

PRESLMAYR RECHTSANWÄLTE
PRESLMAYR ATTORNEYS AT LAW

Unternehmen im sozialen Netzwerk



S
M
E
R
D



Unternehmen im sozialen Netzwerk

Die rechtlichen Aspekte sozialer Netzwerke sind derzeit in aller Munde. In der medialen Öffentlichkeit werden vor allem der Umgang von Facebook & Co mit den Nutzerdaten und die Verletzung von Persönlichkeitsrechten kritisiert. Soziale Netzwerke werden mittlerweile auch von Unternehmen immer häufiger für Marketingmaßnahmen genutzt, was für diese nicht nur Chancen, sondern auch zahlreiche rechtliche Risiken bringt.

Wie das Internet generell sind auch soziale Netzwerke entgegen einer immer wieder anzutreffenden Ansicht **kein rechtsfreier Raum**. Es gilt das **Prinzip der Technologieneutralität des Rechts**. Unternehmen haben bei ihren Auftritten in sozialen Netzwerken somit jene Regeln der Rechtsordnung zu beachten, die auch außerhalb des Internets gelten. So sind etwa auch beim Social Media Marketing wie bei sonstigen Marketingmaßnahmen die marken-, wettbewerbs- und urheberrechtlichen Vorgaben zu beachten. Insbesondere dürfen geschützte Kennzeichen und Inhalte nur mit Zustimmung des Berechtigten verwendet werden. Daneben haben Unternehmer bei Marketingaktivitäten in sozialen Netzwerken aber auch spezielle Spielregeln zu beachten.

Insbesondere sind die Impressums-, Informations- und Kennzeichnungspflichten des E-Commerce-Gesetz (ECG) zu beachten. Gemäß §§ 6 und 7 ECG hat ein Unternehmer im Online-Bereich dafür zu sorgen, dass Werbung und andere Absatzförderungsmaßnahmen eindeutig als solche erkennbar sind und die natürliche oder juristische Person, die die kommerzielle Kommunikation in Auftrag gegeben hat, erkennen lassen. Der Werbecharakter einer Nachricht darf also nicht verschleiert werden. Die Verwendung von „Fake“-Profilen – also von Profilen, die unter einem anderen Namen im sozialen Netzwerk angemeldet sind, um als vermeintlich Dritte positiv über das Unternehmen zu

berichten – ist somit unzulässig. Verstöße gegen das ECG sind nicht nur mit Verwaltungsstrafen bedroht, sie sind auch nach dem UWG verfolgbar.

Direktnachrichten in sozialen Netzwerken sind „elektronische Post“ im Sinne des § 107 Telekommunikationsgesetz (TKG). Dementsprechend sind zB persönliche Nachrichten auf Facebook ohne vorherige Einwilligung der Empfänger unzulässig, wenn die Zusendung zu Zwecken der Direktwerbung erfolgt oder an mehr als 50 Empfänger gerichtet ist (**Spamming-Verbot** und **Opt-In-Prinzip**). Eine Facebook-Freundschaft als solche stellt noch keine Zustimmung zum Erhalt elektronischer Werbung dar. Nicht unter den Begriff der „Direktwerbung“ fallen Nachrichten, die Unternehmen auf ihren eigenen Pinnwänden posten und die von „Freunden“ bloß passiv mitgelesen werden.

Bei Verstößen gegen das Spamming-Verbot drohen nicht nur Verwaltungsstrafen (bis EUR 37.000 pro Verstoß), sondern auch Unterlassungsansprüche der Empfänger und der Mitbewerber. Ein Verstoß gegen § 107 TKG ist nämlich als Rechtsbruch unlauter im Sinne des § 1 UWG. Außerdem kann das Versenden von Direktwerbung in sozialen Netzwerken eine aggressive Geschäftspraktik im Sinne der Z 26 des UWG-Anhangs darstellen.

Ermöglicht ein Unternehmen seinen „Freunden“ Pinnwand-Einträge zu kommentieren oder nutzt es die von sozialen Netzen bereitgestellte Möglichkeit,



eigene Internetanwendungen in das soziale Netzwerk einzubinden, und greift es dadurch auf persönliche Daten der Nutzer zu, kann es Melde-, Auskunfts-, Richtigstellungs- und Löschungspflichten gemäß Datenschutzgesetz (DSG) unterliegen. Verstöße können zu Verwaltungsstrafen (bis zu EUR 10.000 pro Verstoß) und zu Unterlassungsansprüchen führen. Außerdem kann die Behörde bei Verstößen den Verfall der Datenträger und Programme aussprechen.

Unternehmen sollten daher eine geplante Nutzung sozialer Netzwerke zu Werbezwecken einer umfassenden rechtlichen Prüfung unterziehen. Dabei werden auch die jeweiligen Nutzungsbedingungen der Betreiber sozialer Netzwerke dahingehend zu prüfen sein, ob eine kommerzielle Nutzung überhaupt zulässig ist.

Facebook & Co werden immer häufiger auch am **Arbeitsplatz** genützt. Wie die private Nutzung des betrieblichen Internetzugangs und der E-Mail-Adresse darf der Arbeitgeber auch die Nutzung sozialer Netzwerke untersagen, selbst wenn er die private Nutzung von Internet und E-Mail gestattet. Auch wenn der Arbeitgeber kein ausdrückliches Verbot der Nutzung ausgesprochen hat, bedeutet das keine uneingeschränkte Nutzungserlaubnis. Noch mehr als beim Versenden privater E-Mails oder zB dem einmaligen Buchen einer Ferienreise im Internet ist hier das Exzessverbot zu beachten: Zulässig ist nur eine maßvolle und zeitlich eingeschränkte Nutzung, sofern dadurch die Arbeit nicht beeinträchtigt wird, die Ressourcen des Arbeitgebers nicht in störender Weise belastet werden, keine Sicherheitsrisiken geschaffen und keine widerrechtlichen Handlungen unterstützt werden. Keinesfalls zulässig ist es, Facebook permanent „im Hintergrund“ zu verwenden. Widersetzt sich der Arbeitnehmer dem ausdrücklichen Verbot der Facebook-Nutzung oder vernachlässigt er aufgrund exzessiver Nutzung seine dienstvertraglichen Pflichten, ist der Arbeitgeber – nach vorheriger Abmahnung – zur Entlassung berechtigt.

Auch bei (eingeschränkt) zulässiger Nutzung sozialer Netzwerke sind gewisse Spielregeln zu beachten, insbesondere die den Arbeitnehmer treffende umfassende Treuepflicht. Werden auf Facebook Firmengeheimnisse verraten, Arbeitgeber, Kollegen oder Kunden beleidigt oder postet der Arbeitnehmer trotz Krankmeldung den Sieg in einem wichtigen Tennismatch, kann dies ebenfalls eine Entlassung rechtfertigen.

Für Unternehmen wird es daher sinnvoll sein, Social Media Richtlinien für Mitarbeiter einzuführen. Dabei sind natürlich die Mitwirkungsrechte des Betriebsrates zu beachten.

Der **Schutz der Persönlichkeitsrechte** kommt gerade in sozialen Netzwerken oft zu kurz, insbesondere im Zusammenhang mit der Veröffentlichung von Fotos. Dabei wird oft übersehen, dass Fotos nicht veröffentlicht werden dürfen, wenn dadurch berechnete Interessen des Abgebildeten oder seiner nahen Angehörigen verletzt werden (§ 78 Urheberrechtsgesetz). Werden auf diese Weise Persönlichkeitsrechte verletzt, was etwa beim Veröffentlichen eines „unangenehmen“ Fotos (zB im erkennbar betrunkenen Zustand) der Fall sein kann, stehen dem Abgebildeten Ansprüche gegen den Veröffentlichenden zu. Zu bedenken ist, dass in einigen sozialen Netzen ein Löschen veröffentlichter Fotos entweder gar nicht oder nur mit zeitlicher Verzögerung möglich ist. Nutzern sozialer Netzwerke ist daher zu empfehlen, vor der Veröffentlichung des Fotos eines anderen dessen Zustimmung einzuholen, gleichgültig ob dieser ebenfalls ein Nutzer ist oder nicht.



Weitere Informationen zum Thema

Mag. Oliver Walther

Rechtsanwalt und Partner

walther@preslmayr.at

Neue Partnerin

Mit Frau RA **Mag. Lisa-Maria Fidesser** haben wir seit November 2011 eine weitere Partnerin in unserem Team. Sie war schon seit Juni 2007 Rechtsanwaltsanwärterin in unserer Kanzlei und beschäftigt sich vorwiegend mit Prozessführung, Vertragsgestaltung, Datenschutzrecht und Bankrecht.

Ihren Eintritt als Partnerin haben wir in gewohnter Weise gemeinsam mit ihrer Familie, ihren Freunden und unseren Mitarbeitern gebührend gefeiert.

