtsanwälte, Karlsruhe

Das ArbG Hamburg hat entschieden, dass Xing-Kontakte, die in Ausübung der beruflichen Tätigkeit erlangt wurden, Geschäftsgeheimnisse des Arbeitgebers sind und seiner Verfügungsbefugnis unterliegen. Das bedeutet, dass der Arbeitnehmer bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses nicht nur die dienstlich erlangten Kontaktdaten herausgeben, sondern auch die Kontakte auf seinem Social-Media-Account löschen muss.

1 Ausgangspunkt: Die Entscheidung des ArbG Hamburg

Die Entscheidung hat eine für ein arbeitsgerichtliches Urteil erster Instanz außergewöhnliche Aufmerksamkeit erhalten. Sie betrifft eine Frage, die sich mit den gegebenen arbeitsrechtlichen Regeln und Instrumenten nicht ohne Weiteres beantworten lässt.

Bei der Nutzung beruflicher Social-Media-Netzwerke, wie Xing, LinkedIn oder hrm.de, verschwimmen die Grenzen zwischen der beruflichen und der privaten Tätigkeit. Es lässt sich kaum noch eine Zuordnung treffen, ob im Einzelfall ein Kontakt beruflich und der Sphäre des Arbeitgebers zuzuordnen oder privat aus einem beruflichen Umfeld ist. Die rechtliche Situation wird noch komplizierter, wenn man bedenkt, dass der Aufbau von Social-Media-Accounts und die Pflege dieser Kontakte vom Unternehmen gewünscht und bezahlt werden oder sogar zentraler Bestandteil der

Arbeitsaufgabe sein kann. Es ist für einen Arbeitgeber ebenso wie für die Arbeitnehmer, insbesondere für Führungskräfte, eine zentrale Fragestellung, welche Rechte und Pflichten in Bezug auf Social-Media-Kontakte bei Beendigung eines Arbeitsverhältnisses bestehen. Diese Fragen sind rechtlich noch weitgehend ungeklärt.

Dem Urteil des ArbG Hamburg vom 24.1.2013 (29 Ga 2/13, AuA 1/14, S. 60, in diesem Heft) lag eine geradezu typische Konstellation zugrunde: Eine angestellte Beraterin eines Softwareunternehmens kündigte ihr Arbeitsverhältnis und wechselte zu einem Konkurrenzunternehmen. Sie hatte vor und während des bisherigen Arbeitsverhältnisses viele Kontakte über Xing gepflegt. Die Arbeitnehmerin nutzte die Social-Media-Plattform vor allem für einen Austausch über private Inhalte, insbesondere über gemeinsame Hobbies. Einen Facebook-Account hat sie nicht. Unter ihren Xing-Kontakten befinden sich aber einige zu Kunden und Geschäftspartnern des ehemaligen Arbeitgebers. Dieser möchte nicht, dass die einstige Mitarbeiterin diese Kontakte behält und weiter nutzt. Er verlangt deshalb die Löschung dieser Kontakte aus dem Xing-Account.

Das ArbG hielt einen Lösungsanspruch für geschäftliche Kontaktdaten für möglich und löste die Problematik über die Regeln der Beweislast. Bei der Argumentation griff das Gericht auf die Rechtsprechung des BGH zur Speicherung im Rahmen geschäftlicher Tätigkeit erlangter Kundendaten in persönlichen Unterlagen zurück. Für die privaten Aufzeichnungen des Handelsvertreters ist seit Langem anerkannt, dass ein Anspruch des Arbeitgebers auf Herausgabe der Kundendaten besteht, wenn der Handelsvertreter dort Kontaktdaten abgelegt hat. Die Argumentationskette des ArbG Hamburg greift auf diese Rechtsprechung zurück und vollzieht sich in drei Schritten:

1. Beruflich erlangte Informationen, die der Sphäre des Arbeitgebers zuzuordnen sind, können Geschäftsgeheimnisse sein, auch wenn sie vom Arbeitnehmer privat gespeichert werden.
2. Auch auf dem Xing-Profil eines Beschäftigten gespeicherte Kundendaten können Geschäftsgeheimnisse des Unternehmens sein.
3. Kontaktdaten auf einem Social-Media-Account sind nur dann dem Arbeitgeber zuzuordnen, wenn die Kontaktaufnahme, die zur Speicherung dieser Daten geführt hat, im Rahmen der geschäftlichen Tätigkeit erfolgt ist.

2 Beweislast beim Unternehmen

Das ArbG Hamburg grenzt die geheimhaltungsbedürftigen Kundenkontakte aber sehr stark ein: Geheimhaltungsbedürftig sind nur solche Kontakte, bei denen

- › die Kontaktaufnahme im Rahmen der geschäftlichen Tätigkeit des Arbeitnehmers erfolgt ist,
- › ein Zusammenhang zwischen Kontaktaufnahme und der geschuldeten arbeitsvertraglichen Tätigkeit besteht und
- › die Partner bei der Kontaktaufnahme für ihren jeweiligen Arbeitgeber gehandelt haben.

Wichtig

Die Umstände der Kontaktaufnahme und die Art der Kontakte muss das Unternehmen beweisen. Ob diese Lösung zu angemessenen Ergebnissen führt, ist zweifelhaft. Solange der Mitarbeiter die Umstände der Kontaktaufnahme nicht darlegen muss, wird es von Zufällen abhängen, ob der Arbeitgeber im Einzelfall beweisen kann, dass der Kontakt einen derartigen beruflichen Bezug aufweist. Das ArbG Hamburg berücksichtigt zudem nicht, ob die Nutzung des Xing-Accounts einen Bezug zur arbeitsvertraglichen Tätigkeit hat. Für die Frage, welchen Zugriff der Arbeitgeber auf Xing-Kontakte hat, ist aber von entscheidender Bedeutung, ob die Nutzung des Accounts zur arbeitsvertraglich geschuldeten Tätigkeit gehört oder nicht.

Die Argumentation des ArbG Hamburg greift auch aus einem anderen Grund zu kurz: Das Gericht übersieht, dass die Kontaktsammlungen in Social-Media-Accounts weitgehend öffentlich und für Dritte zugänglich sind und sein sollen. Eine rechtliche Einordnung solcher Kontakte als Geschäftsgeheimnisse erscheint im Ansatz verfehlt.

3 Xing-Kontakte als Arbeitgeberdaten?

Hier behandeln wir nur Social-Media-Kontakte aus beruflich orientierten sozialen Netzwerken. Deshalb nehmen wir auf das in Deutschland am weitesten verbreitete (Xing) Bezug. Die Argumentation gilt natürlich für

andere beruflich orientierte (z. B. LinkedIn) oder branchenspezifische Netzwerke (z. B. hrm.de) in gleicher Weise. Auf private Netzwerke (Facebook u. a.) lassen sich diese Grundsätze nicht ohne Weiteres übertragen, selbst wenn man dort beruflich initiierte Kontakte knüpft.

Xing-Kontakte entstehen durch Networking-Aktivitäten des Account-Inhabers. Auch wenn das Zustandekommen dieser Kontakte in einem beruflichen Umfeld erfolgt, entstehen sie durch eine soziale Interaktion des Arbeitnehmers, die in aller Regel nicht Gegenstand seiner Arbeitsleistung ist. Es ist zumeist das private Engagement des Beschäftigten, das zum Aufbau eines Kontaktnetzwerks auf Xing führt. Auch wenn diese Social-Media-Plattform berufsbezogen ist, dient sie in erster Linie der persönlichen Vernetzung der Mitglieder und nicht dem Sammeln von Informationen für das Unternehmen. Die in Netzwerken gesammelten Kontakte und Informationen sind also zunächst einmal keine Daten des Arbeitgebers.

Etwas Anderes kann gelten, wenn der Xing-Account im Interesse und auf Kosten des Arbeitgebers geführt wird oder der Aufbau und die Pflege von Xing-Kontakten zur arbeitsvertraglichen Aufgabe des Mitarbeiters gehören. Auch dann wird man aber nicht von einem vollständigen Zugriff des Unternehmens auf den Account ausgehen können, da dieser unter dem Namen und mit persönlichen Informationen des Arbeitnehmers (Bild, Informationen zum Werdegang und zum persönlichen Engagement) geführt wird. In diesen Fällen ist eine Abwägung zwischen dem Interesse des Arbeitgebers und dem Persönlichkeitsrecht des Beschäftigten zu treffen.

Cartoon





4 Xing-Kontakte als Kundenliste?

Kundennamen und Anschriften sind regelmäßig Geschäftsgeheimnisse i. S. d. § 17 Abs. 2 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG). Das gilt erst recht für Kundenlisten, in denen gezielt Daten über Vertriebskontakte und abgeschlossene Geschäfte erfasst werden. Im Handelsvertreterrecht ist anerkannt, dass solche Kundenlisten auch dann als Geschäftsgeheimnis geschützt sind, wenn sie der Handelsvertreter als persönliche Unterlagen führt.

Eine Analogie würde sich anbieten, wenn in einem privat geführten Xing-Account geschäftliche Kontakte gespeichert werden. Xing-Kontakte sind aber keine Sammlung von Kundendaten, sondern Ergebnis einer sozialen Interaktion, die unabhängig ist von konkreten geschäftlichen Vorgängen. Selbst bei einem Vertriebler kann man nicht davon ausgehen, dass sämtliche Kontakte eines sozialen Netzwerks potenzielle Kunden sind.

Praxistipp

Xing-Kontakte sind allenfalls dann als Kundenliste zu qualifizieren, wenn durch Zusatzinformationen eine Abgrenzung zwischen Kunden und anderen Kontakten möglich ist. Solche Zusatzinformationen lassen sich durch eigene Notizen oder Schlagworte zu den jeweiligen Kontakten anlegen.

5 Xing-Kontakte als Datenbank?

Xing-Kontakte könnten als Datenbank i. S. v. § 87a Urheberrechtsgesetz (UrhG) besonders geschützt sein:

Vorschrift

§ 87a Abs. 1 Satz 1 UrhG

Begriffsbestimmungen

Eine Datenbank in diesem Sinne ist eine Sammlung von Werken, Daten oder anderen unabhängigen Elementen, die systematisch oder methodisch angeordnet und einzeln mit Hilfe elektronischer Mittel oder auf andere Weise zugänglich sind und deren Beschaffung, Überprüfung oder Darstellung einen nach Art oder Umfang wesentliche Investition erfordert.

Social-Media-Kontakte sind zwar einzeln aufrufbar und in einer von der jeweiligen Plattform vorgegebenen Form erstellt. Ein solcher Account verfolgt aber nicht den Zweck zur Sammlung und Systematisierung von Daten, sondern dient der Herstellung und Aufrechterhaltung einer sozialen Interaktion mit einem unbestimmten Kreis anderer Nutzer, die sich für ähnliche Themen und Netzwerkkontakte interessieren.

Eine Einordnung als Datenbank wird jedenfalls am Merkmal der „wesentlichen Investition“ scheitern. Der Aufbau eines Netzwerks auf einer Social-Media-Plattform kann zwar erhebliche Zeit und einen hohen Aufwand verursachen. Der Aufwand besteht aber in der sozialen Interaktion und dem Erstellen von Inhalten, nicht in der Beschaffung, Überprüfung oder Darstellung der Daten.

Auch die Rechtsfolgen beim Schutz einer Datenbank sind nicht geeignet, den Konflikt zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer beim Zugriff auf Social-Media-Kontakte zu lösen.

6 Xing-Kontakte als Geschäftsgeheimnis

Das ArbG Hamburg hat Xing-Kontakte als Geschäftsgeheimnis eingeordnet, ohne dies näher zu begründen. Allein der Umstand, dass der Name und die Kontaktdaten von Kunden auf dem Account gespeichert werden, genügt zur Annahme eines Geschäftsgeheimnisses nicht.

Geschäfts- oder Betriebsgeheimnisse sind nur solche Tatsachen, die nach dem erkennbaren Willen des Geschäftsinhabers geheim gehalten werden sollen (BGH, Urt. v. 10.5.1995 – 1 StR 764/94). Das ist bei Kontakten in sozialen Netzwerken regelmäßig nicht der Fall. Eine grundlegende Kernfunktion der webbasierten sozialen Netzwerke ist das Sichtbarmachen des Kontaktnetzwerks. Zwar ist es aus Datenschutzgründen möglich, alle Informationen und Kontakte vor anderen Nutzern zu verbergen. Es ist aber der Zweck eines Social-Media-Accounts, die Informationen über Kontakte und Aktivitäten an alle anderen Nutzer oder einen bestimmten Kreis (insbesondere die eigenen Kontakte) weiterzugeben.

Das ArbG Hamburg hat diese zentrale Zweckbestimmung von Social-Media-Accounts nicht berücksichtigt. Kontakte in sozialen Netzwerken, deren Zweck es ist, einem bestimmten und sich vergrößernden Personenkreis zugänglich gemacht zu werden, können begrifflich kein Geschäftsgeheimnis sein.

7 Geheimhaltung von Kundenkontakten

Der Arbeitgeber kann ein Interesse daran haben, dass Kundenkontakte nicht über soziale Netzwerke einer breiteren Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden. Die Tatsache, dass ein Unternehmen zu bestimmten Kunden oder anderen Unternehmen geschäftliche Beziehungen unterhält, kann als Geschäftsgeheimnis geschützt sein. Das hindert aber weder das Knüpfen von Kontakten in sozialen Netzwerken noch das Sichtbarmachen dieser Kontakte für andere Nutzer. Aus dem Bestehen eines Xing-Kontakts können Andere nicht auf dessen Entstehung oder die Art der Beziehung zwischen den Kontakten schließen.

Wenn das Unternehmen aber nachweisen kann, dass allein durch die Offenlegung eines Kontakts über Xing Rückschlüsse auf bestimmte geschäftliche Beziehungen zwischen ihm und dem Xing-Kontakt möglich sind, kann sich aus dem Geheimnisschutz eine Verpflichtung des Mitarbeiters ergeben, solche Kontakte auf der Plattform für andere unsichtbar zu machen oder zu löschen. Eine generelle Verpflichtung, alle aufgrund der dienstlichen Tätigkeit geknüpften Kontakte auf Xing zu löschen oder zu verbergen, ergibt sich daraus aber nicht.

Praxistipp

Wenn ein Arbeitgeber besonders sensible Geschäftsbeziehungen unterhält, sollte er mit den Arbeitnehmern vertragliche Regelungen treffen, dass solche Kontakte über soziale Netzwerke nicht geknüpft oder nicht sichtbar gemacht werden.

8 Interessen des Unternehmens an den Kontaktdaten

Es ist nicht zu verkennen, dass der Arbeitgeber ein berechtigtes Interesse an den Netzwerkkontakten seiner Beschäftigten haben kann. Xing-Kontakte werden vielfach zu Geschäftspartnern und Kunden des Unternehmens geknüpft. Möglicherweise sind auf dem Account auch Informationen mit dienstlichem Bezug gespeichert, die dem Arbeitgeber nicht auf andere Weise verfügbar sind. Ihm steht dann ein Anspruch auf Herausgabe dieser Informationen zu. Dieser ergibt sich aus § 667 BGB. Er erfasst aber nicht die Löschung der Kontakte auf dem Account des Mitarbeiters und schon gar nicht die Übertragung des Accounts.

Wenn das Unternehmen die Mitgliedsbeiträge für den Xing-Account bezahlt und die Social-Media-Aktivitäten des Arbeitnehmers zu dessen Arbeitsaufgabe gehören, sollten vertragliche Regelungen getroffen werden, die dem Arbeitgeber weitergehende Rechte einräumen.

9 Regelungen zur Nutzung von Social-Media-Plattformen

Im Arbeitsvertrag oder in einer Zusatzvereinbarung können Regeln zur Nutzung von Social-Media-Plattformen getroffen werden, vgl. auch Bissels/Domke, AuA 2/13, S. 82 ff., und Krüger/Ropel, AuA 8/12, S. 467 ff. Dies ist immer dann zu empfehlen, wenn die Nutzung solcher Accounts einen starken Bezug zur beruflichen Tätigkeit hat und die über das Netzwerk ausgetauschten Informationen und Kontakte für die Außendarstellung und Außenwirkung des Unternehmens von Bedeutung sein können.

Das Interesse des Arbeitgebers kann dabei sehr unterschiedlich sein:

- Auf der einen Seite kann er ein hohes Interesse an einer intensiven Nutzung der Social-Media-Plattformen haben, sei es zu Zwecken einer positiven Außendarstellung oder für unmittelbar vertriebliche Tätigkeiten.
- Sein Interesse kann aber auch darauf gerichtet sein, möglichst keine Informationen über Social-Media-Plattformen preiszugeben, sei es zur Geheimhaltung im Bereich der Produktentwicklung oder um anderen Nutzern keine Einblicke in mögliche Kundenbeziehungen zu gewähren.

Je nach Interessensituation ist also im Einzelfall zu entscheiden, was sinnvoll ist. Die Fragestellungen in der **Checkliste** auf S. 12 sollen deshalb nur einen Anhaltspunkt geben, an welche Regelungen bei einer sinnvollen Vertragsgestaltung gedacht werden sollte.

Anzeige

Webinar

■ Wissen live erfahren!



Low Performer

29. Januar 2014 | 10.00 – 11.30 Uhr

Schwerpunkte:

- Erfordernis klarer Arbeitsanweisungen
- Formen der Schlechtleistung
- Schuldet der Arbeitnehmer nur, was er individuell kann?
- Quantitative Erfassung von Leistung
- Dokumentation von Schlechtleistung
- Arbeitsrechtliche Maßnahmen

Preis: 49,- €*

Nähere Informationen und Anmeldung:
www.arbeit-und-arbeitsrecht.de/webinare

* zzgl. gesetzl. MwSt.

Inhalte einer Social-Media-Vertragsregelung

- Wird durch die Nutzung von Social-Media-Plattformen das Interesse des Unternehmens stark genug berührt, dass überhaupt eine Regelung getroffen werden muss?
- Ist der Arbeitgeber an einer intensiven Nutzung der Social-Media- oder bestimmter Plattformen interessiert oder möchte er Informationen, die auf solchen Plattformen ausgetauscht werden, geheim halten?
- Will das Unternehmen in der Plattform präsent sein und wer ist für die Außendarstellung verantwortlich?
- Welche Informationen sollen gegenüber Kontakten und anderen Nutzern des Netzwerks offengelegt werden (Privacy-Einstellungen)?
- Welche Profildetails mit Bezug zum Arbeitgeber sollen/dürfen nicht angegeben werden?
- Welche Aktivitäten des Arbeitnehmers sind erwünscht/verboten?
- Welche Inhalte (Forenbeiträge, Veranstaltungen) sollen/dürfen nicht eingestellt oder müssen mit der für Marketing verantwortlichen Abteilung abgestimmt werden?
- Sind private Kontakte neben den beruflichen Kontakten erlaubt oder verboten?
- Wie müssen die privaten und die beruflichen Kontakte getrennt werden?
- In welcher Art und Weise ist der Arbeitgeber über berufliche Kontakte zu informieren?
- Wie müssen Informationen zu beruflich geknüpften Kontakten in das beim Unternehmen vorgesehene System (z. B. CRM) überführt werden und wie ist sicherzustellen, dass dabei die datenschutzrechtlichen Bestimmungen beachtet werden?
- Was passiert mit Informationen und Kontakten nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses?

Diese Vereinbarungen lassen sich im Arbeitsvertrag treffen. Wenn ein Betriebsrat besteht, bietet es sich an, einheitliche Vorschriften im Rahmen einer Betriebsvereinbarung festzulegen.

Praxistipp

Bei der Beendigung eines Arbeitsverhältnisses kann man Regelungen zur Information über bestehende Kontakte und zur Löschung von Daten oder Accounts auch im Rahmen einer Aufhebungs- oder Abwicklungsvereinbarung treffen.

10 Der Social-Media-Account des Arbeitnehmers

Die Art der Nutzung von Social-Media-Accounts kann sehr unterschiedlich sein. Eine ausschließlich private Nutzung muss an dieser Stelle nicht erörtert werden. Berufsbezogene Netzwerke können aber rein privat, beruflich und privat oder ausschließlich beruflich genutzt werden.

Wenn der Beschäftigte das berufsbezogene Netzwerk persönlich und nicht im Interesse oder im Auftrag des Arbeitgebers nutzt, ergeben sich nur wenige Berührungspunkte. Bei der Erstellung des persönlichen Profils gibt es Bezüge zum Unternehmen. Hier hat der Arbeitgeber ein Interesse, dass bestimmte Informationen oder eine bestimmte Art der Darstellung unterbleiben. Das betrifft auch Forenbeiträge und andere Inhalte, die über solche Netzwerke verbreitet werden.

Wenn der Arbeitnehmer Kontakte knüpft, die der Sphäre des Unternehmens zuzuordnen sind (insbesondere zu Kunden), sind zwei wesentliche Fragen zu regeln:

- › Dürfen solche Kontakte anderen Nutzern des Netzwerks offengelegt werden und
- › was passiert mit diesen Kontakten bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses? Dabei geht es nicht nur um den Kontakt als solches, sondern auch um alle Informationen, die hierzu hinterlegt werden.

11 Der Social-Media-Account im Interesse des Arbeitgebers

Wenn der Arbeitgeber ein eigenes Interesse an der Pflege des Social-Media-Accounts durch den Mitarbeiter hat, u. U. sogar die Kosten für den Account übernimmt, erweitert sich der Kreis der regelungsbedürftigen Fragen: Es muss sichergestellt sein, dass eine klare Trennung zwischen Unternehmens- und Arbeitnehmerkontakten besteht.

- › Die Arbeitgeberkontakte und Informationen zu diesen müssen ihm zugänglich gemacht und – soweit datenschutzrechtlich zulässig – auf dem dafür vorgesehenen System des Arbeitgebers gespeichert werden.
- › Zudem muss die Herausgabe der Daten und die Frage der Weiterverwendung der Unternehmenskontakte nach Beendigung des Arbeitsverhältnisses festgelegt werden. Dabei ist insbesondere eine Regelung zur Löschung der Arbeitgeberkontakte zu treffen.

12 Der Social-Media-Account als Arbeitsaufgabe

Der Arbeitgeber kann dem Arbeitnehmer die Führung eines Social-Media-Accounts als Arbeitsaufgabe übertragen. Das ist in der Praxis in den Bereichen Marketing und Vertrieb häufig anzutreffen. Der Account ist dann zwingend vom Unternehmen zu finanzieren und als Arbeitsmittel zu behandeln.

Sofern der Beschäftigte den Social-Media-Account als eigenes persönliches Profil führt, müssen die Inhalte – soweit sie überwiegend persönliche Bezüge aufweisen (Bild, Informationen zum Werdegang und zu persönlichen Interessen) – abgestimmt werden.

Praxistipp

Für den Fall der Beendigung des Arbeitsverhältnisses ist nicht nur die Herausgabe einzelner Kontakte und Informationen zu planen, sondern die Übertragung des gesamten Accounts. Hierbei ist zu beachten, welche technischen Möglichkeiten der jeweilige Anbieter für solche Fälle vorsieht. Die inhaltliche Ausgestaltung der Tätigkeit muss in diesen Fällen nicht im Detail geregelt werden. Wenn die Führung des Social-Media-Accounts Arbeitsaufgabe ist, unterliegt sie dem Direktionsrecht des Arbeitgebers.

13 Fazit

Die Rechtsprechung des ArbG Hamburg ist zu weit gehend und verkennt die rechtliche Bedeutung von sozialen Netzwerken. Diese sind darauf angelegt, anderen offenzulegen, welche Kontakte bestehen. Xing-Kontakte unterliegen damit nicht dem Schutz von Geschäftsgeheimnissen nach § 17 UWG. Es ist aber nicht zu verkennen, dass bei den Aktivitäten in webbasierten sozialen Netzwerken die Grenzen zwischen beruflicher und privater Tätigkeit verschwimmen. Eine rechtliche Einordnung solcher Kontakte wird sich deshalb nicht allgemein vornehmen lassen, sondern immer nur anhand der Nutzung der Netzwerke im konkreten Einzelfall. Wenn der Arbeitgeber an den Kontakten ein besonderes Interesse hat, z. B. weil die Netzwerke für Marketing oder vertriebliche Zwecke genutzt werden, sollte man unbedingt eine vertragliche Regelung treffen.