

Rechtliche Aspekte des Web 2.0

IHK 10.05.2011

RA Dr. jur. Thorsten Graf

Übersicht

1. Allgemeines
2. Arbeitsrecht
3. Datenschutzrecht
4. Haftung für fremde Inhalte

1. Allgemeines

Definition „Web 2.0“

- Zusammenfassung neuer populärer Internetnutzungen, bei denen die Anwender die zentrale Rolle spielen
- keine neue Technik des Word Wide Web, sondern eine neue Art der Anwendung
- nicht Medienanbieter oder Internetdienstleister füllen die Internetseiten mit Inhalten, sondern die Nutzer selbst (sog. „user generated content“)
- interaktive Internet-Publizistik

1. Allgemeines

Unterschied zu „Web 1.0“

- „Web 1.0“: nur wenige „Bearbeiter“ (Personen und Organisationen, die Inhalte für das Web erstellten oder Informationen bereitstellten), aber zahlreiche „Benutzer“ (Konsumenten, also passive Nutzer der verfügbaren Daten)

1. Allgemeines

Beispiel Wikipedia (freies online-Lexikon)



WIKIPEDIA
Die freie Enzyklopädie

[Hauptseite](#)
[Über Wikipedia](#)
[Themenportale](#)
[Von A bis Z](#)
[Zufälliger Artikel](#)

▼ [Mitmachen](#)
[Hilfe](#)
[Autorenportal](#)
[Letzte Änderungen](#)
[Kontakt](#)
[Spenden](#)

▼ [Drucken/exportieren](#)

Projektseite [Diskussion](#) [Lesen](#)

Willkommen bei Wikipedia

Wikipedia ist ein Projekt zum Aufbau einer Enzyklopädie aus [freien Inhalten](#) in allen Sprachen der Welt. Jeder kann deutscher Sprache entstanden. [Gute Autorinnen und Autoren](#) sind stets willkommen.

 [Geographie](#)  [Geschichte](#)  [Gesellschaft](#)  [Kunst und Kultur](#) 

[Artikel nach Themen](#) · [Alphabetischer Index](#) · [Artikel nach Kategorie](#)
[Kontakt](#) · [Presse](#) · [Statistik](#) · [Andere Sprachen](#) · [Menü](#)

Wikipedia aktuell

Bis zum 30. April können Stimmen für den [Publikumspreis](#) des [Schreibwettbewerbs](#) abgegeben werden.

Artikel des Tages

 [Leer](#) ist die Kreisstadt des gleichnamigen Landkreises in Niedersachsen. Mit rund 34.000 Einwohnern ist sie nach Emden

In den Nachrichten

[Bürgerkrieg in](#)

- Der Jurist | tibetischer Rolle des [
- Bei einem Elektronikl

1. Allgemeines

Beispiel online-Diskussionsportale

ARD Home Nachrichten Sport Börse Ratgeber Wissen Kultur Kinder ARD Intern Fernsehen Radio ARD Media

meta.tagesschau.de Kontakt Hilfe / Impressum

"Schwarmintelligenz" im Kampf gegen Plagiate Sa, 19.02.2011 - 06:40

Suche: **SUCHEN**

Benutzeranmeldung

Benutzer: *

Passwort: *

ANMELDEN

Mit OpenID einloggen

Registrieren

Neues Passwort anfordern

Navigation

GuttenPlag Wiki Plagiate Seit die ersten Vorwürfe bekannt wurden, wächst die Webseite GuttenPlag: Freiwillige haben rund 170 mögliche Plagiate in der Dissertation von Minister zu Gutenberg zusammengestellt. Und sie suchen weiter. Stefan Weber, ein Initiator der Seite, ist begeistert.

Schlagwörter

Dissertation Gutenberg GuttenPlag Wiki

Durchschnitt:  Durchschnitt: 4,1 (9 votes)

Schlagwörter

Alabama Arbeitsmarkt Baden-Württemberg Datenschutz Diebstahl Dossier Ehni EU Explosion Fatah Freizügigkeit Gaddafi Gaza Grüne Grenzkonflikt Großbritannien Hamas Kämpfe Königliche Hochzeit Kaffeehaus Kambodscha Kretschmann Libyen

1. Allgemeines

Beispiel You Tube (Foto- bzw. Videoportal)

You Tube | [Kategorien](#) | [Video hochladen](#) | [Konto erstellen](#) | [Anmelden](#)

Schließen

Tritt der weltweit größten Video-Community bei!

[Konto erstellen >](#) Hast du bereits ein Konto? [Anmelden](#)

[Beliebteste Videos](#)

[Unterhaltung](#) [Musik](#)

Angesagt

Dance!

Am Freitag ist nicht nur Kate & Will's Hochzeit, sondern auch: Welttag des Tanzes. Also: Get out the moves!

Präsentiert von: [lehrvideoshop](#)

[Get the Dance - Hiphop Oldschool](#)

1. Allgemeines

Beispiel Soziales Netzwerk Facebook

facebook

E-Mail

Passwort

Anmelden

☐ Angemeldet bleiben

[Passwort vergessen?](#)

Facebook ermöglicht es dir, mit den Menschen in deinem Leben in Verbindung zu treten und Inhalte mit diesen zu teilen.



Registrieren
Facebook ist und bleibt kostenlos.

Vorname:

Nachname:

Deine E-Mail:

E-Mail nochmals eingeben:

Neues Passwort:

Ich bin: Geschlecht auswählen:

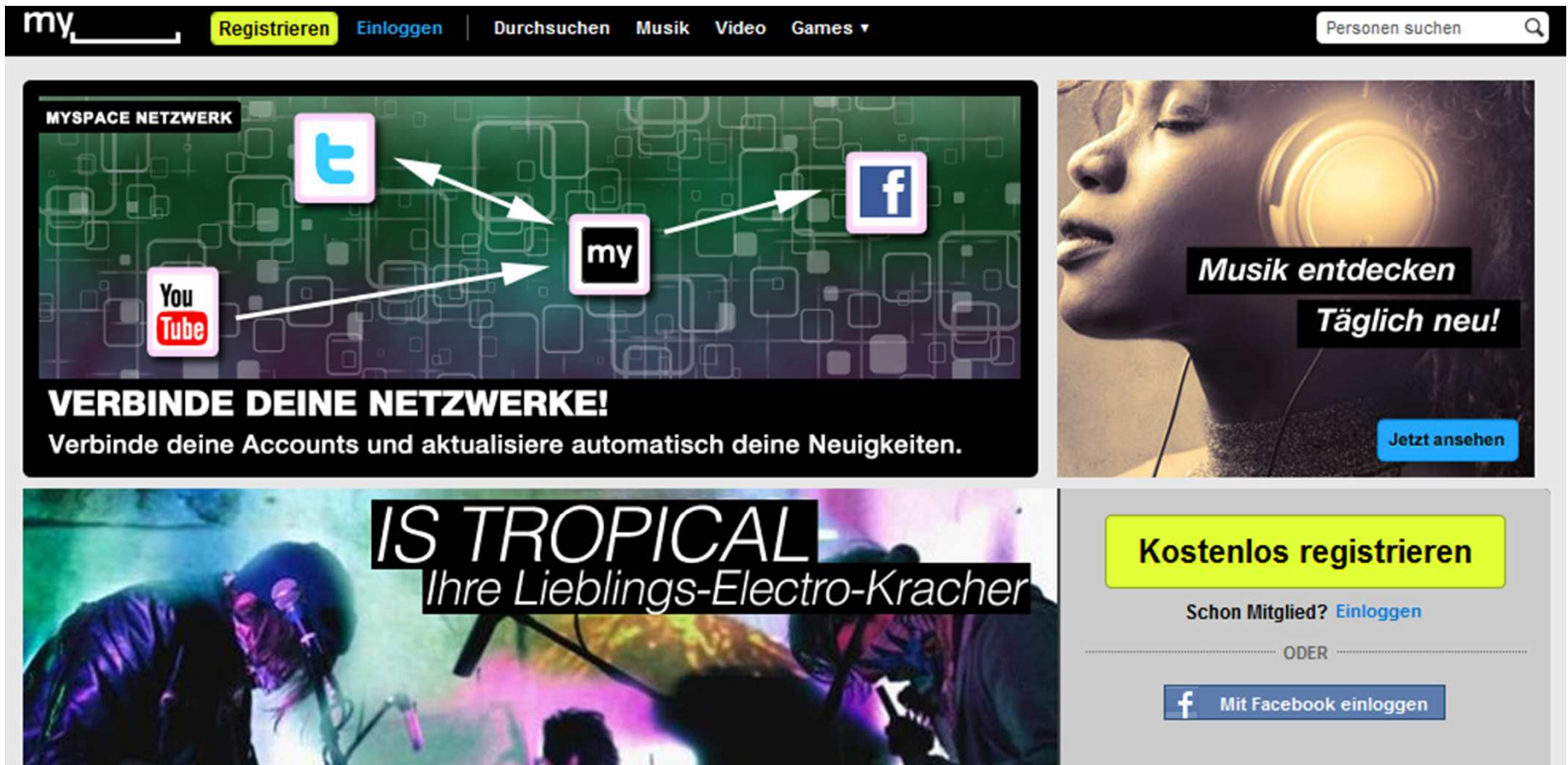
Geburtsdag: Tag: Monat: Jahr:

Warum muss ich meinen Geburtsdag angeben?

Registrieren

1. Allgemeines

Beispiel Soziales Netzwerk My Space



The screenshot shows the MySpace homepage. At the top is a navigation bar with the MySpace logo, links for 'Registrieren' (highlighted in yellow), 'Einloggen', 'Durchsuchen', 'Musik', 'Video', and 'Games'. A search bar on the right says 'Personen suchen'. Below the navigation bar, there are three main promotional banners. The left banner, titled 'MYSPACE NETZWERK', features icons for Twitter, YouTube, MySpace, and Facebook with arrows pointing to a central 'my' icon, and the text 'VERBINDE DEINE NETZWERKE! Verbinde deine Accounts und aktualisiere automatisch deine Neuigkeiten.' The middle banner shows a woman wearing headphones with the text 'Musik entdecken Täglich neu!' and a 'Jetzt ansehen' button. The bottom banner features a DJ with the text 'IS TROPICAL Ihre Lieblings-Electro-Kracher'. On the right side, there is a registration section with a yellow 'Kostenlos registrieren' button, a link for 'Schon Mitglied? Einloggen', and a section for logging in with Facebook.

my [Registrieren](#) [Einloggen](#) | [Durchsuchen](#) [Musik](#) [Video](#) [Games](#)

MYSPACE NETZWERK

VERBINDE DEINE NETZWERKE!
Verbinde deine Accounts und aktualisiere automatisch deine Neuigkeiten.

Musik entdecken
Täglich neu!
[Jetzt ansehen](#)

IS TROPICAL
Ihre Lieblings-Electro-Kracher

Kostenlos registrieren

Schon Mitglied? [Einloggen](#)

ODER

[f](#) Mit Facebook einloggen

1. Allgemeines

Beispiel Soziales Netzwerk StudiVZ



[Passwort vergessen?](#)
☐ Eingeloggt bleiben ?
☒ Sitzung sichern ?

[Aktivierungslink noch einmal zusenden](#)

[Angriff auf unsere Daten - wie können wir uns wehren?](#)

STUDIVERZEICHNIS [Immatrikulieren](#) [Hilfe](#) [Handy](#) [Blog](#)

Bist Du schon drin?

Hochzeit des Jahres: Kate & William.
Euer Rezept, unser Gewinner!



Zum Ergebnis

Kostenlos registrieren
Dein Vorname

Dein Nachname

Geburtsdag
Tag Monat Jahr (TT.MM.JJJJ)
Geschlecht
☐ weiblich ☐ männlich

Was ist das hier?
Schau Dir unsere [studiVZ-Tour](#) an!

Sei dabei in Deutschlands größtem sozialen Netzwerk

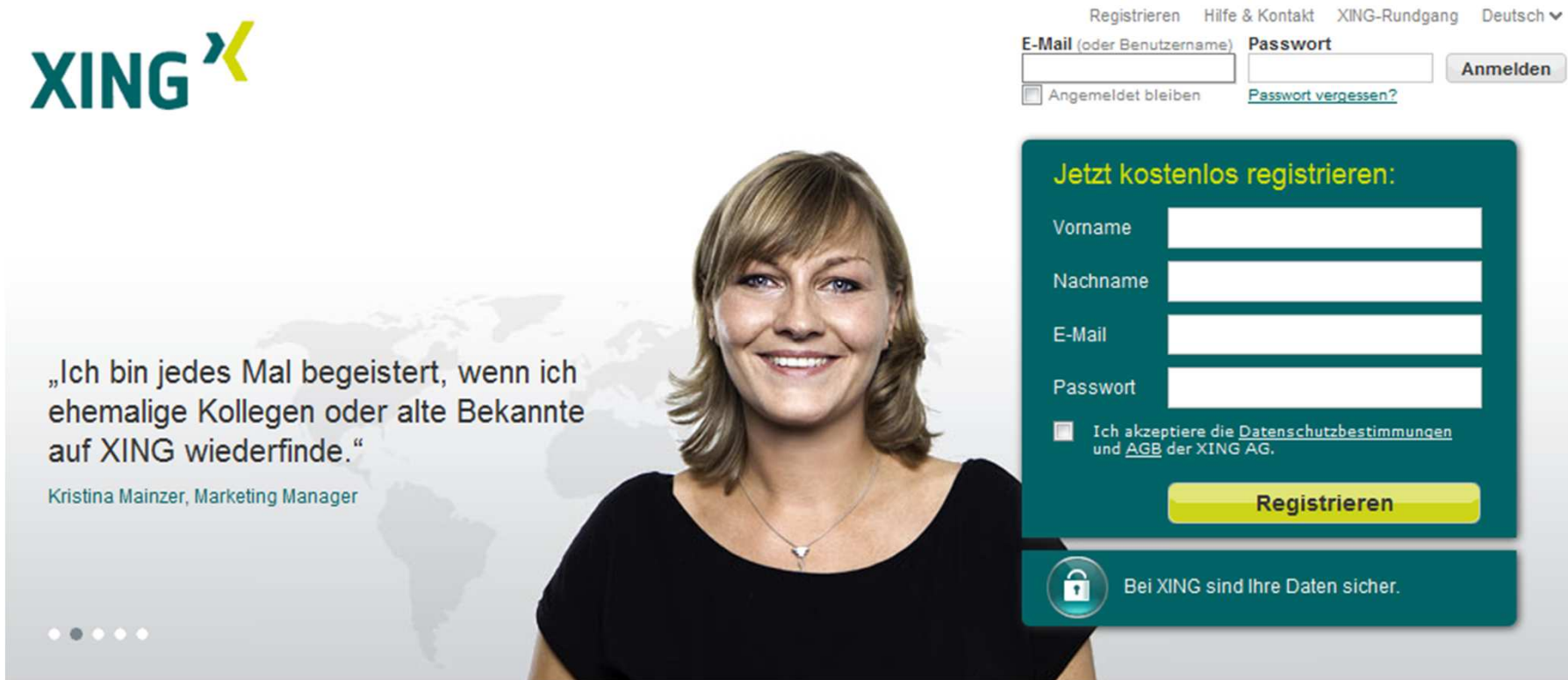
Tausch Dich aus über Fotos, Filme, Nachrichten, Gruppen

Du bist gar kein Student? 

Dann schau Dich mal bei [meinVZ](#) um!

1. Allgemeines

Beispiel Soziales (Berufs-)Netzwerk XING



The image shows a screenshot of the XING website. On the left, there is a testimonial from Kristina Mainzer, Marketing Manager, with a world map background. In the center is a portrait of Kristina Mainzer. On the right, there is a registration and login form. The form includes fields for E-Mail (or username) and Password, with an 'Anmelden' button. Below this is a 'Jetzt kostenlos registrieren:' section with fields for Vorname, Nachname, E-Mail, and Password, followed by a checkbox for accepting terms and conditions, and a 'Registrieren' button. At the bottom right, there is a security message: 'Bei XING sind Ihre Daten sicher.' with a lock icon.

Registrieren Hilfe & Kontakt XING-Rundgang Deutsch ▼

E-Mail (oder Benutzername) Passwort

☐ Angemeldet bleiben [Passwort vergessen?](#)

Jetzt kostenlos registrieren:

Vorname

Nachname

E-Mail

Passwort

☐ Ich akzeptiere die [Datenschutzbestimmungen](#) und [AGB](#) der XING AG.

 Bei XING sind Ihre Daten sicher.

[7]

1. Allgemeines

Beispiel Soziales (Berufs-)Netzwerk LinkedIn

LinkedIn®

[Start](#) [Was ist LinkedIn?](#) [Werden Sie heute Mitglied](#) [Anmelden](#)

Über 100 Mio. Fach- und Führungskräfte nutzen LinkedIn, um Informationen, Ideen und Karriere- und Geschäftschancen auszutauschen.



Bleiben Sie auf dem neuesten Stand über Ihre Kontakte und Ihre Branche



Finden Sie gezielt die Personen und das Fachwissen, um Ihre Ziele zu erreichen



Verwalten Sie Ihr Karriereprofil online

Werden Sie heute Mitglied von LinkedIn

Vorname:

Nachname:

E-Mail:

Passwort:

Mindestens 6 Zeichen

Jetzt Mitglied werden *

Bereits Mitglied bei LinkedIn? [Melden Sie sich an.](#)

Personen nach Namen suchen:

1. Allgemeines

Beispiel (Web-)Blogs



The screenshot shows the website of Dr. Graf Anwaltskanzlei. The header features the firm's logo and a navigation bar with links to 'Startseite', 'Blog', and 'Impressum'. A portrait of a man in a suit is visible in the top right corner. The main content area displays a blog post titled 'BGH: Serverstandort begründet keinen Gerichtsstand - ohne deutlichen Inlandsbezug sind deutsche Gerichte nicht für Klagen gegen russische Internetveröffentlichungen zuständig'. The post is dated 18. April 2011 and authored by Dr. Graf. The text of the post begins with 'Mit Urteil vom 29.03.2011 (Az. VI ZR 111/10) hat der BGH entschieden, dass bei Klagen wegen Persönlichkeitsrechtsverletzungen ein deutlicher Inlandsbezug bestehen muss, um ein deutsches Gericht als zulässigen Gerichtsstand annehmen zu können. So sei'. On the left side, there is a search bar and a list of links under the heading 'Seiten'. On the right side, there is a list of categories under the heading 'Kategorien'.

Dr. Graf
ANWALTSKANZLEI

Startseite | Blog | Impressum

Suchen

Seiten

- » Kanzlei
- » RA Dr. jur. T. Graf
- » Onlineberatung
- » Beratungsangebote
- » Konfliktmanagement
- » Veröffentlichungen/News
- » Kontakt
- » Vortragstätigkeit
- » Formulare/Downloads
- » Für die Juristen
- » Prozesskostenrechner
- » Gegnerliste

BGH: Serverstandort begründet keinen Gerichtsstand - ohne deutlichen Inlandsbezug sind deutsche Gerichte nicht für Klagen gegen russische Internetveröffentlichungen zuständig

18. April 2011 | Autor: *Dr. Graf*

Mit Urteil vom 29.03.2011 (Az. VI ZR 111/10) hat der BGH entschieden, dass bei Klagen wegen Persönlichkeitsrechtsverletzungen ein deutlicher Inlandsbezug bestehen muss, um ein deutsches Gericht als zulässigen Gerichtsstand annehmen zu können. So sei

Kategorien

- » Abmahnung (99)
- » Affiliate und Recht (6)
- » Allgemein (195)
- » Apothekenrecht (2)
- » Bank- und Kapitalmarktrecht (3)
- » Datenschutz (8)
- » Domainrecht (4)
- » eBay und Onlineshops (47)
- » Filesharing (15)
- » Geschmacksmuster (5)
- » Gewinnspielrecht (4)
- » Glücksspielrecht (8)
- » Impressum (5)

1. Allgemeines

Hintergrund

- eigentliche Wertschöpfung erfolgt über die Masse der Nutzer, die einerseits als Werbekunden genutzt werden, andererseits die von den Plattformbetreibern zu Verfügung gestellte Infrastruktur durch Füllen mit eigenen Inhalten („**user generated content**“) erst attraktiv machen
- im Internet Vielzahl **neuer Werbeformen** (z.B. virales Marketing = Marketingform, die existierende soziale Netzwerke ausnutzt, um Aufmerksamkeit auf Marken, Produkte oder Kampagnen zu lenken)

1. Allgemeines

Warum sollten Unternehmen sich mit dem Recht zum Web 2.0 beschäftigen? Gleiches Recht wie sonst auch?

- Kein eigenständiges Internetrecht 2.0
- Aber: Besonderheiten bei der Rechtsanwendung auf neue Lebenssachverhalte

1. Allgemeines

- **Rechtliche Fragestellung**
- Allgemeines
- **Arbeitsrecht**
- Datenschutzrecht
- Haftung für fremde Inhalte

2. Arbeitsrecht

I. Einleitung

- im Ausland Fälle bekannt, in denen Arbeitgeber ihre Mitarbeiter arbeitsrechtlich wegen der Nutzung des Web 2.0 sanktioniert haben (Bsp. Kündigung einer Mitarbeiterin wegen der Bearbeitung ihres „Facebook“-Profils während einer Erkrankung)
- angesichts steigender Popularität nur eine Frage der Zeit, bis auch deutsche Arbeitsgerichte über solche Fallkonstellationen zu entscheiden haben

II. Pflichtverstöße bei der Nutzung des Web 2.0

1. Exzessive Nutzung während der Arbeitszeit

→ Differenzierung zwischen dienstlicher und privater Nutzung

2. Arbeitsrecht

- **dienstliche Nutzung** (Arbeitgeber fordert Mitarbeiter bspw. auf, im Rahmen eines unternehmenseigenen Weblogs Beiträge zu platzieren, die Kunden Hintergrundinformationen über das Unternehmen vermitteln sollen)
- Hier ist die Nutzung des Web 2.0 Teil der Arbeitsleistung durch den Arbeitnehmer.

2. Arbeitsrecht

- **private Nutzung** (wenn Arbeitgeber Web 2.0-Nutzung während der Arbeitszeit nicht dienstlich vorsieht)
- Generell gilt: Der Arbeitgeber kann über die Verwendung der von ihm zur Verfügung gestellten Betriebsmittel entscheiden.
- Es gilt der Grundsatz, nach dem alle Handlungen, die der Arbeitgeber nicht ausdrücklich oder konkludent erlaubt hat, verboten sind.
- Im Falle einer Privatnutzung oder durch ein Überschreiten der gesetzten Grenzen begeht der Arbeitnehmer einen Pflichtenverstoß.

2. Arbeitsrecht

arbeitsrechtliche Konsequenzen

- Arbeitsgeber ist zur Abmahnung solcher Pflichtenverstöße berechtigt.
- Im Falle der wiederholten Abmahnung kann der Arbeitsgeber eine verhaltensbedingte Kündigung aussprechen - wenn Arbeitnehmer durch seine exzessive Privatnutzung seine geschuldete Arbeitsleistung nicht erbringen kann, ist nach Auffassung des BAG eine fristlose Kündigung zulässig (so BAG, Urt. v. 31.05.2007, Az. 2 AZR 200/06, NZA 2007, 922 ff.).

2. Arbeitsrecht

- Begriff „**exzessiven Privatnutzung**“ umstritten
- Einzelfallprüfung (Bsp.: Arbeitnehmer verbringt über einen Zeitraum von mehreren Wochen arbeitstäglich mehrere Stunden mit dem Schreiben privater E-Mails, an einigen Tagen sogar in einem zeitlichen Umfang, der gar keinen Raum für die Erledigung von Dienstaufgaben mehr ermöglicht: fristlose Kündigung gerechtfertigt – so LAG Niedersachsen, Urt. v. 31.05.2010, Az. 12 Sa 875/09).

2. Arbeitsrecht

- Identifizierung des Arbeitnehmers als exzessiver Web 2.0-Nutzer während Arbeitszeit i.d.R. möglich, wenn dieser hierzu den Unternehmenscomputer verwendet, sich über das Netzwerk des Arbeitgebers einwählt und eine Fremdnutzung ausgeschlossen ist.
- Vor Kündigungsausspruch sollte der Arbeitgeber den Arbeitnehmer mit der Feststellung konfrontieren und ggf. eine Verdachtskündigung aussprechen – insb. wenn eine Identifizierung nicht zweifelsfrei möglich ist.
- Abmahnung vorschalten

2. Arbeitsrecht

→ Wegen der Problematik solcher Fälle, in denen die Nutzung des Web 2.0 durch den Arbeitnehmer vom Arbeitgeber gewünscht und ausdrücklich (ggf. vertraglich) gestattet wird, sollte der Rahmen eines darüber hinausgehenden unerwünschten Verhaltens vorab festgelegt werden. Hierbei sind die Mitbestimmungsrechte des Betriebsrates zu beachten.

2. Arbeitsrecht

2. Außerdienstliches Verhalten

- Grds. können Arbeitgeber Arbeitnehmern außerdienstliche Nutzungen nicht vorschreiben (keine Regelungsbefugnis des Arbeitgebers).
- Ausnahme: Konkrete Beeinträchtigung des Arbeitsverhältnisses durch außerdienstliches Verhalten (Bsp.: Arbeitnehmer erweckt durch seine Aktivitäten im Web 2.0 den Eindruck, er trete im Namen seines Arbeitgebers auf).

2. Arbeitsrecht

- Im Falle einer **Vertragsverletzung** kann aus dem außerdienstlichen Verhalten des Arbeitnehmers geschlossen werden, dass seine **persönliche Eignung für die Ausübung seiner konkreten Tätigkeit fehlt**.
- Im Rahmen der Nutzung des Internets und des Web 2.0 kann das bereits dann der Fall sein, wenn der Arbeitnehmer verbotene radikale oder pornographische Seiten (unter Nutzung der vom Arbeitgeber zur Verfügung gestellten Betriebsmittel) aufruft und somit die **Gefahr einer Rufschädigung für das Unternehmen** besteht (BAG, Urt. v. 27.04.2006, Az. 2 AZR 386/06, AuA 2007, 182).

2. Arbeitsrecht

3. Verrat von Geschäftsgeheimnissen

- Pflicht des Arbeitnehmers zur Wahrung der **Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse des Arbeitgebers** (arbeitsvertragliche Rücksichtnahmepflicht)
- Hierunter sind alle Tatsachen zu fassen, die in einem Zusammenhang mit dem Geschäftsbetrieb stehen, nur einem eng begrenzten Personenkreis bekannt und nicht offenkundig sind, sowie nach dem Willen des Arbeitgebers und im Rahmen eines berechtigten wirtschaftlichen Interesses geheim gehalten werden sollen (BAG, Urt. v. 16.03.1982, Az. 3 AZR 83/79, NJW 1983, 134).

III. Bewerberinformationen aus dem Web 2.0

- Personalabteilungen sammeln regelmäßig durch Internetrecherche über die vom Bewerber eingereichten hinausgehende Informationen. Häufig ist es bereits durch eine „Google“-Recherche möglich, Informationen zu erhalten, die nicht nur den beruflichen Hintergrund des Bewerbers thematisieren. Auch können Netzwerke wie XING oder Facebook dem Arbeitgeber hilfreich sein.
- Abzustecken sind hier die rechtlichen Rahmenbedingungen.

Beschränkungen durch das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG)

- Als nicht-öffentliche Stelle ist der Arbeitgeber an die Vorschriften des BDSG gebunden.
 - gem. § 3 Abs. 11 Nr. 7 sind „Bewerberinnen und Bewerber für ein Beschäftigungsverhältnis“ ausdrücklich dem vom BDSG geschützten Personenkreis zuzurechnen
- In der Praxis mangelt es regelmäßig an einer Einwilligung des Bewerbers in die Erhebung und Nutzung von Daten aus einer zusätzlichen Internetrecherche.

2. Arbeitsrecht

- § 28 Abs. 1 S. 1 Nr. 3 BDSG legitimiert die Datenerhebung: *„Das Erheben, Speichern, Verändern oder Übermitteln personenbezogener Daten oder ihre Nutzung als Mittel für die Erfüllung eigener Geschäftszwecke ist zulässig, wenn die Daten allgemein zugänglich sind oder die verantwortliche Stelle sie veröffentlichen dürfte, es sei denn, dass das schutzwürdige Interesse des Betroffenen an dem Ausschluss der Verarbeitung oder Nutzung gegenüber dem berechtigten Interesse der verantwortlichen Stelle offensichtlich überwiegt.“*

2. Arbeitsrecht

- § 28 Abs. 1 S. 1 Nr. 3 BDSG ist nicht durch § 32 Abs. 1 S. 1 BDSG ausgeschlossen: *Personenbezogene Daten eines Beschäftigten dürfen für Zwecke des Beschäftigungsverhältnisses erhoben, verarbeitet oder genutzt werden, wenn dies für die Entscheidung über die Begründung eines Beschäftigungsverhältnisses oder nach Begründung des Beschäftigungsverhältnisses für dessen Durchführung oder Beendigung erforderlich ist.*
- Bsp.: Fragen nach fachlichen Kenntnissen und Erfahrungen

2. Arbeitsrecht

- Veröffentlichung von Daten im Internet durch den Bewerber selbst: öffentlich zugänglich gemacht. Berücksichtigungsfähig für den Arbeitgeber im Einstellungsverfahren.
- Entsprechend: Daten in sozialen Netzwerken, die über eine Suchmaschinenanfrage ermittelt werden können, ohne dass hierfür eine gesonderte Anmeldung oder Bestätigung für die Freigabe der Daten durch den Bewerber notwendig ist.
- Vom Bewerber in berufsorientierten Netzwerken wie XING oder LinkedIn eingestellte Informationen stets öffentlich zugänglich – auch wenn Anmeldung erforderlich ist.

2. Arbeitsrecht

- Kein Entgegenstehen überwiegender Interessen des Arbeitnehmers, da Daten von ihm selbst freigegeben und daher eigener entscheidender Beitrag zur Veröffentlichung.
- Anders: Wenn Dritte Informationen über den Bewerber veröffentlichten und sich dem Arbeitgeber eine Persönlichkeitsrechtsverletzung nahezu aufdrängen muss – so z.B. Schmähkritik.

2. Arbeitsrecht

- Ebenso anders: Daten aus freizeitorientierten Netzwerken (z.B. Facebook, StudiVZ, meinVZ)
- Bereits in jeweiligen AGB der Netzwerk ausschließliche Nutzung für private Zwecke vorgesehen. Somit bereits Erstellung von Bewerberprofilen oder die Überprüfung von Angaben des Bewerbers nicht von diesem erforderlichen Zweck erfasst. Außerdem Verstoß gegen § 28 Abs. 1 S. 1 Nr. 3 BDSG.

IV. Herausgabe von Daten bei Arbeitsplatzwechsel

- Insbesondere im Bereich des Vertriebes akquirieren Arbeitnehmer häufig über Netzwerke wie XING neue Geschäftskontakte.
- Kann der Arbeitgeber vom Arbeitnehmer nach Arbeitsplatzwechsel verlangen, dass dieser ihm den gesamten Netzwerk-Account überträgt oder wenigstens die wesentlichen Kundendaten mitsamt bisheriger Korrespondenz überträgt?

2. Arbeitsrecht

- **Nach Arbeitsplatzwechsel muss der Arbeitnehmer** die ihm zur Verfügung gestellten **Arbeitsmittel** an den Arbeitgeber gemäß §§ 861 f., 677, 985 BGB **herausgeben** (oder wegen einer ausdrücklichen Klausel im jeweiligen Arbeitsvertrag).
- Insbesondere gilt dies für Geschäftsunterlagen: Kundenkartei (LAG Hamm, Urt. v. 26.02.1991, Az. 11 (10) Sa 1398/09), Kundendaten (BGH, Urt. v. 28.01.1993, Az. I ZR 294/90).
- Aber: **Differenzierung zwischen Geschäftsunterlagen und rein privaten Gegenständen** des Arbeitnehmers

2. Arbeitsrecht

- Für einen Netzwerk-Account kommt es daher darauf an, ob dieser dienstlich (somit als Arbeitsmittel) oder privat angelegt wurde.
- Für **rein dienstliche Accounts** gilt die **Herausgabepflicht** (=> Arbeitgeber zahlt Mitgliedsbeiträge, Arbeitnehmer pflegte Netzwerk während seiner Arbeitszeit, somit ist Account mit einer online-Unternehmenspräsenz vergleichbar).
- Arbeitgeber ist aber verpflichtet, dem Arbeitnehmer vor Herausgabe das Löschen seiner möglicherweise privaten Kontakte zu ermöglichen.

2. Arbeitsrecht

- **Rein private Accounts darf der Arbeitnehmer behalten.**
- Rein privat sind solche Konten, die der Arbeitnehmer selbst bezahlt, die private Kontakte, aber keine Hinweise auf einen Unternehmensauftritt enthalten. Mit privaten Aufzeichnungen des Arbeitnehmer vergleichbar.

2. Arbeitsrecht

- Allerdings gilt: Sollten die vom Arbeitnehmer erhobenen **Daten für die Fortführung der Geschäftsbeziehungen** für den Arbeitgeber **unerlässlich** sein, **muss** der **Arbeitnehmer** dem Arbeitgeber diese **Daten überlassen** und anschließend löschen.
- Bei Kundendaten wird es sich im Zweifelsfall wohl um Geschäftsgeheimnisse iSv § 17 UWG handeln, die wie auch vom Arbeitnehmer gefertigte Kopien an den Arbeitgeber herauszugeben sind (BGH, Urt. v. 26.02.2009, Az. I ZR 28/06, NJW 2009, 1420).

Übersicht

1. Allgemeines

2. Arbeitsrecht

3. Datenschutzrecht

4. Haftung für fremde Inhalte

3. Datenschutzrecht

I. Einleitung

- Soziale Netzwerke leben von der Erhebung und Verarbeitung persönlicher Daten ihrer Nutzer.
- Angebot des Web 2.0: kommunikative Dienste im Austausch gegen personenbezogene Daten
- Geschäftsmodell solange erfolgreich, wie Nutzer sozialer Netzwerke keine Bedenken gegen die Erhebung und Verwendung ihrer Daten formulierten
- heute immer mehr Stimmen, die auf die Risiken dieser Netzwerke hinweisen => besonders Facebook ist ins Fadenkreuz öffentlicher Kritik geraten.

3. Datenschutzrecht

- Verbraucherzeitschriften „Stiftung Warentest“ (25. 3. 2010) und „Öko-Test“ (30. 4. 2010): Viele soziale Netzwerke befolgen nicht die normativen Regelungen des deutschen Datenschutzes.
 - Ein Problem stellen die **international unterschiedlichen Datenschutzsysteme** dar, insbesondere wenn amerikanische Netzwerke den deutschen Markt betreten.
- der amerikanische sektorale Datenschutz widerspricht dem deutschen globalen Schutz personenbezogener Daten

3. Datenschutzrecht

- Viele amerikanische Netzwerkanbieter übertragen ihre „Privacy Policy“ auf ihre deutschen Niederlassungen, so insb. Facebook, das seine amerikanischen „Privacy Policy“ („Datenschutzbestimmungen“) schlicht ins Deutsche übersetzt hat.
- **Problem:** Web 2.0-Nutzer werden **verstärkt mit unerwünschter Werbung konfrontiert.**

3. Datenschutzrecht

- Auch erfährt man durch eine Google-Suche häufig, dass eine betroffene Person Mitglied eines Netzwerkes ist, obwohl diese Person einer Suchmaschinenbekanntgabe zuvor nicht zustimmte.
- Selbst Daten, die in einem sozialen Netzwerk gelöscht worden sind, finden sich teilweise an anderer Stelle wieder.
- So ist die **Liste von Beschwerden über mangelnden Datenschutz** bei sozialen Netzwerken mittlerweile **lang**.

3. Datenschutzrecht

II. Datenschutzrechtliche Bestimmungen

Bestimmungen, die den Anforderungen des deutschen Datenschutzrechts genügen sollen, **müssen wenigstens 14 Kriterien entsprechen**, die im Telemediengesetz (TMG) und Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) vorgeschrieben sind.

3. Datenschutzrecht

Konkret sind es folgende Anforderungen:

- die Notwendigkeit von Angaben darüber, welche personenbezogenen Daten erhoben werden (§§ 14, 15 TMG)
- den besonderen Schutz sensibler Daten (§§ 14, 15 TMG, § 3 Abs. 9 BDSG)
- das Erfordernis der Einwilligung bei Datenerhebung (§ 12 Abs. 1 TMG)
- die jederzeitige Möglichkeit eines Widerrufs der Einwilligung (§ 13 Abs. 3 TMG iVm § 13 Abs. 2 Nr. 4 TMG)

3. Datenschutzrecht

- das Erfordernis der Einwilligung bei der Weitergabe von Daten (§ 12 Abs. 2 TMG)
- die Notwendigkeit der Einwilligung bei Weitergabe von Daten an externe Dienstleister (§ 11 Abs. 1 BDSG)
- die Tatsache, dass ein externer Dienstleister in Deutschland, im europäischen oder außereuropäischen Ausland eingeschaltet ist (§ 13 Abs. 1 TMG, §§ 11, 4 b BDSG)
- das Widerspruchsrecht des Nutzers bei der Erstellung von anonymisierten und pseudonymisierten Nutzungsprofilen (§ 15 Abs. 3 TMG)

3. Datenschutzrecht

- die Verwendung personenbezogener Daten für Werbezwecke (§ 15 Abs. 3 TMG, § 28 Abs. 3 BDSG)
- die datenschutzrechtliche Bedeutung von Cookies und die Möglichkeit ihrer Deaktivierung (§ 12 TMG, EU-Richtlinie 2009/136/EG)
- die Möglichkeit des Löschens von Daten durch Service-Provider im Falle rechtswidriger Handlungen (§ 10 Abs. 1 Nr. 2 TMG)

3. Datenschutzrecht

- Auskunfts-, Berichtigungs-, Löschungs- und Widerrufsrechte des Nutzers (§ 13 Abs. 7 TMG, §§ 34, 35 BDSG)
- die Verwendung personenbezogener Daten bei der Verwendung eines Web-Tracking-Dienstes (Google Analytics, Omniture) (§ 12 TMG)**
- die Angabe exakter Informationen über den zuständigen Datenschutzbeauftragten zur Wahrnehmung von Rechten der Nutzer (§ 4 f BDSG).

3. Datenschutzrecht

Vier leitende Prinzipien des deutschen Datenschutzrechts:

1. Zweckbindung
2. Erforderlichkeit
3. Transparenz
4. Datensparsamkeit

3. Datenschutzrecht

Das Datenschutzrecht wurde in den letzten Jahren stark von **Entscheidungen des Bundesverfassungsgerichts** geprägt:

- **Volkszählungsurteil:** BVerfG, Urt. v. 15. 12. 1983 (BVerfGE 65, 1 = NJW 1984, 419)

→ Grundrecht auf „**informationelle Selbstbestimmung**”

- **Online-Durchsuchung:** BVerfG, Urt. v. 27.02.2008 (BVerfGE 120, 274 = NJW 2008, 822)

→ Grundrecht auf „Gewährleistung der Integrität und Vertraulichkeit informationstechnischer Systeme”
(„**Computer-Grundrecht**”)

3. Datenschutzrecht

III. Anerkennung des deutschen Datenschutzrechts durch (internationale) soziale Netzwerke (?)

- Jedes soziale Netzwerk verfügt über eigene Datenschutzrichtlinien.
- Viele Netzwerke speichern und verarbeiten ihre Daten im Ausland (zumeist in den USA oder England), daher enthalten ihre Datenschutzvereinbarungen Regelungen zur Auslandsdatenverarbeitung.

3. Datenschutzrecht

- Eine konkrete **Analyse der Datenschutzbestimmungen sozialer Netzwerke** (Erd, in NVwZ 2011, 19- 22) erkennt zwei Typen sozialer Netzwerke: Solche, die deutsches Datenschutzrecht exakt oder weitgehend genau akzeptieren und solche, die dieses kaum bis überhaupt nicht tun.
- Annähernd **vollständige Akzeptanz des deutschen Datenschutzrechts** durch Amazon, ebay, StudiVZ, SchülerVZ und XING.
- Demgegenüber „**Datenschutzignoranten**“ Google, deren Tochter YouTube, Facebook und Twitter.

3. Datenschutzrecht

Praxistipp:

Verwendung einer rechtskonformen Datenschutzerklärung und entsprechender Nutzungsbedingungen

Übersicht

1. Allgemeines

2. Arbeitsrecht

3. Datenschutzrecht

4. Haftung für fremde Inhalte

4. Haftung für fremde Inhalte

Gefestigte Rechtsprechung zu Links:

- **Grundsatz: keine Haftung für Inhalte auf verlinkte Seite**
- **Linkhaftung besteht (ausnahmsweise) dann, wenn sich der Anbieter Inhalte zu eigen macht** (u.a. OLG München, Urt. v. 26.06.2007, Az. 18 U 2067/07; OLG Stuttgart, Urt. v. 24.04.2006, Az. 1 Ss 449/05); BGH, Urt. v. 18.10.2007, Az. I ZR 102/05 - „ueber18.de“).
- Standarddisclaimer: „Nach einer Entscheidung des LG Hamburg.....“ zumindest sinnlos, wenn nicht sogar schädlich

4. Haftung für fremde Inhalte

- „**Zueigenmachen**“ von Inhalten Dritter liegt **immer dann** vor, wenn sich der Dienstanbieter nach den **Umständen des Einzelfalls**, insbesondere der Art der Datenübernahme, ihrem Zweck und der konkreten Präsentation der Inhalte aus der Perspektive eines objektiven Betrachters derart **mit den fremden Inhalten identifiziert, dass er die Verantwortung für diese oder Teile davon übernimmt.**

4. Haftung für fremde Inhalte

Beispiele für fremde Inhalte auf einer 2.0-Plattform:

- Bewertungsplattformen zu Ärzten, Lehrern (Spick-Mich-Urteile), Urlaubsreisen, Restaurantkritik ect.

4. Haftung für fremde Inhalte

Bewertungsportal von AOK und Barmer

Spickmich jetzt auch für Ärzte

Die rund 30 Millionen Versicherten der AOK und der Barmer GEK können ihre Ärzte künftig öffentlich im Internet bewerten. Beide Krankenkassen starteten jetzt ein Online-Portal, auf dem Patienten in ganz Deutschland sowohl nach einem geeigneten Arzt suchen als auch diesen anonym bewerten können.

Ziel des sogenannten Arzt-Navigators ist es, für mehr Transparenz zu sorgen und die Behandlungsqualität niedergelassener Ärzte zu verbessern. Die Mediziner sollen keinesfalls an den Pranger gestellt werden. Diskriminierung und üble Nachrede sind verboten. Es geht nach Angaben der Initiatoren auch nicht um einen "Ärzte-TÜV". So soll es keine Liste der vermeintlich besten Mediziner geben.

Kommentar



► **Online-Zeugnis für Ärzte**

Bewertungsportale fördern den Qualitäts-Wettbewerb, meint **Peter Mücke**. [mehr]

<http://www.tagesschau.de/inland/arztbewertungsliste100.html>

4. Haftung für fremde Inhalte

Wesentliche Entscheidungen

1. „Spick-mich“-Entscheidung des BGH

BGH, Urt. v. 23. 6. 2009 (Az. VI ZR 196/08) = NJW 2009, 2888 ff.

- Die Bewertungen der Leistungen einer Lehrerin mit Namensnennung durch Schüler im Internet sind zulässig.
- Die fehlende Einwilligung der Lehrerin zur Erhebung, Speicherung und Übermittlung der Daten und die anonyme Abgabe der Bewertungen stehen dem nicht entgegen.

4. Haftung für fremde Inhalte

2. Meinprof.de (LG Berlin MMR 2007, 668)

- Studenten kommentierten Fachhochschul-Professor als „Psychopath“ oder „echt das Letzte“.
- Bewertungsprofil samt Kommentaren waren öffentlich zugänglich.
- LG Berlin: Keine Störerhaftung des Forumbetreibers, da dem Prof. der geltend gemachte Unterlassungsanspruch aus §§ 823, 1004 Abs. 1 S. 2 BGB analog nicht zustehe.
- Begründung: angegriffene Äußerungen seien zulässige Meinungsäußerungen

4. Haftung für fremde Inhalte

- Haftung für: unwahre Tatsachenbehauptungen, die den Kredit/Ruf Dritter zu schädigen geeignet sind;
Urheberrechtsverstöße (Hochladen von fremden Bildern),
Markenrechtsverstöße (Ebay: Rolex-Fall, Halzband-Fall)
- Grundsätze zur Haftung nach der Rechtsprechung: i. d. R. Haftung erst **ab Kenntnis** des Rechtsverstoßes. Ab dann sog. Störerhaftung.
- **Dann: Beseitigungspflicht**
- **Praktische Konsequenz: Kosten für erste Abmahnung sind nicht zu erstatten**

4. Haftung für fremde Inhalte

Beispiele aus der anwaltlichen Praxis:

- „Vorkasse – keine Lieferung, keine Reaktion auf Emails, telefonisch nicht erreichbar.“
- Preisvergleichsseite für Medikamente:
Markenrechtsverstoß
- Ebay: Bewertungen, Markenrechtsverstoß

4. Haftung für fremde Inhalte

Praktische Konsequenz für den Anbieter einer 2.0-Plattform:

- Eindeutige Regelung der Verantwortlichkeiten zwischen Betreiber und Nutzer
- Vereinbarung der Regresspflicht, falls durch rechtswidrige Inhalte eines Nutzers der Betreiber vom Rechteinhaber angegriffen wird (Beispiel: Infoseite über Fertighäuser)

4. Haftung für fremde Inhalte

Beispiele aus der anwaltlichen Praxis:

„*Bietet, nimmt nicht ab*“ => Tatsachenbehauptung => OLG Oldenburg, Urt. v. 03.04.2006, MMR 2006, 556: Äußerung im konkreten Fall unwahr und somit Verletzung des Persönlichkeitsrechts

„*nie, nie, nie wieder!*“ und „*frech & dreist!!!*“ => Meinungsäußerung => LG Köln, Urt. v. 10.06.2009, MMR 2010, 244: Grenze zur Schmähkritik nicht überschritten

„*Vorsicht Spaßbieter. Bietet erst und zahlt dann nicht!!!!*“ => Beleidigung/
Tatsachenbehauptung => AG Koblenz, Urt. v. 21.06.2006, MMR 2007, 270: Kommentar verletzt allgemeines Persönlichkeitsrecht, da er einerseits in der Formulierung „Vorsicht Spaßbieter.“ eine verbale Beleidigung und Verunglimpfung des Kl. enthält, zum anderen in der Formulierung „Bietet erst und zahlt dann nicht !!!!“ eine unwahre Tatsachenbehauptung zu sehen ist

4. Haftung für fremde Inhalte

Beispiele aus der anwaltlichen Praxis:

„Bei Reklamation nur unverschämte Antwort, nie wieder“ => Meinungsäußerung
=> AG Dannenberg, Urt. v. 13.12.2005, MMR 2006, 567: Grenze zur
Schmähekritik nicht überschritten; Formulierung kann bei vorangegangenen
unsachlichen Äußerungen des Verkäufers gerechtfertigt sein

„unglaublich unverschämt“ => Meinungsäußerung => AG Eggernfelden, Urt. v.
16.08.2004, MMR 2005, 132: Formulierung hat ehrenrührigen Gehalt iSv Art. 5
Abs. 2 GG; allerdings steht diese Schranke ihrerseits in Wechselwirkung mit
dem Grundrecht auf Meinungsäußerungsfreiheit

*„Handy als „Neu“ angeboten – Handy + Zubehör gebraucht – das nenne ich
Betrug!!!!“* => Meinungsäußerung => LG Hannover, Urt. v. 13.05.2009, MMR
2009, 870: Käufer kann sich für die Zulässigkeit auch auf die Wahrnehmung
berechtigter Interessen berufen

4. Haftung für fremde Inhalte

Beispiele aus der anwaltlichen Praxis:

Facebook Like-it-Button

Allgemeines:

- Definition nach Facebook: „Der Like-Button gibt dem Internet-Nutzer die Möglichkeit, die von ihm besuchten Inhalte mit seinen „Freunden“ bei Facebook zu „teilen“.“
- Button wird zunächst von einem Webseiten-Betreiber auf der eigenen Webseite angebracht, fortan kommuniziert das Tool laufend mit Facebook => bspw. verändert sich die grafische Anzeige des Buttons, wenn ein Webseiten-Besucher zugleich in seinem Facebook-Account eingeloggt ist.
- Klickt ein Nutzer auf diesen Button, hinterlässt er automatisch in seinem Facebook-Profil eine Notiz, dass er die verlinkten Inhalte des Webseiten-Betreibers „gut findet“.

4. Haftung für fremde Inhalte

Beispiele aus der anwaltlichen Praxis:

Facebook Like-it-Button

- Obwohl das Anklicken des Buttons für eine Datenübertragung wohl keine Voraussetzung ist, werden gleichzeitig auch (personenbezogene) Daten von Webseiten-Besuchern an Facebook übermittelt, **die nicht Mitglieder bei Facebook sind** – auch dann, wenn sie den Knopf nicht anklicken.
=> bloßes Ansehen der Internetseite löst Datenübertragung aus
- Diskussion über den Like-Button begann erst, als die Stadt Hamburg einen Like-Button mit Verlinkung zu Facebook auf ihrer eigenen Webpräsenz angebracht hatte
=> es wurde festgestellt, dass der Like-Button möglicherweise auch Daten von Nicht-Facebook-Nutzern gesammelt hatte.

4. Haftung für fremde Inhalte

Beispiele aus der anwaltlichen Praxis:

Facebook Like-it-Button

Datenschutzprobleme

- Verarbeitung personenbezogener Daten

=> Nutzer spätestens über die Verknüpfung mit seinem Facebook-Account eindeutig identifizierbar ist

- Anwendbarkeit deutschen Datenschutzrechts

- Einzelfragen einer möglichen Einwilligung

=> Jeder hat das Recht, grundsätzlich selbst über die Preisgabe und Verwendung seiner persönlichen Daten zu bestimmen. Aus diesem Grunde bedarf jede Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung personenbezogener Daten einer ausdrücklichen Erlaubnis entweder des Gesetzes oder des Betroffenen, § 4 Abs. 1 BDSG, § 12 Abs. 1 TMG.

4. Haftung für fremde Inhalte

Beispiele aus der anwaltlichen Praxis:

Facebook Like-it-Button

- => Rechtmäßige Datenübermittlung an Facebook nur dann, wenn Nutzer seine Einwilligung erklärt hat oder eine gesetzliche Grundlage für die Übermittlung
- => Einwilligung in die Facebook-AGB, deren Wirksamkeit schon wegen ihrer Allgemeinheit und immensen Reichweite fraglich ist, bezieht sich nicht auf Nicht-Facebook-Kunden (Facebook sieht in seinen AGB eine Klausel vor, wonach der Nutzer seine Einwilligung zur Speicherung von Daten Dritter abgibt => nach deutschem Rechts stets unzulässig).

4. Haftung für fremde Inhalte

Beispiele aus der anwaltlichen Praxis:

Facebook Like-it-Button

Aktuelle Rechtsprechung aus dem Wettbewerbsrecht:

Verwendung des Buttons auf Internet-Verkaufsplattform ohne Hinweis auf
Übermittlung von Nutzerdaten ist nicht wettbewerbswidrig

Gem. LG Berlin, Beschl. v. 14.03.2011 kein Verstoß eines Online-Händler gegen
Wettbewerbsrecht, wenn er den Like-it-Button auf seiner Website einbindet,
ohne Informierung der Besucher seiner Verkaufsplattform auf die damit
verbundene Übertragung von Daten an Facebook. Frage nach einem Verstoß
gegen das Datenschutzrecht bleibt offen.

Ganz aktuell: Bestätigung durch Beschluss des KG Berlin v. 29.04.2011.

Argument: Zwar Verstoß gegen § 13 TMG, aber dies sei keine
Marktverhaltensregel i. S. d. § 4 Nr. UWG. Hilferwägung: § 3 UWG: keine
spürbare Beeinträchtigung der Interessen von Mitbewerbern, Verbrauchern
oder sonstigen Marktteilnehmern

4. Haftung für fremde Inhalte

Beispiele aus der anwaltlichen Praxis:

Facebook Like-it-Button

Bewertung der Urteile

- **Keine höchstrichterliche Entscheidung**
- **Andere LG oder OLG können abweichen**
- **Datenschutzproblematik bleibt: Ordnungswidrigkeit**

Wie Wettbewerbs- und Datenrechtsverstoß zu vermeiden?

- **Vorschaltseite: Einwilligung einholen **vor** Betreten der eigentlichen Seite**
- **Technisch möglich, aber unpraktisch**

Risikominimierung

Digitales Verfallsdatum von Informationen - Zukunftsmusik

Rechtsfragen Web 2.0

Herzlichen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!

Literaturangaben

- [1] „Soziale Netzwerke im Fadenkreuz des Arbeitsrechts“: Oberwetter, in NJW 2011, 417-421.
- [2] „Bewerberauswahl über soziale Netzwerke im Internet?“, Forst, in NZA 2010, 427-433.
- [3] „Facebook, Twitter & Co.: Das Web 2.0 als arbeitsrechtliches Problem“: Bissels/Lützeler/Wisskirchen, in BB 2010, 2433-2439.
- [4] „Fragen Sie nach, oder besser nicht? - Datenschutzrechtliche Änderungen im Einstellungsverfahren“: Raif, in ArbRAktuell 2010, 617.
- [5] „Recherchen des Arbeitgebers in Sozialen Netzwerken nach dem geplanten Beschäftigtendatenschutzgesetz“: Göpfert, in NZA 2010, 1329-1333.
- [6] „Haftung für Links auf Twitter zu rechtswidrigen Inhalten“: Rauschhofer, in MMR-Aktuell 2010, 302790.
- [7] „Datenschutzrechtliche Probleme sozialer Netzwerke“: Erd, in NVwZ 2011, 19-22.
- [8] „Gilt deutsches Datenschutzrecht auch für Google, Facebook & Co. bei grenzüberschreitendem Datenverkehr?“, Jotzo, in MMR 2009, 232-237..
- [9] „Internetbeleidigung de lege lata und de lege ferenda - Strafrechtliche Aspekte des „spickmich“-Urteils“: Beck, in MMR 2009, 736-739.
- [10] „Web 2.0: Nutzung steigt – Interesse an aktiver Teilhabe sinkt“ (ARD/ZDF-Onlinestudie 2010), in Media Perspektiven 2010, 359-368.

Bildverzeichnis

- [1] <http://de.wikipedia.org/wiki/Wikipedia:Hauptseite>
- [2] <http://meta.tagesschau.de/id/46101/schwarmintelligenz-im-kampf-gegen-plagiate>
- [3] <http://www.youtube.com/>
- [4] <http://www.facebook.com/>
- [5] <http://www.myspace.com/>
- [6] <http://www.studivz.net/>
- [7] <http://www.xing.com/de/>
- [8] <http://www.linkedin.com/>
- [9] <http://www.ra-dr-graf.de/blog/>