

Allgemeines Gesellschafts- & Handelsrecht
Arbeitsrecht
Bankenrecht
Energie recht
Erbrecht & Nachlassplanung
Finanzierungen
Immaterialgüterrecht
Immobilien
Insolvenz
Kapitalmarkt & Börsenrecht
Kollektive Kapitalanlagen
Medienrecht
Mergers & Acquisitions
Notariat
Payments Clearing & Settlement
Pharmarecht & Gesundheitsrecht
Prozessführung & Schiedsgerichtsbarkeit
Steuerrecht
Technologierecht (IT)
Venture Capital & Private Equity
Wettbewerbsrecht
Wirtschaftsstrafrecht & Compliance

Nackte Tatsachen am Arbeitsplatz – Reputationsrisiko Social Media

Herr und Frau Schweizer tauschen sich mittlerweile rege über Social Media aus. Dass privates Gezwitzcher zuweilen auch zu Misstönen in Beruf und Karriere sowie entsprechenden rechtlichen Konsequenzen führen kann, wird uns derzeit am Beispiel Nackt-Selfies vor Augen geführt. Nutzer wie auch Unternehmen sollten daher einen bewussten Umgang mit Social Media pflegen und die rechtlichen Rahmenbedingungen beachten.

In den letzten Wochen haben Nacktbilder von Angestellten und Amtspersonen für Diskussionen gesorgt. Eine Verwaltungsangestellte verbreitete über Twitter und ihren Blog Nacktbilder, die sie teilweise am Arbeitsplatz erstellt hatte. Etwa zeitgleich wurden erotische Eskapaden eines Politikers via WhatsApp publik, auch hier war von im Büro erstellten Nacktfotos die Rede.

Wenn sich auch die mediale Empörung langsam wieder legt, die betreffenden Personen haben in beruflicher Hinsicht nun die Konsequenzen zu tragen. Die Verwaltungsangestellte verlor ihren Job und der Politiker ist mit Rücktrittsforderungen konfrontiert. Es handelt sich hier um zwei typische Beispiele dafür, wie privates «Gezwitzcher» zuweilen auch zu Misstönen in Beruf und Karriere sowie entsprechenden rechtlichen Konsequenzen führen kann.

Screening von Bewerbern zur Prävention?

Angesichts der mittlerweile weit verbreiteten Nutzung von Social Media haben Unternehmen zunehmend das Bedürfnis, über die entsprechenden Aktivitäten ihrer Angestellten informiert zu sein. Häufig stellt sich bereits im Bewerbungsverfahren die Frage, ob ein sogenanntes Social Media Screening, also eine Recherche zu den Social-Media-Aktivitäten des Stellenbewerbers, erlaubt ist.

Gemäss Art. 328b des schweizerischen Obligationenrechts (OR) darf der Arbeitgeber nur Daten über den Arbeitnehmer bearbeiten, soweit sie dessen Eignung für das Arbeitsverhältnis betreffen oder zur Durchführung des Arbeitsvertrags erforderlich sind. Ein generelles Social Media Screening eines Bewerbers wäre daher unzulässig. Zulässig wäre eine Informationsbeschaffung über Aktivitäten in den beruflichen sozialen Netzwerken wie LinkedIn sowie über Aktivitäten in privaten Netzwerken, sofern der Bewerber diese in seinen Bewerbungsunterlagen ausweist.

Monitoring von Angestellten? – Unternehmensspezifische Grundregeln festlegen

Der Arbeitgeber darf gestützt auf sein Weisungsrecht frei festlegen, ob und in welchem Umfang das Internet und die Büroinfrastruktur (Computer aber auch mobile Geräte, die dem Arbeitgeber gehören) zu privaten Zwecken genutzt werden dürfen. Wir empfehlen, die Nutzung von Social Media und Büroinfrastruktur am Arbeitsplatz in einer schriftlichen Weisung zu regeln. Die Einhaltung von Weisungen darf vom Arbeitgeber in anonymisierter Form überwacht und bei Verdacht auf einen Missbrauch personenbezogen ausgewertet werden, sofern die Arbeitnehmer über diese Auswertungsmöglichkeit vorher ausreichend informiert wurden.

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



ROMAN HEIZ
DR. IUR., LL.M.; RECHTSANWALT
r.heiz@wengerviel.ch
T: 058 958 55 12



CLAUDIA KELLER
LIC. IUR., LL.M.; RECHTSANWÄLTIN
c.keller@wengerviel.ch
T: 058 958 53 15

Beispiele für entsprechende Weisungen im Bereich Social Media sind im Internet unter dem Stichwort «Social Media Guidelines» zahlreich zu finden. Deren Inhalt ist unternehmensspezifisch auszugestalten. Generell sollten solche Weisungen mindestens eine Aussage darüber enthalten, welche Strategie das Unternehmen in Bezug auf Social Media verfolgt und welche allgemeinen Verhaltensgrundsätze gelten. Die Guidelines sollten des Weiteren mindestens folgende Themen abdecken:

- Allgemeine Hinweise zur Nutzung von Social Media am Arbeitsplatz (zeitlicher Umfang, Hinweise in Bezug auf IT-Sicherheit und -infrastruktur, allenfalls Verbot der Nutzung spezifischer Plattformen).
- Welche Inhalte sind erlaubt? (Hinweis auf vertrauliche Informationen und Geschäftsgeheimnisse, Aussagen über das Unternehmen und andere Mitarbeiter, Urheberrechte, rechtliche Folgen einer Rechtsverletzung).
- Informationen zu einem allfälligen Monitoring der Social-Media-Nutzung.
- Definition von Prozessen bei Anfragen oder Vorfällen (Zuständigkeiten, Ansprechpersonen).

Die Einführung der Guidelines ist idealerweise mit einer entsprechenden Mitarbeiterschulung zu kombinieren. Ausserdem empfehlen wir Unternehmen, anhand von Worst-Case-Szenarien eine Strategie in Bezug auf die Krisenkommunikation festzulegen.

Was tun, wenn eine Social Media Aktivität unerwünschte Aufmerksamkeit schafft?

Erfährt ein Unternehmen von problematischen Aktivitäten eines Mitarbeiters, so sollte es zunächst das Reputationsrisiko evaluieren. Dieses hängt auch davon ab, wer der ursprüngliche Adressatenkreis der Meldung war (geschlossene Facebook-Gruppe oder öffentlicher Twitter-Account). Sodann ist über die interne und/oder externe Kommunikation und das Ergreifen allfälliger Massnahmen gegenüber dem Mitarbeiter zu entscheiden. Je nach Inhalt der Information kommen von einem Verweis bis zu einer fristlosen Entlassung alle Massnahmen in Frage, wobei für die Rechtmässigkeit einer fristlosen Entlassung die Verfehlung entsprechend gravierend sein oder es sich um einen wiederholten Fall handeln muss.

Stellt eine Mitteilung auf Social Media ein offensichtliches Reputationsrisiko dar, kann der Arbeitgeber vom betreffenden Mitarbeiter die Löschung verlangen. Dies im Bewusstsein, dass eine Löschung nicht verhindern kann, dass der Inhalt anderswo noch vorhanden und abrufbar ist. Je nach Inhalt empfiehlt sich zudem der Beizug



von Medienrechtsexperten, so dass die notwendigen rechtlichen Schritte zur Verhinderung einer Weiterverbreitung der Informationen rechtzeitig in die Wege geleitet werden können. Ist die mediale Welle einmal am Rollen, ist professionelles Vorgehen wichtig. Presseanfragen sind entsprechend sorgfältig – gegebenenfalls unter Beizug von Kommunikationsexperten – zu beantworten.

Fazit

Für Unternehmen bietet Social Media spannende und innovative Möglichkeiten für Werbung, Unternehmenskommunikation und Branding. Die rechtlichen Risiken sind abschätzbar und zu managen, vorausgesetzt, man setzt sich unternehmensspezifisch damit auseinander. Social Media Guidelines helfen, den Mitarbeitern die Anforderungen an Social Media zu verdeutlichen und rechtliche Anforderungen sowie Grenzen aufzuzeigen. Das vorgängige Definieren und Implementieren von Strategien und Prozessen für die Krisenkommunikation ist unerlässlich.

Mitarbeiter, die Social Media am Arbeitsplatz nutzen, müssen die entsprechenden Weisungen des Arbeitgebers beachten. Bei der Nutzung von Social Media in der Freizeit ist zu bedenken, dass Privates und Berufliches nicht mehr so einfach zu trennen sind und eine vermeintlich rein private Aktivität Auswirkungen auf die eigene berufliche Tätigkeit oder auf die Reputation des Arbeitgebers haben kann. Deshalb gilt beruflich wie privat: mit Bedacht zwitschern!



SPOTLIGHT ALS PDF:
[http://www.wengerviel.ch/
Publikationen/Spotlights.aspx](http://www.wengerviel.ch/Publikationen/Spotlights.aspx)