

# Umgang mit Social Media

- ✓ Denken Sie immer auch an den Schutz der eigenen Privatsphäre – und der Privatsphäre anderer. Kommunizieren Sie in offizieller Funktion keine privaten Telefonnummern, E-Mail-Adressen oder persönlichen Details.
- ✓ Posten Sie keine Fotos von Personen, die auf den Bildern erkennbar sind ohne deren ausdrückliche Einwilligung. Ausnahmsweise ist dies bei der Abbildung von öffentlichen Veranstaltungen dennoch möglich.
- ✓ Bei personellen Wechseln innerhalb Ihres Unternehmens – oder im Fall der Übertragung einer Zuständigkeit auf andere Personen sollte gewährleistet sein, dass die entsprechenden Administrationsrechte weitergegeben werden.
- ✓ Ausgeschiedene Mitarbeiter/innen sollten keine Administrations - oder Eingriffsrechte behalten. Das gilt für Social-Media-Aktivitäten ebenso wie für „klassische“ Webseiten. Ändern Sie bei Bedarf die Passwörter.
- ✓ Das Internet ist voller frei verfügbarer Texte, Bilder, Videos oder Musik. Gehen Sie davon aus, dass der Großteil dieser Medien urheberrechtlich geschützt ist, was grundlegend bedeutet, dass Sie zur Nutzung eine Erlaubnis benötigen. Haben Sie diese nicht, gehen Sie das Risiko einer kostspieligen Abmahnung ein. Beachten Sie auch, dass Sie für spezielle Verwendungen von Inhalten oftmals eine ausdrückliche Genehmigung für genau diese Nutzungsform benötigen.
- ✓ Nutzen Sie Social Media nicht für offizielle Zusagen, Prüfungstermine oder Bestellungen.
- ✓ Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse: Grundsätzlich sind die Mitarbeiter/innen auch bei der Nutzung von Social Media angehalten, Betriebs - und Geschäftsgeheimnisse zu wahren. Eine Verschwiegenheitspflicht besteht immer dann, wenn von einem berechtigten betrieblichen Interesse des Arbeitgebers an der Geheimhaltung ausgegangen werden kann.
- ✓ Im Internet finden sich viele Äußerungen über Unternehmen und deren Produkte oder Mitarbeiter. Rechtlich unzulässig sind vorsätzlich geschäfts- oder rufschädigende Äußerungen, Drohungen und Beleidigungen, falsche Tatsachenbehauptungen und Äußerungen, die den Betriebsfrieden ernstlich

gefährden und die weitere Zusammenarbeit mit Arbeitgeber und Kolleg/innen unzumutbar machen. Die Grenze entsprechender Äußerungen zu kritischen, aber noch von der Meinungsfreiheit gedeckten Aussagen ist oftmals fließend.

- ✓ Filtern Sie in Ihrem Angebot an den Stellen, an denen externe Nutzer/innen eigene Beiträge oder Kommentare beitragen können, alle unzulässigen oder rechtlich bedenklichen Inhalte.
- ✓ Impressumspflicht: Auch Nutzer von Social Media- Angeboten müssen ein Impressum vorhalten, sofern ihr Profil zu Marketingzwecken benutzt wird und nicht rein privater Natur ist. Der Impressumshinweis muss leicht erkennbar, immer sichtbar und der Volltext mit zwei Klicks erreichbar sein. Das Impressum muss jedoch nicht unter der gleichen Domain stehen – es ist zulässig, auf das Impressum der eigenen Website zu verlinken.
- ✓ Bei Netzwerken, über die aus dienstlichen Gründen über persönliche Accounts zugegriffen wird, ist die deutliche Trennung zwischen offiziellem Statement und privater Meinung besonders wichtig. Da es in vielen Social Media-Angeboten nicht auf den ersten Blick ersichtlich ist, ob Sie dort als Privatperson oder in Ihrer Funktion aktiv sind, sollten Sie dafür sorgen, dass private Äußerungen deutlich als solche erkennbar sind.