

Art—Lawyer Magazin

RECHTLICHE GRENZEN FÜR ÄUßERUNGEN IM SOCIAL WEB

Autor: RA Jens O. Brelle & Denise Jurack
Datum: 18.07.2011

Nur ein Klick und man ist bei Facebook mit dem eigenen Chef befreundet. Doch der Klick erhöht nicht nur die Anzahl der Freunde, sondern er kann unter Umständen auch die Gefahr einer Abmahnung oder sogar einer Kündigung erhöhen. Nämlich dann, wenn man sich negativ oder diffamierend über den Chef oder das Unternehmen äußert.

So wurden zum Beispiel im vergangenen Jahr drei Mitarbeiter einer französischen Projektplanungsfirma gekündigt. Grund dafür war die Statusmeldung eines Mitarbeiters, in der er sich als „Teil des Clubs der Unglückseeligen“ bezeichnete. Seine Kollegen kommentierten die Meldung mit „Willkommen im Club“. Und obwohl es sich um die privaten Seiten der Mitarbeiter handelte, konnte der Chef mitlesen, denn auch Freunden von Freunden war es gestattet, diese Inhalte zu lesen. Der Chef empfand die Kommentare allerdings als „Verunglimpfung“ und „Anstachelung zur Rebellion“. Die Sache landete schließlich vor Gericht und dort wurden die Kündigungen bestätigt.

Auch in Deutschland gibt es solche Fälle. Kürzlich wurde der Betriebsratsvorsitzende der Frankfurter Rundschau gekündigt. Er soll auf seiner privaten Facebook-Seite die Kollegen als „Wichser“ und „Abschaum“ bezeichnet haben, die nicht mit ihm streiken wollten. Offiziell hieß es dann, er sei von seinem Posten zurückgetreten, sein Nachfolger bezeichnete die Sache dann als „unglückliche Geschichte“.

Sogar Unternehmen wie Daimler sind vor Anfeindungen der eigenen Mitarbeiter nicht gefeit. Hier gab es kürzlich Ärger um die Facebook-Gruppe „Daimler Kollegen gegen Stuttgart21“, die schließlich gelöscht wurde. Einige Mitarbeiter hatten sich in der Gruppe beleidigend über den Vorstandsvorsitzenden Dieter Zetsche geäußert und wurden nach der

Rechtliche Grenzen für Äußerungen im Social Web (Anfang)

Art—Lawyer Magazin

Löschung auf die Verhaltensregeln im Social Web hingewiesen.

Wer sich dennoch auf Facebook und Co. Luft machen will, sollte einige Verhaltensregeln beachten.

Grundsätzlich hat jeder das Recht darauf, seine Meinung frei zu äußern. Das steht so in Art. 5 Abs. 1 S. 1 GG. Doch sobald zu stark in Interessen Dritter eingegriffen wird, endet die Meinungsfreiheit. Beleidigungen und Schmähkritik sind unzulässig. Letztlich kommt es aber immer auf den Einzelfall an.

Unternehmen, die Opfer einer schädigenden und rechtswidrigen Äußerung werden, können dagegen rechtlich vorgehen. So gilt es zunächst einmal denjenigen herauszufinden, der die Äußerung getätigt hat. Ist dieser identifiziert, sollte er auf den Rechtsverstoß hingewiesen und aufgefordert werden, diesen zu entfernen. Erst danach sollte mit einer Abmahnung oder einer Klage dagegen vorgegangen werden. Hier sollte grundsätzlich auf die Verhältnismäßigkeit geachtet werden.

Es ist auch möglich den Seitenbetreiber auf den Rechtsverstoß hinzuweisen und gegebenenfalls eine Löschung der Seite, bzw. der Gruppe zu erwirken. Doch auch hier gilt es, Augenmaß walten zu lassen. Oft erregt man über solche Handlungen mehr Aufmerksamkeit als gewollt und es kommt zum sog. Streisand-Effekt.

Als Mitarbeiter sollte man sich nicht zu unübelegeten Kommentaren hinreißen lassen. Was der Kollege vielleicht lustig findet, ist für den Chef vielleicht schon eine Beleidigung. Im Rahmen des Arbeitsverhältnisses haben Mitarbeiter eine gewisse Pflicht zur Rücksichtnahme. Unbedachte Äußerungen sind daher fehl am Platz und können im schlimmsten Fall zu arbeitsrechtlichen Konsequenzen führen.

Fazit

Als Unternehmen ist man auch nicht vor der Kritik der eigenen Mitarbeiter

Rechtliche Grenzen für Äußerungen im Social Web (Fortsetzung)

Art—Lawyer Magazin

geschützt. Solange diese sachlich und nicht beleidigend ist, besteht zwar kein Handlungsbedarf, aber man kann seinen Mitarbeitern bereits vorab Richtlinien im Umgang mit Social Media aufzeigen und so sensibilisieren.

Durch die Dynamik und schnelle Entwicklung des Internets und der Möglichkeiten des Social Web wird es immer wieder zu Auseinandersetzungen zwischen Unternehmen und Mitarbeitern kommen. Verteufeln sollte man Facebook und Co. deshalb aber nicht, schließlich gibt es im Social Web auch unendliche viele Chancen für Unternehmen.

Art Lawyer

Jens O. Brelle

Rechtsanwalt

Fachanwalt für Urheber- und Medienrecht

Erstmals veröffentlicht in:
AL Magazin

KONTAKT:

Art Lawyer
RA Jens O. Brelle

Auf dem Sande 1, Block E / 2.Etage
20457 Hamburg-Speicherstadt
Telefon +49 (0)40 24 42 18 46
Telefon +49 (0)40 24 42 18 48
E-Mail info@art-lawyer.de
Internet <http://www.art-lawyer.de>

Rechtliche Grenzen für Äußerungen im Social Web (Fortsetzung)