

Recht

Social Media und Arbeitsrecht

Info Recht
Stand: Juni 2025

Die bayerische Wirtschaft

vbw



Hinweis

Diese Information ersetzt keine rechtliche Beratung im Einzelfall. Eine Haftung übernehmen wir mit der Herausgabe dieser Information nicht.

Um die Information an einen sich wandelnden Rechtsrahmen und an die höchstrichterliche Rechtsprechung anzupassen, überarbeiten wir unsere Broschüre regelmäßig. Bitte informieren Sie sich über die aktuelle Version auf unserer Homepage www.vbw-bayern.de/InfoRecht.

Dieses Werk darf nur von den Mitgliedern der vbw – Vereinigung der Bayerischen Wirtschaft e. V. zum internen Gebrauch sowie zur Unterstützung der jeweiligen Verbandsmitglieder im entsprechend geschlossenen Kreis unter Angabe der Quelle vervielfältigt, verbreitet und zugänglich gemacht werden. Eine darüber hinausgehende Nutzung – insbesondere die Weitergabe an Nichtmitglieder oder das Einstellen im öffentlichen Bereich der Homepage – stellt einen Verstoß gegen urheberrechtliche Vorschriften dar.

Vorwort

Social Media im Unternehmen effektiv und rechtssicher nutzen

Die Nutzung von Social Media ist für viele Unternehmen unverzichtbar. Mit Blogs, in Foren und in sozialen Netzwerken können sie die passenden Zielgruppen effektiv und kostengünstig ansprechen und durch gezielte Kommunikation und Information die Imagebildung des Unternehmens positiv unterstützen.

Kenntnisse über Persönlichkeitsrechte und Datenschutzrecht sind hierbei für ein Unternehmen essenziell, um rechtliche Konflikte zu vermeiden. Zudem können in den Betrieben entsprechende Social Media Guidelines einen wichtigen Beitrag leisten. Sie sorgen für ein einheitliches Auftreten nach außen und helfen dabei, die Mitarbeiter für diese Themen zu sensibilisieren.

Unsere Broschüre zeigt den rechtlichen Rahmen für solche Leitlinien auf und enthält einen Überblick über arbeitsrechtliche Konsequenzen bei Verstößen. Die Inhalte unterstützen Sie dabei, Problemsituationen bereits im Vorfeld zu erkennen und zu vermeiden, damit Social Media in Ihrem Unternehmen zum Vorteil aller Beteiligten rechtssicher genutzt wird.

Bertram Brossardt
25. Juni 2025

Inhalt

1	Soziale Netzwerke und Unternehmen	1
1.1	Hintergrund	1
1.2	Allgemeine rechtliche Hinweise	1
1.3	Meinungsfreiheit	1
2	Soziale Netzwerke und Arbeitsrecht	3
2.1	Bewerbungsverfahren	3
2.2	Nutzung sozialer Netzwerke durch Mitarbeiter	4
2.2.1	Dienstliche Äußerungen	4
2.2.2	Private Äußerungen in der Freizeit	4
2.2.3	Private Äußerungen am Arbeitsplatz	5
2.2.4	Äußerungen über andere Mitarbeiter, Vorgesetzte oder das Unternehmen	6
2.3	Arbeitsrechtliche Konsequenzen	7
3	Rechtlicher Rahmen für „Social Media Guidelines“	9
3.1	Einführung von Social Media Guidelines	9
3.2	Inhalt von Social Media Guidelines	9
3.3	Arbeitsrechtliche Konsequenzen von Social Media Guidelines	10
3.4	Mitbestimmung des Betriebsrats	11
	Anhang: Muster	13
	Ansprechpartner/Impressum	17

1 Soziale Netzwerke und Unternehmen

Entwicklung des Social Web

1.1 Hintergrund

Die Nutzung sozialer Netzwerke im Internet wie „Facebook“, „X“, „Instagram“, „TikTok“ oder sonstiger Plattformen zum Bloggen und Austausch von Inhalten nimmt stetig zu, auch im Umfeld von Unternehmen. Im Netz können so bestimmte Zielgruppen direkt und kostengünstig angesprochen werden. Auch die Kommentare und Veröffentlichungen von Kunden und Mitarbeitern haben Einfluss auf das Bild eines Unternehmens in der Öffentlichkeit. Allein die Präsenz in den sozialen Medien erweckt den Eindruck eines modernen Unternehmens.

Dabei können die Möglichkeiten des Netzes aber auch zu Problemen führen. Insbesondere lassen sich einmal eingestellte Informationen praktisch nicht mehr entfernen und auch der Kreis der Leser lässt sich kaum beschränken. Unbelegte, falsche Behauptungen können negative Auswirkungen für das Image haben. Wichtig ist daher, alle Veröffentlichungen im Internet über das Unternehmen stets im Auge zu behalten und sämtliche Inhalte auf Ihre Aktualität und Richtigkeit zu überprüfen.

Um ein einheitliches Auftreten des Unternehmens nach außen zu gewährleisten, erlassen viele Unternehmen „Social Media Guidelines“. Darin werden die Rahmenbedingungen für die Darstellung des Unternehmens in sozialen Netzwerken geregelt.

1.2 Allgemeine rechtliche Hinweise

Bei dem Auftritt des Unternehmens im Internet und der Nutzung von sozialen Netzwerken sollten grundsätzlich folgende Punkte berücksichtigt werden:

- Der Schutz von Geschäfts- und Personaldaten muss gewährleistet werden.
- Geschäftsschädigende Äußerungen über Kunden, Kollegen, Arbeitgeber oder Wettbewerber müssen vermieden werden.
- Urheber- und Nutzungsrechte sind einzuhalten.
- Der Impressumspflicht ist auch in sozialen Netzwerken nachzukommen.
- Bei der Verwendung von Fotos ist das Recht am eigenen Bild zu berücksichtigen.
- Ungeeignet sind diese Medien zur Übermittlung wichtiger Nachrichten.

1.3 Meinungsfreiheit

Die Meinungsfreiheit nach Art. 5 Grundgesetz (GG) schützt jeden Arbeitnehmer, wenn er nicht nachweislich unwahre Tatsachen behauptet oder ehrverletzende Äußerungen tätigt.

Irrelevant ist hierfür, ob der Arbeitnehmer seine Meinung per Internet, Zeitung oder mündlich kundtut.

Beispiel

Auch das Klicken eines „Gefällt mir“ Buttons stellt eine Meinungsäußerung dar.

Hinweis

Kein verfassungsrechtlicher Schutz von Äußerungen besteht bei einem Angriff auf die Menschenwürde, Schmähkritik und Formalbeleidigungen.

Die verfassungsrechtlich garantierte Meinungsfreiheit unterliegt gewissen Schranken, unter anderem dem Persönlichkeitsrecht des Arbeitgebers oder dessen unternehmerischer Betätigungsfreiheit ebenso wie gesetzlich geschützte vertrauliche Informationen und Betriebsgeheimnisse. Werden solche entgegenstehende Rechte durch Äußerungen eines Arbeitnehmers berührt, muss eine Abwägung der Rechtsgüter stattfinden.

Ein loses Wort am Stammtisch über die Arbeit kann daher in der Regel noch nicht Anlass für eine Kündigung sein, weil auch die Umstände einer Äußerung zur Beurteilung ihres schädlichen Charakters herangezogen werden müssen.

Im Gegensatz zu einer Kundgabe im Bekanntenkreis können abfällige Äußerungen in sozialen Netzwerken schon eher sanktioniert werden, da der Adressatenkreis der Meinungsäußerung in diesem Fall erheblich erweitert ist.

2 Soziale Netzwerke und Arbeitsrecht

Nutzung sozialer Netzwerke durch Mitarbeiter und Bewerber

2.1 Bewerbungsverfahren

Bei der Erhebung personenbezogener Daten mittels Internetrecherche, insbesondere um eine Bewerberauswahl zu treffen, sind die Vorgaben des Bundesdatenschutzgesetzes einzuhalten. Die Datenverarbeitung ist demnach nur zulässig, wenn sie für die Begründung des Arbeitsverhältnisses erforderlich ist. Dies umfasst Daten wie den beruflichen Werdegang oder Qualifikationen, nicht jedoch Hintergrundinformationen zu familiärer Situation, politischen Interessen oder Gewerkschaftszugehörigkeit.

Bei Daten, die in sozialen Netzwerken eingestellt sind, muss man jedoch unterscheiden, ob das Netzwerk einem privaten Zweck dient oder gerade von Arbeitgebern genutzt werden soll. Auch die Nutzungsbedingungen des Anbieters des jeweiligen sozialen Netzwerks sind zu berücksichtigen.

Der Nutzer kann in sozialen Netzwerken durch seine Privatsphäre-Einstellungen frei entscheiden, welche Daten er für die Allgemeinheit zugänglich macht und welche Daten nur andere Mitglieder oder bestimmte Personen sehen dürfen. Somit ist sein Persönlichkeitsrecht ausreichend geschützt. Soweit das soziale Netzwerk es dann dem Arbeitgeber erlaubt, kann dieser die ihm als Arbeitgeber zugänglichen Daten nutzen.

Beispiele

1. Die Nutzungsbedingungen von Facebook und Instagram begrenzen die Datennutzung auf private Zwecke. Hat ein Bewerber hier private Daten eingestellt und nur zur Nutzung anderer registrierter Mitglieder freigegeben, darf ein Arbeitgeber, selbst wenn er Mitglied in dem Netzwerk ist, diese nicht für die Bewerberauswahl verwenden. Dies basiert auf der seit 25. Mai 2018 unmittelbar anwendbaren Datenschutz-Grundverordnung. Informationen über den Bewerber dürfen nur dann eingeholt werden, wenn sie für das Bewerbungsverfahren relevant sind. Eine solche Relevanz ist bei privaten Fotos und Postings auf Facebook oder Instagram nicht gegeben.
 2. Bei den Plattformen Xing oder LinkedIn können sich Arbeitgeber als solche registrieren und die Daten potenzieller Bewerber einsehen. Diese wurden explizit hierfür von den Nutzern eingestellt und dürfen daher auch vom Arbeitgeber verwendet werden.
-

2.2 Nutzung sozialer Netzwerke durch Mitarbeiter

Mitarbeiter treten in sozialen Netzwerken sowohl in ihrer beruflichen Funktion als auch als Privatperson auf.

2.2.1 Dienstliche Äußerungen

Der Arbeitgeber sollte regeln, welche Mitarbeiter offiziell für das Unternehmen nach außen im Internet und sozialen Netzwerken auftreten dürfen und den anderen Mitarbeitern Äußerungen im Namen des Unternehmens untersagen.

Sinnvoll ist auch, genaue Sprachregelungen zu treffen, um für ein einheitliches Auftreten zu sorgen. Zudem sollte vereinbart werden, dass nur unter Offenlegung von Namen und Funktion „gepostet“ und „gebloggt“ werden darf. Ansonsten wird es schwer nachzuvollziehen, von wem unrichtige Einträge kommen.

Hinweis

Es muss sichergestellt werden, dass nur wahre und geprüfte Aussagen über das Unternehmen ins Internet gestellt werden. Es sollte daher im Unternehmen ein Verantwortlicher benannt werden, der die Einträge kontrolliert und freigibt.

2.2.2 Private Äußerungen in der Freizeit

Das private Verhalten seiner Mitarbeiter kann der Arbeitgeber nicht regeln. Wer im Internet Äußerungen über seine Arbeit tätigt, die auch sonst zu billigen sind, muss keine weiteren Konsequenzen fürchten.

Die Grenze bilden strafrechtlich relevante Beiträge, z. B. Beleidigungen oder Verletzungen von Verschwiegenheitspflichten. Hier sind arbeitsrechtliche Konsequenzen möglich.

Hinweis

Private Äußerungen des Arbeitnehmers mit fremdenfeindlichen oder rassistischen Inhalten können im Einzelfall eine fristlose Kündigung durch den Arbeitgeber rechtfertigen, auch wenn sie keinen unmittelbaren Bezug zur Arbeit haben.

Teilt ein Mitarbeiter eines Unternehmens beispielsweise ein Foto auf Facebook, welches eine menschenverachtende Schmähung einer ganzen ausländischen Bevölkerungsgruppe darstellt und ist er zudem öffentlich neben diesem Foto in seiner Arbeitskleidung zu sehen, dann kann im Einzelfall durch diesen öffentlichen Beitrag des Arbeitnehmers ein unmittelbarer Bezug zum Arbeitgeber hergestellt werden. Dies bei einer Interessenabwägung zugunsten des Arbeitgebers zu berücksichtigen (vgl. LAG Sachsen Urteil vom 27. Februar 2018 – 1 Sa 515/17).

2.2.3 Private Äußerungen am Arbeitsplatz

Ist die Nutzung des Internets zu privaten Zwecken generell und ausdrücklich untersagt, ist die Rechtslage klar – Verstöße, also jede Nutzung eines sozialen Netzwerks am Arbeitsplatz, können Abmahnungen und Kündigungen nach sich ziehen. Ein wichtiger Grund für eine fristlose Kündigung kann schon dann gegeben sein, wenn durch die ausufernde Privatnutzung die Arbeitspflichten grob vernachlässigt werden.

Praxishinweis

Genehmigt oder duldet der Arbeitgeber die private Nutzung des Internets in seinem Betrieb, so unterliegt er dem Fernmeldegeheimnis gem. § 3 TDDDG. Sind keine besonderen Kontrollrechte vereinbart, darf der Arbeitgeber nur sehr beschränkt auf Kommunikations- und Inhaltsdaten zugreifen.

Wird die private Nutzung erlaubt oder geduldet, bedarf es einer missbräuchlichen Komponente, um arbeitsrechtliche Konsequenzen zu ziehen. Man spricht von „exzessiver Nutzung“. Insbesondere kann diese vorliegen, wenn

- durch die Internetnutzung die Arbeitsleistung nicht mehr erbracht wird,
- kostenpflichtige Inhalte genutzt werden,
- die Netzwerksicherheit durch das Surfverhalten stark gefährdet wird,
- strafbare, rufschädigende oder pornographische Inhalte heruntergeladen oder wiederholt aufgerufen werden.

Praxishinweis

Es empfiehlt sich klar zu regeln, ob und in welchem Umfang die private Nutzung von Internet und E-Mail am Arbeitsplatz erlaubt ist. Wird die private Nutzung zugelassen, muss sich der Arbeitgeber Kontrollrechte durch Einwilligung des Mitarbeiters einräumen lassen.

Ausführliche Informationen finden Sie in unseren Info Recht Broschüren [Datenschutz im Arbeitsverhältnis](#) sowie [Privatnutzung von Internet und E-Mail am Arbeitsplatz](#).

2.2.4 Äußerungen über andere Mitarbeiter, Vorgesetzte oder das Unternehmen

Im Rahmen der privaten Nutzung von sozialen Netzwerken werden häufig Äußerungen über das Unternehmen, die Kollegen oder Vorgesetzte getätigt.

Grundsätzlich gilt hier, dass zumindest strafrechtlich relevante Beleidigungen und Drohungen eine Abmahnung bzw. Kündigung begründen können. Dabei ist es irrelevant, ob diese in der Freizeit oder während der Arbeitszeit verfasst werden. Gleiches gilt, wenn der Betriebsfrieden gefährdet oder die Vertrauensbasis für eine Zusammenarbeit zerstört wird. Ebenso muss jeder Beschäftigte seine Verschwiegenheitspflichten bewahren.

Beispiel

Äußerungen des Mitarbeiters über den Arbeitgeber auf Bewertungsportalen sind zulässig, solange der Arbeitnehmer einen neutralen Ton verwendet, sich auf objektiv nachvollziehbare Tatsachen stützt und keine Betriebsgeheimnisse / vertrauliche Informationen offenbart.

Der Arbeitnehmer ist im Rahmen des Beschäftigungsverhältnisses verpflichtet, auch außerhalb der Arbeitszeit Rücksicht auf die Interessen des Arbeitgebers zu nehmen. Bevor der Arbeitgeber eine Meinungsäußerung sanktioniert, muss immer eine Güterabwägung zwischen den Interessen des Arbeitnehmers und des Arbeitgebers stattfinden. Berücksichtigt werden muss hierbei auch, unter welchen Umständen die Äußerung getätigt wurde: Ein vertrauliches Gespräch ist anders zu bewerten als die Veröffentlichung in einem sozialen Netzwerk. Auf die Vertraulichkeit einer Aussage kann der Arbeitnehmer aber nicht vertrauen, wenn er sie zwar nur für seine Freunde zugänglich macht, unter denen sich aber auch eine Vielzahl von Arbeitskollegen befindet.

Urteil

Das Bundesarbeitsgericht hat mit Urteil vom 24. August 2023 – 2 AZR 17/23 entschieden, dass ein Arbeitnehmer, der sich in einer aus sieben Mitgliedern bestehenden privaten Chatgruppe in stark beleidigender, rassistischer, sexistischer und zu Gewalt aufstachelnder Weise über Vorgesetzte und andere Kollegen äußert, sich gegen eine dies zum Anlass nehmende außerordentliche Kündigung seines Arbeitsverhältnisses nur im Ausnahmefall auf eine berechnete Vertraulichkeitserwartung berufen kann.

Eine Vertraulichkeitserwartung sei nach Ansicht des BAG nur dann berechtigt, wenn die Mitglieder der Chatgruppe den besonderen persönlichkeitsrechtlichen Schutz einer Sphäre vertraulicher Kommunikation in Anspruch nehmen können. Das wiederum ist abhängig von dem Inhalt der ausgetauschten Nachrichten sowie der Größe und personellen Zusammensetzung der Chatgruppe. Sind Gegenstand der Nachrichten beleidigende und menschenverachtende Äußerungen über Betriebsangehörige, bedarf es einer besonderen Darlegung, warum der Arbeitnehmer berechtigt erwarten konnte, deren Inhalt werde von keinem Gruppenmitglied an einen Dritten weitergegeben.

2.3 Arbeitsrechtliche Konsequenzen

Arbeitsrechtliche Konsequenzen sind bei Äußerungen in sozialen Netzwerken möglich, wenn das Verhalten nicht mehr von der Meinungsfreiheit gedeckt ist.

Beispiele

1. Ein Mitarbeiter bloggt unter Nennung des Unternehmens, dass „wir heute die dämlichen Kunden XY über den Tisch gezogen haben“ und die verkaufte Maschine ein „großes Sicherheitsrisiko“ darstellt.

Hierbei handelt es sich um ein geschäftsschädigendes Verhalten, das nicht von der Meinungsfreiheit gedeckt ist. Arbeitsrechtliche Konsequenzen sind zulässig.

2. Ein Mitarbeiter postet auf Facebook, dass ihn sein „Chef und seine Kollegen nerven“ und er deswegen „urlaubsreif“ sei.

Dies stellt eine normale Meinungsäußerung dar und darf keine arbeitsrechtlichen Konsequenzen zur Folge haben.

In Betracht kommen eine Abmahnung, eine ordentliche verhaltensbedingte Kündigung oder sogar eine außerordentliche Kündigung. Zu berücksichtigen ist die Art der Äußerung, z. B. ein aktiver Eintrag auf die eigene oder die Seite eines Dritten oder das Klicken auf „Gefällt mir“ zu der (beleidigenden) Aussage eines Anderen.

In die Interessenabwägung sind die Besonderheiten des Wesens des Internets einzubeziehen, insbesondere die Reichweite der Äußerung und die mangelnde Möglichkeit des definitiven Löschs. Zu berücksichtigen ist, ob die Aussage in einer „vertraulichen Kommunikation“, z. B. durch Versenden einer persönlichen Nachricht oder die Teilnahme an einem Chat im kleinen Kreis getätigt wurde oder ob die Information öffentlich geteilt wurde (beispielsweise durch einen Beitrag auf einer Facebook-Pinnwand oder innerhalb einer Instagram-Story).

Wurde die Information öffentlich geteilt, ist wiederum zu unterscheiden, ob der Beitrag für jedermann zugänglich ist oder ob nur enge Freunde diesen Beitrag sehen können. Entscheidend ist auch, wie groß der Freundeskreis ist und ob sich Arbeitskollegen oder Geschäftsfreunde darunter befinden.

Beispiele

1. Die Äußerung „diesen kleinen Scheißhaufen mache ich kaputt...“ eines Arbeitnehmers in einem sozialen Netzwerk, bei dem 36 seiner Freunde zugleich auch Kollegen waren, bewertete das Arbeitsgericht Hagen als öffentlich wie einen Aushang am schwarzen Brett (ArbG Hagen, Urteil vom 16. Mai 2012 – 3 Ca 2597/11).
 2. Die Äußerungen „Arbeitgeber: menschen-schinder & ausbeuter“, „daemliche scheisse fuer mindestlohn – 20% erledigen“ auf dem privaten Facebook Account, der für jedermann zugänglich war, war nach dem LAG Hamm ausreichend für eine fristlose Kündigung (LAG Hamm, Urteil vom 10. Oktober 2012 – 3 Sa 644/12).
-

Bei Äußerung des Arbeitnehmers in sozialen Netzwerken kann es sich als Reaktion auf ein Verhalten des Arbeitgebers oder der Kollegen auch um eine Affekthandlung handeln. Dies ist bei der Interessenabwägung zu berücksichtigen. Möglicherweise ist in einem solchen Fall eine Abmahnung ausreichend.

Beispiel

Ein Arbeitnehmer bezeichnete seine Kollegen unter anderem als „Klugscheißer“, die dem „Chef in den Arsch kriechen“. Da dies eine spontane Reaktion war – die Kollegen hatten den Arbeitnehmer durch unwahre Tatsachenbehauptung beim Arbeitgeber angeschwärzt – lehnte das ArbG Duisburg die Rechtmäßigkeit einer Kündigung ab (ArbG Duisburg, Urteil vom 26. September 2012 – 5 Ca 949/12).

3 Rechtlicher Rahmen für „Social Media Guidelines“

Individuelles und kollektives Arbeitsrecht

„Social Media Guidelines“ (SMG) sollen den Umgang im Unternehmen mit sozialen Medien regeln. Sie bestehen zumeist aus einem verpflichtenden und einem empfehlenden Teil. Grenze der Regelungen sind die Rechte der Arbeitnehmer, wie beispielsweise das allgemeine Persönlichkeitsrecht, das Recht auf informationelle Selbstbestimmung und das Recht auf freie Meinungsäußerung.

3.1 Einführung von Social Media Guidelines

SMG können durch das Direktionsrecht nach § 106 Gewerbeordnung (GewO), durch arbeitsvertragliche Regelung oder durch Betriebsvereinbarung in das Unternehmen eingeführt werden.

Praxishinweis

Für eine Umsetzung der SMG im Wege des Direktionsrechts spricht die unkomplizierte Einführung und Änderungsmöglichkeit. Bei einer arbeitsvertraglichen Regelung braucht man hierfür eine Änderungsvereinbarung oder -kündigung, bei einer Betriebsvereinbarung die Zustimmung des Betriebsrats.

3.2 Inhalt von Social Media Guidelines

Mögliche Inhalte von SMG sind (siehe auch Muster im Anhang)

- Allgemeine Verhaltensregeln zur Nutzung von sozialen Netzwerken
z. B. Nutzung während Arbeitszeit, Ausschluss bestimmter Seiten
- Sprachregelungen
z. B. Geheimhaltung von Geschäftsgeheimnissen / Kundenbeziehungen
- Authentizität
z. B. Offenlegung von Namen und Position im Unternehmen, Kennzeichnung privater Meinung

- Anzeigepflichten
z. B. negative Äußerungen über das Unternehmen
- Allgemeine Hinweise
z. B. Schutz der Privatsphäre
- Ausschlussregelung
z. B. bei Nichteinhaltung der Regeln, Verbot der Nutzung

Bei den Leitlinien kann in einen verpflichtenden und einen empfehlenden Teil unterschieden werden. In den verpflichtenden Teil sollten nur solche Regelungen aufgenommen werden, die unstreitige Pflichten der Arbeitnehmer wiedergeben.

Beispiele

Wettbewerbsverbot, Schutz von Geschäftsgeheimnissen

Der Teil der Handlungsempfehlungen dient hauptsächlich der Sensibilisierung der Mitarbeiter für typische Probleme, die aufgrund der Nutzung von sozialen Medien auftauchen. Ziel ist die Selbstkontrolle jedes Einzelnen. Die Regelungen sollten daher entsprechend motivierend formuliert werden und keinen Pflichtenkatalog vorschreiben, der einer gerichtlichen Kontrolle nicht standhält.

Praxishinweis

Das private Verhalten von Arbeitnehmern ist in SMG grundsätzlich nicht regelbar, da es nicht der Kontrolle des Arbeitgebers unterliegt. Etwas anderes kann nur gelten, wenn der Arbeitnehmer den Eindruck erweckt, in seiner Funktion als Mitarbeiter des Unternehmens aufzutreten.

Die Leitlinien sollten einen Ansprechpartner für die Mitarbeiter benennen, an den sie sich bei Fragen zu den SMG und dem Auftritt im Internet wenden können.

3.3 Arbeitsrechtliche Konsequenzen von Social Media Guidelines

Ob und gegebenenfalls welche arbeitsrechtlichen Schritte der Arbeitgeber an die Einhaltung der Leitlinien knüpfen kann, hängt maßgeblich von der verletzten Regel ab.

Eine Verletzung der Richtlinien stellt nicht automatisch eine Pflichtverletzung aus dem Arbeitsverhältnis dar.

Allein ein Verstoß gegen „Richtlinien der privaten Netzwerknutzung“ reicht daher nicht für arbeitsrechtliche Konsequenzen, wenn nicht auch ein erheblicher Pflichtenverstoß aus dem Arbeitsverhältnis damit einhergeht.

Bei Mitarbeitern, die im Unternehmen eine besondere Funktion nach außen haben, können höhere Anforderungen an die Loyalität ihrer Äußerungen gestellt werden als bei „normalen“ Arbeitnehmern.

Beispiele

Pressesprecher, Leiter Marketing, Chefentwickler

3.4 Mitbestimmung des Betriebsrats

Bei der Einführung von SMG kommt ein Mitbestimmungsrecht des Betriebsrats gem. § 87 Abs. 1 Nr. 1 des Betriebsverfassungsgesetzes (BetrVG) in Betracht.

Ist das Ordnungsverhalten der Arbeitnehmer betroffen, hat der Betriebsrat ein erzwingbares Mitbestimmungsrecht. Hierzu zählen:

- Verbot der Teilnahme an bestimmten sozialen Netzwerken und Blogs
- Sprachregelung für das Auftreten im Internet
- Verbindliche Meldepflicht von Verstößen

Mitbestimmungsfrei sind hingegen:

- Verbot der Äußerung im Internet im Namen des Unternehmens
- rein deklaratorische Hinweise auf die Rechtslage
- Konkretisierung der Arbeitspflicht
- Allgemeine Handlungsgrundsätze moralischer Art

Praxishinweis

Eine SMG kann aus mitbestimmungspflichtigen und mitbestimmungsfreien Teilen bestehen. Um die Akzeptanz in der Belegschaft zu steigern, kann es sinnvoll sein, auch bei mitbestimmungsfreien Regelungen den Betriebsrat mit einzubeziehen.

Auch eine Betriebsvereinbarung kann das Verhalten der Mitarbeiter in der Freizeit nicht regeln und auch nicht das Recht auf freie Meinungsäußerung der Arbeitnehmer einschränken.

Nach § 87 Abs. 1 Nr. 6 BetrVG hat der Betriebsrat ein Mitbestimmungsrecht, wenn technische Einrichtungen eingeführt werden, die dazu bestimmt sind, die Leistung oder das Verhalten des Arbeitnehmers zu überwachen. Dazu genügt es, dass sich die technische Einrichtung objektiv zur Leistungs- und Verhaltenskontrolle eignet.

Das Bundesarbeitsgericht hat entschieden, dass dieses Mitbestimmungsrecht vorliegt, wenn der Arbeitgeber Anmerkungen durch Nutzer in Form von „Besucher-Beiträgen“ (Postings) zulässt (BAG, Beschluss vom 13. Dezember 2016 – 1 ABR 7/15). Dadurch können Arbeitgeber ihre Arbeitnehmer überwachen und die Verhaltens- und Leistungskontrolle erfolge durch die Facebook-Seite als technische Einrichtung. Denn diese speichert dauerhaft die Einträge und ermöglicht, auf diese zuzugreifen.

Bei einem Verstoß gegen dieses Mitbestimmungsrecht muss die Möglichkeit des Einstellens von Nutzereinträgen an der Pinnwand unterbunden werden.

Ist die Posting-Funktion dagegen deaktiviert, handelt es sich nicht mehr um eine technische Einrichtung i. S. d. § 87 Abs. 1 Nr. 6 BetrVG.

Für eine mitbestimmungsfreie Social Media Seite ist Folgendes zu beachten:

- Besucherbeiträge ausschalten, so dass Nutzer nicht eigenständige Beiträge (Postings) auf der Seite einstellen können, mit denen sie das Verhalten oder die Leistung bestimmter Mitarbeiter bewerten
- Wenn Administratoren Beiträge einstellen: auf einheitliche Administratoren Kennung achten, damit nicht nachvollzogen werden kann, welcher Mitarbeiter zu welchem Zeitpunkt Beiträge eingestellt hat.

Anhang: Muster

SMG dienen in hohem Maße zur Sensibilisierung der Belegschaft. Sie sollen Arbeitnehmern Sicherheit im professionellen Umgang mit den sozialen Medien geben und möglichst kurze und klare Regelungen treffen.

1. Nutzung von sozialen Netzwerken

Als modernes und innovatives Unternehmen unterstützt (Name Unternehmen) die Aktivitäten seiner Mitarbeiter in sozialen Medien, um die Unternehmensphilosophie der Öffentlichkeit zu vermitteln und Kunden direkt anzusprechen.

Diese Leitlinien dienen dazu, den rechtlichen Rahmen für die Nutzung von sozialen Netzwerken zu setzen. Sie enthalten sowohl gesetzliche Vorgaben als auch Empfehlungen für den richtigen Auftritt in sozialen Netzwerken.

Für Fragen zu diesen Leitlinien steht Ihnen (*Name Ansprechpartner, Abteilung, Kontaktdaten*) zur Verfügung.

2. Auftritt für das Unternehmen nach Außen

2.1

Für das Unternehmen nach Außen auftreten dürfen nur folgende Mitarbeiter / Abteilungen:

X
Y
Z

2.2

Andere als die oben genannten Mitarbeiter dürfen nur nach vorheriger Genehmigung durch (*zuständige Stelle*) offiziell für das Unternehmen im Internet aktiv werden.

2.3

Jeder Mitarbeiter, der für das Unternehmen nach außen auftritt, muss seine volle Identität und seine Funktion im Unternehmen offenlegen.

Nach Genehmigung durch (*zuständige Stelle*) kann auch ein authentisches Pseudonym (z. B. „*Die Pressestelle*“) verwendet werden.

2.4

Die Verwendung von Logos muss von (*zuständige Stelle*) genehmigt werden.

3. Nutzung während der Arbeitszeit

Die unter 2. genannten Mitarbeiter dürfen zur Erfüllung ihrer Arbeitspflicht während der Arbeitszeit soziale Netzwerke aus dienstlichen Gründen benutzen.

Im Übrigen ist die private Nutzung von sozialen Netzwerken während der Arbeitszeit allen Mitarbeitern untersagt. *(sollte mit der allgemeinen Regelung zur Privatnutzung von Internet und E-Mail am Arbeitsplatz gleichlaufen)*

4. Pflichten und Kommunikationsregeln

4.1

Im Zusammenhang mit der dienstlichen Tätigkeit erworbene Daten, wie Kunden- oder Geschäftskontakte sowie Zugangsdaten zu rein geschäftlichen Nutzerprofilen, sind als Firmeneigentum bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses herauszugeben.

4.2

Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse sind ebenso zu wahren wie die Rechte Dritter, insbesondere Urheber-, Marken- oder Persönlichkeitsrechte.

4.3

Die Veröffentlichung privater Meinungen ist beim Auftritt für das Unternehmen untersagt.

4.4

Fotos, bei denen Personen im Vordergrund stehen, dürfen nur mit der Einwilligung des Betroffenen veröffentlicht werden.

4.5

Auch bei privaten Äußerungen in der Freizeit sind Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse zu wahren. Machen Sie zudem transparent, dass Sie Ihre eigene Meinung kundtun und nicht das Unternehmen repräsentieren.

Die Beleidigung oder Verleumdung von Kollegen und Vorgesetzten sowie die bewusste Rufschädigung des Unternehmens kann auch bei privaten Äußerungen zu arbeitsrechtlichen Konsequenzen führen.

(4.6, 4.7, 4.8 entbehrlich, wenn bereits bei Nutzung von Internet und E-Mail geregelt)

4.6

Die interne elektronische Kommunikation verläuft ausschließlich über das Intranet. Soziale Netzwerke, Foren oder Blogs werden hierfür nicht genutzt.

4.7

Über das Intranet werden nur dienstliche Informationen ausgetauscht. Nachrichten sind nur an Personen zu richten, die auch inhaltlich Adressaten sind (kein Spam).

4.8

Elektronische Mails, die Betriebsinterna wie Kundendaten, Geschäftsgeheimnisse etc. enthalten, sind verschlüsselt über das betriebliche Mailsystem zu verschicken. Hierzu werden keine privaten E-Mail Accounts genutzt.

5. Auswertung der Daten auf Social Media Kanälen

5.1

Bei negativen Kommentaren oder bei einem konkreten Verdacht auf einen Verstoß gegen die aufgeführten Punkte der Betriebsvereinbarung oder gegen das Arbeitsverhältnis an sich, werden personenbezogene Daten auf Social Media Kanälen vom Arbeitgeber ausgewertet und erhoben.

Im Rahmen der Auswertung werden folgende personenbezogenen Daten zum Zwecke der Kontrolle der Einhaltung der in dieser Betriebsvereinbarung aufgeführten Nutzungs- bzw. Verhaltensregeln verarbeitet:

- Name, Vorname
- Funktion
-
-

5.2

Der betroffene Arbeitnehmer wird über das Vorgehen und die Quelle, aus der die personenbezogenen Daten stammen, informiert.

6. Datenschutz

Bei Fragen und Beschwerden können sich die Arbeitnehmer an den Arbeitgeber oder an den Datenschutzbeauftragten

[Name, Abteilung bzw. bei externem Datenschutzbeauftragten Name, Adresse]
[E-Mail-Adresse]
[Telefonnummer]

wenden.

7. Betroffenenrechte

Sie haben die Rechte aus den Art. 15 - 22 DS-GVO:

- Recht auf Auskunft (Art. 15 DS-GVO)
- Recht auf Berichtigung (Art. 16 DS-GVO)
- Recht auf Löschung (Art. 17 DS-GVO)
- Recht auf Einschränkung der Verarbeitung (Art. 18 DS-GVO)
- Recht auf Datenübertragbarkeit (Art. 20 DS-GVO)
- Widerspruchsrecht gegen die Verarbeitung (Art. 21 DS-GVO)

Bitte wenden Sie sich hierzu an folgende Stelle:

[Name / Abteilung, Kontaktdaten]

8. Sanktionen

8.1

Verstöße gegen die in dieser Vereinbarung aufgeführten Verhaltensregeln zur Nutzung von Social Media können arbeitsrechtliche Konsequenzen nach sich ziehen.

8.2

Bei einer vereinbarungswidrigen oder sonst missbräuchlichen Nutzung kann eine Abmahnung oder, je nach Schwere des Verstoßes, eine Kündigung des Arbeitsverhältnisses in Betracht kommen.

8.3

Bei festgestellten Verstößen gegen die vorliegenden Verhaltensregeln kann die weitere Nutzung des Arbeitnehmers von Social Media gesperrt werden.

8.4

Für etwaige, aus der vereinbarungswidrigen oder missbräuchlichen Nutzung entstehende Schäden behält sich der Arbeitgeber die Geltendmachung von Schadenersatzforderungen vor.

Ansprechpartner/Impressum

Kristina Fink

Grundsatzabteilung Recht

Telefon 089-551 78-234
kristina.fink@vbw-bayern.de

Impressum

Alle Angaben dieser Publikation beziehen sich ohne jede Diskriminierungsabsicht grundsätzlich auf alle Geschlechter.

Herausgeber

vbw

Vereinigung der Bayerischen
Wirtschaft e. V.

Max-Joseph-Straße 5
80333 München

www.vbw-bayern.de

© vbw Juni 2025