

---

# **Social Media**

# **Datenschutzschwerpunkte**

Uwe Dieckmann

Mitglied des Vorstandes der GDD

# Social Media - Schwerpunkte

Anwendung des BDSG

Klarnamenszwang

Meinungsfreiheit

Diensteanbieter ADV, TMG

KUG Urheberrecht

Erhebung von Mitarbeiterdaten

Geplante Gesetzesänderungen

Unternehmensrichtlinien zu Social Media

# Social Media – Anwendung des BDSG

## § 1 Zweck und Anwendungsbereich des Gesetzes

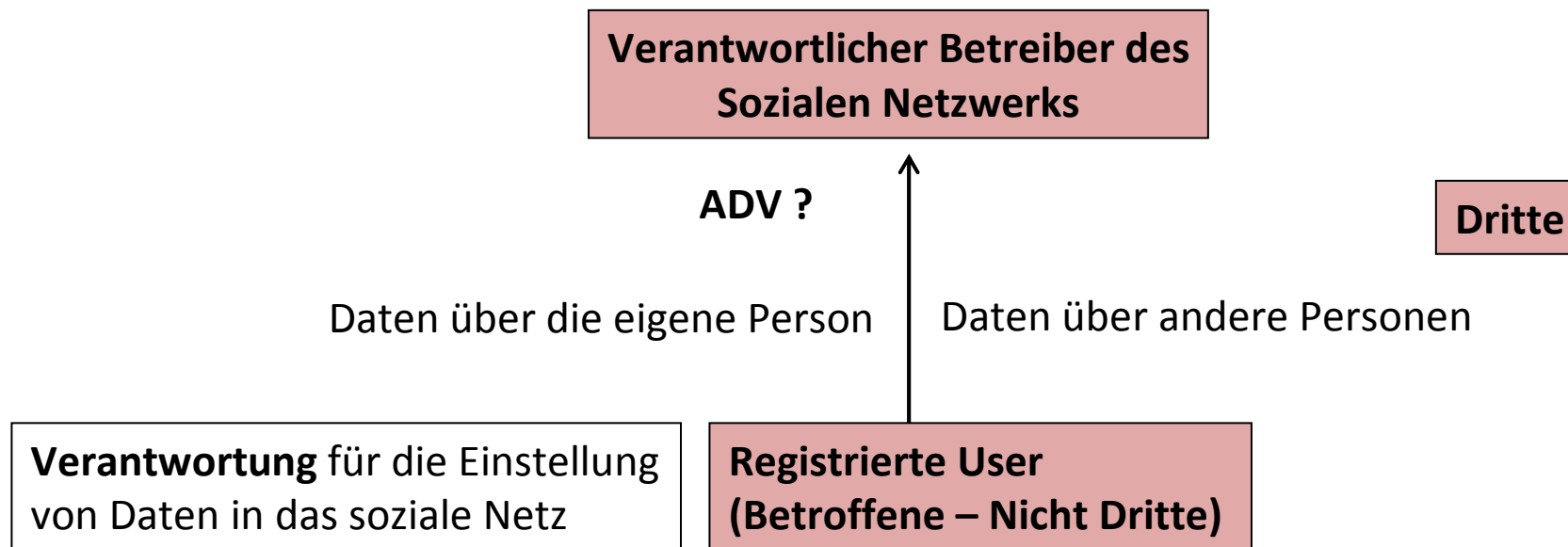
(1) Zweck dieses Gesetzes ist es, den Einzelnen davor zu schützen, dass er durch den Umgang mit seinen personenbezogenen Daten in seinem Persönlichkeitsrecht beeinträchtigt wird.

(2) Dieses Gesetz gilt für die Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten durch ...

3. nicht-öffentliche Stellen, soweit sie die Daten unter Einsatz von Datenverarbeitungsanlagen verarbeiten, nutzen oder dafür erheben oder die Daten in oder aus nicht automatisierten Dateien verarbeiten, nutzen oder dafür erheben, **es sei denn, die Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung der Daten erfolgt ausschließlich für persönliche oder familiäre Tätigkeiten.**

# Social Media – Anwendung des BDSG

§ 3 (8): Empfänger ist jede Person oder Stelle, die Daten erhält.  
Dritter ist jede Person oder Stelle außerhalb der verantwortlichen Stelle. **Dritte sind nicht der Betroffene** sowie Personen und Stellen, die im Inland, in einem anderen Mitgliedstaat der Europäischen Union oder in einem anderen Vertragsstaat des Abkommens über den Europäischen Wirtschaftsraum personenbezogene Daten im Auftrag erheben, verarbeiten oder nutzen.



# Social Media – Anwendung des BDSG

- **Folgerungen (s. Schuster, GDD-Tage 2011)**
- Mit Äußerungen über Kollegen, Vorgesetzte, Kunden werde der Bereich der privaten Tätigkeit überschritten, weil weltweit über Suchmaschinen zu finden.
- Unter Bezug auf das „Lindquist“-Urteil (EuGH 06.11.2003) seien nur Tätigkeiten ausgenommen, die zum Privat- oder Familienleben von Einzelpersonen gehören. Zweck sei nicht die Veröffentlichung im Internet gegenüber einer unbegrenzten Zahl von Personen unter Zuhilfenahme der Infrastruktur kommerzieller Unternehmen.
- Folge: **Interessensabwägung § 28 Abs.1 Nr. 2 BDSG** zwischen denen, die die Daten beim Serviceanbieter einstellen und denen, um deren Daten es sich handelt.

# Social Media - Klarnamenszwang

## Klarnamenszwang und seine Probleme

Verbindung mit dem Arbeitgeber ist möglich

### Uwe Dieckmann

🏠 Ist hier zur Schule gegangen: Altes Gymnasium Oldenburg 📁 Arbeitgeber hinzufügen 🏠 Füge deine Heimatstadt hinzu ✎ Profil bearbeiten



#### Arbeit und Ausbildung

✎ Bearbeiten

Schule



**Altes Gymnasium Oldenburg**

Abschlussklasse 1962

Teile deine Erlebnisse



Arbeitsstelle hinzufügen



# Social Media - Meinungsfreiheit

---

- Meinungsfreiheit vs Schutz der Person und ihrer Rechte
- Grenzen: Betriebsgeheimnisse, Insiderwissen, Beleidigung, üble Nachrede, Verleumdung, Diffamierung, (kritische Meinungsäußerungen sind erlaubt)
- Folge: Beeinträchtigung des Persönlichkeitsrechts und ggf. Rufschädigung, Geheimnisverrat
- Loyalität der Mitarbeiter gegenüber dem Unternehmen  
Öffentliche oder gegenüber Kunden geäußerte Meinung kann je nach Stellung im Unternehmen nachteilige Folgen haben.
- Nach Vortrag von Schuster (GDD-Tag 2011) liegen die Grenzen offenbar zwischen „verschärfte Ausbeutung“ (zulässig LAG BaWü) und „Sklavenbetrieb“ (unzulässig AG FfM)

# Social Media - Diensteanbieter

---

## Ist der Diensteanbieter Auftragsdatenverarbeiter nach § 11 BDSG?

Meinung ULD Schleswig-Holstein:

<https://www.datenschutzzentrum.de/sommerakademie/2011/sak2011-ib5-Social-Media-in-Organisationen.pdf>

Stichworte:

Verantwortlichkeit des Auftraggebers?

Undefinierte Nutzung der Daten durch den Auftragnehmer?

Qualität der Auftragsdatenverarbeitung?

Weisungsgebundenheit des Auftragnehmers?

## Weitere Rechtsgrundlagen

Nach § 2 Nr. 1 TMG ist Diensteanbieter jede natürliche oder juristische Person, die eigene oder fremde Telemedien zur Nutzung bereithält oder den Zugang zur Nutzung vermittelt. § 13 Abs. 6 TMG sieht die anonyme und pseudonyme Nutzungsmöglichkeit vor.



# Social Media - Diensteanbieter

---

## ULD schildert die Ausgangssituation und Risiken der ADV:

Unzuverlässige Auftragsdatenverarbeiter

Unzureichende Verträge

Gesetzeswidrige oder datenschutzkritische Dienste

### Vertragsrisiken

Unrechtmäßigkeit

einseitige Risikozuweisung auf Nutzer,

Mangelnde Sicherheitszusagen,

Internationaler Datenverkehr,...

### Anbieterrisiken

Ausreichende Sicherheitsmaßnahmen?

Sicherheitskonzept des Anbieters?

Zertifizierungen?

Direkte Kommunikation?

### Dienst Risiken

Funktionale Anforderungen erfüllt?

Ausreichende Konfigurierbarkeit des Dienstes?

# Social Media - Urheberrecht

- § 22 KUG
- „Bildnisse dürfen nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden. Die Einwilligung gilt im Zweifel als erteilt, wenn der Abgebildete dafür, dass er sich abbilden ließ, eine Entlohnung erhielt.“
- **Verbreitung/Veröffentlichung=**
- Veröffentlichung: unbegrenzter Personenkreis (z.B. Internet)
- Verbreitung: begrenzter Personenkreis (z.B. Intranet)

- **§ 23 KUG: Ausnahmen von der Einwilligung**

- Bildnisse aus dem Bereich der Zeitgeschichte (bekannte Persönlichkeit; z.B. Vorstandsvorsitz)
- Personen, die nur Beiwerk des eigentlichen Objektes darstellen
- Bilder von Versammlungen
- Verbreiten oder Schaustellen im höheren Interesse der Kunst
- wenn nicht ein berechtigtes Interesse des Abgebildeten verletzt wird

# Social Media – Erhebung Mitarbeiterdaten

---

Rechtsgrundlage für die Erhebung von Bewerberdaten:

§ 32 Abs. 1 S. 1 BDSG

Zwei Voraussetzungen:

1. Werden Daten für den Verwendungszweck „Begründung des Arbeitsverhältnisse“ erhoben?
  2. Sind die Daten hierfür erforderlich?
- Verstoß gegen **Grundsatz** der Direkterhebung (§ 4 Abs. 2 BDSG) ?
  - **Nein:** Erlaubnisnorm gemäß § 4 Abs. 2 S. 2 Nr. 2 BDSG, hier: § 28 Abs. 1 S. 1 Nr. 3 BDSG (Daten aus öffentlichen Quellen)

# Social Media – Erhebung Mitarbeiterdaten

---

- Anwendung des § 28 Abs. 1 S. 1 Nr. 3 BDSG (Daten aus öffentlichen Quellen) im Arbeitsverhältnis
  - rechtsystematisch: § 32 BDSG ist nicht abschließend
  - Schutzwürdige Interessen des Bewerbers dürfen nicht offensichtlich verletzt werden
    - Bewerber hat die Daten selbst eingestellt
    - kein beschränkter Nutzerkreis in sozialen Netzwerken
    - Dritte haben Daten legitim eingestellt
- Beachtung des Grundsatzes der Erforderlichkeit (§ 32 Abs. 1 S. 1) unter Beachtung des „Fragerechts des Arbeitgebers“

# Social Media – Erhebung Mitarbeiterdaten

- § 32 Abs. 6 E-BDSG
  - Grundsatz der Direkterhebung
  - Erhebung von Daten aus allgemein zugänglichen Quellen zulässig
    - Interessenabwägung
    - Vorheriger Hinweis
  - Keine Daten aus sozialen Netzwerken, die der elektronischen Kommunikation dienen (Ausnahme: soz. Netzwerke, zur Darstellung der beruflichen Qualifikation)
- 32c Abs. 1 S. 2 E-BDSG:  
gleiche Grundsätze beim „Googeln“ von Mitarbeitern

# Social Media – Geplante Regelungen

## Geplante Regelungen:

- § 38b Unzulässige Veröffentlichung in Telemedien
- § 38c Biometrische Erkennungen durch Telemedien
- § 38d Profilbildungen anhand von Suchmaschinen
- § 38e Erhebung von Standortdaten durch Telemedien
- § 8a Immaterieller Schadenersatz

# Social Media – Geplante Regelungen

---

## § 38b Unzulässige Veröffentlichungen in Telemedien

Die Veröffentlichung von personenbezogenen Daten in Telemedien durch Stellen im Sinne des § 1 Abs. 2, wodurch ein besonders schwerer Eingriff in das Persönlichkeitsrecht des Betroffenen herbeigeführt wird, ist unzulässig, soweit nicht eine andere Rechtsvorschrift dies erlaubt oder anordnet oder der Betroffene ausdrücklich und gesondert eingewilligt hat oder ein überwiegendes schutzwürdiges Interesse an der Veröffentlichung besteht. Ein besonders schwerer Eingriff in das Persönlichkeitsrecht des Betroffenen liegt insbesondere vor, wenn in Telemedien personenbezogene Daten veröffentlicht werden,

1. die geschäftsmäßig gezielt zusammengetragen, gespeichert und gegebenenfalls unter Hinzuspeicherung weiterer Daten ausgewertet wurden und die dadurch ein umfangreiches Persönlichkeits- und Bewegungsprofil des Betroffenen ergeben können oder
2. den Betroffenen in ehrverletzender Weise beschreiben oder abbilden.

# Social Media – Geplante Regelungen

---

## Initiative des Bundesrates (Drs. 156/11) -1

- Die Bestimmungen über den Einsatz von Cookies und weiterer "Schnüffel-Software" aus der EU-Richtlinie für die elektronische Kommunikation sind umzusetzen. Manipulationen an Dateien, die auf dem Endgerät eines Teilnehmers oder Nutzers gespeichert sind, sind demnach nur noch erlaubt, wenn der Betroffene "auf der Grundlage von klaren und umfassenden Informationen" eingewilligt hat. Ausgenommen bleiben Verfahren, deren "alleiniger Zweck die Durchführung der Übertragung einer Nachricht über ein elektronisches Kommunikationsnetz ist", damit ein ausdrücklich gewünschter Dienst verfügbar gemacht werden kann.



# Social Media – Geplante Regelungen

---

## Initiative des Bundesrates (Drs. 156/11) – 2

- Betreiber sozialer Netzwerke müssen für neue Nutzer zunächst die höchste Sicherheitsstufe "gemäß dem Stand der Technik" einstellen („privacy by default“)
- Konkretisierung durch Rechtsverordnung des Bundeswirtschaftsministeriums
- Externe Suchmaschinen sollen anfangs nicht auf Profilinhalte zugreifen dürfen.
- Anbieter müssen über die Risiken der Veröffentlichung persönlicher Daten ausführlich informieren.
- Die Nutzer sollen jederzeit selbst veranlassen können, dass publizierte Daten wieder gelöscht oder zumindest gesperrt werden. Sollte dies technisch schwierig sein, müssten persönliche Daten auf jeden Fall auf Wunsch anonymisiert werden.

# Social Media - Unternehmensrichtlinien

---

## Bitkom Social Media Guidelines

Abgrenzung zwischen beruflicher und privater Nutzung

Eigenverantwortung

Transparenz

Kenntlichmachung einer privaten Meinung

Einhaltung gesetzlicher Vorgaben

Betriebsrat

Verbreitung unternehmensschädlicher Äußerungen

Respekt

Kontinuität & Kapazität

Monitoring & Expertise

# Social Media - Unternehmensrichtlinien

---

## 10 Tipps zum Umgang mit Social Media (Daimler)

1. Es geht immer um Konversation.
2. Achten Sie auf Qualität.
3. Seien Sie ehrlich.
4. Bleiben Sie höflich.
5. Berichtigen Sie eigene Fehler.
6. Seien Sie auch als Privatperson professionell.
7. Trennen Sie Meinungen und Fakten.
8. Seien Sie ganz Sie selbst.
9. Behandeln Sie Vertrauliches vertraulich.
10. Achten Sie das Gesetz.

# Social Media

---

Vielen Dank für Ihre  
Aufmerksamkeit!

