

Inhaltsverzeichnis

Abkürzungsverzeichnis	15
A. Einleitung und Gang der Untersuchung	17
B. Begriffsdefinitionen	23
I. Social Media	23
1. Kollektivprojekte	25
2. Content Communities	25
3. Blogs	25
4. Soziale Netzwerke	26
II. Wichtige Begriffe der Social Media	27
1. Benutzerprofil	28
2. »Freunde« und »Freundes-Freunde«	28
3. Pinnwand / Chronik	29
4. Startseite	30
5. Posting	30
6. »Gefällt mir«-Button	30
7. Hyperlink	31
C. Meinungsfreiheit im Arbeitsrecht	33
I. Meinungsfreiheit, Art. 5 Abs. 1 S. 1 GG	33
1. Anwendbarkeit im Arbeitsrecht	34
2. Schutzbereich	36
a) Tatsachenbehauptungen	37
b) Bewusst unwahre Tatsachenbehauptung	38
c) Angriff auf die Menschenwürde, Schmähkritik und Formalbeleidigung	38
3. Rechtfertigung	40
a) Vorschriften der allgemeinen Gesetze	40
b) Wechselwirkungslehre	42
c) Schutz der Jugend und Recht der persönlichen Ehre	43
d) Verfassungsimmanente Schranken	44

II. Meinungsfreiheit, Art. 11 EU-GRC	44
III. Meinungsfreiheit, Art. 10 EMRK	46
1. Anwendbarkeit im Arbeitsrecht	46
2. Schutzbereich	48
3. Rechtfertigungsmöglichkeiten	49
IV. Zwischenergebnis	51
D. Zulässigkeit einer Meinungsäußerung nach Arbeitsvertrag	52
I. Überblick: Pflichten des Arbeitnehmers	52
1. Hauptleistungspflicht	53
2. Nebenleistungspflicht	55
3. Nebenpflicht	56
a) Begriff	56
b) Regelungen im Vertrag	57
c) Ungeschriebene Nebenpflichten	60
II. Bestimmung der ungeschriebenen Nebenpflichten	60
1. Abwägung der Rechte, Rechtsgüter und Interessen	61
2. Rechte, Rechtsgüter und Interessen	63
a) Begriffsbestimmung	63
b) Schutzwürdige Rechte und Interessen des Arbeitnehmers	64
aa) Meinungsfreiheit	64
bb) Privatsphäre	65
cc) Allgemeine Handlungsfreiheit	66
dd) Interesse, Unterstützung durch die Öffentlichkeit zu erlangen	66
c) Schutzwürdige Rechte und Interessen des Arbeitgebers	66
aa) Recht der persönlichen Ehre	67
bb) Unternehmerische Betätigungsfreiheit	68
cc) Eigentum, insb. Recht am eingerichteten und ausgeübten Gewerbebetrieb	69
(1) Bloße Erwerbchancen	69
(2) Laufende Geschäftsbeziehungen und Kundenstamm	70
(3) Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse	71
(4) Ruf und Image	72
dd) Allgemeine unternehmerische Betätigungsfreiheit, Art. 2 Abs. 1 GG	74
3. Kriterien zur Bestimmung der Nebenpflichten	74
a) Inhalt der Äußerung	74

aa)	Ehrverletzungen	76
bb)	Kritik an Produkten oder Dienstleistungen	81
cc)	Verrat von Betriebs- und Geschäftsgeheimnissen	83
dd)	Gefährdung der Kreditwürdigkeit	86
ee)	Sonstige Rufschädigung	87
ff)	Bewertungsplattformen	90
gg)	Boykottaufrufe	95
hh)	Whistleblowing	98
ii)	Kritik an Zielen des Unternehmens	100
b)	Form und Kontext der Äußerung	102
c)	Problematik des außerdienstlichen Verhaltens	105
aa)	Unternehmensbezogene Äußerung	108
bb)	Private Äußerung	110
cc)	Auftreten im Namen des Unternehmens	111
d)	Wirkungsweise der Äußerung	112
aa)	Grundsatz	112
bb)	Gefahren einer Äußerung in Social Media	113
(1)	Dauerhafte Abrufbarkeit	113
(2)	Massenhafte Verbreitung	116
(3)	Empfängerkreis der Äußerung	119
cc)	Gewichtigkeit des Eingriffs: Anzahl der Adressaten	121
(1)	Geringer Eingriff	122
(2)	Mittlerer Eingriff	123
(3)	Schwerer Eingriff	124
(4)	Einzelfallbetrachtung	125
dd)	Gewichtigkeit des Eingriffs: Art der Adressaten	126
ee)	Gewichtigkeit des Eingriffs: Position des Arbeitnehmers	128
(1)	Leitender Angestellter	128
(2)	Repräsentant des Unternehmens	129
e)	Gesamtbetrachtung aller Kriterien	131
4.	Sonderfälle	132
a)	Haftung für Accountmissbrauch	132
aa)	AG Dessau-Roßlau v. 21.03.2012	133
bb)	Störerhaftung des Accountinhabers	134
cc)	BGH »Halzband«-Entscheidung v. 11.03.2009	135
dd)	BGH v. 11.05.2011	137
ee)	Stellungnahme	137
ff)	Pflicht zur Überwachung und Beseitigung	149
gg)	Beweislast	151
b)	Beurteilung der »Gefällt mir«-Buttons	156

aa)	Zurechnung der Äußerung	157
bb)	»Gefällt mir« als Meinungsäußerung	160
cc)	Pflicht zur Unterlassung der Förderung rechtswidriger Äußerungen	161
c)	Vertrauliche Kommunikation	164
aa)	Rechtsprechung des BVerfG	165
bb)	Rechtsprechung des Bundearbeitsgerichts	167
cc)	Ansichten im Schrifttum	169
dd)	Vertraulichkeit in Social Media	171
	(1) Eigene oder fremde Pinnwand	178
	(2) Offene oder geschlossene Gruppen	181
	(3) Private Nachrichten	182
	(4) Chatfunktion	183
ee)	Reichweite in persönlicher Hinsicht	184
ff)	Reichweite in inhaltlicher Hinsicht	189
gg)	Zwischenergebnis	191
d)	Äußerungen durch Betriebsrat(smitglieder)	192
e)	Tendenzbetriebe, kirchliche Einrichtungen und öffentlicher Dienst	195
III.	Prüfungsmaßstäbe	198
1.	Zeitpunkt der Beurteilung	198
a)	Ex ante Sicht	199
b)	Beobachtungspflicht	202
2.	Maßstab der Beurteilung	203
E.	Zulässigkeit einer arbeitsrechtlichen Maßnahme	205
I.	Kündigung	205
1.	Ordentliche Kündigung	205
a)	Pflichtverletzung	207
b)	Prognose	207
c)	Social Media Guideline als Vorratsabmahnung?	208
d)	Mildestes Mittel	210
e)	Interessenabwägung	210
2.	Außerordentliche Kündigung	211
a)	»An sich« wichtiger Grund	212
b)	Prognose	213
c)	Mildestes Mittel	213
d)	Interessenabwägung	214
II.	Nebenansprüche des Arbeitgebers	214
1.	Beseitigung und Unterlassung	214
2.	Widerruf	218

3. Schadensersatz	219
4. Ermahnung	221
5. Abmahnung	221
III. Kriterien im Abwägungsprozess	222
1. Ex post Betrachtung	222
a) Tatsächliche Anzahl an Empfängern	223
b) Tatsächliche Art der Empfänger	224
c) Eingetretene Schäden	225
2. Besonderer Schutz des Arbeitnehmers	226
a) Betriebsratsmitglied, Jugend- und Auszubildendenvertretung	226
b) Schwangere	227
c) Auszubildende	228
3. Beschäftigungsdauer	230
IV. Besonderheiten der »Gefällt mir«-Schaltfläche	231
F. Fazit und präventiver Ansatz	232
G. Zusammenfassung der wesentlichen Thesen	237
Literaturverzeichnis	241