

Allgemeines Gesellschafts- und  
Handelsrecht

**Arbeitsrecht**

Bankenrecht

Erbrecht & Nachlassplanung

Finanzierungen

Heilmittel- & Gesundheitsrecht

**Immaterialgüterrecht**

Immobilien

Insolvenz

Kapitalmarkt & Börsenrecht

Kollektive Kapitalanlagen

Medienrecht

Mergers & Acquisitions

Notariat

Payments, Clearing & Settlement

Prozessführung &  
Schiedsgerichtsbarkeit

Steuerrecht

**Informations- und  
Technologierecht (IT)**

Venture Capital & Private Equity

Wettbewerbsrecht

## Soziale Medien – Fallstricke für Unternehmen

Soziale Medien wie Blogs, Facebook, Twitter und LinkedIn erleben einen Boom. Grund genug, sich als Unternehmen nicht nur mit den Anwendungsmöglichkeiten, sondern auch mit den rechtlichen Fallstricken auseinanderzusetzen. Besonders wichtig ist dabei, dass von Arbeitnehmern verursachte Risiken erkannt und minimiert werden. Dies kann insbesondere mittels Social Media Richtlinien geschehen. Zunehmende Bedeutung erlangen auch Werbeaktivitäten über Facebook oder andere soziale Netzwerke. In solchen Fällen muss sichergestellt werden, dass die Werbung in Einklang mit der Gesetzgebung sowie den anwendbaren Nutzungsbestimmungen und Richtlinien ist. Soziale Medien können schliesslich Einfluss auf die Ausgestaltung betriebsinterner Prozesse haben. Hervorzuheben ist in diesem Zusammenhang die gesetzliche Pflicht zur Aufbewahrung von Geschäftsbüchern, welche auch Mitteilungen in sozialen Medien erfassen kann.

Der Arbeitnehmer kann seinen Arbeitgeber in sozialen Medien empfindlich schädigen. Häufig sind Schädigungen durch die Verbreitung von Kritik oder durch die Veröffentlichung von unrichtigen, irreführenden oder vertraulichen Fakten. Ausserdem haftet der Arbeitgeber für den Schaden, den seine Arbeitnehmer z.B. gegenüber Kunden in Ausübung ihrer geschäftlichen Verrichtungen verursacht haben, sofern er nicht beweisen kann, dass er alle objektiv gebotenen Massnahmen zu dessen Vermeidung vorgekehrt hat (vgl. Art. 55 Abs. 1 des schweizerischen Obligationenrechts).

Vielfach ist für die Mitarbeiter unklar, wo ihr Arbeitgeber die Grenzen bei Aktivitäten in sozialen Medien zieht, und die schweizerischen Gesetze helfen bei der Beantwortung solcher Fragen nur beschränkt weiter. Klarheit schaffen unternehmensinterne Social Media Richtlinien. Diese fördern das Bewusstsein der Arbeitnehmer über die Risiken und den richtigen, vom Arbeitgeber tolerierten Umgang mit den neuen Kommunikationsmöglichkeiten. Die Social Media Richtlinien sollten kurz und verständlich abge-

fasst sein. Im Hinblick auf die Vollstreckbarkeit sind sie rechtskonform auszugestalten und von den Arbeitnehmern mittels Unterschrift zu akzeptieren. Mitarbeiterschulungen und Stichkontrollen runden das Präventionsmanagement des Arbeitgebers ab. Unsere Checkliste für die Erstellung von Social Media Richtlinien finden Sie unter [www.wengervieli.ch/checkliste\\_richtlinien.pdf](http://www.wengervieli.ch/checkliste_richtlinien.pdf).

### Werbung

Werbeaktivitäten in sozialen Medien, einschliesslich die Durchführung von Wettbewerben, sind oft durch die Nutzungsbedingungen und Richtlinien der Plattformbetreiber – die zudem vom Betreiber jederzeit geändert werden dürfen – bewilligungspflichtig, eingeschränkt oder gar verboten. Ein Verstoß gegen entsprechende Vorschriften kann unangenehme Folgen bis hin zur sofortigen Löschung der Werbung oder zum Ausschluss aus dem Netzwerk haben. Gemäss Nutzungsbedingungen ist ein Gerichtsstand im Ausland die Regel. Es muss daher vorab stets sicher-

#### Wenger & Vieli AG

Dufourstrasse 56  
Postfach 1285  
CH-8034 Zürich

Büro Zug  
Metallstrasse 9b  
CH-6300 Zug

T +41 (0)58 958 58 58  
spotlight@wengervieli.ch  
www.wengervieli.ch

**GABRIELA TAUGWALDER**

LIC. IUR., LL.M.; RECHTSANWÄLTIN,  
PARTNERIN  
g.taugwalder@wengerviel.ch  
T 058 958 53 86

**OLIVER STAFFELBACH**

DR. IUR., LL.M.; RECHTSANWALT,  
SENIOR ASSOCIATE  
o.staffelbach@wengerviel.ch  
T 058 958 53 16

gestellt werden, dass die Werbung in Einklang mit der Gesetzgebung sowie den anwendbaren Nutzungsbestimmungen und Richtlinien ist. Besondere Vorsicht ist in regulierten Bereichen wie beispielsweise bei Arzneimitteln (Verbot der Publikumswerbung, Verbot der Kontaktaufnahme mit der Zulassungsinhaberin) und Finanzprodukten (Verbot öffentlicher Werbung für nicht bewilligte kollektive Kapitalanlagen) geboten.

### Massenwerbung insbesondere

Automatisierte Massenwerbung ohne direkten Zusammenhang mit einem angeforderten Inhalt ist in der Schweiz nur unter restriktiven Voraussetzungen zulässig (vgl. Art. 3 lit. o des Bundesgesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb). Sie darf nur nach Einwilligung des Kunden gesendet werden und muss einen konkreten Absender sowie einen Hinweis auf eine Ablehnungsmöglichkeit enthalten. Bei bestehenden Kunden gilt eine Sonderregel: Wer für einen Kauf seine Adresse angegeben hat, muss sich gefallen lassen, dass seine Adresse vom Verkäufer für Massenwerbung genutzt wird, sofern er dies nicht abgelehnt hat, nachdem er auf die Ablehnungsmöglichkeiten hingewiesen wurde. Werden diese Regeln vorsätzlich nicht eingehalten, kann dies unter anderem strafrechtliche Konsequenzen haben. Die geltenden schweizerischen Vorschriften zur Massenwerbung kommen auch bei sozialen Medien zur Anwendung. Bei Massenmitteilungen ist also Vorsicht geboten, und es muss sorgfältig geprüft werden, ob die gesetzlichen Vorgaben eingehalten werden.

### Pflicht zur Aufbewahrung von Geschäftsbüchern

Gemäss dem Schweizerischen Obligationenrecht sind nicht nur Geschäftsbücher und Buchungsbelege, sondern ist auch gewisse Geschäftskorrespondenz während zehn Jahren aufzubewahren (vgl. Art. 957 und 962 OR). Dies ist der Fall, wenn die Geschäftskorrespondenz zur Feststellung der Schuld- und Forderungsverhältnisse notwendig sein kann. Unter Geschäftskorrespondenz in diesem Sinne können auch Emails, Nachrichten und Mitteilungen in sozialen Medien fallen. Entsprechend sollte ein Unternehmen prüfen, ob die unternehmensinternen Archivierungsprozesse entsprechend angepasst werden müssen oder sicherstellen, dass in sozialen Medien keine Geschäftskorrespondenz versendet wird.

### Erteilung von Lizenzen

Nicht selten sehen die Nutzungsbedingungen sozialer Medien vor, dass die Nutzer dem Netzwerkbetreiber eine nicht-exklusive, unentgeltliche, übertragbare

weltweite Lizenz an den platzierten Inhalten wie z.B. Zeichnungen und Fotos einräumen. Ein Unternehmen muss sich bewusst sein, dass, wer ein solches Netzwerk nutzt, unter Umständen seine informationelle Selbstbestimmung aufgibt. Das Schweizer Recht lässt eine solche Aufgabe von Rechten an Informationen nicht unbeschränkt zu. Meist ist jedoch ausländisches Recht anwendbar, und das betroffene Unternehmen müsste seine Ansprüche vor ausländischen Gerichten geltend machen (im Falle von Facebook beispielsweise vor einem Staats- oder Bundesgericht in Santa Clara, Kalifornien).



Die Risiken sozialer Medien dürfen nicht unterschätzt werden.

### Bezug zum Ausland

Bei Aktivitäten in sozialen Medien besteht oft ein Bezug zum Ausland, beispielsweise wenn Kunden mit Wohnsitz im Ausland angegangen oder Preise in Fremdwährungen angegeben werden. Auch in solchen Fällen kann die Zuständigkeit ausländischer Gerichte begründet werden, und es ist nebst dem Schweizer allenfalls ausländisches Recht zu beachten.

### Ausblick

Soziale Medien werden immer wichtiger. Auch für Unternehmen bieten sie interessante Möglichkeiten – aber auch neue Gefahren. Viele Schweizer Unternehmen werden mittelfristig nicht um eine Präsenz in sozialen Medien herum kommen. Unabhängig davon geht auch die private Nutzung sozialer Medien durch Arbeitnehmer mit Risiken für deren Arbeitgeber einher. Es besteht rechtlicher Klärungs- und Handlungsbedarf. Abgesehen von Rufschädigungen im Internet berichtete die Schweizer Presse bislang kaum von rechtlichen Problemen in sozialen Medien. Dies dürfte sich jedoch in naher Zukunft ändern.

Oliver Staffelbach    Gabriela Taugwalder