

RA Dr. Roman Frik, LL.M. (Köln/Paris), FAARB / RA Dr. Ralf Klühe, Stuttgart

Nutzung von Kontakten aus sozialen Netzwerken während und bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses

► DB0592454

I. Einleitung

Soziale Netzwerke, die den Aufbau und die Pflege beruflicher Kontakte ermöglichen, werden immer beliebter – und wichtiger. Die Bewerbung von Produkten, Dienstleistungen und Veranstaltungen findet zunehmend auch über diese sozialen Netzwerke statt. Einfacher Grund hierfür ist die ständig steigende Zahl an Mitgliedern und Nutzern. Die deutsche Netzwerkplattform XING z. B. hat derzeit über 12 Mio. Mitglieder, davon 5,7 Mio. im deutschsprachigen Raum. Die Vorteile liegen klar auf der Hand. Kontakte sind schnell geknüpft. Mit der Bestätigung des Kontakts erhält der Nutzer eine Adresse, die für die persönliche Ansprache, aber auch für großflächige Werbeaktionen genutzt wird. International ist LinkedIn der führende Anbieter und bietet ähnliche Dienste wie XING.

So schön und effektiv die Nutzung auch sein mag, arbeitsrechtlich stellen sich eine ganze Reihe von Fragen. Dürfen die Netzwerke während der Arbeitszeit und über den dienstlichen Internetanschluss genutzt werden? Darf der Arbeitgeber vom Arbeitnehmer verlangen, einen Account mit Hinweis auf das Unternehmen einzurichten? Darf er bei der Ausgestaltung des Netzwerkauftritts mitsprechen? Wann darf der Betriebsrat bei der Einrichtung und dem Betrieb solcher Accounts mitbestimmen?

Hier soll das Augenmerk nur auf zwei besonders wesentliche Fragen gerichtet werden:

- Darf der Arbeitnehmer über seinen privaten Netzwerk-Account Kontakte zu Geschäftspartnern des Arbeitgebers aufnehmen und diese als Kontakte/Freunde gewinnen?
- Muss der Arbeitnehmer bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses dem Arbeitgeber die während des Arbeitsverhältnisses gewonnenen Kontakte „zurückgeben“ und deren Daten anschließend löschen?

II. Kontakte im sozialen Netzwerk während des Arbeitsverhältnisses

Meist wird ein Arbeitgeber kein Problem damit haben, wenn sein Mitarbeiter über ein soziales Netzwerk Kontakt zu Geschäftspartnern hält. Das festigt das Kontaktnetz des Mitarbeiters und kann dem Arbeitgeber nur zu Gute kommen. Es mag aber auch Arbeitgeber geben, die über diese Kontaktaufnahme nicht erfreut sind. Sei es, dass der Arbeitgeber eine Vertriebsstrategie hat, zu der soziale Netzwerke nicht gehören. Sei es, dass der Arbeitgeber soziale Netzwerke nur dann einsetzen will, wenn die dortigen Auftritte mit ihm abgesprochen sind, ein Mitarbeiter hierzu nicht bereit ist und der Arbeitgeber ihm dann die weitere Kontaktpflege über das soziale Netzwerk untersagen will. Sei es schließlich, dass der Arbeitgeber befürchtet, dass ein Wettbewerber auf diese Weise Kenntnis von seinen Kunden bekommt, die er anschließend versucht abzuwerben. Kann er dem Arbeitnehmer dann untersagen, Geschäftspartner über soziale

Netzwerke zu kontaktieren und sie als „Kontakte“ oder „Freunde“ zu gewinnen?

1. Reglementierung durch vertragliche Regelung oder Direktionsrecht

Sinnvollerweise regelt der Arbeitgeber mit seinem Arbeitnehmer ausdrücklich, wie er mit sozialen Netzwerk-Kontakten umzugehen hat. Er könnte vertraglich vorsehen, dass der Arbeitnehmer Geschäftspartner des Arbeitgebers nicht über das soziale Netzwerk kontaktieren bzw. dass er diese nicht als Kontakte/Freunde gewinnen darf. Zulässig wird dies allerdings nur soweit sein, als ein berechtigtes Interesse des Arbeitgebers besteht und nicht das allgemeine Persönlichkeitsrecht nach Art. 2 Abs. 1 i. V. mit Art. 1 Abs. 1 GG des Arbeitnehmers verletzt ist. Teil des Persönlichkeitsrechts ist es, selbst zu entscheiden, ob und mit wem eine Beziehung aufgebaut wird, sei es eine freundschaftliche, sei es sogar eine Liebesbeziehung¹. Ein berechtigtes Interesse des Arbeitgebers wird sein, wenn er mit bestimmten Unternehmen und/oder Personen keine Geschäftsbeziehung unterhalten will oder wenn er entscheidet, mit einem bestimmten Unternehmen bzw. einer Person nicht auf dem Weg des sozialen Netzwerks eine Geschäftsbeziehung zu unterhalten. So könnte eine traditionelle Privatbank ihren Kundenberatern – auch einseitig im Wege des Direktionsrechts – untersagen, die Kunden über das neumodische und mitunter unpersönliche soziale Netzwerk anzusprechen und stattdessen die telefonische oder persönliche Ansprache anweisen. Die Grenze wird aber dort überschritten und das Persönlichkeitsrecht dort tangiert sein, wo ein Arbeitnehmer über den geschäftlichen Kontakt hinaus eine private Beziehung zu einem Geschäftspartner aufgebaut hat oder auch nur aufbauen will. Im Einzelfall wird es für den Arbeitnehmer schwierig sein nachzuweisen, dass der Kontakt die geschäftliche Beziehung überschritten hat. Muss dazu bereits gemeinsam ein Bier getrunken worden sein? Muss es ein Zusammentreffen in der Freizeit gegeben haben?

2. Gesetzliche Grenzen

Außerhalb der vertraglichen Regelung wird man gerade aufgrund des allgemeinen Persönlichkeitsrechts nach Art. 2 Abs. 1 i. V. mit Art. 1 Abs. 1 GG nur dort ein Kontaktverbot im sozialen Netzwerk annehmen können, wo es eine ausdrückliche gesetzliche Verbotsnorm oder eine gesetzliche Verschwiegenheitspflicht gibt. In Betracht kommt hier § 17 UWG (Verrat von Geschäfts- und Betriebsgeheimnissen). Ein Geschäfts-

Dr. Roman Frik und **Dr. Ralf Klühe** sind Partner bei Vogel & Partner Rechtsanwälte, Stuttgart. Dr. Klühe ist Mitglied des Prüfungsausschusses „Fachanwalt für Informationstechnologierecht“ der RAK Stuttgart

1 LAG Düsseldorf vom 14. 11. 2005 – 10 TaBV 46/05, DB 2006 S. 162.

geheimnis liegt vor, wenn Tatsachen in Zusammenhang mit einem Geschäftsbetrieb, die nur einem eng begrenzten Personenkreis bekannt und nicht offenkundig sind, nach dem ausdrücklich oder konkludent erklärten Willen des Betriebsinhabers aufgrund eines berechtigten wirtschaftlichen Interesses geheim gehalten werden sollen². Kundenlisten sind im Allgemeinen ein Geschäftsgeheimnis des Arbeitgebers³. Indem die Kunden des Arbeitgebers oder deren Mitarbeiter als Kontakte im sozialen Netzwerk gewonnen werden, was von anderen Nutzern – insbes. von den anderen „Kontakten“/„Freunden“ – eingesehen werden kann, werden die Kundennamen Dritten mitgeteilt. Von Bedeutung ist allerdings, ob die Kontakte aus dem sozialen Netzwerk *per se* den Kundenstamm des Unternehmens darstellen oder zumindest einen weit überwiegenden Teil davon oder ob sich unter zahlreichen Kontakten auch ein paar Kunden befinden, ohne dass der Nutzer des Netzwerks erkennen kann, welches die Kunden des Arbeitgebers sind. Im letzteren Fall wird die Kontaktliste kaum das Geschäftsgeheimnis des Arbeitgebers verkörpern. Kundenlisten sind deshalb schutzwürdig, weil sie dem Nutzer ersparen zu ermitteln, welche Personen für seine unternehmerische Tätigkeit von Nutzen sind. Sind die Kunden nur einige unter vielen Kontakten, wird dieser Auswahlprozess noch nicht hinfällig. Überdies kann über § 17 UWG nur denjenigen Arbeitnehmern die Kontaktgewinnung von Geschäftspartnern verboten werden, die Kontakte zu Kunden des Arbeitgebers haben. Beschränken sich die Kontakte auf sonstige Geschäftspartner, besteht schon kein Geschäftsgeheimnis in der Kontaktliste.

Das Geschäftsgeheimnis wird offenbart, wenn der Arbeitnehmer eine Kundenliste Dritten mitteilt. Für die Kontaktliste heißt das, dass diese nur dann Dritten zugänglich gemacht wird, wenn die Kunden auch als Kunden des Arbeitgebers erkennbar sind. Nur in diesem Fall hat ein Wettbewerber den Vorteil zu wissen, dass diese Personen mit dem Arbeitgeber Geschäfte machen und kann diesen Vorteil gewinnbringend für sein eigenes Geschäft einsetzen. Tritt der Arbeitnehmer somit ohne Nennung des Unternehmens des Arbeitgebers im sozialen Netzwerk auf und ist nicht offenkundig, dass der Arbeitnehmer für den Arbeitgeber arbeitet, liegt keine Offenbarung des Geschäftsgeheimnisses vor.

Schließlich wird es beim bloßen Kontaktknüpfen regelmäßig an einem der von § 17 Abs. 1 und 2 UWG genannten besonderen Beweggründe fehlen. Strafbar ist der Verrat des Geschäftsgeheimnisses nur, wenn der Verrat vorgenommen wird zu Zwecken des Wettbewerbs, aus Eigennutz, zugunsten eines Dritten oder in der Absicht, dem Inhaber des Unternehmens Schaden zuzufügen. Dies wird man im bestehenden Arbeitsverhältnis regelmäßig bei keinem Arbeitnehmer annehmen können.

Ist § 17 UWG nicht einschlägig, bleibt noch die Möglichkeit, ein Kontaktverbot als Ausfluss der allgemeinen Treuepflicht des Arbeitnehmers nach § 242 BGB bzw. nach § 241 Abs. 2 BGB zu sehen. Die Verschwiegenheitspflicht des Arbeitnehmers, und damit das Verbot Geschäftsgeheimnisse zu offenbaren, ist nicht nur in § 17 UWG verankert, sondern auch in der allgemeinen Treuepflicht des Arbeitnehmers⁴. Hier stellt sich erneut die Frage, ob die Kontakte im sozialen Netzwerk überhaupt ein Geschäftsgeheimnis sind. Allenfalls im Einzelfall könnten § 242 BGB bzw. § 241 Abs. 2 BGB damit eine Grundlage für ein Verbot sein, Geschäftspartner im sozialen Netzwerk als Kontakte zu gewinnen.

Abseits vertraglicher Vereinbarungen, die das allgemeine Persönlichkeitsrecht beachten, besteht für Arbeitgeber somit nur

wenig Handhabe, ihren Arbeitnehmern zu untersagen, Geschäftspartner als Kontakte in einem sozialen Netzwerk zu gewinnen.

3. Zwischenergebnis

Die rechtlichen Möglichkeiten der Einflussnahme des Arbeitgebers sind schon während des bestehenden Arbeitsverhältnisses außerordentlich beschränkt sind. Empfehlenswert ist in jedem Fall, vertragliche Vereinbarungen zu treffen, um den geringen bestehenden Gestaltungsspielraum zu nutzen, jedenfalls aber den Mitarbeitern eine Richtlinie für ihr Verhalten zu geben.

III. Umgang mit den Kontakten bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses

In Rechtsprechung und Literatur noch völlig ungeklärt ist die Frage, ob ein Arbeitnehmer bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses diejenigen Kontaktdaten, die er aufgrund seiner Anstellung beim Arbeitgeber in einem sozialen Netzwerk aufgebaut hat, dem Arbeitgeber „herausgeben“ muss. Eine Herausgabe im eigentlichen Sinn kann es naturgemäß nicht geben, da die Kontakte nicht – wie herkömmliche Visitenkartchen – materialisiert sind und es auch nicht um die Abtretung einer Art Kontaktrecht geht. Die „Herausgabe“ hat vielmehr die folgenden zwei Aspekte. Erstens geht es um die Mitteilung der Kontaktnamen sowie ihrer Kontaktadressen an den Arbeitgeber. Zweitens geht es um die Löschung dieser Kontakte im Account des Arbeitnehmers im sozialen Netzwerk.

Regelmäßig ist der Arbeitnehmer selbst Mitglied im sozialen Netzwerk und trägt die ggf. anfallenden Nutzungskosten. Er ist damit zunächst berechtigter „Besitzer“ seiner Kontakte, insbes. auch derjenigen Kontakte, die er während seines Arbeitsverhältnisses mit dem Arbeitgeber geknüpft hat. Anders ist die Situation, wenn es sich um einen Firmenaccount handelt, der lediglich vom Arbeitnehmer im Auftrag des Arbeitgebers betrieben wird.

1. Rechtliche Voraussetzungen

Anspruchsgrundlage für eine wie auch immer geartete Rückgabe dieser Kontakte kann u. E. allein § 667 BGB sein⁵. Diese Vorschrift aus dem Auftragsrecht wird – ebenso wie der Aufwendersersatzanspruch des § 662 BGB – für Arbeitnehmer entsprechend angewendet⁶. Die Nachteile, die einem Arbeitnehmer aus dem Arbeitsverhältnis entstehen, sollen ihm über § 662 BGB ausgeglichen werden. Umgekehrt soll er aber auch keine Vorteile aus der Beschäftigung ziehen.

Nach § 667 BGB Alt. 2 (analog) hat der Beauftragte (Arbeitnehmer) dem Auftraggeber (Arbeitgeber) alles herauszugeben, was er aus der Geschäftsbesorgung (Anstellung) erlangt. Das Erlangte ist *jeder Vorteil*, den der Beauftragte aufgrund eines inneren Zusammenhangs mit dem geführten Geschäft erhalten hat⁷. Das gilt auch dann, wenn das Erlangte aus Hilfs- oder Nebengeschäften stammt, die aber der Auftrags Erfüllung dienen sollten.

2 BAG vom 16. 3. 1982 – 3 AZR 83/79, BAGE 41 S. 21 = DB 1982 S. 2247; BAG vom 15. 12. 1987 – 3 AZR 474/86, BAGE 57 S. 159 = DB 1988 S. 1020; Reichold, in: Münchener Handbuch zum Arbeitsrecht, 3. Aufl. 2009, § 48, Rdn. 33.
3 BGH vom 19. 12. 2002 – I ZR 119/00, DB0048296 = NJW-RR 2003 S. 833; BAG vom 15. 12. 1987, a.a.O. (Fn. 2).
4 Fischinger/Richardi, in: Staudinger, BGB, Neubearbeitung 2011, § 611 BGB, Rdn. 646.
5 BGH vom 26. 2. 2009 – I ZR 28/06, DB 2009 S. 839; vgl. auch bei Ernst, CR 2012 S. 276.
6 BAG vom 11. 4. 2006 – 9 AZR 500/05, BAGE 118 S. 16 = DB 2006 S. 2068.
7 BGH vom 17. 10. 1991 – III ZR 352/89, NJW-RR 1992 S. 560.

Dabei kann das „Erlangte“ alles Mögliche sein, z. B. Rechts- und tatsächliche Positionen: obligatorische Rechte (z. B. Forderungen), dingliche Teilrechte, Eigentum und Besitz an beweglichen Sachen und Grundstücken, an Nutzungen⁸. Das BAG hat die auf Geschäftsreisen erworbenen Bonusmeilen z. B. auch als etwas Erlangtes betrachtet, das der Arbeitnehmer zurückzugeben hat⁹.

Ein innerer Zusammenhang wird insbes. angenommen, wenn die objektive Gefahr besteht, die Vorteilsgewährung könne dazu führen, dass der Beauftragte die Interessen seines Geschäftsherrn außer Acht lässt¹⁰. Der Nachweis eines Schadens sei aber nicht erforderlich¹¹. Es sollen damit demjenigen, für dessen Rechnung ein anderer Geschäftsführer, die gesamten Vorteile des Geschäfts ebenso gebühren, wie er die gesamte Gefahr zu tragen hat¹². Wenn der Arbeitgeber sämtliche Kosten der Arbeitstätigkeit und damit der Auftragsausführung trägt, wenn er z. B. die dienstlich veranlassten Flugreisen des Arbeitnehmers zahlt, gebühren deshalb auch ihm die daraus resultierenden Vorteile¹². Demgegenüber sind Vorteile, die der Beauftragte lediglich bei Gelegenheit der Geschäftsbesorgung erlangt hat, nicht herauszugeben¹².

2. Konsequenzen für Kontakte aus sozialen Netzwerken

a) Erlangtes

Für die Herausgabe von Kontakten aus sozialen Netzwerken heißt dies: Der Kontakt ist wegen des weiten Verständnisses des „Erlangten“ in § 667 BGB ein herausgabefähiger Gegenstand.

b) Aus der Anstellung erlangt

Hat der Arbeitnehmer seinen Account im sozialen Netzwerk im Auftrag des Arbeitgebers für die geschäftlichen Zwecke des Arbeitgebers eingesetzt und hat er dabei Kontakte geknüpft, wurden diese „aus der Anstellung“ erlangt. Gleiches gilt, wenn der Arbeitnehmer die Kontaktperson außerhalb des sozialen Netzwerks kennengelernt hat, z. B. persönlich am Messestand des Arbeitgebers, und ihn anschließend als Kontakt im sozialen Netzwerk gewinnt. Umgekehrt sind Kontakte, die zwar im Zeitraum der Anstellung über das soziale Netzwerk geknüpft wurden, die aber keinerlei Verbindung zur Anstellung und beruflichen Tätigkeit des Arbeitnehmers aufweisen, nicht „aus der Anstellung“ erlangt. Lernt der Arbeitnehmer am Wochenende bei einer privaten Geburtstagsfeier eine Person kennen und nimmt sie in die Kontaktliste des sozialen Netzwerks auf, handelt es sich nicht um einen „aus der Anstellung“ erlangten Kontakt. Grenzwertig sind Fälle, bei denen während der dienstlichen Tätigkeit Kontakte geknüpft werden, diese aber Zufallsprodukte sind. Kommt ein Arbeitnehmer bei der Rückreise von einer Messe im ICE mit einer Person in Kontakt und nimmt sie zu seinen Kontakten im sozialen Netzwerk auf, wurde der Kontakt wohl nur bei Gelegenheit der Anstellung erworben. Noch kritischer sind die Fälle, in denen ein Arbeitnehmer nicht im Auftrag des Arbeitgebers zu einer Abendveranstaltung geht, auf der er neue Kontakte knüpft, sondern nur durch dessen Vermittlung: Der Arbeitgeber erhält eine Einladung zu einer Vernissage und gibt sie an seinen Mitarbeiter weiter. Der Arbeitgeber ist Sponsor einer Sportveranstaltung; seine Mitarbeiter dürfen als Zuschauer an der Veranstaltung teilnehmen. Etwas klarer zugunsten des Gelegenheits-Kontakts dürfte der Fall sein, dass der Arbeitnehmer durch überobligatorischen Einsatz abends auf eigene Initiative zu einer Veranstaltung geht, die aber Bezug zu seiner beruflichen Tätigkeit hat. Kontakte, die er hierbei knüpft und anschließend im sozialen Netzwerk bestätigt, hat er u. E. nur bei Gelegenheit der Anstellung erlangt.

3. Rechtsfolgen

Sofern der Kontakt also aus der Anstellung erlangt wurde, ist er aus arbeitsrechtlicher Sicht herauszugeben. Was bedeutet dies auf der Rechtsfolgenseite?

Der Arbeitnehmer muss zunächst sämtliche Daten, die er über den jeweiligen Kontakt hat, dem Arbeitgeber mitteilen. Dies sind in jedem Fall der Name und der Vorname, soweit bekannt auch das Unternehmen, bei dem die Person beschäftigt ist, und schließlich sämtliche Kontaktmöglichkeiten (E-Mail-Adresse, Telefonnummer, Faxnummer etc.), die im sozialen Netzwerk verfügbar sind.

Heißt dies in einem weiteren Schritt aber auch, dass der Arbeitnehmer diese Kontakte im sozialen Netzwerk löschen muss? Hier stößt die bisherige Rechtsprechung zu § 667 BGB auf das Problem, dass alles andere, was bislang als „erlangt“ gewertet wurde, auch nur einmal existiert. Mit der Herausgabe hat sich die Frage der weiteren Nutzung durch den Arbeitnehmer erledigt. Selbst bei erworbenen Bonusmeilen: diese können nur einmal eingesetzt werden und nicht gleichzeitig durch Arbeitnehmer und Arbeitgeber.

Gegen eine Löschung sprechen die folgenden Aspekte:

- Die Kontaktdaten befinden sich auf einem persönlichen Account des Arbeitnehmers im sozialen Netzwerk, das auch von diesem finanziert wird. Anders als bei der Entgegennahme einer Visitenkarte, hat er in die Kontaktplattform investiert und bezahlt gewissermaßen für die Entgegennahme von Kontakten.
- Die Kontaktpersonen haben ihre Kontaktbestätigung oder auch die zuvor geschaltete Kontaktanfrage gegenüber der Person des Arbeitnehmers vorgenommen, wohl aber nicht gegenüber der Person als bloßem Vertreter des Arbeitgebers. Es war somit der Wille der Kontaktpersonen, dass gerade der Arbeitnehmer – unabhängig von seiner derzeitigen Anstellung – über ihre Kontaktdaten verfügen soll.
- Mit der Löschung würde damit in Rechtspositionen des Arbeitnehmers eingegriffen. Ihm standen die Kontaktdaten nicht nur „als Vertreter des Arbeitgebers“, sondern auch „als individuelle Person“ zu. Während die Herausgabe der Kontakte, die er „als bloßer Vertreter des Arbeitgebers“ gewonnen hat, die Löschung rechtfertigen würde, würde diese Löschung wegen der überschießenden Qualität der Kontakte hinsichtlich des Erwerbs „als individuelle Person“ eine ungerechtfertigte Rechtsverletzung mit sich bringen.

Der hier gewonnenen Lösung steht u. E. auch nicht die Rechtsprechung des BGH entgegen. In einem Urteil vom 17. 4. 1996¹³ hat der BGH in einem Vertragshändlerfall angenommen, dass mit der Herausgabe des Erlangten nach § 667 BGB in Form von Kundendaten auch eine Pflicht zur Löschung dieser Kundendaten verknüpft sei. Im Unterschied zur hier diskutierten Löschung von Kontakten in sozialen Netzwerken lag der Entscheidung ein Fall zu Grunde, in dem der Beauftragte die Kontaktdaten zunächst vom Auftraggeber erhalten hatte. Nach der Rückgabe der Daten habe der Beauftragte die Kundendaten nach Ansicht des BGH zu löschen. In unserem Fall werden die Kontaktdaten dem Arbeitnehmer aber gerade nicht vom Arbeit-

8 Seiler, in: Münchener Kommentar BGB, 6. Aufl. 2012, § 667 BGB, Rdn. 10.

9 BAG vom 11. 4. 2006, a.a.O. (Fn. 6).

10 BGH vom 28. 10. 1965 – VII ZR 290/63, BB 1966 S. 99; vom 14. 11. 1977 – II ZR 107/76, WM 1978 S. 115.

11 BGH vom 28. 10. 1965, a.a.O. (Fn. 10).

12 BAG vom 11. 4. 2006, a.a.O. (Fn. 6).

13 BGH vom 17. 4. 1996 – VIII ZR 5/95, DB 1996 S. 1512.

geber zur Verfügung gestellt, sondern unmittelbar von den Kontaktpersonen. Damit kommt diesem Präjudiz für die hier relevante Frage keine Bedeutung zu.

4. Vertragliche Regelungen

Zu überlegen bleibt, ob Arbeitgeber und Arbeitnehmer vereinbaren können, dass der Arbeitnehmer bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses seine Kontakte aus sozialen Netzwerken herauszugeben, ggf. auch diese dort zu löschen hat. Soweit die vertragliche Regelung nur die herausgearbeiteten gesetzlichen Rechtsfolgen nachvollzieht, spricht nichts gegen eine solche Vereinbarung. Wenn dem Mitarbeiter allerdings aufgegeben wird, sämtliche während der Dauer des Anstellungsverhältnisses gewonnenen Kontakte dem Arbeitgeber mitzuteilen und anschließend im sozialen Netzwerk zu löschen, fragt sich, ob dies einem nachvertraglichen Wettbewerbsverbot i. S. der §§ 74 ff. HGB gleichgestellt werden kann. Ist die Lösungsverpflichtung so zu verstehen, dass der Arbeitnehmer mit den betroffenen Personen überhaupt keinen Kontakt aufnehmen darf, so wirkt diese Regelung tatsächlich wie eine Einschränkung in der beruflichen Tätigkeit nach Beendigung des Anstellungsverhältnisses. Dann wäre sie nur zulässig, wenn dem Mitarbeiter eine Karenzentschädigung entsprechend § 74 Abs. 2 HGB zugesagt wird und die Einschränkung nicht länger als zwei Jahre gilt. Bedeutet die Lösungsverpflichtung dagegen nur, dass die Kontakte zunächst aus dem sozialen Netzwerk entfernt werden müssen, jedoch anschließend, auf welchem Weg auch immer, neu begründet werden dürfen, ist eine Beeinträchtigung der künftigen beruflichen Tätigkeit des Arbeitnehmers nicht erkennbar. Dem Arbeitnehmer müsste gestattet sein, diejenigen Kontakte, die er noch im Kopf hat und die er über die Suchfunktion der sozialen Netzwerke oder über gemeinsame Kontakte/Freunde wiederherstellen kann, wieder als Kontakte zu gewinnen.

5. Einschränkungen durch Datenschutz- und Wettbewerbsrecht

Wenngleich Fragestellungen aus den Bereichen Datenschutz- und Wettbewerbsrecht an dieser Stelle nicht vertieft werden sollen, können sich hieraus dennoch weitere Problemfelder im Zusammenhang mit dem Herausgabeverlangen von Kontakten an den Arbeitgeber auf tun. Gemein ist diesen Bereichen, dass es im Hinblick auf die vorliegend untersuchten Fragestellungen – soweit ersichtlich – keine einschlägigen Entscheidungen nationaler Gerichte gibt. An datenschutzrechtliche Aspekte und die Bedeutung einer datenschutzrechtlichen Einwilligung gem. §§ 4, 4a BDSG ist schon deshalb zu denken, weil die Kommunikation in sozialen Netzwerken, wie etwa XING oder LinkedIn, schon aufgrund der verwendeten Klarnamen und Adressen regelmäßig Personenbezug aufweist⁵. Zur Verdeutlichung der Problematik sei an dieser Stelle nur eine denkbare Fallkonstellation erwähnt, bei der ein Herausgabeverlangen des Arbeitgebers an datenschutz- und ggf. auch wettbewerbsrechtliche Grenzen stößt. Bestätigt ein Nutzer eine Kontaktanfrage, so gibt er seine in diesem Zusammenhang freigegebenen persönlichen Daten verbunden mit einer Einwilligung in die Kommunikation und ggf. auch werbliche Ansprache zunächst einmal nur dem Account-Inhaber, der die entsprechende Anfrage initiiert hat. Handelt es sich hierbei um einen persönlichen Account des Arbeitnehmers und hat der angefragte Kontakt seine persönlichen Daten in den Sicherheitseinstellungen des sozialen Netzwerks nur seinen bestätigten Kontakten gegenüber freigegeben, wäre bei einer Herausgabe des vollständigen Datensatzes an den Arbeitgeber prinzipiell von einer datenschutzwidrigen Übermittlung auszugehen.

Selbst wenn man aber unterstellt, dass in der Herausgabe von persönlichen Daten an den Arbeitgeber keine Verletzung datenschutzrechtlicher Bestimmungen zu sehen sei, wird eine Weiternutzung des Kontakts nach Ausscheiden des Arbeitnehmers regelmäßig nur dann möglich sein, wenn eine entsprechende Kontaktanfrage des Arbeitgebers von dem Kontakt auch diesem gegenüber bestätigt wird. Dies ergibt sich nicht nur aus der andernfalls fehlenden datenschutz- bzw. wettbewerbsrechtlichen Einwilligung in die Kommunikation, sondern auch daraus, dass eine Fortführung des Accounts des ausgeschiedenen Arbeitnehmers, der dessen Klarnamen trägt, aus rechtlichen und tatsächlichen Gründen für den Arbeitgeber nicht möglich erscheint⁵.

IV. Praktischer Lösungsansatz: Unternehmens-Accounts

Aufgrund dieses aus Arbeitgebersicht eher unbefriedigenden Ergebnisses drängt sich die Frage nach alternativen Lösungsansätzen auf. Diese können z. B. darin bestehen, dass Arbeitgeber proaktiv über die Einrichtung entsprechender Unternehmens-Accounts ihre Mitarbeiter dazu bringen, über diese mit Geschäftskontakten zu kommunizieren. Zumindest soweit eine derartige Kommunikation während der Arbeitszeit und in Ausübung der betrieblichen Tätigkeit des Arbeitnehmers stattfindet, besteht dann die Möglichkeit im Rahmen des Weisungsrechts des Arbeitgebers, entsprechender Betriebsvereinbarungen oder sog. Social Media Guidelines, stärker Einfluss auf das Verhalten des Arbeitnehmers zu nehmen. Zwar lässt sich eine Kommunikation des Arbeitnehmers mit Geschäftskontakten, die im rein privaten Bereich stattfindet, auch hierdurch nicht weitergehend reglementieren. Erfahrungsgemäß wird sich bei einem derartigen Vorgehen aber ein Teil der Kommunikation auf den Unternehmens-Account „umleiten“ lassen und mithin die Einfluss- und Gestaltungsmöglichkeiten des Arbeitgebers wachsen. Bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses stellt sich die Frage der Übertragung und Löschung der Kontakte dann überhaupt nicht.

V. Zusammenfassung

Soweit berechnete Interessen des Arbeitgebers vorliegen, kann der Arbeitgeber seine Mitarbeiter anweisen oder mit ihnen vertraglich regeln, mit bestimmten Kunden oder Geschäftspartnern keinen geschäftlichen Kontakt über ein (bestimmtes) soziales Netzwerk zu knüpfen und zu unterhalten. Soweit allerdings persönliche Kontakte zwischen dem Mitarbeiter und dem Kunden/Geschäftspartner bestehen, wäre eine Reglementierung ein unzulässiger Eingriff in das allgemeine Persönlichkeitsrecht des Arbeitnehmers. Bei Beendigung des Arbeitsverhältnisses hat der Arbeitnehmer dem Arbeitgeber diejenigen Kontakte eines sozialen Netzwerks einschließlich der dort verfügbaren Adressdaten zwar aus arbeitsrechtlicher Sicht prinzipiell zur Verfügung zu stellen, soweit er diese aus der Anstellung heraus gewonnen hat. Kontakte, die nur bei Gelegenheit der dienstlichen Tätigkeit gewonnen wurden, sind nicht herauszugeben. Eine Löschung des Kontakts kann der Arbeitgeber nicht verlangen. Eine vertragliche Regelung über die Herausgabe und anschließende Löschung der Kontaktdaten unterliegt nur dann nicht den Vorschriften über nachvertragliche Wettbewerbsverbote, wenn sie eine anschließende neue Kontaktaufnahme nicht untersagt. Weitergehende Imponderabilien und Einschränkungen können sich aus datenschutz- und wettbewerbsrechtlichen Erwägungen ergeben. Die Einrichtung von Unternehmens-Accounts mag ein Weg sein, den vorbeschriebenen Begrenzungen aus dem Weg zu gehen.