

Dr. Urs Egli

Soziale Netzwerke und Arbeitsverhältnis

Über die Auswirkungen von Facebook, Xing & Co auf den betrieblichen Alltag

Soziale Netzwerke verändern das Kommunikationsverhalten grundlegend. Das Internet wird interaktiv. Grenzen verschwimmen, auch diejenigen zwischen Privatleben, Öffentlichkeit und Arbeit. Der Autor untersucht die arbeitsrechtlichen Aspekte dieser Entwicklung. Er erörtert kontrovers diskutierte Fragen wie die Zulässigkeit von Nutzungsverböten oder das Screening von Stellenbewerbern im Internet und schlägt Lösungen vor, wie innerhalb von Unternehmen mittels sozialen Netzwerken kommuniziert werden kann, ohne mit den arbeits- und datenschutzrechtlichen Vorgaben in Konflikt zu geraten.

Rechtsgebiet(e): Arbeitsrecht; Datenschutz; Beiträge

Zitiervorschlag: Urs Egli, Soziale Netzwerke und Arbeitsverhältnis, in: Jusletter 17. Januar 2011

Inhaltsübersicht

- I. Technische und wirtschaftliche Ausgangslage
 1. Web 2.0 und soziale Medien
 2. Chancen und Risiken sozialer Netzwerke aus der Sicht von Unternehmen
- II. Rechtliche Analyse
 1. Soziale Netzwerke und Datenschutz
 2. Recht auf Nutzung sozialer Medien am Arbeitsplatz?
 3. Nutzungsreglemente
 4. Missbrauch sozialer Medien durch Arbeitnehmer
 - a. Übermässige Nutzung sozialer Medien während der Arbeitszeit
 - b. Unerlaubte Datenverarbeitung ausserhalb der betrieblichen Informatikumgebung
 - c. Reputationsschädigung
 - d. Verletzung der Geheimhaltungspflicht
 - e. Mobbing
 5. Die Überwachung von Arbeitnehmern
 6. Screening von Stellenbewerbern
 - a. Screening in sozialen Netzwerken
 - b. Screening mit Internetsuchdiensten
 - c. Dokumentationspflicht des Arbeitgebers
 - d. Rechtliche Analyse
 7. «Befreundungen» zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern
 8. Nutzung sozialer Medien innerhalb des Unternehmens
 - a. Interessenlage
 - b. Strukturierung des innerbetrieblichen sozialen Netzwerks
 - c. Einführung und Betrieb von innerbetrieblichen sozialen Netzwerken
- III. Zusammenfassung

I. Technische und wirtschaftliche Ausgangslage

1. Web 2.0 und soziale Medien

[Rz 1] Die ersten zwanzig Jahre elektronische Kommunikation haben zwei wichtige, aus dem heutigen Geschäftsalltag nicht mehr wegzudenkende Kommunikationsmittel gebracht: Das E-Mail und die Website.

[Rz 2] In den letzten Jahren hat die Technik jedoch neue Kommunikationsformen ermöglicht. Deren wesentliches Merkmal ist die Interaktion. Internetnutzer beschränken sich nicht mehr nur auf die Konsumation von Inhalten, die auf fremden Websites dargestellt werden, sondern sie wollen sich aktiv einbringen.¹ Für diese neue, durch Interaktion geprägte Nutzung elektronischer Medien wurde der Begriff Web 2.0 geprägt.²

[Rz 3] Die Entwicklung dieser neuen, interaktiven und damit

sozialen Medien³ begann mit dem Blog.⁴ Es handelt sich dabei um eine Art Tagebuch, das vom Blogger auf einer Website veröffentlicht wird. Blogs kamen bereits Ende der Neunzigerjahre auf. Sie widmen sich sowohl persönlichen Themen wie auch Sachthemen.⁵

[Rz 4] Eine Abwandlung der Blogs stellen Tweets dar. Das sind maximal 140 Zeichen umfassende Kurznachrichten, die über den Dienst Twitter in die Welt hinaus «gezwitschert» werden. Sowohl Blogs wie auch Tweets sind zwar mehrdirektionale aber asynchrone Kommunikationsformen, über welche Autoren ihre Leserschaft mit Informationen versorgen.

[Rz 5] Eine mehrdirektionale synchrone Kommunikationsform ist das Chatten. Beim Chatten versammeln sich mehrere Personen in einem Chatroom und tauschen Meldungen aus, wobei jede Person als Autor einer Meldung auftreten kann und Meldungen immer an alle im Chatroom anwesenden Personen verteilt werden.

[Rz 6] In einem sozialen Netzwerk schliesslich werden die Funktionalitäten der Website, des Blogs und des Chattens kombiniert. Ein Teilnehmer hat die Möglichkeit, sich auf einer Art privater Website darzustellen, dort aktuelle Meldungen in Form von Blog- oder Tweet-artigen Kurznachrichten zu verfassen und sich in einem Chatroom mit Freunden zu treffen.⁶

[Rz 7] Soziale Netzwerke enthalten zusätzlich eine weitere zentrale Funktionalität. In sozialen Netzwerken haben die Teilnehmer die Möglichkeit, ihre sozialen Beziehungen untereinander zu definieren, in dem sie sich «befreunden». Dies geschieht dadurch, dass eine Befreundungsanfrage versendet und von der anderen Partei akzeptiert wird. Auf diese Weise wird das soziale Beziehungsnetz einer Person abgebildet und transparent gemacht. Die anderen Teilnehmer im sozialen Netzwerk können sehen, wer mit wem befreundet ist. Soziale Netzwerke machen somit die sozialen Beziehungen einer Person transparent.⁷ Als Ganzes betrachtet enthält ein soziales Netzwerk somit eine Kartographie der Gesellschaft. Das ist vor allem für Personen und Organisationen äusserst interessant, die etwas unter die Leute bringen wollen, seien dies nun Produkte oder Ideen. Ausgehend von

¹ Das beste Beispiel ist die Enzyklopädie Wikipedia, an welcher jedermann mitarbeiten kann.

² Zum Ganzen siehe Marc Langheinrich, Günther Karjoth, Das persönliche Internet. Der technische Hintergrund der immer beliebter werdenden Selbstdarstellung im Internet, Digma 2007 S. 134 ff.

³ Der Begriff «soziale Medien» wird im Folgenden als Oberbegriff für alle dargestellten, interaktiven elektronischen Kommunikationsformen gebraucht. Zu den sozialen Medien siehe The Social Media Bible, Lohn Safko / David K. Brake, Social Media Bible, Hoboken New Jersey 2009. Soziale Netzwerke ihrerseits sind eine von mehreren Ausprägungen sozialer Medien.

⁴ Blog ist die Abkürzung von Weblog, also eine Kombination von Web und Log.

⁵ Bekanntes Beispiel eines bloggenden Politikers ist Bundesrat Leuenberger. Für rechtliche Themen z.B. law-blog.de.

⁶ Zur Entstehung sozialer Netzwerke im Milieu des US-College Systems siehe David Kirkpatrick, The Facebook Effect, 2010.

⁷ A social network is a service where users can construct a public or semi public profile, articulate a list of users with whom they share a connection and view and traverse their list of connections and those made by others within the system (Kirkpatrick, 68).

einem Kunden kann so im Schneeballprinzip sein soziales Umfeld erschlossen werden.⁸

[Rz 8] Das heute wohl bekannteste soziale Netzwerk ist Facebook. Facebook wurde im Jahre 2004 durch einen Studenten an der Universität Harvard lanciert und hat sich von dort zuerst im universitären Milieu der USA und dann rasch weltweit verbreitet.⁹ Facebook richtet sich heute an jedermann und hat eine primär private Ausrichtung. Es wird von jungen wie auch von Personen mittleren Alters verwendet und hat sich auch im deutschsprachigen Raum durchgesetzt. Ein Klon von Facebook im deutschsprachigen Raum ist StudiVZ.

[Rz 9] Im angelsächsischen Sprachraum ist MySpace ebenfalls populär. MySpace wendet sich aber eher an ein jüngeres Publikum und hat einen «billigeren» Touch. MySpace wurde früh von Musikgruppen benutzt, um sich dort ihren Fans zu präsentieren.¹⁰ Orkut, das Netzwerk von Google, ist im europäischen Raum überhaupt nicht bekannt. Es hat sich hauptsächlich in Brasilien und Indien durchgesetzt.

[Rz 10] Speziell an Geschäftsleute richtet sich im deutschen Sprachraum das soziale Netzwerk Xing. Das Pendant dazu im angelsächsischen Raum ist LinkedIn.

[Rz 11] Zur Suche von ehemaligen Klassenkameraden geeignet sind im angelsächsischen Raum das Netzwerk Classmates und in Deutschland das Netzwerk StayFriends.

[Rz 12] Was soziale Netzwerke gegenüber früheren Formen der elektronischen Kommunikation unterscheidet, ist, dass die Teilnehmer als reale Personen und nicht unter Pseudonymen auftreten. Bei Facebook wurde das ursprünglich dadurch gewährleistet, dass nur diejenigen Personen ein Profil auf Facebook eröffnen konnten, die über eine E-Mail-Adresse an einer angeschlossenen Universität verfügten. Heute sind es die abgebildeten sozialen Beziehungen einer Person, die dafür bürgen, dass das Profil echt ist.¹¹ Fiktive Profile oder Pseudonyme haben keine echten Freunde.

[Rz 13] Über die Ursachen des Erfolgs sozialer Netzwerke wurde viel geschrieben.¹² Die Quintessenz dürfte sein, dass im sozialen Netzwerk gleichzeitig zwei Bedürfnisse abgedeckt werden. Einerseits wird dem Nutzer ermöglicht, sich darzustellen und mit anderen Personen zu interagieren. Das ist offensichtlich ein grosses Bedürfnis vor allem von

jüngeren Menschen. Andererseits wird mit den in sozialen Netzwerken verfügbaren Daten Marketingabteilungen von Unternehmern und Politikern ein äusserst schlagkräftiges Werkzeug in die Hand gegeben. Marketing ist über soziale Netzwerke nämlich praktisch zum Nulltarif zu haben.¹³ Dies ist auch der Grund für die heute astronomische Bewertung solcher Firmen durch die Investorengemeinde.

[Rz 14] Aber auch im Bereich der Publizistik bringen soziale Netzwerke und verwandte Kommunikationsformen wie Blogs und Twitter ganz neue Entwicklungen. Heute kann praktisch jedermann Journalist sein, ohne dass er seinen Inhalt einem Chefredaktor zur Genehmigung vorlegen muss oder einen Herausgeber braucht, der den Druck finanziert. Dies führt zu einer Demokratisierung des Journalismus. In Zeiten von bedeutenden Ereignissen oder in einem Umfeld der Zensur ist das eine sehr effiziente Methode zur Informationsverteilung.¹⁴

[Rz 15] Eine etwas andere Ausrichtung haben Content-Sharing Plattformen. Die wohl bekannteste ist YouTube für Videoformate. Content-Sharing Plattformen für Bilder sind Flickr oder Picasa.

[Rz 16] Suchmaschinen wie Google oder die Personensuchmaschine 123people.ch sind im Bereich der Personensuche die Konkurrenten der sozialen Netzwerke. Über Google lassen sich sämtliche Informationen, die im Internet zu einer bestimmten Person verfügbar sind, zusammentragen.

[Rz 17] Eine letzte Gruppe von digitalen Werkzeugen sind Collaboration Tools, also Mittel, welche einer Gruppe von Personen das Zusammenarbeiten ermöglicht. Zu den Collaboration Tools gehört die Wiki-Technologie. Diese ermöglicht es, auf ganz einfache Weise untereinander verlinkte Webseiten zu erstellen. Das Bekannteste ist die Enzyklopädie Wikipedia. In solchen Wikis können mehrere Personen gleichzeitig an einem Inhalt arbeiten; etwas das nicht möglich ist, wenn herkömmliche Textverarbeitungsprogramme eingesetzt werden.

[Rz 18] Ein anderes Collaboration Tool ist Google Groups. Dieses steht den Nutzern einer E-Mail-Adresse von Gmail zur Verfügung. In Google Groups können Diskussionen via E-Mail geführt werden, die automatisch an alle Teilnehmer der Gruppe verschickt werden, wobei der gesamte Diskussionsverlauf in einem «Thread» dargestellt wird. Weiter können über Google Groups Dateien abgelegt werden. Diese werden nicht auf dem Arbeitsplatzcomputer gespeichert, sondern in der sogenannten Cloud. Weitere Collaboration Tools

⁸ Wenn Max das neue Computerspiel toll findet, ist die Chance gross, dass es auch Moritz gefällt.

⁹ Facebook ist ursprünglich die Bezeichnung für die gedruckten Jahrgangsbände mit Fotos aller neu eintretenden Studenten. Zur Geschichte von Facebook siehe Kirkpatrick.

¹⁰ Kirkpatrick, a.a.O. 75 ff.

¹¹ Kirkpatrick, a.a.O., 12.

¹² Z.B. Charlene Li, Josh Bernoff, Facebook, You Tube, Xing und Co., München 2009; Erik Qualmann, Socialnomics, Heidelberg 2010; David Kirkpatrick, The Facebook Effect, 2010; Tamar Weinberg, Social Media Marketing. Strategien für Twitter, Facebook & Co, Köln 2010; Safko / Brake, a.a.O.

¹³ Dazu gibt es zahlreiche Beispiele. Aus dem Bereich der Politik bekannt ist die Präsidentschaftskampagne von Barack Obama, welche in sozialen Netzwerken ein Vielfaches erfolgreicher war als die Kampagnen seiner Konkurrenten und so massgeblich zu seiner Wahl beigetragen hat.

¹⁴ So wurden während der Anschläge von 9/11 zum ersten Mal private Aufnahmen via Internet der Medienwelt zur Verfügung gestellt. Auch Anwälte, die in einem undemokratischen Umfeld operieren müssen, greifen zu diesem Mittel; so der Anwalt, welcher die zum Tode durch Steinigung verurteilte iranische «Ehbrecherin» vertrat.

sind Dienste, die ausgelagerten Speicherplatz anbieten wie z.B. Dropbox.

[Rz 19] Allen diesen Collaboration Tools ist gemeinsam, dass mehrere Personen nicht mehr je eigene Akten oder Dokumentationen führen, sondern gemeinsam an einer einzigen, konsolidierten und sich laufend erweiternden Dokumentation arbeiten.

2. Chancen und Risiken sozialer Netzwerke aus der Sicht von Unternehmen¹⁵

[Rz 20] Das grosse Potential sozialer Netzwerke liegt im Bereich des Marketings. Diese Dynamik kann sich aber auch als gefährlich erweisen. Es können nämlich nicht nur gute, sondern auch schlechte Nachrichten über Unternehmen verbreitet werden.¹⁶

[Rz 21] Aber nicht nur die Marketingabteilungen, sondern auch die Personaldienste befassen sich mit dem Thema sozialer Netzwerke, wenngleich noch fast ausschliesslich unter negativen Vorzeichen. Soziale Netzwerke werden als Zeitfresser beurteilt, welche zudem die betriebliche Informatikinfrastruktur belasten. Dabei geht es nicht um Speicherplatz und auch nicht um die Verseuchung mit Viren und Würmern, sondern um die Belastung des Netzwerks. So soll fast 7% des gesamten betrieblichen Internetaufkommens durch den Besuch von Facebookseiten verursacht werden.¹⁷ Verschiedene schweizerische Betriebe und Verwaltungen haben deshalb die Benutzung sozialer Netzwerke verboten.¹⁸ In den USA sollen inzwischen knapp 40% aller Unternehmen den Zugriff auf soziale Medien jeglicher Art sperren.¹⁹

[Rz 22] Verkehren Mitarbeiter in sozialen Netzwerken, so ist das für ihren Arbeitgeber mit spezifischen Sicherheitsrisiken verbunden. Eine noch harmlose Form ist, wenn sich Stellenbewerber auf ein Bewerbungsgespräch vorbereiten, indem sie in sozialen Netzwerken über den zukünftigen Chef Nachforschungen anstellen. Heikler ist es, wenn aus den Angaben, welche Mitarbeiter zu ihrer Stelle machen, Informationen über die Betriebsstruktur abgeleitet werden können. Beim sogenannten Phishing werden durch Kontaktaufnahme mit einer Person unter falscher Identität Informationen gesammelt, welche später bei der Ausübung einer Straftat eingesetzt werden können. Beispielsweise werden Informationen, die ein Arbeitnehmer über sich bekannt gibt, dazu verwendet, um sich bei einer betriebsinternen Stelle (etwa

beim Informatikdienst) als diese Person auszugeben und so zu Informationen zu kommen.

[Rz 23] Eine gesteigerte Form der Spionage ist das sogenannte Cybersquatting, d.h. das Anlegen einer falschen Identität mit dem einzigen Ziel, sich unter dieser falschen Identität mit Betriebsangehörigen zu befreundeten und Informationen auszuspionieren.²⁰

[Rz 24] Auch Indiskretionen von Mitarbeitern erlangen in sozialen Netzwerken eine neue Bedeutung. Während früher Betriebsgeheimnisse dem Lebenspartner oder den Stammkollegen mitgeteilt wurden, geschieht solches heute in einem sozialen Netzwerk. Für ein Unternehmen kann auch eine gedankenlose Plauderei verheerende Folgen haben.²¹

[Rz 25] Weiter besteht das Risiko, dass Mitarbeiter in sozialen Medien die Reputation ihres Unternehmens schädigen. Dies kann einerseits dadurch geschehen, dass sie sich in den sozialen Medien ungebührlich verhalten, wobei gleichzeitig erkennbar ist, in welchem Betrieb sie arbeiten.²² Es kann andererseits auch dadurch geschehen, dass ein Mitarbeiter in einem sozialen Medium ausdrücklich als Mitarbeiter eines bestimmten Betriebs auftritt. Seine Äusserungen werden damit ohne das Wissen des Arbeitgebers dem Betrieb zugeordnet.²³

[Rz 26] Nicht so richtig eingeschätzt werden kann das Gefahrenpotential, das dadurch entsteht, dass die Betreiber der Netzwerke selber – also Facebook – Einblick in betriebliche Interna erhalten, die Mitarbeiter ausplaudern. Dies hängt ganz von der Datenschutzpolitik und der Seriosität des betreffenden Netzwerks ab. Eine Rolle spielen je nach Branche auch die dadurch ermöglichten Zugriffe von Geheimdiensten. Insbesondere in der Finanzindustrie ist deshalb Vorsicht am Platz.

[Rz 27] Und schliesslich beeinträchtigt die zunehmende Tendenz, über soziale Medien anstatt per E-Mail zu kommunizieren, die betriebliche Dokumentation, weil Mitarbeiter

¹⁵ Zum Ganzen siehe M. Langheinrich/ G. Karjoth, Soziale Netzwerke als Risiko für Unternehmen, Digma 2010 S. 50 ff.

¹⁶ Dies musste Nestlé erfahren, als in der von ihr gesponserten Freundchaftsgruppe für den Riegel KitKat plötzlich die Meldung auftauchte, KitKat enthalte unethisch produziertes Palmöl.

¹⁷ Langheinrich/ Karjoth, Soziale Netzwerke als Risiko für Unternehmen, S. 50.

¹⁸ So z.B. die Zürcher Stadtverwaltung, Credit Suisse oder die SBB.

¹⁹ Langheinrich/ Karjoth, a.a.O.S. 52.

²⁰ Cybersquatting im Privatbereich kommt häufig vor. So hat sich die Mutter eines Teenagers in den USA ebenfalls als Teenager ausgegeben, um die Schulkollegin ihrer Tochter, welche sie mobbte, ebenfalls zu mobben. Das Opfer hat anschliessend Selbstmord begangen.

²¹ Der wohl krasseste Fall betrifft einen israelischen Soldaten, der seinen Standort vor einem Angriff als persönliche Statusmeldung bekannt gab, worauf der Angriff abgesagt werden musste.

²² Berühmt ist das Beispiel von Domino's Pizza. Das ist eine Pizzakette aus den USA, von welcher es auch in der Schweiz fünf Verkaufslöke gibt. Zwei Mitarbeiter drehten in der Küche eines Lokals von Domino's Pizza ein Video. Das Video zeigte, wie einer der beiden ein Sandwich zubereitete, sich dabei Käse in die Nasenlöcher stopfte, Nasenschleim in die Sandwiches verarbeitete und andere Dinge mehr. In nur zwei Tagen wurde das Video über eine Million mal angeschaut. Quelle: New York Times, April 16, 2009, Video prank at Domino's taints brand.

²³ So musste sich eine Schweizer Universität von Äusserungen distanzieren, die ein Professor in einer öffentlich geführten Auseinandersetzung mit einem Journalisten in einem E-Mail gemacht hat, das von einem Mail-Account der Universität aus verschickt wurde.

Informationen nicht am vorgesehenen Ort ablegen, sondern über soziale Netzwerke verstreuen.

[Rz 28] Aus der Sicht des Personalwesens haben soziale Netzwerke aber auch Potential. So können soziale Netzwerke gezielt zur Stellenausschreibung oder zur Mitarbeiterkommunikation eingesetzt werden. IBM ermuntert ihre Mitarbeiter sogar ausdrücklich, mit Kunden oder anderen Ansprechpartnern über soziale Netzwerke in Kontakt zu treten. So wurde beispielsweise das Fotoarchiv von IBM teilweise im Fotoportal Flickr verfügbar gemacht oder Stelleninserate werden mit einem Film auf You Tube über die zu besetzende Stelle illustriert.²⁴ IBM hat überdies ein betriebsinternes soziales Netzwerk unter der Bezeichnung «Bluemia» eingeführt.

[Rz 29] Interessant ist auch das Beispiel der US-amerikanischen Streitkräfte, welche im Jahre 2006 Facebook in einer geschlossenen Umgebung für Army, Navy und Air Force einführen.²⁵

II. Rechtliche Analyse

1. Soziale Netzwerke und Datenschutz

[Rz 30] Soziale Netzwerke stellen Datensammlungen dar, die zweifellos besonders schützenswerte Personendaten oder Persönlichkeitsprofile enthalten. Sie gehen weit über alles bisher Bekannte hinaus, weil nicht nur Daten verwaltet, sondern auch soziale Beziehungen abgebildet werden. Das sind sehr aussagekräftige Informationen. Wie sagt die Volksweisheit? «Zeig mir deine Freunde und ich sag dir wer du bist».

[Rz 31] Profile enthalten aber nicht nur Informationen über den betreffenden Nutzer selber, sondern auch über dessen «Freunde». So etwa, wenn ein Nutzer Bilder von Freunden ins Netz stellt. Besonders problematisch ist, wenn die Freunde auf den Bildern namentlich bezeichnet werden (tagging). Dann erscheint das bezeichnete Bild auch auf dem Profil des betreffenden Freundes, ohne dass dieser dazu einen Beitrag geleistet hätte.

[Rz 32] Soziale Netzwerke unterliegen deshalb der höchsten datenschutzrechtlichen Schutzstufe. Sie dürfen nur betrieben werden, weil die Nutzer sich beim Beitritt zu sozialen Netzwerken mit den allgemeinen Geschäftsbedingungen der Betreiber einverstanden erklären und damit praktisch vollständig auf den Schutz des Persönlichkeits- und des Datenschutzrechtes verzichten.²⁶ Insbesondere erteilen Nutzer den Netzwerkbetreibern eine Lizenz zur Verwendung des eingestellten Inhaltes unter vollständigem Verzicht darauf,

die Weiterverwendung kontrollieren zu können. So ist es ausdrücklich erlaubt, Daten zu Werbezwecken weiterzugeben. Zwar wird die Möglichkeit eingeräumt, Daten wieder zu löschen oder die Einsichtnahme durch Dritte einzuschränken, allerdings ohne Garantie, dass dies dann auch funktioniert.

2. Recht auf Nutzung sozialer Medien am Arbeitsplatz?

[Rz 33] Ausgangspunkt einer arbeitsrechtlichen Erörterung ist die Frage, ob der Arbeitnehmer das Recht hat, an seinem Arbeitsplatz soziale Medien zu nutzen. Die herrschende Ansicht dazu lautet wie folgt: Der Arbeitgeber kann im Rahmen seines Weisungsrechtes auch die Benutzung von elektronischen Kommunikationsmitteln regeln.²⁷ Demnach kann der Arbeitgeber die Benutzung elektronischer Kommunikationsmittel entweder erlauben oder verbieten. «Es gibt kein Recht auf Internet am Arbeitsplatz.»²⁸

[Rz 34] Aus der Sicht des Arbeitgebers können dafür folgende zwei Argumente angeführt werden.

- Der Arbeitnehmer schuldet dem Arbeitgeber seine Arbeitszeit. Beschäftigt er sich während dieser Zeit mit etwas anderem, so erfüllt er seine vertragliche Pflicht nicht.
- Der Arbeitgeber kann darüber bestimmen, wie die von ihm zur Verfügung gestellten Arbeitsmittel (in diesem Fall Computer) eingesetzt werden dürfen.

[Rz 35] Aus der Sicht des Arbeitnehmers lässt sich dazu Folgendes sagen:

Dass der Arbeitnehmer seine Arbeitszeit zur Verfügung stellt, bedeutet nicht, dass er in jeder Sekunde seiner Anwesenheit produktiv sein muss. Dabei geht es nicht um die gemäss Arbeitsgesetz vorgeschriebenen Pausen. Selbst während der Arbeitszeit im engeren Sinn dürfen die Gedanken des Arbeitnehmers ab und zu abschweifen und der Arbeitnehmer darf sich mit seinen Arbeitskollegen unterhalten. Der Arbeitnehmer darf auch auf die Toilette gehen oder er darf eine Zigarette rauchen.

[Rz 36] Weiter ist anerkannt, dass der Arbeitnehmer ohne anders lautende Weisung des Arbeitgebers grundsätzlich private Telefongespräche führen darf, sofern dies nicht in übermässigem Umfang geschieht. Aber selbst wenn der Arbeitgeber das Führen privater Telefongespräche aus berechtigten Gründen einschränkt, ist dem Arbeitnehmer unter besonderen Umständen Gelegenheit zu geben, ein privates

²⁴ Christopher Sciacca, Mit 400'000 Stimmen in sozialen Medien, Digma 2010 S. 60 ff.

²⁵ Kirkpatrick, 173.

²⁶ Siehe dazu Bruno Baeriswyl, Kleingedrucktes unter der Lupe, Die allgemeinen Geschäftsbedingungen von sozialen Netzwerken versprechen keinen Datenschutz, DIGMA 2010, S. 56 ff.

²⁷ Zum Ganzen siehe Christoph Holenstein, Die Benutzung von elektronischen Kommunikationsmitteln im Arbeitsverhältnis, Diss. Bern 2002.

²⁸ Beat Rudin, Was darf die Chefin, was die Angestellte? Arbeits- und datenschutzrechtliche Schranken der technischen Überwachung der Internet-Nutzung am Arbeitsplatz, DIGMA 2001 4ff.; Holenstein, S. 51.

Gespräch auch während der Arbeitszeit zu führen.²⁹ In einem neueren Entscheid hat das Bundesgericht den Anspruch des Arbeitnehmers dem Grundsatz nach geschützt, während der Arbeitszeit private Tätigkeiten erledigen zu können.³⁰

[Rz 37] Diese Überlegungen können auch für die Benutzung des Internets herangezogen werden. Nach der Auffassung von Baeriswyl ist die Benutzung des Internets in Analogie zum Telefongebrauch in verhältnismässigem Umfang erlaubt.³¹ Baeriswyl sagt sogar, dass Arbeitgeber, welche die Internetnutzung vom Arbeitsplatz aus vollständig untersagten, einen Internetzugang für die Benutzung in Pausen zur Verfügung stellen müssten.³²

[Rz 38] Ob man nun tatsächlich so weit gehen will, eine aktive Pflicht des Arbeitgebers herzuleiten, mag dahingestellt bleiben. Die Überlegung, dass die Benutzung des Internets etwas existentiell Wichtiges sein kann, verdient jedoch Zustimmung. Vor allem jüngere Personen knüpfen und pflegen ihre Freundschaften zu einem grossen Teil im virtuellen Raum. Und so wird sich die Jurisprudenz mit der Frage auseinandersetzen müssen, ob aus dem Arbeitnehmerpersönlichkeitsrecht nicht ein Anspruch abzuleiten ist, soziale Netzwerke zu nutzen, um kurze Meldungen auszutauschen. Die technische und soziale Entwicklung ist derart rasant, dass diese Frage wohl von Jahr zu Jahr neu beurteilt werden muss. Bereits heute gibt es offenbar jüngere Arbeitnehmer, die gar nicht mehr E-Mails schreiben, sondern sich ausschliesslich über soziale Medien austauschen.³³

[Rz 39] Stichhaltig ist das Argument, der Arbeitgeber könne als Eigentümer der Informatikinfrastruktur entscheiden, wie diese verwendet werden dürfe und zwar insbesondere dann, wenn die private Nutzung dieser Infrastruktur Kosten verursacht. In Bezug auf die Netzwerkinfrastruktur ist dies in grösseren Betrieben regelmässig der Fall. Dort lässt sich die durch die private Nutzung resultierende Zusatzbelastung der Netzwerkinfrastruktur zuverlässig berechnen, da die entsprechenden Auswertungssysteme zur Verfügung stehen. Bei grösseren Betrieben ist die Netzwerkinfrastruktur zudem optimal auf den Bedarf ausgelegt. Zusätzlicher privater Bedarf bedeutet dort automatisch Mehrkosten. Bei kleineren Verhältnissen fällt dies hingegen nicht ins Gewicht, da die Netzwerkinfrastruktur nicht massgeschneidert ist und Reserven aufweist.

[Rz 40] In diesem Zusammenhang gilt es zu beachten, dass Arbeitnehmer für die Teilnahme in sozialen Medien nicht zwingend den Arbeitsplatz-Computer verwenden müssen. Heute stehen ihnen mit den internetfähigen Mobiltelefonen

Alternativen zur Verfügung. Wenn der Arbeitnehmer über sein privates Mobiltelefon auf das Internet zugreift, so ist die Güterabwägung nochmals eine andere, als wenn er dazu die Netzwerkressourcen des Arbeitgebers in Anspruch nimmt.

[Rz 41] Inwiefern die Nutzung privater Mobiltelefone während der Arbeitszeit gänzlich untersagt werden darf, ist nochmals eine separate Frage. Dies dürfte nur in besonderen Fällen (z.B. bei besonderen Sicherheitsbedürfnissen oder aus Reputationsgründen) zulässig sein.

[Rz 42] Zusammenfassend gilt diesbezüglich was folgt:

- Der Arbeitgeber kann Weisungen erlassen und die Nutzung sozialer Medien über das Netzwerk des Arbeitgebers vollständig oder teilweise untersagen.
- Unterlässt es der Arbeitgeber, die Internetnutzung und damit auch den Zugriff auf soziale Medien durch eine Weisung zu regeln, so darf der Arbeitnehmer von seinem Arbeitsplatz aus im gleichen begrenzten Umfang soziale Medien nutzen, wie ihm auch erlaubt wäre, über E-Mail oder über Telefon private Kommunikation während der Arbeitszeit zu führen.³⁴
- Die Verwendung privater Mobiltelefone während der Arbeitspausen – und damit auch die Nutzung sozialer Netzwerke über das private Mobiltelefon – ist in jedem Fall zulässig.
- Die Verwendung privater Mobiltelefone während der Arbeitszeit darf nur in besonderen Fällen gänzlich untersagt werden. Liegt ein solcher besonderer Fall nicht vor, kann auch während der Arbeitszeit über private Mobiltelefone an sozialen Netzwerken teilgenommen werden, solange dadurch die Arbeitsleistung als solche nicht beeinträchtigt wird.

3. Nutzungsreglemente

[Rz 43] Es wird empfohlen, die Nutzung des Internets am Arbeitsplatz durch eine Weisung zu regeln. Die Weisung sollte sich zu folgenden Themen äussern:³⁵

- Zulässigkeit oder Verbot der Benutzung von Internet über die betrieblichen Informatikmittel für private Zwecke während der Arbeitszeit
- Für den Fall der Zulässigkeit der Internetnutzung: Beschreibung des Umfangs der zulässigen Nutzung in zeitlicher Hinsicht und unter Bezugnahme auf spezielle Nutzungsarten
- Zulässigkeit oder Verbot privater E-Mails
- Für den Fall der Zulässigkeit privater E-Mails:

²⁹ Streiff/von Kaenel, Arbeitsvertrag, Art. 328b N17.

³⁰ BGE 4A_430/2008

³¹ Bruno Baeriswyl in Aktuelle Probleme des Arbeitsrechts, Zürich 2005, 10 Jahre Datenschutz im Arbeitsrecht, S. 62.

³² Baeriswyl, a.a.O., S. 62.

³³ Erik Qualmann, Socialnomics, Heidelberg, 2010, S. 63.

³⁴ Beat Rudin, a.a.O.S.7.

³⁵ Eine ausführliche Darstellung der Thematik findet sich im Leitfaden des Eidgenössischen Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragten (EDÖB) über Internet- und E-Mail-Überwachung am Arbeitsplatz vom Juli 2009.

Verpflichtung zur Löschung privater E-Mails aus den betrieblichen elektronischen Postfächern

- Aufzählung absolut verbotener Aktivitäten wie z.B. Konsumation von Internetseiten mit pornografischem Inhalt
- Verbot der Speicherung betrieblicher Daten ausserhalb der dafür vorgesehenen betrieblichen Informatikinfrastruktur, d.h. keine Nutzung von nicht explizit zugelassenen Plattformen und Collaboration Tools
- Verbot von betrieblicher Kommunikation über soziale Netzwerke
- Hinweis auf Überwachungsmassnahmen, Vorgehen bei der Überwachung
- Konsequenzen eines Missbrauchs von Internet und E-Mail

[Rz 44] Als Beispiel für eine solche Weisung kann die zürcherische Verordnung über die Nutzung von Internet und E-Mail vom 17. September 2003 gelten.³⁶

[Rz 45] Was die private Internetnutzung betrifft, so ist diese gemäss der zürcherischen Verordnung zwar zulässig, muss sich jedoch auf ein Minimum beschränken. Hingegen wird die Teilnahme an interaktiven Medien (insbesondere Chatrooms) ausdrücklich untersagt. Darunter fallen zweifellos auch soziale Netzwerke. Damit ist die Nutzung sozialer Netzwerke für kantonale Angestellte verboten.

[Rz 46] In der Verordnung des Kantons Zürich wird zwischen Internet einerseits und interaktiven Medien andererseits unterschieden. Wird demgegenüber in einer Weisung nur die Nutzung des Internets geregelt, ohne konkret auch die sozialen Medien zu erwähnen, gelten für soziale Medien die Regeln, welche für die allgemeine Internetnutzung aufgestellt werden.

4. Missbrauch sozialer Medien durch Arbeitnehmer

a. Übermässige Nutzung sozialer Medien während der Arbeitszeit

[Rz 47] Die häufigste Missbrauchsform besteht in der übermässigen privaten Nutzung während der Arbeitszeit.

[Rz 48] Besteht ein Nutzungsreglement, so sind die dort definierten Grenzen der Nutzung massgebend. Schwieriger wird es, wenn kein Nutzungsreglement erlassen wurde. Dann besteht ein Unschärfbereich zwischen der klar zulässigen und der klar unzulässigen privaten Nutzung. Innerhalb dieses Unschärfbereiches kann eine Nutzung sozialer Medien dem Arbeitnehmer mangels klarer Regelung nicht vorgeworfen werden.

[Rz 49] Stellt der Arbeitgeber fest, dass sein Arbeitnehmer

soziale Medien übermässig zu privaten Zwecken nutzt, so ist der Arbeitnehmer zuerst abzumahnend. Als weitere Sanktion kann dem betroffenen Mitarbeiter der Internetzugang gesperrt werden. Das schliesst jedoch nicht aus, dass der Arbeitnehmer soziale Medien über sein eigenes mobiles Endgerät nutzt.

[Rz 50] Ändert der Arbeitnehmer sein Verhalten nicht, so kann eine Entlassung in Betracht gezogen werden.

[Rz 51] Hingegen dürfte eine fristlose Entlassung kaum je in Frage kommen. So wurde die fristlose Entlassung eines Arbeitnehmers, der wegen übermässigem Surfen zuerst verwarnet und anschliessend fristlos entlassen wurde, vom Obergericht des Kantons Zürich und anschliessend vom Bundesgericht nicht geschützt.³⁷

[Rz 52] Erfolgt der private Konsum sozialer Medien in einem solchen Ausmass, dass von einer Arbeitsleistung im Interesse des Arbeitgebers nicht mehr die Rede sein kann, so schuldet der Arbeitgeber dem Arbeitnehmer für den fraglichen Zeitraum keinen Lohn. Allerdings muss dem Arbeitnehmer nachgewiesen werden, wann und wie lange diese Nutzung stattgefunden hat.³⁸ Dieser Nachweis dürfte aber nur ausnahmsweise gelingen, da die präventive Überwachung des Arbeitnehmers nur mit dem Zweck, die Einhaltung der Arbeitszeit zu überwachen, unzulässig ist.³⁹

b. Unerlaubte Datenverarbeitung ausserhalb der betrieblichen Informatikumgebung

[Rz 53] Wenn Arbeitnehmer die ihnen anvertrauten betrieblichen Daten nicht mit den dafür vorgesehenen betrieblichen Informatikmitteln bearbeiten, sondern in sozialen Netzwerken oder mit nicht genehmigten Collaboration Tools, so können sie dem Arbeitgeber Schaden zufügen. Verlässt ein solcher Arbeitnehmer das Unternehmen, so steht beispielsweise die über ein soziales Netzwerk ausgetauschte geschäftliche Information dem Unternehmen nicht mehr zur Verfügung. Das Unternehmen kann überdies seiner gesetzlichen Dokumentationspflicht nicht nachkommen. Und schliesslich sind diese ausserhalb der Informatikumgebung bearbeiteten Daten gegen Geheimnisverrat und Spionage viel schwächer geschützt.

[Rz 54] Stellt ein Arbeitgeber fest, dass Daten mit nicht genehmigten Mitteln bearbeitet werden, so ist der Arbeitnehmer zu verwarnen. Im Wiederholungsfall kommt auch eine fristlose Entlassung in Frage.

³⁷ BGE 4A_430/2008.

³⁸ vgl. dazu Holenstein, 157 mit Kasuistik.

³⁹ Eine Lohnkürzung gegenüber einem angestellten Anwalt, der während einem Zeitraum von 3 Wochen gemäss Kontrollen des Arbeitgebers mehr als 6 Stunden auf der Toilette war (hochgerechnet auf die neunmonatige Anstellungszeit hätten das 90 Stunden ergeben), wurde vom Arbeitsgericht Köln aus beweisrechtlichen Gründen nicht geschützt (Arbeitsgericht Köln, Urteil vom 21. Januar 2010, Az Ca3846/09).

³⁶ Eine weitere Musterweisung findet sich bei Holenstein, 185 f.

c. Reputationsschädigung

[Rz 55] Schädigen Arbeitnehmer die Reputation ihres Arbeitgebers, indem sie sich in sozialen Netzwerken negativ über ihren Arbeitgeber äussern, so kann dies Schadenersatz zur Folge haben. Bei geringfügigen Verstössen, die mit einer Unüberlegtheit erklärt werden können, ist eine Verwarnung angezeigt. Bei schwerwiegenden Verstössen kann der betroffene Mitarbeiter entlassen werden. Eine fristlose Entlassung dürfte indessen nur bei mutwilligen und besonders schwerwiegenden Verstössen möglich sein.

d. Verletzung der Geheimhaltungspflicht

[Rz 56] Bei einem unüberlegten Ausplaudern von betrieblichem Know-how ist der Arbeitnehmer in der Regel zuerst abzumahnern, es sei denn, der Arbeitnehmer sei in einem besonders sensitiven Bereich tätig, in welchem die Einhaltung der Geheimhaltungspflicht zentral ist. Kommt es trotz Abmahnung zu einem weiteren Vorfall, ist auch eine fristlose Entlassung denkbar. Ebenso sind Schadenersatzforderungen ein Thema.

e. Mobbing

[Rz 57] Soziale Netzwerke sind geradezu dafür prädestiniert, dass dort unbedachte Äusserungen über andere Personen gemacht werden. Und gerade Arbeitskollegen oder Vorgesetzte sind ein häufiges Ziel. Selbstverständlich haben Arbeitgeber weder die Möglichkeit noch die Pflicht, Mobbingattacken in sozialen Netzwerken unter ihren Arbeitnehmern vollständig zu unterbinden. Arbeitgeber sollten sich aber darauf einrichten, dass sie dereinst mit Mobbing im digitalen Raum konfrontiert werden.

5. Die Überwachung von Arbeitnehmern

[Rz 58] Die Überwachung der Internetnutzung von Arbeitnehmern ist ein heikles Thema. Hier gilt es, die Persönlichkeitsrechte des überwachten Arbeitnehmers gegenüber den legitimen Interessen des Arbeitgebers abzuwägen. Als legitimes Interesse des Arbeitgebers kommt in erster Linie die Informatiksicherheit in Frage.

[Rz 59] Hingegen stellt die Überwachung des Arbeitnehmers einzig im Hinblick auf die Einhaltung seiner Arbeitszeit kein legitimes Interesse dar. Diesbezüglich ist Art. 26 Abs. 1 der Verordnung 3 zum Arbeitsgesetz zu beachten. Diese Bestimmung verbietet die präventive, vollständige Überwachung.

[Rz 60] Es gibt eine klare normative Regelung zum Thema Überwachung, welche auf die Überwachung der Internetnutzung übertragen werden kann.⁴⁰ Zusammenfassend ist zu sagen, dass die Überwachung angekündigt oder angedroht werden muss und dass sie verhältnismässig sein muss, d.h. in Bezug auf den Umfang sowie inhaltlich und zeitlich auf das

erforderliche Mindestmass beschränkt.⁴¹ Es gilt damit was folgt:

- Die technische Überwachung des Internetverkehrs ohne Rückschluss auf den Internetnutzer ist zulässig.
- Die personenbezogene Überwachung ist nur zulässig, wenn die Möglichkeit der Überwachung den Arbeitnehmern vorgängig mitgeteilt wurde.⁴² Die personenbezogene Überwachung darf nicht durchgehend, sondern entweder nur stichprobenweise oder nur in Verdachtsfällen erfolgen.
- Prävention kommt vor Repression. Der Arbeitgeber darf sich nicht darauf beschränken, fehlbares Verhalten zu ahnden. Vielmehr muss er durch Erlassen klarer Richtlinien sowie deren Schulung sicherstellen, dass es gar nicht erst zu einem Missbrauch kommt. Weiter muss er die ihm zumutbaren technischen Massnahmen zur Unterbindung einer missbräuchlichen Nutzung ergreifen, z.B. indem er den Internetzugang auf bestimmte Webseiten unterbindet.

[Rz 61] Eine ausführliche und technisch präzise Darstellung der zulässigen Überwachungsmassnahmen findet sich im Leitfaden des Eidgenössischen Datenschutzbeauftragten über die Internet- und E-Mail-Überwachung am Arbeitsplatz vom Juli 2009.

[Rz 62] Ein Arbeitgeber, der einen Arbeitnehmer in unzulässigerweise überwacht, macht sich unter Umständen strafbar.

6. Screening von Stellenbewerbern

[Rz 63] Ist es zulässig, im Bewerbungsverfahren in sozialen Medien nach Informationen über die Stellenbewerber zu suchen? Dies ist offenbar gängige Praxis.⁴³ Und mit Konsequenzen. In einer Umfrage in den USA aus dem Jahre 2009 haben 35% der befragten Unternehmen angegeben, sie hätten Bewerber abgewiesen, weil sie über diese nachteilige Informationen in sozialen Netzwerken gefunden hätten.⁴⁴

[Rz 64] Für die Schweiz ist diese Frage nicht ausdrücklich gesetzlich geregelt und anders als in Deutschland sind auch keine gesetzgeberischen Aktivitäten geplant.⁴⁵ Einzig für die

⁴¹ B. Rudin, a.a.O.S. 4.

⁴² Diese Mitteilung kann auch im Rahmen eines Internetreglementes erfolgen.

⁴³ Für die USA hat eine im Dezember 2009 publizierte Studie ergeben, dass 78% der Personalsachbearbeiter Suchmaschinen nach Bewerbern abfragen, 63% soziale Netzwerke, 59% Photosharing-Plattformen und 57% Business-Netzwerke wie Xing (Langheinrich / Karjoth, a.a.O. Risiko, S. 52). Ein ähnliches Feedback erhielt der Verfasser dieses Aufsatzes an einer kürzlich abgehaltenen Weiterbildungsveranstaltung für Personalfachleute.

⁴⁴ Kirkpatrick, 205.

⁴⁵ Die geplante deutsche Regelung will die Suche in sozialen Netzwerken mit einer privaten Ausrichtung verbieten, in Netzwerken mit beruflicher

⁴⁰ Zum Ganzen siehe Diss. Christoph Holenstein sowie Baeriswyl, S. 62 ff.

auf persönlichen Websites dargestellten Informationen wird bisher ausdrücklich die Ansicht vertreten, dass die Verwendung solcher Informationen in Bewerbungsverfahren zulässig sei.⁴⁶ Für die übrigen sozialen Medien steht eine Beantwortung dieser Frage noch aus.

a. Screening in sozialen Netzwerken

[Rz 65] Soziale Netzwerke richten sich an einen geschlossenen Benutzerkreis. Der Teilnehmer in einem sozialen Netzwerk will sich mit seinen Informationen in erster Linie an diejenigen Personen wenden, welche er als «Freunde» zugelassen hat, oder allenfalls an die anderen Teilnehmer im Netzwerk. In einem sozialen Netzwerk offenbarte Informationen sind somit zum vornherein nicht für zukünftige Arbeitgeber bestimmt.

[Rz 66] Das stärkste rechtliche Argument ergibt sich aus Art. 328b OR und der daraus abgeleiteten Rechtsprechung. Unbedenklich sind im Bewerbungsverfahren einzig Fragen zur Ausbildung, zum beruflichen Werdegang und zu den beruflichen Perspektiven. Fragen zu Einkommen, allfälliger Verschuldung, Krankheiten, Schwangerschaft etc. sind nur in besonderen Fällen zulässig, wenn einer dieser Tatbestände im Zusammenhang mit der Erfüllung von Arbeitsverträgen von Relevanz ist. Fragen zur Herkunft, zu Vereinszugehörigkeiten, zu Religion und Weltanschauungen sind gar nur dann zulässig, wenn der Arbeitgeber in einem dieser Bereiche tätig ist. Wird einem Stellenbewerber eine unzulässige Frage gestellt, so hat er das Notwehrrecht der Lüge.⁴⁷

[Rz 67] Diese Rechtsprechung kann auf die Informationsbeschaffung über soziale Netzwerke übertragen werden: Wenn es schon nicht zulässig ist, im Bewerbungsgespräch bestimmte Dinge zu fragen, so ist es auch nicht zulässig, sich diese Informationen über ein Ausspionieren in einem sozialen Netzwerk zu beschaffen.

[Rz 68] Ebenso können Analogien gezogen werden zur Praxis im Zusammenhang mit einer Begutachtung (neudeutsch Assessment) im Bewerbungsverfahren. Solche Assessments dürfen nur mit Zustimmung des Stellenbewerbers durchgeführt werden.⁴⁸

[Rz 69] Dem Stellenbewerber muss also klar gemacht werden, was genau über ihn abgeklärt wird. Abklärungen hinter seinem Rücken sind unzulässig.

[Rz 70] Es fragt sich, ob bei dieser Abwägung ein Unterschied gemacht werden muss zwischen der Konsultation von Business-Netzwerken wie Xing oder LinkedIn und Netzwerken mit vorwiegend privater Ausrichtung wie Facebook oder MySpace.

[Rz 71] Business-Netzwerke dienen ausschliesslich der Selbstdarstellung von Personen im geschäftlichen Bereich oder der Aufrechterhaltung von geschäftlich geprägten Kontakten. Entsprechend wird das eigene Profil sorgfältig redigiert. Es ist geradezu die Absicht des Redaktors, dass zukünftige Geschäftskontakte das Profil zur Kenntnis nehmen und ein möglichst zutreffendes Bild erhalten. Allerdings verfügen Business-Netzwerke über einen grösseren Schutz der Privatsphäre. Dies macht Business-Netzwerke für heimliche Recherchen wenig attraktiv.

[Rz 72] Bei Netzwerken, deren Fokus wie bei Facebook auf dem Privatleben liegt, ist die Güterabwägung eine andere. Hier werden Informationen für Zwecke missbraucht, an die der Dateninhaber nicht gedacht hat, als sie öffentlich gemacht wurden. Gleiches gilt für Photosharing-Plattformen wie Flickr oder Picasa. Wer ein Bild vom letzten Ausgang für seine Freunde ins Netz stellt, will nicht, dass der Chef dies sieht. Zwar wäre es durch eine entsprechende Einstellung des Profils möglich, die heiklen Daten nur den «Freunden» und nicht der Gesamtheit der Teilnehmer zu zeigen. Doch ist diese Einstellung standardmässig nicht vorgegeben und wird somit von den meisten Nutzern auch nicht verwendet. Zudem sind die technischen Einstellungen nicht ganz einfach zu verstehen.

[Rz 73] Es ist auch nicht zulässig, einen Stellenbewerber vorgängig zu fragen, ob man sein Profil auf einem sozialen Netzwerk anschauen dürfe, zumindest was Netzwerke mit einer primär privaten Ausrichtung betrifft. Dies könnte entweder im Bewerbungsgespräch selber oder durch das Verschicken einer Befreundungsanfrage im sozialen Netzwerk geschehen. Eine solche Anfrage wäre ja nichts anderes als die digitale Version unzulässiger Fragen zum Privatleben.

[Rz 74] Hingegen kann ein Stellenbewerber in seinen Bewerbungsunterlagen von sich aus auf sein Profil in einem sozialen Netzwerk hinweisen. In diesem Fall darf der Arbeitgeber dieses ohne Bedenken anschauen.

[Rz 75] Ausser Zweifel ist schliesslich, dass sich Personalverantwortliche illegal verhalten, wenn sie sich bei einem Bewerber mit einem fiktiven Profil melden, um so auf sein vollständiges Profil zugreifen zu können.

[Rz 76] Diese restriktive Einstellung gegenüber Facebook und anderen sozialen Netzwerken entspricht im Übrigen auch der Praxis der Grossunternehmen und des massgebenden Branchenverbandes der Personaldienstleister.⁴⁹

Ausrichtung wie Xing aber erlauben (20 Minuten Online vom 26. August 2010, Facebook muss tabu sein).

⁴⁶ Holenstein, S. 141. Allerdings war die technische Entwicklung in den vergangenen 10 Jahren seit der Verfassung dieser Dissertation enorm und die datenschutzrechtlichen Aspekte präsentieren sich heute um ein Vielfaches gravierender.

⁴⁷ Streiff / von Kaenel, N 10 zu Art. 328b, Leitfaden EDÖB für die Bearbeitung von Personendaten im Arbeitsbereich, Version Mai 2010, S. 8.

⁴⁸ Leitfaden EDÖB für die Bearbeitung von Personendaten im Arbeitsbereich, Version Mai 2010, S. 9.

⁴⁹ Swisscom, ABB und Credit Suisse sowie auch der Branchenverband Swisstaffing gaben in einer journalistischen und nicht repräsentativen Befragung an, nicht im Internet nach Stellenbewerbern zu recherchieren.

b. Screening mit Internetsuchdiensten

[Rz 77] Bei der Suche mit Internetsuchdiensten und insbesondere Google ist die Güterabwägung nochmals eine andere.

[Rz 78] Das Dilemma von Internetsuchdiensten wie Google ist, dass sie sich selber zwar nicht als Datensammlungen verstehen, von den Nutzern aber als solche wahrgenommen werden. Die Argumentation von Internetsuchdiensten dazu lautet, sie würden lediglich wiedergeben, was andere ins Internet gestellt hätten und sie hätten keinerlei Einfluss auf die Resultate der Suchabfragen und schon gar nicht auf die dargestellten Inhalte. Das stimmt jedoch nicht. Die Suchresultate werden ausschliesslich durch die Suchalgorithmen der Suchdienste bestimmt. Und zudem verschwimmen die Grenzen zwischen echten Suchresultaten und gekaufter Werbung immer mehr. Es stellt sich deshalb die Frage, ob derjenige, der die Daten im Datenmeer systematisch ordnet, nicht doch eine Datensammlung betreibt.

[Rz 79] Im Gegensatz zum eigenen Profil in einem sozialen Netzwerk sind Google-Recherchen von den Betroffenen nicht kontrollierbar. Es werden auch Informationen angezeigt, die ohne das Wissen und manchmal auch gegen den Willen der Betroffenen ins Netz gestellt wurden oder sich immer noch in Archiven finden, obwohl die Originalseite bereits gelöscht wurde. Und häufig ergibt die Google-Suche zweideutige oder sogar klar unrichtige Resultate (z.B. bei Personenverwechslungen). Eine Suche nach einer Person über Google oder andere Personensuchdienste ist zwar mit ein paar Klicks zu bewerkstelligen. Und dank Google Earth und Google Street View kann man sich heute sogar vom Schreibtisch aus anschauen, wo und wie ein Stellenbewerber wohnt. Im Arbeitsverhältnis ist dies jedoch problematisch. Genauso wenig, wie es zulässig wäre, sämtliche Bewerber systematisch und ohne deren Einverständnis durch Privatdetektive ausforschen zu lassen, ist es zulässig, sich selber im Internet als Detektiv zu betätigen.

c. Dokumentationspflicht des Arbeitgebers

[Rz 80] Tätigt ein Arbeitgeber Recherchen in sozialen Medien, so muss er diese dokumentieren und – kommt es zu einer Anstellung – im Personaldossier ablegen. Graue Dossiers sind nicht zulässig.

d. Rechtliche Analyse

[Rz 81] Diskutiert man diese Thematik mit Personalverantwortlichen, so hört man die folgenden zwei Argumente: Alle

tun es und die Mitarbeiter stellen die Informationen selber ins Netz.

[Rz 82] Dazu ist Folgendes zu sagen: Das Arbeitsverhältnis ist eine asymmetrische, von der Fürsorgepflicht einerseits und der Treupflicht andererseits geprägte Beziehung. Der Arbeitgeber muss den Arbeitnehmer schützen, nötigenfalls auch gegenüber sich selbst. Die mit der allgegenwärtigen Verfügbarkeit von persönlichen Daten einhergehende Gefährdung der Persönlichkeitsrechte ist immens. Hier steht die rechtliche Diskussion erst am Anfang. Die Datenschutzgesetzgebung und ihre Vollzugsorgane stehen dem hilflos gegenüber und in einem beinahe schon resignierenden Appell wird in Bezug auf das Internet die Rückbesinnung auf die Gnade des Vergessens gefordert.⁵⁰

[Rz 83] Davon ist auch das Arbeitsverhältnis als ein zentraler Aspekt der wirtschaftlichen Identität betroffen. Arbeitgeber können diese Entwicklung zwar nicht beeinflussen. In der Pflicht stehen die Datenverwalter wie Google und Facebook. Trotzdem darf und muss man von Arbeitgebern erwarten, dass sie nicht zulasten ihrer Arbeitnehmer von den datenschutzrechtlichen Wildwest-Verhältnissen profitieren. Es rechtfertigt sich deshalb, in Bezug auf Nachforschungen im digitalen Raum für das Arbeitsverhältnis einen strengeren Massstab zu fordern. Mögen solche Nachforschungen im privaten Umfeld oder bei der Anbahnung von Geschäftsbeziehungen zulässig sein: Im Arbeitsverhältnis sind sie es nicht.

[Rz 84] Und noch ein weiteres Argument: Selbst wenn es zulässig sein sollte, in sozialen Medien nach privaten Informationen zu suchen, so können die so gewonnenen Informationen möglicherweise gar nicht verwendet werden. Informationen mit privatem Charakter haben mit dem Arbeitsverhältnis häufig gar nichts zu tun. Arbeitgeber, die sich beim Anstellungsentscheid von irrelevanten Informationen leiten lassen, verhalten sich diskriminierend mit den entsprechenden rechtlichen Konsequenzen.

[Rz 85] Eine Ausnahme von diesem strengen Massstab ist nur dort gerechtfertigt, wo besondere Sicherheitsbedürfnisse des Arbeitgebers ein umfassendes Durchleuchten eines Stellenbewerbers erfordern – und wo Stellenbewerber dies auch erwarten.⁵¹ Die Tatsache, dass eine solche Sicherheitsüberprüfung stattfindet, ist anzukündigen und dem betroffenen Stellenbewerber ist Gelegenheit zu geben, zum Resultat der Sicherheitsprüfung Stellung zu nehmen.

[Rz 86] In allen übrigen Fällen ist die Konsultation von sozialen Netzwerken nur dann zulässig, wenn der Stellenbewerber von sich aus in den Bewerbungsunterlagen für Informationen zu seiner Person auf sein Profil verweist.

Auch bei Ringier ist Facebook tabu, nicht aber Xing. Auch die Gewerkschaft Unia äussert sich negativ. Weshalb der eidgenössische Datenschutzbeauftragte hingegen darin nichts Verwerfliches erkennen will, bleibt sein Geheimnis (20 Minuten Online vom 26. August 2010, Facebook muss tabu sein).

⁵⁰ Chanchal Biswas, Das Ende des Vergessens, NZZ am Sonntag vom 10. Oktober 2010.

⁵¹ So wäre es z.B. zulässig, im Rahmen einer Sicherheitsprüfung für eine zentrale Stelle in der betriebsinternen Informatikabteilung nach einer allfälligen Hacker Vergangenheit zu forschen.

7. «Befreundungen» zwischen Vorgesetzten und Mitarbeitern

[Rz 87] Wenn Vorgesetzte und Mitarbeiter sich in einem sozialen Netzwerk mit ihren Mitarbeitern «befreunden», so ist das primär deren private Angelegenheit und arbeitsrechtlich zulässig. Trotzdem kann es negative Auswirkungen auf das Arbeitsverhältnis haben. Zum einen werden durch die gegenseitige Offenlegung der eigenen Profile Informationen persönlicher Natur ausgetauscht, die mit dem Arbeitsverhältnis nichts zu tun haben. Die offengelegten Informationen gehen dabei weit über das hinaus, was in persönlichen Gesprächen üblicherweise offenbart wird. Zum anderen werden in sozialen Netzwerken häufig unreflektierte, für den Freundeskreis bestimmte Äusserungen gemacht, die in dieser Form nicht für die Arbeitskollegen bestimmt sind.⁵² Und schliesslich können auch Informationen, die Dritte in sozialen Netzwerken machen, negative Auswirkungen haben.⁵³

[Rz 88] Beide Seiten gehen mit einer Befreundung Risiken ein. Mitarbeiter ermöglichen es ihren Vorgesetzten, in ihrem Privatleben herumzustöbern und handeln sich damit negative Konsequenzen ein. Vorgesetzte, die ihren Mitarbeitern über soziale Netzwerke Einblick in ihr Privatleben geben, öffnen eine Flanke für manipulatives und im schlimmsten Fall erpresserisches Verhalten seitens ihrer Mitarbeiter.

[Rz 89] Vorgesetzte erfahren über ihre Mitarbeiter Dinge, die sie besser nicht wüssten, die aber zumindest unterschwellig das Verhalten gegenüber dem betroffenen Mitarbeiter beeinflussen können. Das öffnet die Türe für Diskriminierungsklagen. Und wenn Vorgesetzte sich nur selektiv mit einem Teil ihrer Mitarbeiter befreunden, fühlen sich die anderen benachteiligt.

[Rz 90] Wenn dann schliesslich ein Mitarbeiter oder ein Vorgesetzter den Betrieb verlässt, kann dies Anlass sein, die «Befreundung» wieder zu löschen, um den unerwünschten Informationsfluss zu stoppen. Die Löschung einer «Befreundung» wird aber gleichzeitig als unfreundlicher Akt gewertet und kann so wiederum als Indiz für eine Befangenheit interpretiert werden.

[Rz 91] All dies ist ein Nährboden für Diskriminierungsklagen oder Klagen wegen missbräuchlicher Entlassung. Oder wie es eine US-Kanzlei auf ihrer Webseite sagt: «Lawyers warn:

Bosses who «friend» are begging to be sued. They have got liability risks written all over them.»

8. Nutzung sozialer Medien innerhalb des Unternehmens

a. Interessenlage

[Rz 92] Grössere Unternehmen können die Technik sozialer Netzwerke auch innerbetrieblich nutzen. Bei der Konzeption und dem Betrieb eines solchen innerbetrieblichen sozialen Netzwerkes sind die berechtigten betrieblichen Interessen gegenüber dem Arbeitnehmerpersönlichkeits- und dem Datenschutzrecht abzuwägen.

[Rz 93] Als berechtigtes betriebliches Interesse gilt vor allem das Interesse an einem möglichst optimalen betrieblichen Informationsfluss. Dies gilt nicht nur für die Verteilung administrativer oder organisatorischer Informationen wie z.B. von Abteilungsbezeichnungen, E-Mail-Adressen oder Telefonnummern. Ein Unternehmen muss auch die Möglichkeit haben, betriebliches Know-how so effizient wie möglich zu verteilen. Dabei geht es nicht oder nicht vordergründig um personenbezogene Informationen, sondern um Informationen technischer oder kommerzieller Natur.

[Rz 94] Demgegenüber steht Art. 328b OR, welcher besagt, dass nur solche personenbezogenen Daten erfasst werden dürfen, die einen Zusammenhang zum Arbeitsverhältnis aufweisen. Diese Bestimmung ist zwingender Natur. Das systematische Sammeln von personenbezogenen Informationen, die keinen Zusammenhang zum Arbeitsverhältnis aufweisen, kann somit nie ein berechtigtes betriebliches Interesse sein. Ebenfalls kein berechtigtes betriebliches Interesse ist die gesetzlich untersagte präventive Leistungsüberwachung der Arbeitnehmer.

[Rz 95] Weiter fliesst aus der generellen Fürsorgepflicht, dass ein Arbeitgeber nicht ein Umfeld schaffen darf, in welchem Arbeitnehmer zu Schaden kommen. Genau dies aber kann bei sozialen Netzwerken leicht der Fall sein, wenn Arbeitnehmer zu viele private Informationen preisgeben und sich dadurch gegenüber ihren Arbeitskollegen und Vorgesetzten entblößen.

b. Strukturierung des innerbetrieblichen sozialen Netzwerks

[Rz 96] Unternehmen, welche ein innerbetriebliches soziales Netzwerk aufbauen wollen, haben sich dessen Strukturierung sorgfältig zu überlegen. Es dürfen nur solche Datenfelder eingerichtet werden, welche ausschliesslich der Verfolgung berechtigter betrieblicher Interessen dienen.

[Rz 97] Eine erste Kategorie betrifft Informationen, welche auch in einem betriebsinternen Telefonbuch verzeichnet sein könnten. Dazu gehören neben dem Namen und den Kontaktinformationen auch die Abteilungs- und

⁵² In der englischen Presse wurde ausführlich über den Fall von Kimberley Swann berichtet, die auf Facebook sagte, an ihrer neuen Stelle sei es ihr langweilig und dabei vergass, dass sie sich mit ihrem Vorgesetzten befreundet hatte. Kimberley Swann wurde dann auch prompt entlassen. Illustrativ dazu der Kommentar eines Gewerkschafters: Most employers wouldn't dream of following their staff down to the pub to see if they are sounding off about work to their friends. Kirkpatrick, 211.

⁵³ Ein Angestellter einer Bank, der seinem Chef sagte, er müsse an einen kurzfristig anberaumten Familienanlass, wurde an einer Party fotografiert – in einem Tutu. Das Foto wurde auf Facebook gestellt und alle Bürokollegen inkl. der Chef erfuhren davon. Kirkpatrick, 204.

Positionsbezeichnungen. Diese Informationen können vom Betrieb auch ohne ausdrückliche Zustimmung des betroffenen Mitarbeiters betriebsintern publiziert werden.

[Rz 98] Eine zweite Kategorie betrifft Informationen, die sensibler sind und die ein Arbeitnehmer möglicherweise nicht mit allen Betriebsangehörigen teilen möchte. Dazu gehören Informationen über die Studien- und Berufsausbildungen, Sprachkenntnisse, das Eintrittsdatum im Betrieb sowie die besonderen Ziele beruflicher Art, die ein Arbeitnehmer verfolgt. Aus der Sicht des Unternehmens gibt es berechtigte Gründe, diese Informationen verfügbar zu machen, denn diese Art von Information ist für andere Arbeitnehmer bei der Suche nach den zuständigen innerbetrieblichen Ansprechpartnern hilfreich. Diese Daten dürfen somit grundsätzlich publiziert werden, allerdings nur mit Zustimmung des betroffenen Arbeitnehmers.

[Rz 99] Ebenso darf die Profilseite mit einem Foto versehen werden, sofern dies auf Freiwilligkeit beruht. Hingegen ist fraglich, ob die Möglichkeit zum Upload weiterer Bilddateien eingerichtet werden soll, da bei Bilddateien eine grössere Wahrscheinlichkeit besteht, dass sie einen ausserbetrieblichen Inhalt haben.

[Rz 100] Eine dritte Kategorie betrifft Informationen mit Know-how Charakter. So kann ein Arbeitnehmer die Erfahrungen veröffentlichen, die er auf seiner letzten Geschäftsreise zu einem bestimmten geschäftlichen Thema gemacht hat. Es ist zulässig, dass Arbeitnehmer Informationen publizieren, von denen sie denken, dass sie für andere bei der Ausübung ihrer Tätigkeit von Interesse sein könnten. Bei solchen Informationen handelt es sich nicht um personenbezogene Daten, die von Art. 328b OR oder dem Datenschutzgesetz erfasst werden. Allerdings ist Vorsicht geboten. Allzu leicht gerät auf diese Weise betriebliches Know-how in falsche Hände.

[Rz 101] Hingegen ist ein auf den ersten Blick unverfängliches Datenfeld wie «Hobbies» oder «private Interessen» problematisch, denn im Normalfall besteht hier kein betrieblicher Zusammenhang. Gleiches gilt für Informationen über die Familie oder die letzten Ferien.

[Rz 102] Eine Profilseite kann aber ein Bulletinboard enthalten, auf welchem Arbeitnehmer aktuelle Meldungen zu ihrer Person publizieren können, sofern ein betrieblicher Zusammenhang besteht. So kann ein Arbeitnehmer dort sagen, von wann bis wann er in den Skiferien ist, oder eine Arbeitnehmerin, dass sie sich im Mutterschaftsurlaub befindet und welche ihrer Kollegen die Stellvertretung übernehmen. Allerdings sind die Arbeitnehmer dahingehend zu instruieren, dass diese Mitteilungen einen beruflichen Kontext haben müssen und dass sie private Informationen auf ein Minimum beschränken sollen.

[Rz 103] In betriebsinternen sozialen Netzwerken können Diskussionsforen oder Gruppen gebildet werden, die einen beruflichen Hintergrund haben, etwa zu einem

besonderen Forschungsschwerpunkt oder einem bestimmten Absatzmarkt.

[Rz 104] Inwiefern im betrieblichen sozialen Netzwerk auch das Verschicken von Meldungen (E-Mail oder Kurzmeldungen) an Teilnehmer eingeführt wird, bleibt dem Betrieb überlassen. Zu bedenken ist, dass die Archivierung geschäftsrelevanter Informationen auch für solche Kommunikationskanäle sichergestellt werden muss.

[Rz 105] Besonderes Augenmerk bedarf, wer auf welche Informationen in einem innerbetrieblichen sozialen Netzwerk Zugriff haben soll. Dass alle Arbeitnehmer eines Betriebs auf sämtliche Profile den vollen Zugriff haben, ist bei grossen Strukturen möglicherweise nicht erwünscht.

[Rz 106] Unproblematisch ist, wenn die Einsicht in das vollständige Profil eines bestimmten Arbeitnehmers nur dem engeren Arbeitsteam zugestanden wird. Möglicherweise besteht aber auch ein Interesse, dass sich Arbeitnehmer über die Abteilungsgrenzen hinaus austauschen. Dann bietet sich eine Funktionalität an, die es dem Arbeitnehmer überlässt, ob er jemandem den vollen Zugriff auf sein Profil geben will oder nicht.

[Rz 107] Grosse Zurückhaltung ist aber geboten, was die Offenlegung der sozialen Beziehung unter den Teilnehmern betrifft. Diese Art von Information hat einen hohen Vertraulichkeitsgehalt und sagt viel darüber aus, wie ein Arbeitnehmer im Betrieb eingebunden ist. Man stelle sich vor, ein Arbeitnehmer verfüge über gar keine im sozialen Netzwerk abgebildeten Kontakte, auch nicht zu seinem engsten Arbeitskreis. Dann liegt der Mobbingvorwurf nahe.

[Rz 108] Wesentlich ist, das Profil in einem innerbetrieblichen sozialen Netzwerk klar von der Personalakte zu trennen. Ein innerbetriebliches soziales Netzwerk muss den Zweck haben, den betrieblichen Informationsfluss zu dokumentieren, und nicht, Arbeitnehmer zu qualifizieren. Die Auswertung der Aktivitäten einzelner Arbeitnehmer in einem innerbetrieblichen sozialen Netzwerk zu Beurteilungszwecken muss deshalb unterbleiben. Dies käme einer unzulässigen Leistungsüberwachung gleich.

[Rz 109] Ein innerbetriebliches soziales Netzwerk darf auch nicht dazu verwendet werden, Daten über die Mitarbeiter zu sammeln und auszuwerten, so wie das die kommerziellen sozialen Netzwerke mit ihren Nutzern tun.

[Rz 110] Weiter muss ein Arbeitnehmer jederzeit die volle Datenhoheit über die von ihm eingegebenen personenbezogenen Daten haben. Es muss ihm möglich sein, diese auch wieder zu löschen.

[Rz 111] Und schliesslich ist das Profil austretender Arbeitnehmer mit deren Ausscheiden zu löschen. Hier zeigt sich dann, dass ein innerbetriebliches soziales Netzwerk nur beschränkt dazu geeignet ist, betriebliches Know-how zu verwalten.

[Rz 112] Im Übrigen sind die nachfolgenden formellen Vorschriften des Datenschutzgesetzes zu beachten:

- Innerbetriebliche soziale Netzwerke müssen als Datensammlungen gemäss Art. 11a DSG angemeldet werden. Die Ausnahme von der Anmeldepflicht für Datensammlungen im Personalbereich entfällt, da für diese Art von Datensammlung keine gesetzliche Pflicht besteht.⁵⁴ Hingegen kann die Anmeldepflicht durch Ernennung eines innerbetrieblichen Datenschutzverantwortlichen oder durch eine Zertifizierung gemäss Art. 11 DSG ersetzt werden.⁵⁵
- Der Arbeitgeber muss sicherstellen, dass Daten nicht missbraucht werden. Dazu hat er die erforderlichen Sicherheitseinrichtungen zu treffen.
- Beim Datenexport ins Ausland sind die entsprechenden Vorgaben des Datenschutzgesetzes zu beachten.

c. Einführung und Betrieb von innerbetrieblichen sozialen Netzwerken

[Rz 113] Die Arbeitnehmer sind über die korrekte Benutzung des innerbetrieblichen sozialen Netzwerks zu instruieren. Je freier die Datenstruktur des Netzwerks, desto grösser ist auch die Gefahr einer Rechtsverletzung und desto höher sind demzufolge die Anforderungen an die Instruktion. Da die Benutzung eines innerbetrieblichen sozialen Netzwerkes von den Arbeitnehmern ein hohes Mass an Selbstverantwortung verlangt, ist es auch nicht mit dem Erlass von schriftlichen Richtlinien getan. Vielmehr sind die Arbeitnehmer in einem Schulungsprogramm mit den Grundzügen des Datenschutzes und des Persönlichkeitsrechts vertraut zu machen. Einem Arbeitnehmer muss bewusst gemacht werden, dass er durch ein unkorrektes Verhalten im sozialen Netzwerk nicht nur dem Betrieb, sondern auch seinen Arbeitskollegen Schaden zufügen kann.

[Rz 114] Auch muss das Unternehmen in der Betriebsphase eine gewisse Kontrollfunktion übernehmen und gegen eine unkorrekte Benutzung des innerbetrieblichen sozialen Netzwerkes einschreiten.

III. Zusammenfassung

[Rz 115] Zusammenfassend lässt sich zum Thema der sozialen Netzwerke im Arbeitsverhältnis Folgendes sagen:

- Der Arbeitgeber darf die Nutzung sozialer Netzwerke unter Benutzung der betrieblichen Informatikinfrastruktur verbieten.
- Unternehmen sollten ein Reglement erlassen, das

die Internetnutzung im Allgemeinen und die Nutzung sozialer Medien im Besonderen regelt.

- Die missbräuchliche Verwendung sozialer Netzwerke während der Arbeitszeit ist eine Verletzung der arbeitsvertraglichen Pflichten. Bevor weitere Sanktionen gerechtfertigt sind, ist der betroffene Arbeitnehmer in der Regel abzumahn.
- Die Überwachung des Internetverkehrs der Arbeitnehmer ist nur in engen Grenzen zulässig. Die präventive personenbezogene Überwachung ist unzulässig.
- Die allgegenwärtige digitale Vernetzung der Arbeitnehmer mit ihrem Umfeld bringt neuartige Sicherheits- und Reputationsrisiken für das Unternehmen mit sich.
- Das Screening von Stellenbewerbern in sozialen Medien durch Personalverantwortliche ist unzulässig, sofern nicht der Stellenbewerber von sich aus sein Profil im sozialen Netzwerk als Beilage zur Stellenbewerbung bekannt gibt.
- Vorgesetzte und ihre Mitarbeiter sollten grosse Zurückhaltung darin üben, sich in sozialen Netzwerken gegenseitig zu befreunden.
- Der Aufbau und Betrieb innerbetrieblicher sozialer Netzwerke ist eine komplexe Angelegenheit, die umfassende organisatorische und technischen Vorkehren bedingt.

Dr.iur. Urs Egli ist Partner in einer Wirtschaftskanzlei in Zürich (www.epartners.ch) und hat sich auf Informatik- und Technologierecht spezialisiert.

* * *

⁵⁴ Art. 11a Abs. 5 lit. a DSG e contrario.

⁵⁵ Art. 11a Abs. 5 lit. e und f DSG.