T.I.S.P.
TeleTrusT Information Security Professional

TeleTrusT
Pioneers in IT security.

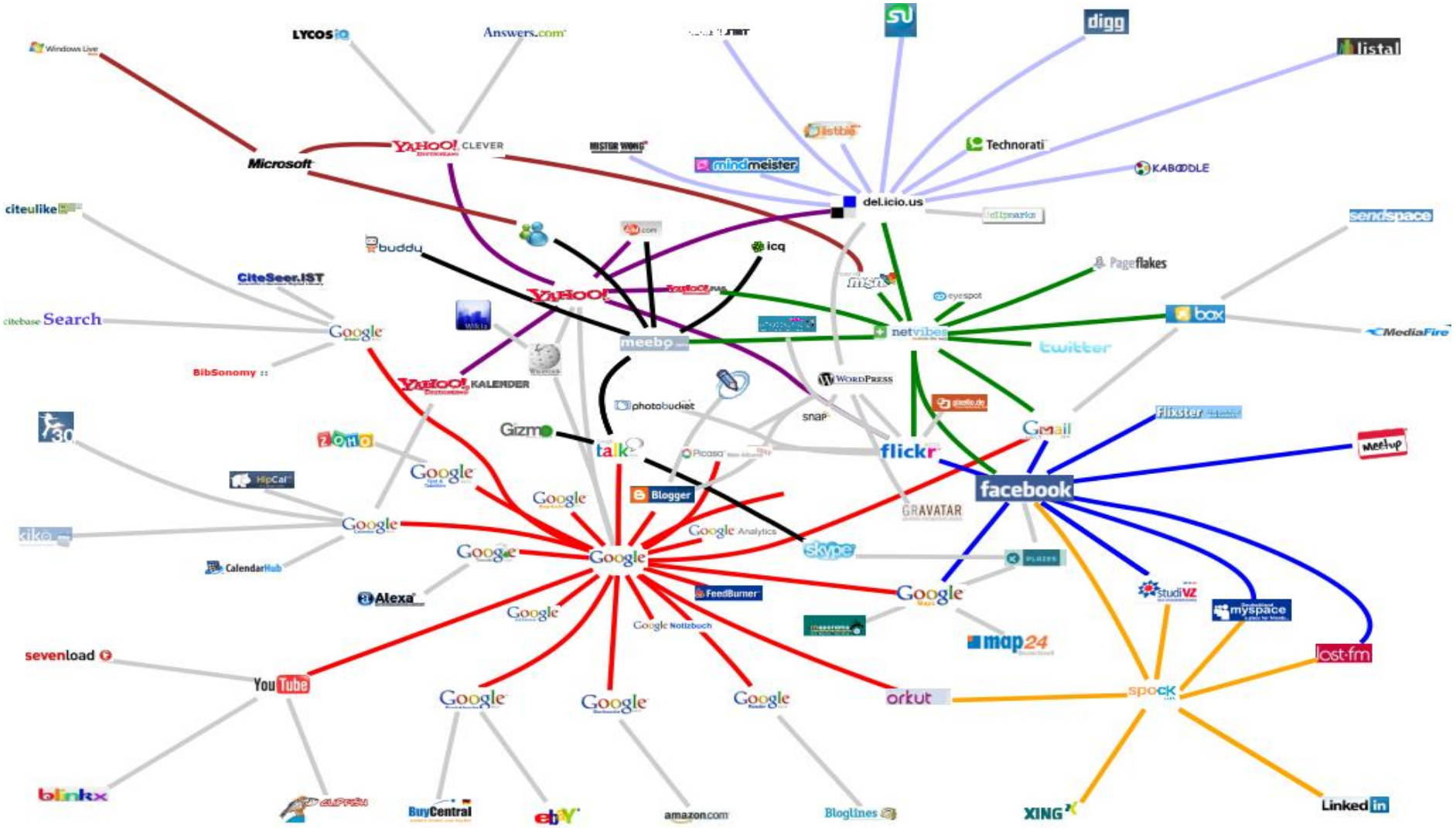
T.I.S.P. Community Meeting 2011

Google, Facebook, soziale Netzwerke vs. Arbeitnehmerdatenschutz

Rechtsanwalt Prof. Dr. Elmar Schuhmacher
Kanzlei Lungerich Lenz Schuhmacher, Köln
Partner

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

... = soziale Interaktion in einer elektronischen Welt -mit Spuren!



Beispiel gem. Maik Preßler blog.gelbzucht.de

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Wachsende Beliebtheit Sozialer Netzwerke (weltweit)

doubleclick ad planner by Google

Give us feedback | Help | Sign in

Worldwide | Country

The 1000 most-visited sites on the web

Data: July 2011

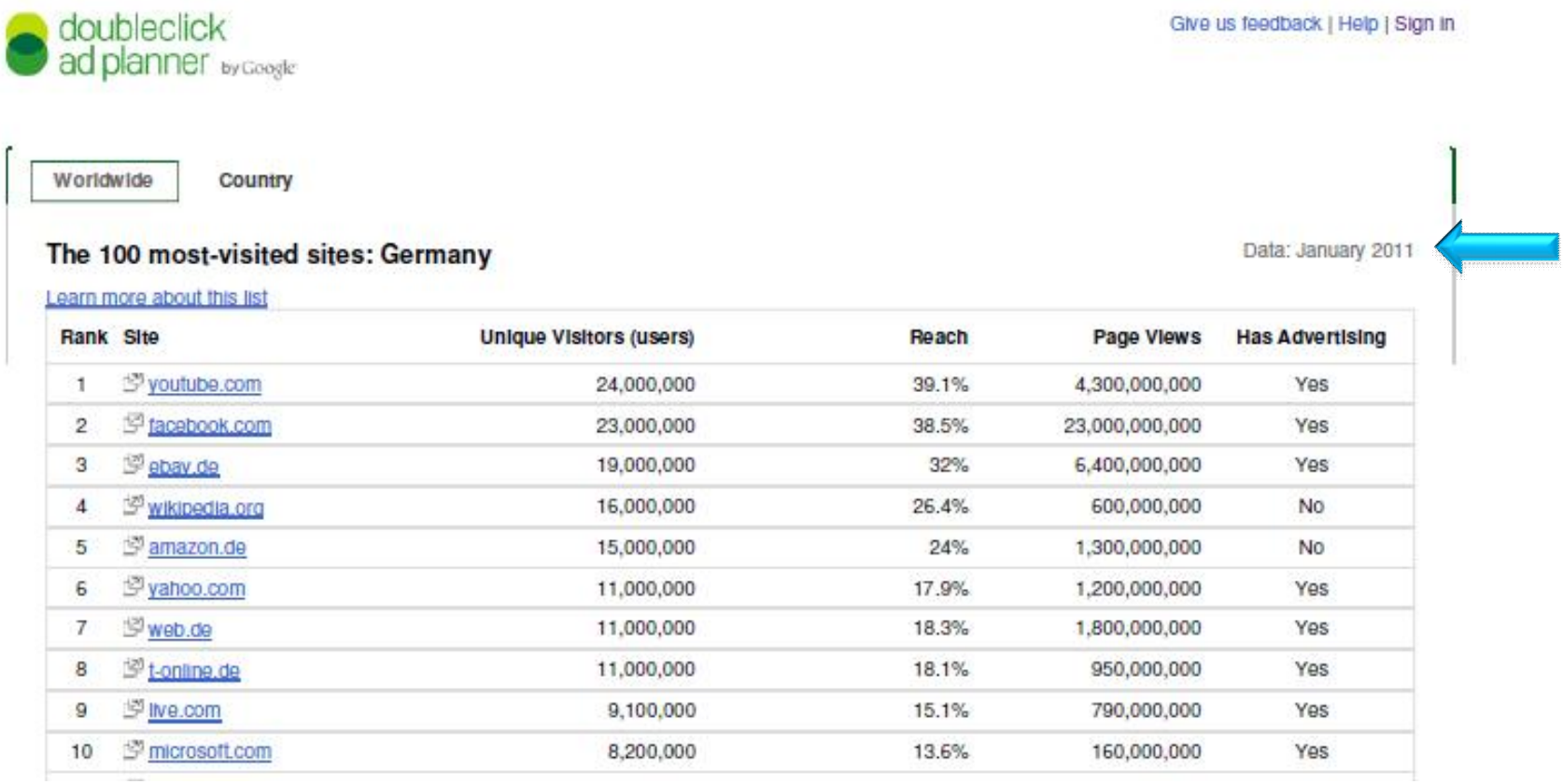
Learn more about this list

Rank	Site	Category	Unique Visitors (users)	Reach	Page Views	Has Advertising
1	facebook.com	Social Networks	880,000,000	51.3%	1,000,000,000,000	Yes
2	youtube.com	Online Video	800,000,000	46.8%	100,000,000,000	Yes
3	yahoo.com	Web Portals	590,000,000	34.4%	77,000,000,000	Yes
4	live.com	Search Engines	490,000,000	28.7%	84,000,000,000	Yes
5	msn.com	Web Portals	440,000,000	25.8%	20,000,000,000	Yes
6	wikipedia.org	Dictionaries & Encyclopedias	410,000,000	23.7%	6,000,000,000	No
7	blogspot.com	Blogging Resources & Services	340,000,000	19.6%	4,900,000,000	Yes
8	baidu.com	Search Engines	300,000,000	17.5%	110,000,000,000	Yes
9	microsoft.com	Software	250,000,000	14.5%	2,500,000,000	Yes
10	qq.com	Web Portals	250,000,000	14.7%	39,000,000,000	Yes

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Wachsende Beliebtheit Sozialer Netzwerke (Deutschland)



doubleclick ad planner by Google

Give us feedback | Help | Sign in

Worldwide | Country

The 100 most-visited sites: Germany

Data: January 2011

Learn more about this list

Rank	Site	Unique Visitors (users)	Reach	Page Views	Has Advertising
1	youtube.com	24,000,000	39.1%	4,300,000,000	Yes
2	facebook.com	23,000,000	38.5%	23,000,000,000	Yes
3	ebay.de	19,000,000	32%	6,400,000,000	Yes
4	wikipedia.org	16,000,000	26.4%	600,000,000	No
5	amazon.de	15,000,000	24%	1,300,000,000	No
6	yahoo.com	11,000,000	17.9%	1,200,000,000	Yes
7	web.de	11,000,000	18.3%	1,800,000,000	Yes
8	t-online.de	11,000,000	18.1%	950,000,000	Yes
9	live.com	9,100,000	15.1%	790,000,000	Yes
10	microsoft.com	8,200,000	13.6%	160,000,000	Yes

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

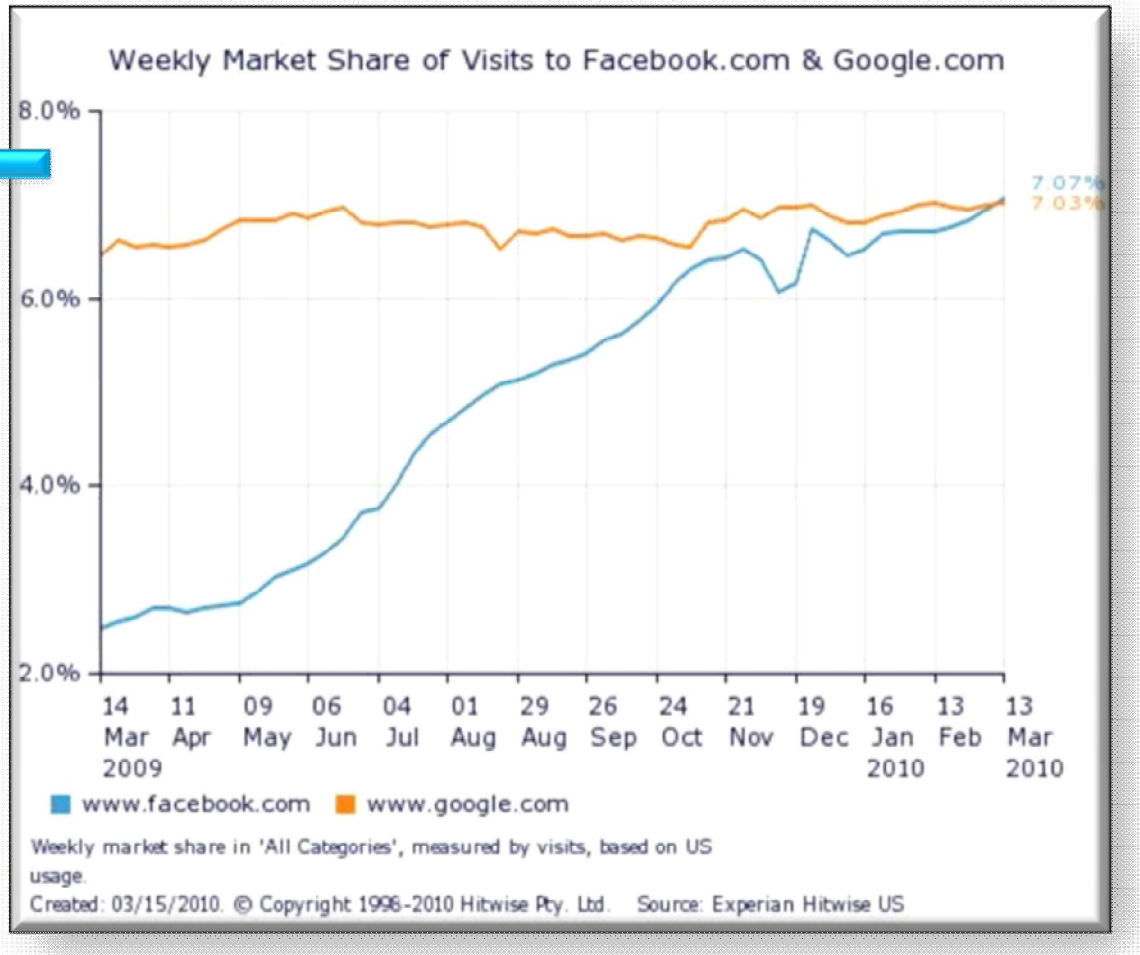
Wachsende Beliebtheit Sozialer Netzwerke

Comscore: Top 20 soziale Netzwerke Deutschland / September 2011				
Platz	Website	Un. Visitors*	vs. Sep. 2010	
		in Mio.	in Mio.	in %
1	Facebook.com	37,641	11,322	43,0
	VZ-Netzwerke	8,026	-8,231	-50,6
	(Einzeldaten und -platzierungen der drei VZs siehe unten)			
2	Wer-kennt-wen.de	5,207	-2,110	-28,8
3	MySpace	4,835	kein Vergl. mögl.	
4	Xing	4,060	-0,069	-1,7
5	Jappy	3,745	-0,646	-14,7
6	Stayfriends.de	3,571	-4,738	-57,0
7	MeinVZ.net	3,449	-2,942	-46,0
8	SchuelerVZ.net	3,447	-5,004	-59,2
9	Twitter.com	3,376	0,617	22,3
10	Windows Live Profile	2,873	-0,965	-25,1
11	Odnoklassniki	2,307	0,424	22,5
12	StudiVZ.net	2,157	-6,307	-74,5
13	Linkedin.com	1,943	0,633	48,3
14	Deviantart.com	1,891	kein Vergl. mögl.	
15	Tumblr.com	1,752	1,302	289,5
16	Nasza-Klasa.pl	1,733	0,546	45,9
17	Badoo.com	1,292	0,818	172,3
18	Steamcommunity.com	1,201	0,514	74,9
19	Vkontakte	1,167	0,338	40,8
20	Geschaut.com	1,086	kein Vergl. mögl.	
*Unique Visitors in Deutschland im September 2011				
Quelle: Comscore / Tabelle: MEEDIA				

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Facebook hat Google bereits 2010 in den USA überholt

Top 10 most-visited Websites	
2009	2010
www.google.com	www.facebook.com
mail.yahoo.com	www.google.com
www.facebook.com	mail.yahoo.com
www.yahoo.com	www.yahoo.com
www.myspace.com	www.youtube.com
mail.live.com	www.msn.com
www.youtube.com	www.myspace.com
search.yahoo.com	mail.live.com
www.msn.com	search.yahoo.com
www.ebay.com	www.bing.com
Note: Data is based on U.S. visits for January to November 2009 and 2010	
Source: Experian Hitwise	



© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

…und auch die Entwicklung in Deutschland ist klar (1):





Quelle: F.A.Z. vom 13.09.2011

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Facebook & Co.

…und auch die Entwicklung in Deutschland ist klar (2):



© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Facebook - populär bei (fast) allen Altersgruppen



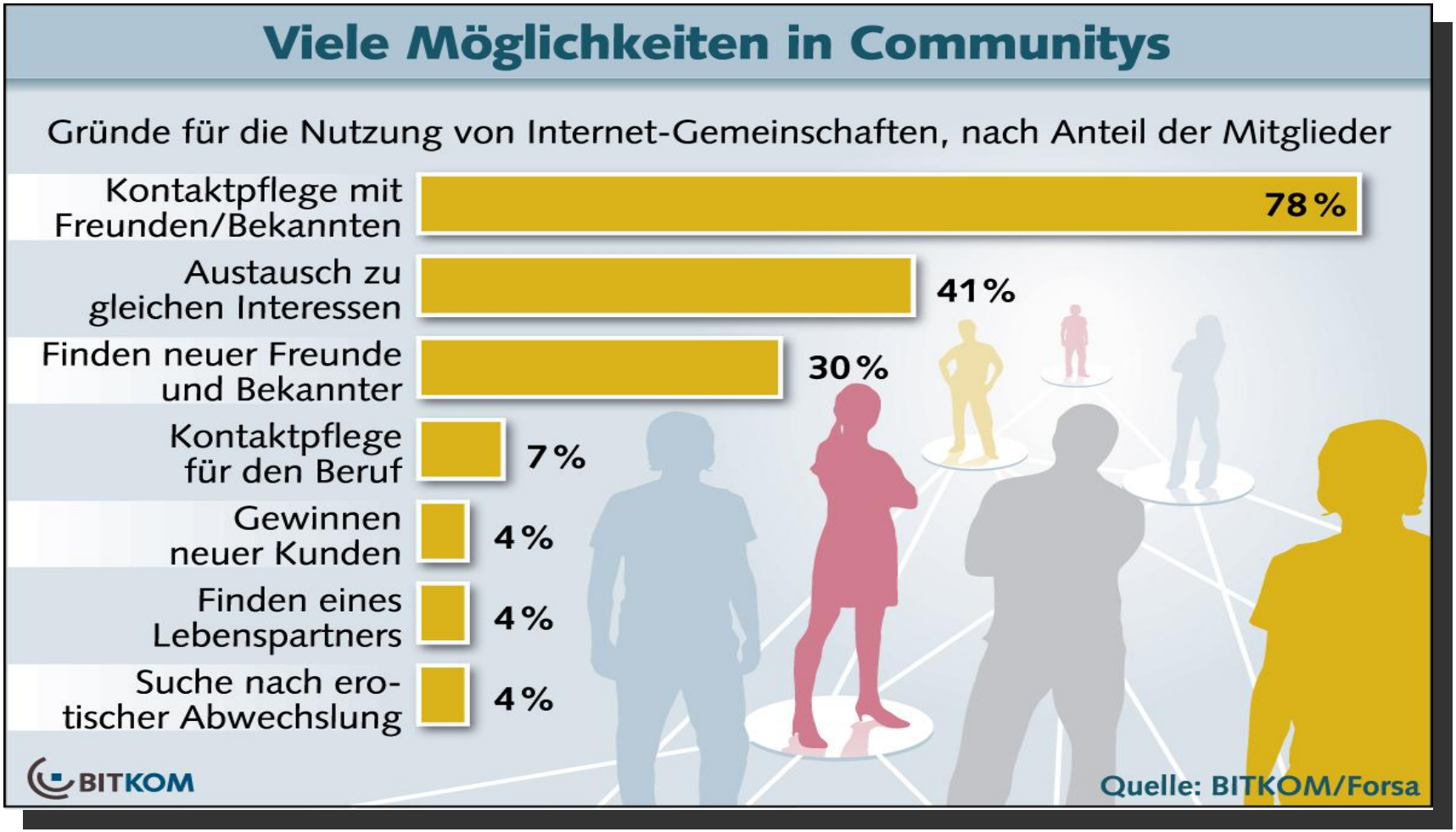
Quelle: eigene Angaben Facebook

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Die Gründe für die Beliebtheit…

…liegen ganz überwiegend im <u>privaten</u> Bereich:

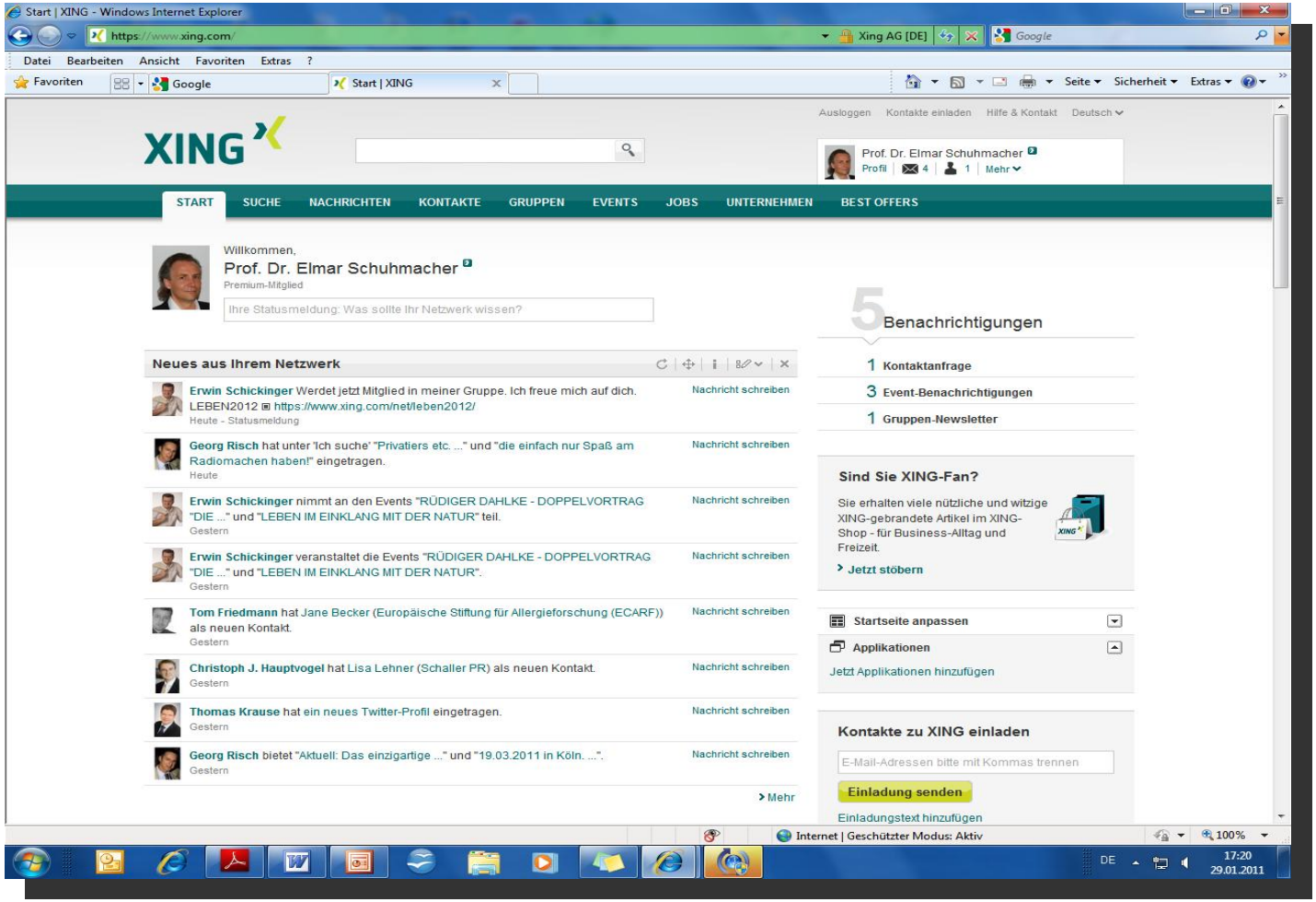


© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

…aber:

…teilweise auch im beruflichen Bereich:



© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

…was manchmal - absichtlich oder unabsichtlich - fließend ineinander übergehen kann:

MEEDIA

MEEDIA Extra vom 21. Juni 2011

Gesendet am: 21.06.2011 mailing@meedia.de

MEEDIA-STORIES



FEHLER DURCH NEUES LAYOUT ENTSTANDEN?

Thessa II.: Xing-Manager lädt zur Mega-Party

Die 16-jährige Thessa lud versehentlich 600 Millionen Facebook-Mitglieder zu ihrer Geburtstagsparty ein. Gekommen waren 1.500 Feierwütige, die Hamburger Bramfeld verwüsteten. Dass so ein Fehler nicht nur Teenies passiert, beweist der Vice President Operations von Xing, Johannes Mainusch: Der Manager war möglicherweise durch das stark an Facebook angelehnte neue Design des Business-Netzwerks verwirrt und stellte seine Grillparty als öffentliche Veranstaltung ein - für alle elf Millionen... Mehr

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Wem „gehören“ diese - überwiegend privaten - Inhalte?

…dazu: Facebook-Nutzungsbedingungen:

„2. Der Austausch deiner Inhalte und Informationen

Dir gehören alle Inhalte und Informationen, die du auf Facebook postest. *Zudem kannst du mithilfe deiner Privarsphäre- und Anwendungseinstellungen kontrollieren, wie diese ausgetauscht werden. Ferner:*

Für Inhalte, die unter die Rechte an geistigem Eigentum fallen, wie Fotos und Videos („IP-Inhalte“), erteilst du uns vorbehaltlich deiner Privatsphäre- und Anwendungseinstellungen die folgende Erlaubnis: Du gibst uns eine nicht-exklusive, übertragbare, unterlizenzierbare, unentgeltliche, weltweite Lizenz für die Nutzung jeglicher IP-Inhalte, die du auf oder im Zusammenhang mit Facebook postest („IP-Lizenz“). *Diese IP-Lizenz* ***endet****, wenn du deine IP-Inhalte oder dein Konto* ***löscht****,* ***außer*** *deine Inhalte wurden* ***mit anderen Nutzern geteilt*** *und diese haben sie nicht gelöscht.*

Wenn du IP-Inhalte löscht, so werden sie auf eine Weise entfernt, die dem Leeren des Recyclingbehälters auf einem Computer gleichkommt. Allerdings sollte dir bewusst sein, dass entfernte Inhalte für eine angemessene Zeitspanne in Sicherheitskopien fortbestehen (für andere jedoch nicht zugänglich sind).

Wenn du eine Anwendung verwendest, stehen deine Inhalte und Informationen der Anwendung zur Verfügung. Wir verlangen von Anwendungen, dass sie deine Privatsphäre respektieren. Deine Vereinbarung mit der Anwendung bestimmt, wie diese die Inhalte und Informationen nutzen, speichern und übertragen kann. (Weitere Informationen zur Plattform findest du in unseren Datenschutzrichtlinien und auf der „Über Plattform“-Seite.)

Wenn du die ***Einstellung „Alle“*** *bei der Veröffentlichung von Inhalten oder Informationen verwendest, können alle Personen, einschließlich solcher, die Facebook nicht verwenden, auf diese Informationen zugreifen, sie verwenden und sie mit dir (d. h. deinem Namen und Profilbild) assoziieren.“*

Letzte Überarbeitung: 25. März 2011

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Ist das der „Ausverkauf“ seiner Daten durch den Nutzer?

…nein, noch nicht ganz, denn:

„Letzte Überarbeitung: 21 Dezember 2009

Für Nutzer mit Wohnsitz in Deutschland:

1. Ziffer 2 gilt mit der Maßgabe, dass unsere Nutzung dieser Inhalte auf die Verwendung auf oder in Verbindung mit Facebook beschränkt ist.“

…reicht das nicht?

- wohl kaum!

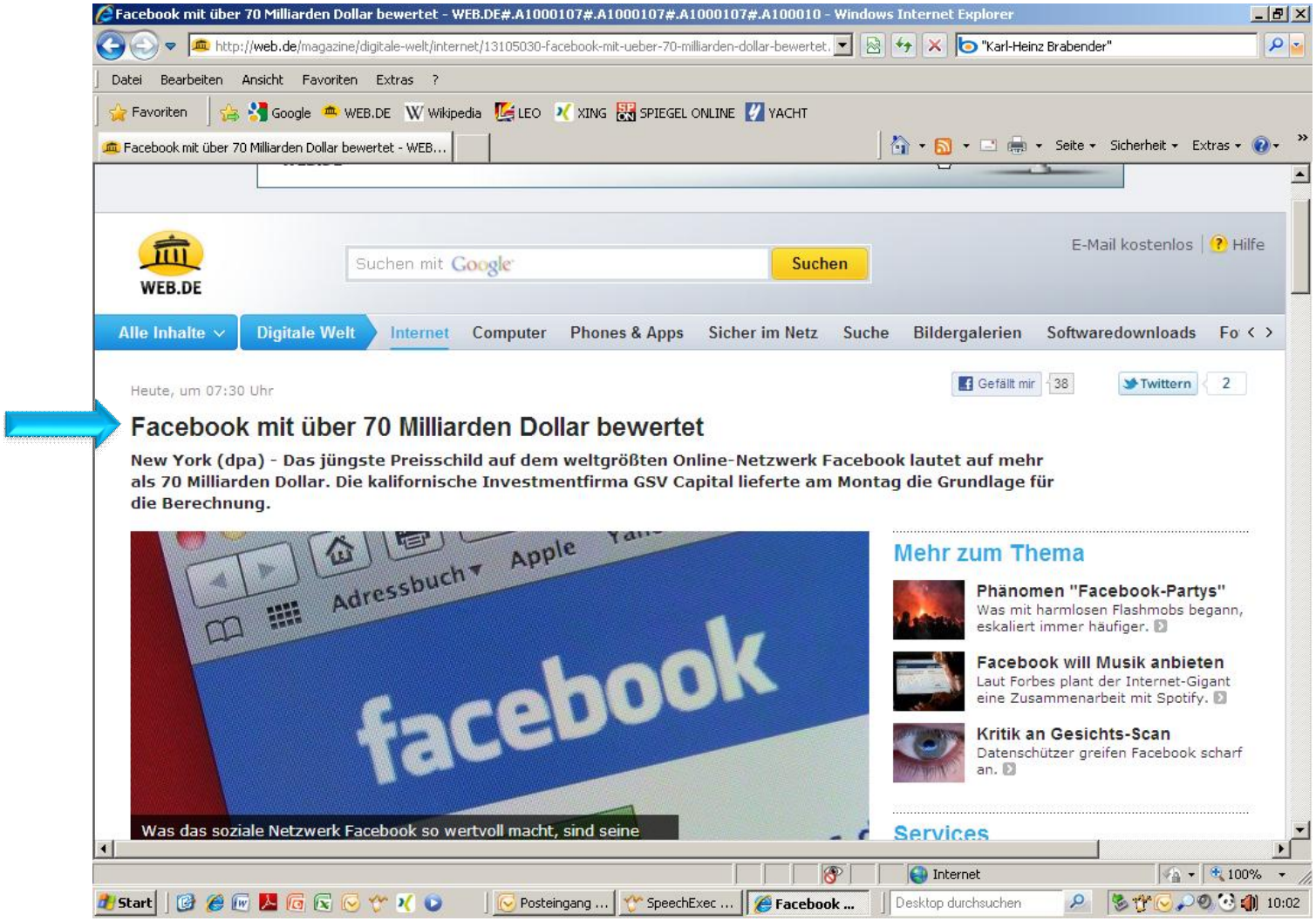
…und: Wie wird denn das „Eigentum“ der User durch die Anbieter geschützt?

- Ist der Nutzer tatsächlich „Herr seiner Daten“?
- Was machen die Anbieter?

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

…zunächst ein „kleines“ Zwischenergebnis:



© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Wie gehen die Anbieter mit diesen überwiegend privaten Inhalten (= personenbezogene Daten) der Nutzer um? (1)

…eine interessante Entwicklung der Privacy Policy bei Facebook:

- **Facebook Privacy Policy circa 2005:**

  „No personal information that you submit to Thefacebook will be available to any user of the Web Site who does not belong to at least one of the groups specified by you in your privacy settings.“

- **Facebook Privacy Policy 2010:**

  „When you connect with an application or website it will have access to General Information about you. The term General Information includes your and your friends' names, profile pictures, gender, user IDs, connections and any content shared using the Everyone privacy setting. ... ***The default privacy setting for certain types of information*** *you post on Facebook is set to "**everyone**." ... Because it takes two to connect, your privacy settings only control who can see the connection on your profile page. If you are uncomfortable with the connection being publicly available, you should consider removing (or not making) the connection.“*

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Wie gehen die Anbieter mit diesen überwiegend privaten Inhalten (= personenbezogene Daten) der Nutzer um? (2)

- **Bzw. in den deutschen Facebook-Datenschutzrichtlinien:**

„…
Informationen für „Alle“. *Für „Alle“ zugänglich gemachte Informationen sind allgemein verfügbare Daten wie zum Beispiel dein Name, Profilbild und deine Verbindungen. Auf derartige Informationen* ***kann*** *beispielsweise* ***jedermann im Internet zugreifen*** *(auch Personen, die nicht bei Facebook angemeldet sind). Außerdem können diese Daten von Suchmaschinen Dritter indexiert sowie von uns und anderen ohne datenschutzbezogene Einschränkungen importiert, exportiert, weitergegeben und erneut weitergeleitet werden. Diese Informationen, einschließlich deines Namens und Profilbilds, können auch außerhalb von Facebook mit dir in Verbindung gebracht werden, zum Beispiel in allgemein zugänglichen Suchmaschinen oder wenn du andere Webseiten im Internet besuchst.* ***Die standardmäßige Privatsphäre-Einstellung für bestimmte Arten von Informationen****, die du auf Facebook veröffentlichst,* ***ist „Alle“.*** *Du kannst diese Standardvorgaben in deinen Privatsphäre-Einstellungen überprüfen und ändern. Wenn du für „Alle“ vorgesehene Inhalte, die du auf Facebook veröffentlicht hast, löschst, nehmen wir sie aus deinem Facebook-Profil, haben jedoch keine Kontrolle über ihre Nutzung außerhalb von Facebook.*
…“

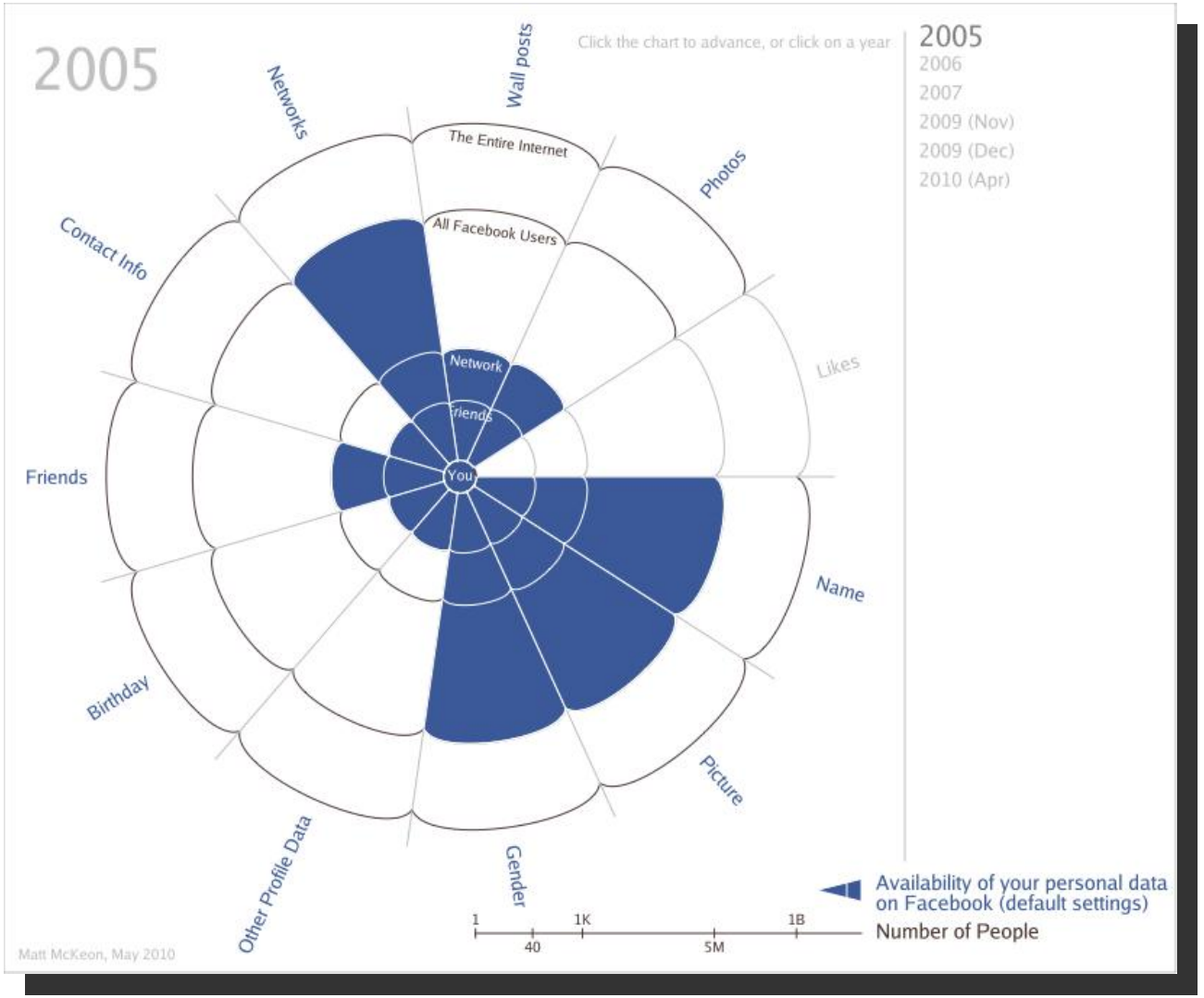
Letzte Überarbeitung: 22. Dezember 2010 (aktuell abgelöst durch neuere Datenschutzrichtlinien)

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Entwicklung der Privacy Policy bei Facebook

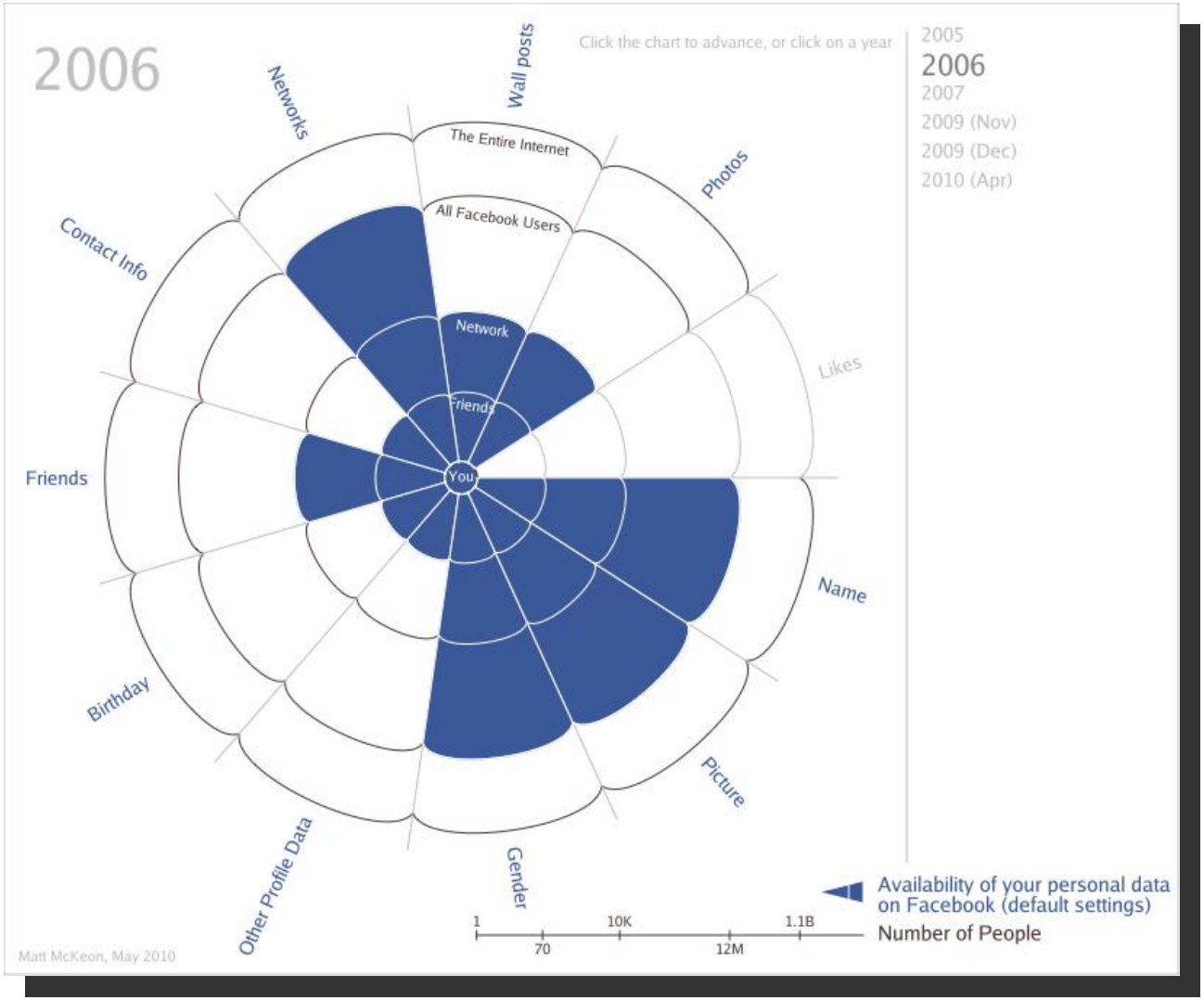
Standard-Einstellungen Facebook 2005



Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Entwicklung der Privacy Policy bei Facebook

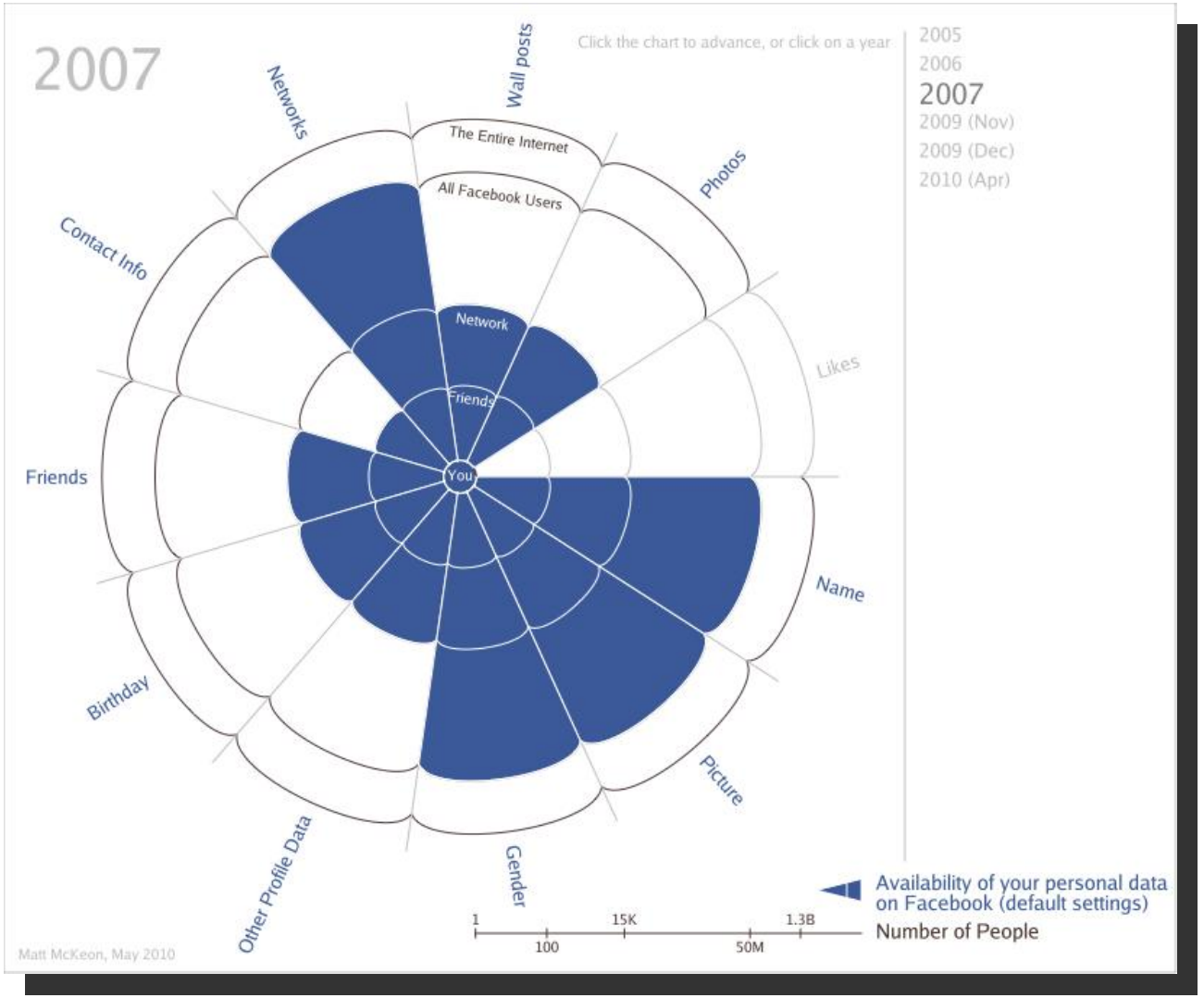
Standard-Einstellungen Facebook 2006



Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Entwicklung der Privacy Policy bei Facebook

Standard-Einstellungen Facebook 2007

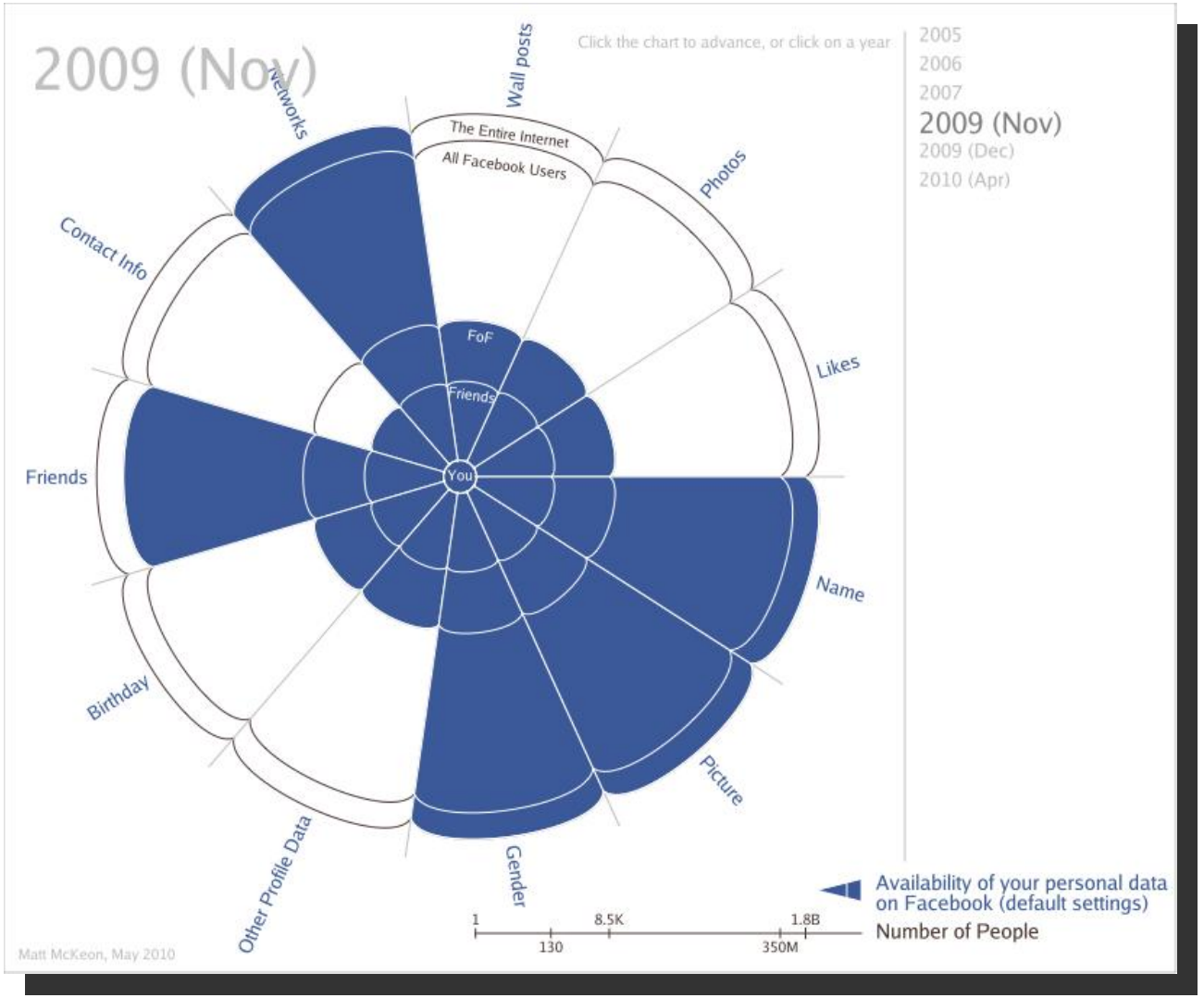


© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Entwicklung der Privacy Policy bei Facebook

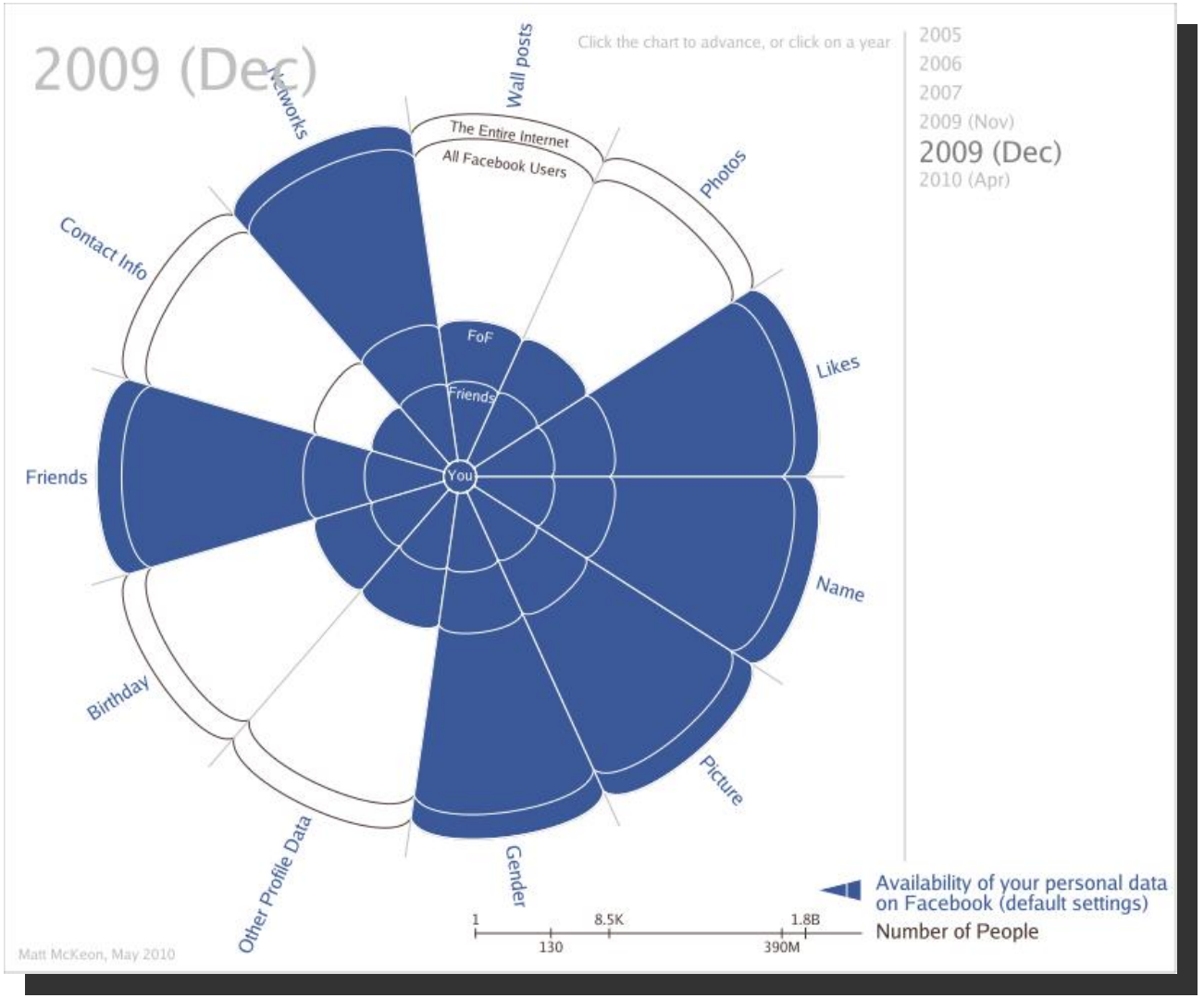
Standard-Einstellungen Facebook November 2009



Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Entwicklung der Privacy Policy bei Facebook

Standard-Einstellungen Facebook Dezember 2009

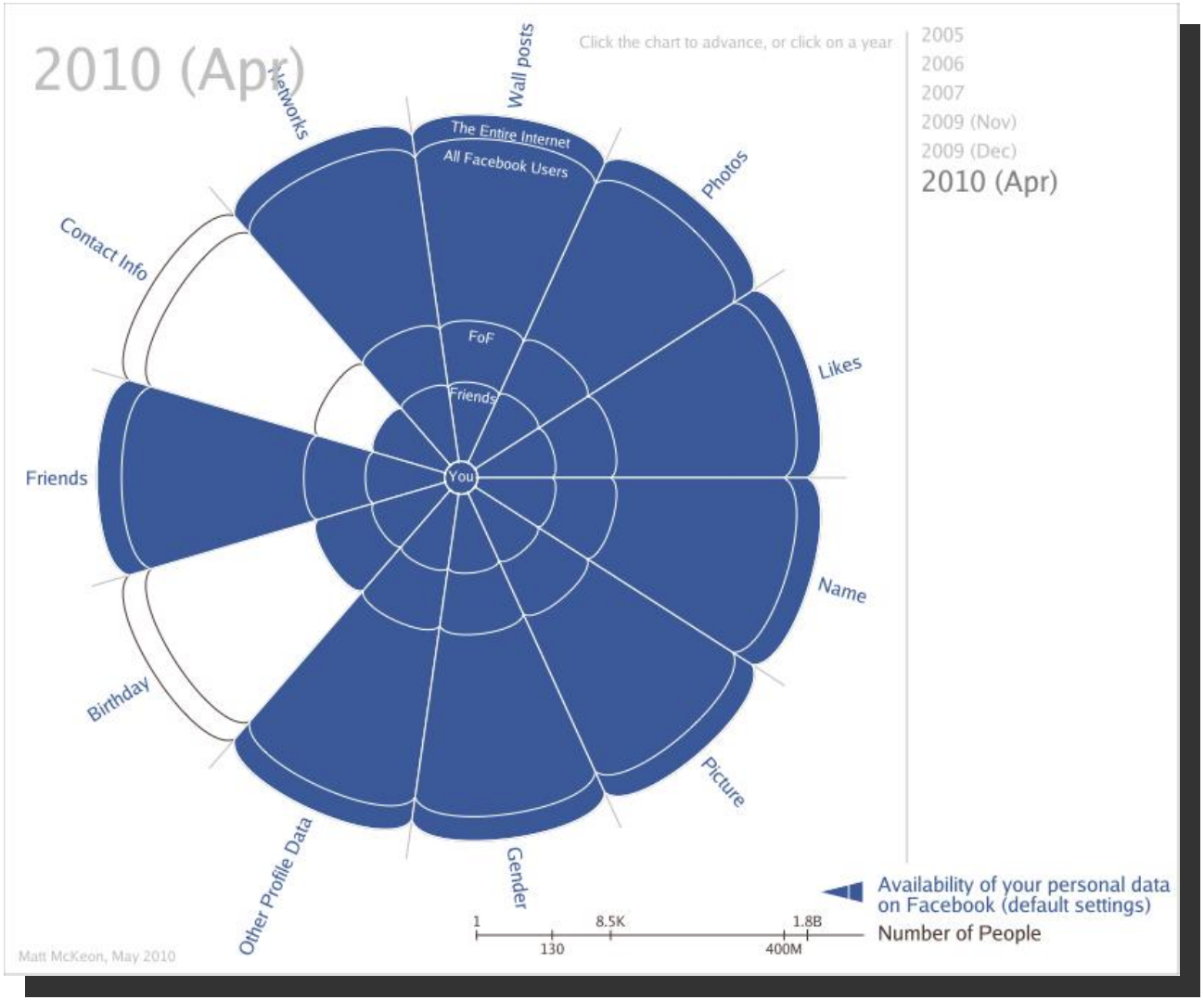


© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Entwicklung der Privacy Policy bei Facebook

Standard-Einstellungen Facebook April 2010



Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Das Ergebnis in der Praxis:



vom 25.03.2010

„Soziale Netzwerke

Datenschutz oft mangelhaft“

„Soziale Online-Netzwerke werden immer wichtiger:

- Knapp ein Viertel der Deutschen nutzen sie regelmäßig, bei Jugendlichen liegt der Anteil sogar dreimal so hoch.
- Der Test zeigt jedoch: Facebook und Co. Weisen erhebliche Mängel beim Datenschutz auf. Und sie machen es Hackern leicht, auf persönliche Daten ihrer Nutzer zuzugreifen.“

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Datenschutz in Sozialen Netzwerken?

Datenschutz bei Onlinenetzwerken

25.03.2010

Angebote	Internetadresse www.	Organisation und Trans-parenz	Umgang mit Nutzer-daten	Daten-sicherheit	Nutzer-rechte	Jugend-schutz	Mängel in den AGB	test-Gesamtbewertung
schülerVZ	schuelervz.net	○	++	⊖	++	⊖	sehr gering	EINIGE MÄNGEL
studiVZ	studivz.net	+	+	⊖	++	○	sehr gering	EINIGE MÄNGEL
Jappy [1]	jappy.de	○	+	–	+	○	gering	DEUTLICHE MÄNGEL
lokalisten	lokalisten.de	○	⊖	⊖	○	○	gering	DEUTLICHE MÄNGEL
wer-kennt-wen.de	wer-kennt-wen.de	○	+	–	○	⊖	keine	DEUTLICHE MÄNGEL
Xing	xing.com	○	+	– [2]	○	⊖	sehr gering	DEUTLICHE MÄNGEL [2]
Stayfriends	stayfriends.de	⊖	+	–	⊖	–	keine	ERHEBLICHE MÄNGEL
Facebook [3]	facebook.com	⊖	–	– [2]	–	⊖	sehr deutlich	ERHEBLICHE MÄNGEL [2]
LinkedIn	linkedin.com	–	⊖	– [2]	○	○	sehr deutlich	ERHEBLICHE MÄNGEL [2]
Myspace	myspace.com	–	–	– [2]	–	⊖	sehr deutlich	ERHEBLICHE MÄNGEL [2]

++	Sehr gut (0,5-1,5)
+	Gut (1,6-2,5)
○	Befriedigend (2,6-3,5)
⊖	Ausreichend (3,6-4,5)
–	Mangelhaft (4,6-5,5)

Gesamtbewertung: keine Mängel, geringe Mängel, einige Mängel, deutliche Mängel, erhebliche Mängel.
Mängel in den Allgemeinen Geschäftsbedingungen (AGB): keine, sehr gering, gering, deutlich, sehr deutlich.
Reihenfolge: Bei gleicher Gesamtbewertung nach Alphabet.
[1] Laut Anbieter Datensicherheit inzwischen geändert.
[2] Sicherheitsprüfung verweigert.
[3] Einstellmöglichkeiten: Anbieter hat Voreinstellung der persönlichen Daten (Sichtbarkeit) inzwischen geändert.

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Wo liegen die Probleme?

…ein Beispiel:



© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Theoretisch aber alles doch ganz einfach - oder?

…aber: Die Praxis sieht aber leider anders aus!



© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

…erste Reaktionen darauf? –oder aber auf Google+?

heise online

23.08.2011 21:25

Facebook renoviert Datenschutz-Einstellungen

Das soziale Netzwerk **Facebook[1]** reagiert mit einer Generalüberholung der nutzerseitigen Datenschutz-Einstellungen auf die Herausforderung durch **Google+[2]** . Wie das Unternehmen am Dienstag **mitteilte[3]**, werden Nutzer künftig für verschiedene Inhalte ihres Profils mehrere Freigabemöglichkeiten haben. Die Änderungen sollen in den kommenden Tagen vorgenommen werden.

Facebook verabschiedet sich damit von dem bisherigen Ansatz, die Einstellungsmöglichkeiten für den Schutz privater Informationen möglichst tief in den Profileinstellungen zu verstecken. Mit den angekündigten Änderungen sollen Facebook-Nutzer die Angaben auf ihrem Profil, ihre Statusmeldungen und Tags in Photos direkt für verschiedene Gruppen freigeben und nachträglich auch ändern können – Googles "Kreise"-Philosophie lässt grüßen.



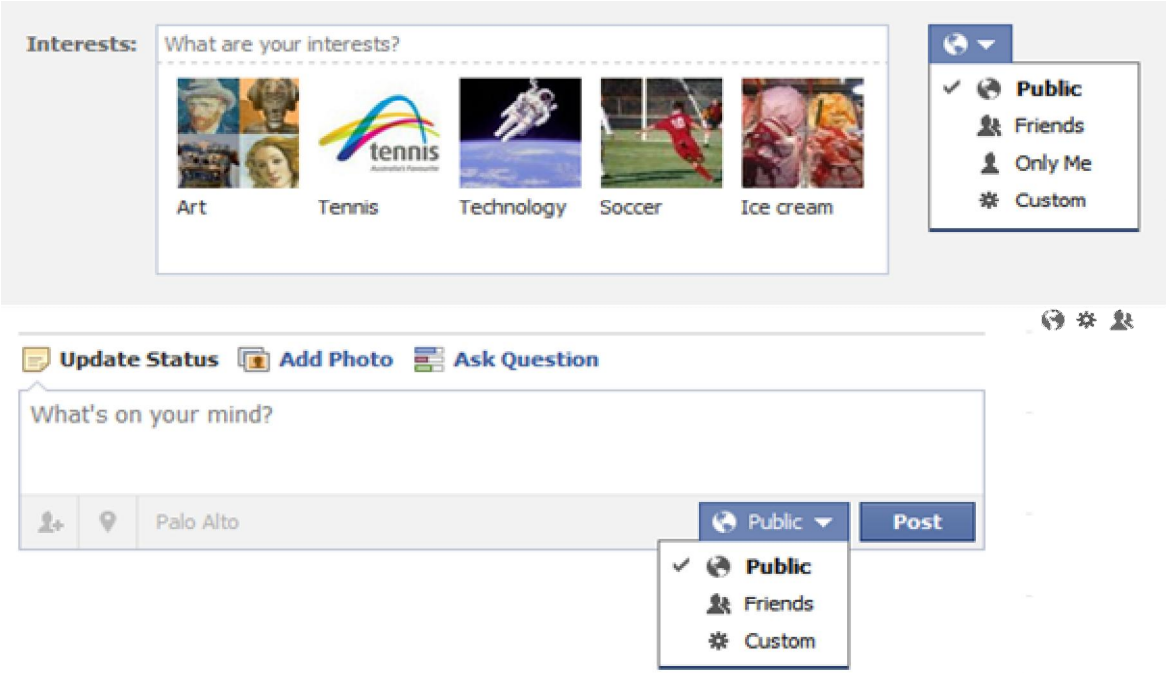
Im eigenen Profil sollen Nutzer künftig jede einzelne Angabe – Geburtstag, Wohnort etc. – direkt in der Profilansicht für verschiedene Gruppen freigeben können. Über einen neuen Button lässt sich das eigene Profil mit den Augen verschiedener Freigabeebenen ansehen und die Einstellungen damit nun besser kontrollieren. Die bisher den Smartphone-Apps vorbehaltene Geo-Funktion wird in die Standard-Anwendung integriert, damit können Nutzer ihren Aufenthaltsort bei allen Inhalten angeben.

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

…erste Reaktionen darauf? –oder aber auf Google+ ???

- Aktuell:



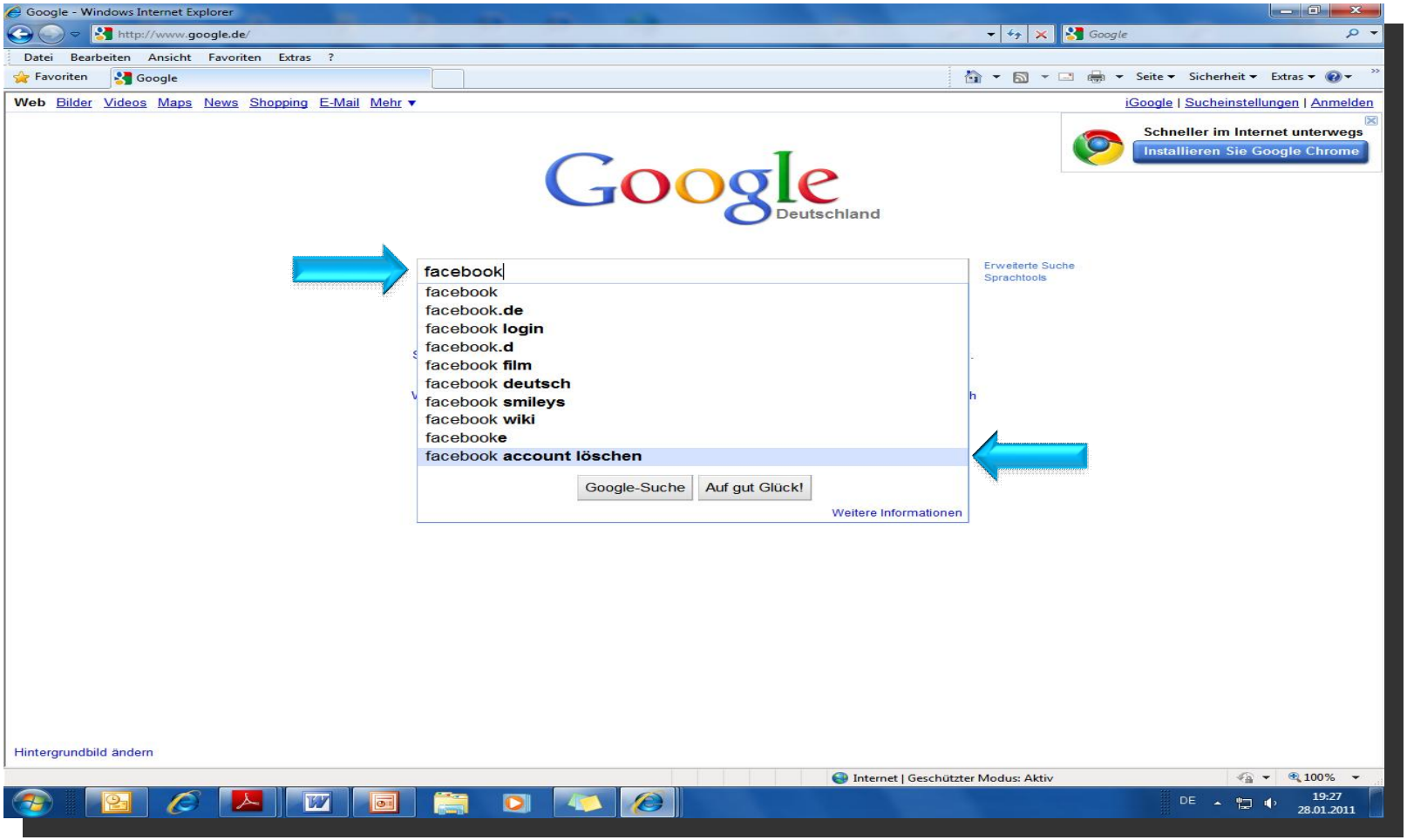
Aber:
„**Einige Inhalte** (wie dein Name und Profilbild) verfügen nicht über „Teilen"-Symbole, weil sie **immer öffentlich** sichtbar sind. **Im Allgemeinen solltest du annehmen, dass Informationen öffentlich zugänglich sind, wenn du kein „Teilen"-Symbol siehst."**

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Also dann hilft nur die „ultimative“ Lösung?

…aber die ist offensichtlich auch nicht so ganz einfach:



© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Die Reaktion der Politik:

stern.de

http://www.stern.de/digital/online/datenschutz-in-sozialen-netzwerken-eu-fordert-ein-recht-vergessen-zu-werden-1620643.html
Erscheinungsdatum: 4. November 2010, 16:34 Uhr

Datenschutz in sozialen Netzwerken:

EU fordert ein Recht, "vergessen zu werden"

Die Europäische Union macht Druck auf Facebook und andere soziale Netzwerke, den Datenschutz stärker zu achten. Die EU-Kommission fordert, das Recht der Nutzer auf das Löschen sämtlicher Daten zu respektieren. Experten sind jedoch skeptisch, ob sich entsprechende Gesetze durchsetzen lassen.



EU-Kommissarin Reding will die Datenschutzrichtlinie aktualisieren
© Christophe Karaba/AFP

Internetnutzer sollen mehr Kontrolle über ihre privaten Daten im Netz bekommen und sie auch einfach löschen können. Die EU-Kommission macht Druck auf Onlinenetzwerke wie Facebook oder den Google-Konzern mit seinem Straßenatlas Street View. Brüssel will die Unternehmen dazu verpflichten, persönliche Informationen wie Freundeslisten oder Fotos auf Wunsch der Bürger schnell und unkompliziert zu entfernen. Den Anbietern sollen dafür Fristen vorgeschrieben werden.

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

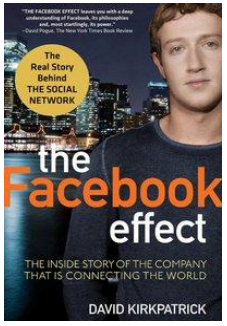
Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Wie sehen das die Anbieter?

Mark Zuckerberg:

- ***"You have one identity,"***
- ***"The days of you having a different image for your work friends or co-workers and for the other people you know are probably coming to an end pretty quickly."***
- ***"Having two identities for yourself is an example of a lack of integrity."***

Quelle:



Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

…und wie agieren und reagieren die Unternehmen? (1)

Die eine Seite:

MEEDIA

JOB & KARRIERE

Gesendet am: 14.09.2011 mailing@meedia.de

MEEDIA-STORIES



JEDES VIERTE UNTERNEHMEN BLOCKIERT SOCIAL-MEDIA-SEITEN

Deutsche Firmen sperren Facebook und Co.

Ärgerlich für viele Angestellte: Besonders bei deutschen Unternehmen steigt das Misstrauen in Social Media. Fast ein Viertel aller hiesigen Firmen sperrt einer Studie zufolge den Zugang zu Facebook, Twitter und Co. Im weltweiten Durchschnitt sind es 19 Prozent, während es im vergangenen Jahr noch nur neun Prozent waren. Medienanwalt Dirk-Hagen Macioszek erklärt im MEEDIA-Interview, wie die Rechtslage aussieht und worauf Arbeitnehmer bei der Nutzung von sozialen... Mehr

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

…und wie agieren und reagieren die Unternehmen? (2)

Fast **ein Viertel** aller hiesigen Firmen **sperrt** einer Studie zufolge den **Zugang** zu Facebook, Twitter und Co. Im **weltweiten** Durchschnitt sind es **19 Prozent**, während es im vergangenen Jahr noch nur neun Prozent waren.

Im weltweiten Vergleich in der von der Firma Clearswift durchgeführten „Work Life Web 2011“-Studie sind **deutsche Unternehmen** die **Meisterblockierer**. 23 Prozent gaben an, Social-Media-Seiten zu sperren. Als **Grund** dafür nannten 86 Prozent der Befragten **Sicherheitsbedenken**. 48 Prozent der Führungskräfte fürchten den **Verlust vertraulicher Daten** durch Mitarbeiter. Zwei Drittel der Manager gaben zudem an, die Internetaktivitäten ihrer Mitarbeiter zu überwachen.

Allerdings hält die Hälfte der Firmen den Einsatz von Web 2.0 für entscheidend für den zukünftigen Erfolg. Weltweit will **jedes vierte Unternehmen** in diesem Jahr **mehr in Social Media investieren**. In den **USA** planen mit **44 Prozent** am meisten Betriebe, Geld in die Web-Kommunikation zu stecken. Es folgen Großbritannien mit 31 Prozent und **Deutschland** – abgeschlagen – mit nur **18 Prozent** – hier lässt sich also eine klare Indifferenz erkennen.

Für die Studie befragte Clearswift 1.529 Angestellte und 906 Manager aus Großbritannien, den USA, Australien, Deutschland, den Niederlanden und Japan.

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

…ist ein solches Sperren wirklich angezeigt?

- Sicherheitsbedenken?
- Verlust vertraulicher Daten?

…auch andere Gründe?

SPIEGEL ONLINE WIRTSCHAFT

Stuttgart - Was haben Angela Merkel, Stefan Mappus und Daimler-Chef Dieter Zetsche gemein? Sie bilden die "Spitze des Lügenpacks" im Zusammenhang mit dem umstrittenen Bahnhofsprojekt Stuttgart 21 - zumindest sahen das die Initiatoren der Facebook-Gruppe "Daimler-Kollegen gegen Stuttgart 21" so. Sie platzierten dies jedenfalls im sozialen Netzwerk. Weil einige Arbeiter des Automobilkonzerns den "Gefällt mir"-Button drückten, mussten sie zum Rapport in der Personalabteilung antreten.

24.05.2011 Drucken | Senden | Feedback | Merken

Zetsche-Beleidigung auf Facebook

Daimler bestellt Mitarbeiter zum Rapport



DPA

Soziales Netzwerk Facebook: Vorsicht beim "Gefällt mir"-Knopf

Den "Gefällt mir"-Knopf drücken, wenn der eigene Firmenchef beleidigt wird - keine gute Idee, wie einige Daimler-Mitarbeiter nun erfahren mussten. Sie wurden zum Gespräch in die Personalabteilung geladen.

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Was bedeutet das derzeit in der Praxis im Personalwesen?

Die andere Seite:

…für die User gibt es praktisch (fast) keine Anonymität mehr!

…soziale Netzwerke werden zur „Fundgrube“ für Informationen über eine Person

Konsequenz im **Personalwesen**: Soziale Netzwerke werden in erheblichem Umfang zur Informationsbeschaffung über Kandidaten eingesetzt:

- bereits heute halten sich **25 Prozent** der Personaler und Personalberater täglich in sozialen Netzwerken auf, um Kandidaten zu identifizieren
- **35 Prozent** nutzen soziale Netzwerke für die Informationsbeschaffung zu Kandidaten
- **56 Prozent** der Personalberater schätzen den Einfluss von auffindbaren Informationen im Internet auf die zukünftige Karriere als wichtig ein
- bei **47 Prozent** der Befragten führte die Recherche auch bereits zum Ausschluss von Kandidaten aus dem Auswahlprozess

Quelle: GEMINI Executive Search GmbH

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

…Bedeutung und Praxis im Personalwesen beim Recruiting

Aktuell:

heise online

18.10.2011 14:48

Jeder zweite Personaler informiert sich über Bewerber im Internet

Jeder zweite Personalverantwortliche informiert sich über Bewerber im Internet (52 Prozent). Das geht aus einer repräsentativen Umfrage des Marktforschungsinstituts Aris in Hamburg hervor. Im Vergleich zum **Vorjahr[1]** dient das Netz damit in diesem Jahr noch häufiger als Informationsquelle: 2010 waren es 49 Prozent. Im Auftrag des Branchenverbands **Bitkom[2]** wurden 1500 Geschäftsführer und Personalverantwortliche in Unternehmen befragt.

Personaler nutzen vor allem die Suchmaschinen im Netz zur Bewerber-Recherche: So greift rund jeder Zweite (49 Prozent) auf Internetseiten wie Google oder Yahoo zurück. Jeder Fünfte (21 Prozent) sucht nach Informationen über Bewerber in Karrierenetzwerken wie Xing oder LinkedIn. Fast genauso viele Personaler (19 Prozent) gaben an, einen Blick in die mehr privat genutzten **sozialen Netzwerke[3]** wie Facebook oder StudiVZ zu werfen.

Bewerber sollten daher verstärkt darauf achten, welche Informationen das Netz über sie ausspuckt, rät der Bitkom. In einen ersten Schritt sei es sinnvoll, sich selbst im Internet zu suchen. Dadurch bekämen Jobanwärter rasch einen Überblick, welche Informationen es im Web über sie gibt. Unliebsame Fotos sowie intime Einträge in Blogs unter echtem Namen sollten Bewerber entfernen lassen, rät der Bitkom.

Mit eigenen Profilen in Karrierenetzwerken wie Xing oder LinkedIn oder einer eigenen Homepage könnten Bewerber ihre Außendarstellung im Netz im nächsten Schritt positiv beeinflussen. Hier bestimmen sie allein, in welcher Art und Weise sie sich nach außen repräsentieren wollen. Die eigenen Profile und Internetseiten erscheinen in den Ergebnislisten der Suchmaschinen meist ganz oben und würden von den Personalern deshalb in der Regel zuerst gesehen.

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Ist die Informationsbeschaffung über potentielle Arbeitnehmer bzw. Bewerber im Internet derzeit überhaupt zulässig?

„…es kommt darauf an“:

- Gemäß **§ 3 Abs. 11 Nr. 7 BDSG** gelten **Bewerber** als „**Beschäftigte**“ und damit ausdrücklich zum geschützten Personenkreis des BDSG. Informationen über sie dürfen daher nur erhoben, verarbeitet oder genutzt werden, wenn das BDSG oder ein anderes Gesetz dies ausdrücklich erlaubt.

- Nach **§ 28 Abs. 1 S. 1 Nr. 3 BDSG** ist die Informationsbeschaffung zulässig, wenn die Informationen aus **allgemein zugänglichen Quellen** erlangt werden können und **keine schutzwürdigen Interessen des Betroffenen entgegen stehen**. Solche frei zugänglichen Informationen, dürfen daher im Internet (z.B. über Google) grundsätzlich erhoben werden.

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Ist die Informationsbeschaffung über potentielle Arbeit-nehmer bzw. Bewerber im Internet derzeit überhaupt zulässig?

- Bei **sozialen Netzwerken** ist es aber regelmäßig schon höchst **fraglich**, ob insoweit **öffentlich zugänglichen Daten** vorliegen, **wenn** und soweit diese **nur für die angemeldeten User** des jeweiligen Netzwerkes einsehbar sind. Im übrigen aber ist davon auszugehen, dass - jedenfalls bei zumindest auch privat genutzten Netzwerken - regelmäßig die Schutzinteressen der Betroffenen entgegenstehen.

- Etwas anderes gilt dann, wenn etwa der **Bewerber** selbst in seinen Unterlagen auf ein entsprechendes Netzwerkprofil **hingewiesen** hat oder sein ausdrückliches Einverständnis erklärt hat (§ 4 BDSG).

- Zusatzproblem: Es gilt zudem das **Direkterhebungsgebot** gem. **§ 4 Abs. 2 BDSG**, d.h. personenbezogene Daten sind i.d.R. beim Betroffen selbst zu erheben.

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Ist die Informationsbeschaffung über potentielle Arbeitnehmer bzw. Bewerber im Internet derzeit überhaupt zulässig?

Zur „Erinnerung“: ***§ 4 BDSG - Zulässigkeit der Datenerhebung, -verarbeitung und –nutzung (sog. Direkterhebungsgebot)***

„(1) Die Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten sind nur zulässig, soweit dieses Gesetz oder eine andere Rechtsvorschrift dies erlaubt oder anordnet oder der Betroffene eingewilligt hat.

(2) ***Personenbezogene Daten sind beim Betroffenen zu erheben****.* ***Ohne seine Mitwirkung*** *dürfen sie nur erhoben werden, wenn*

1. *eine Rechtsvorschrift dies vorsieht oder zwingend voraussetzt oder*
2. a) *die zu erfüllende Verwaltungsaufgabe ihrer Art nach oder der* ***Geschäftszweck*** *eine* ***Erhebung*** *bei* ***anderen*** *Personen oder* ***Stellen erforderlich macht*** *oder*

   b) *die* ***Erhebung beim Betroffenen*** *einen* ***unverhältnismäßigen Aufwand*** *erfordern würde und keine Anhaltspunkte dafür bestehen, dass überwiegende schutzwürdige Interessen des Betroffenen beeinträchtigt werden.“*

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Was soll zukünftig gelten?

BMin Dr. **Thomas de Maizière (noch als Bundesminister des Inneren):**



- **Öffentliche Informationen**, die dem Arbeitgeber **ohne "Hürden"** zu überwinden zugänglich sind, **dürfen** im Bewerbungsprozess **verwendet** werden.
- Informationen aus **privat** genutzten und **geschlossenen** Sozialen Netzwerken dürfen **nicht** verwendet werden.
- Informationen aus Sozialen **Netzwerken**, die explizit der **Darstellung beruflicher Qualifikationen** dienen, können vom Arbeitgeber ebenfalls **verwendet** werden.
- Der Arbeitgeber muss den Bewerber über entsprechende Recherchen **vorab informieren**.
- Ein **neues Gesetz** soll Rechtssicherheit schaffen, zugleich aber solle der Umgang mit sozialen Netzwerken nicht total verrechtlicht werden und den Gerichten ein Entscheidungsspielraum bei der Grenzziehung gelassen werden.

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

…und was wird konkret gemacht?

Gesetzentwurf
der Bundesregierung

Entwurf eines Gesetzes zur Regelung des Beschäftigtendatenschutzes

Vorblatt

A. Problem und Ziel

Mit dem vorliegenden Gesetzentwurf wird die seit Jahrzehnten diskutierte Schaffung umfassender gesetzlicher Regelungen für den Arbeitnehmerdatenschutz verwirklicht. Gegenwärtig existieren nur wenige spezifische gesetzliche Vorschriften zum Schutz der personenbezogenen Daten von Beschäftigten. Für zahlreiche Fragen der Praxis zum Beschäftigtendatenschutz bestehen keine speziellen gesetzlichen Regelungen. Teilweise ergibt sich der rechtliche Rahmen für den Beschäftigtendatenschutz aus verschiedenen allgemeinen Gesetzen wie dem Bundesdatenschutzgesetz und dem Betriebsverfassungsgesetz. Daneben existiert eine Vielzahl an gerichtlichen Einzelfallentscheidungen, anhand derer wichtige Grundsätze für den Beschäftigtendaten-

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Novellierung des BDSG (1)

„…7. § 32 wird durch die folgenden §§ 32 bis 32l ersetzt:

§ 32 Datenerhebung vor Begründung eines Beschäftigungsverhältnisses

*(1) Der Arbeitgeber **darf** den **Namen**, die **Anschrift**, die **Telefonnummer** und die **Adresse** der elektronischen Post eines Beschäftigten im Sinne des § 3 Absatz 11 Nummer 7 erste Alternative vor Begründung eines Beschäftigungsverhältnisses **erheben**. **Weitere** personenbezogene Daten darf er erheben, **soweit** die Kenntnis dieser Daten **erforderlich** ist, um die Eignung des Beschäftigten für die vorgesehenen Tätigkeiten festzustellen. Er darf zu diesem Zweck insbesondere Daten über die fachlichen und persönlichen Fähigkeiten, Kenntnisse und Erfahrungen sowie über die Ausbildung und den bisherigen beruflichen Werdegang des Beschäftigten erheben.*

…“

- *und -erstmals- findet sich auch eine **ausdrückliche Regelung zu sozialen Netzwerken**:*

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Novellierung des BDSG (2)

*(6) Beschäftigtendaten sind **unmittelbar** bei dem Beschäftigten zu erheben. Wenn der Arbeitgeber den Beschäftigten vor der Erhebung hierauf **hingewiesen** hat, darf der Arbeitgeber **allgemein zugängliche Daten ohne Mitwirkung des Beschäftigten erheben**, **es sei denn**, dass das **schutzwürdige Interesse** des Beschäftigten an dem Ausschluss der Erhebung das berechtigte Interesse des Arbeitgebers überwiegt. Bei **Daten aus sozialen Netzwerken**, die der elektronischen Kommunikation dienen, **überwiegt das schutzwürdige Interesse des Beschäftigten**; dies gilt **nicht** für soziale **Netzwerke, die zur Darstellung der beruflichen Qualifikation ihrer Mitglieder bestimmt sind**. Mit Einwilligung des Beschäftigten darf der Arbeitgeber auch bei sonstigen Dritten personenbezogene Daten des Beschäftigten erheben; dem Beschäftigten ist auf Verlangen über den Inhalt der* **erhobenen** *Daten Auskunft zu erteilen. Die Absätze 1 bis 5 sowie § 32a bleiben unberührt.*

*(7) Die Datenerhebung ist nur zulässig, wenn Art und Ausmaß im Hinblick auf den Zweck **verhältnismäßig** sind.“*

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Was heißt das für die Praxis (1)?

1. Der Arbeitgeber hat den Beschäftigten auf die mögliche **Erhebung von allgemein zugänglichen Daten** über ihn **hinzuweisen**. Ein solcher Hinweis könnte z. B. in der Stellenausschreibung erfolgen.

2. Wenn der Arbeitgeber diese Daten elektronisch oder in Papierform **speichert**, muss er den Beschäftigten nach § 33 hierüber **benachrichtigen**.

3. Im **Internet** bei bestimmungsgemäßer Nutzung **für jeden abrufbare Daten** sind grundsätzlich **allgemein zugänglich**, insbesondere, wenn die Daten über eine **allgemeine Suchmaschine** auffindbar sind.

4. Sind die eingestellten Daten dagegen nur einem **beschränkten Personenkreis** zugänglich, z. B. ausgewählten Freunden, liegt eine allgemeine Zugänglichkeit **nicht** vor.

5. In **soziale Netzwerke** im Internet eingestellte Daten dürfen vom Arbeitgeber grundsätzlich **nicht** erhoben werden; **Ausnahme**: soziale Netzwerke, die gerade zur eigenen Präsentation gegenüber potentiellen Arbeitgebern genutzt werden.

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

Was heißt das für die Praxis (2)?

6. **Überwiegende schutzwürdige Interessen** des Beschäftigten können sich im Übrigen daraus ergeben, **wie alt** die Veröffentlichung der Daten im Internet ist, **in welchem Kontext** sie erfolgt und **ob der Beschäftigte nach den erkennbaren Umständen noch die Herrschaft über die Veröffentlichung** hat.

7. Bei der Abwägung ist auch zu berücksichtigen, ob der Arbeitgeber durch die Erhebung der Daten zu Zwecken des Beschäftigungsverhältnisses gegen **allgemeine Geschäftsbedingungen** desjenigen, der die Informationen bzw. die **Plattform** für diese zur Verfügung stellt, **verstoßen** würde. In diesem Fall ist die Erhebung der Daten ebenfalls **in der Regel** wegen eines überwiegenden Interesses des Arbeitnehmers **unzulässig**.

…aber: Wird das tatsächlich so zum Gesetz???

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

… und was ist sonst noch in der – gesetzgeberischen – „Pipeline“?

Bundesrat **Drucksache 156/11**

21.03.11

Wi - AV - FJ - In - K

Gesetzesantrag
des Landes Hessen

Entwurf eines … Gesetzes zur Änderung des Telemedien-gesetzes (TMG)

3. Nach § 13 wird folgender § 13a eingefügt:

„§ 13a

Zusätzliche Pflichten des Diensteanbieters von Telemediendiensten mit nutzergene-rierten Inhalten

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

….Novellierung des TMG: § 13 TMG (1)

- „(1) Soweit der Diensteanbieter dem Nutzer die Möglichkeit bietet, den Telemediendienst durch eigene Inhalte mit personenbezogenen Daten zu erstellen und zu gestalten und diese Inhalte anderen Nutzern zugänglich zu machen (**Telemediendienst mit nutzergenerierten Inhalten**), hat der Diensteanbieter die **Sicherheitseinstellungen auf der höchsten Sicherheitsstufe**, die dieser Telemediendienst zum Schutz der Privatsphäre bietet, **voreinzustellen**.

  Der Diensteanbieter hat den Nutzer bei der erstmaligen Erhebung von personenbezogenen Daten in allgemein verständlicher Form, leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar darüber zu **unterrichten**, **welche Sicherheitseinstellungen** zum Schutz der Privatsphäre des Nutzers **voreingestellt** sind.

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

…Novellierung des TMG: § 13 TMG (2)

Der Diensteanbieter muss dem Nutzer die **Einstellungsmöglichkeit bieten**, dass das Nutzerkonto sowie sonstige **vom Nutzer erstellte** Inhalte mittels anderer, nicht in diesen Telemediendienst integrierter Telemediendienste, welche die Suche von Inhalten ermöglichen (**externe Suchmaschinen**), **nicht gefunden oder ausgelesen werden k**önnen; der Diensteanbieter hat dies entsprechend Satz 1 voreinzustellen.

Satz 3 gilt nicht, soweit der Zweck des Telemediendienstes bei objektiver Betrachtung die Auffindbarkeit oder Auslesbarkeit von Inhalten mittels externer Suchmaschinen umfasst.

Einem Nutzer, der bei der Erhebung seiner personenbezogenen Daten ein Alter von unter 16 Jahren angegeben hat, darf eine Änderung der Voreinstellung nach Satz 3 **erst** ermöglicht werden, wenn er das **Alter von 16 Jahren** erreicht hat.“

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

…Novellierung des TMG: § 13 TMG (3)

(2) Der Diensteanbieter des Telemediendienstes mit nutzergenerierten Inhalten hat den Nutzer

1. über mögliche **Risiken** für personenbezogene Daten und damit verbundene Beeinträchtigungen seiner Persönlichkeitsrechte und

2. darüber, dass durch das Zugänglichmachen von personenbezogenen

Daten, insbesondere von Foto-, Video-, Ton- oder Textinhalten, weder die **Persönlichkeitsrechte** noch **sonstige Rechte** einer **anderen natürlichen Person** verletzt werden dürfen,

in für den Nutzer verständlicher Form, leicht erkennbar, unmittelbar erreichbar und ständig verfügbar zu **unterrichten**.

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

…Novellierung des TMG: § 13 TMG (4)

(3) Im Falle der **Löschung** eines **Nutzerkontos** nach § 13 Absatz 4 Satz 1 Nr. 4 oder Satz 2 ist der Diensteanbieter eines Telemediendienstes mit nutzergenerierten Inhalten verpflichtet, **auch alle** nutzergenerierten **Inhalte** eines Nutzers zu **löschen**. Soweit es sich um nutzergenerierte Inhalte handelt, die in **Zusammenhang** mit nutzergenerierten Inhalten **anderer Nutzer** stehen, tritt an die Stelle der Löschung die **Anonymisierung**.

Eine Pflicht zur Löschung oder Anonymisierung besteht nicht, soweit eine Löschung oder Anonymisierung nach dem Verwendungszweck nicht möglich ist oder einen im Verhältnis zu dem angestrebten Schutzzweck unverhältnismäßigen Aufwand erfordert.

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

…Novellierung des TMG…ist eigentlich auf dem Weg, …

BUNDESREPUBLIK DEUTSCHLAND
DIE BUNDESKANZLERIN

Berlin, 3. August 2011

An den
Präsidenten des
Deutschen Bundestages
Herrn Dr. Norbert Lammert
Platz der Republik 1
11011 Berlin

Sehr geehrter Herr Präsident,

hiermit übersende ich gemäß Artikel 76 Absatz 3 des Grundgesetzes den vom Bundesrat in seiner 884. Sitzung am 17. Juni 2011 beschlossenen

Entwurf eines … Gesetzes zur Änderung des Telemediengesetzes (TMG)

mit Begründung und Vorblatt (Anlage 1).

Ich bitte, die Beschlussfassung des Deutschen Bundestages herbeizuführen.

Federführend ist das Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie.

Die Auffassung der Bundesregierung zu dem Gesetzentwurf ist in der als Anlage 2 beigefügten Stellungnahme dargelegt.

Mit freundlichen Grüßen
Der Stellvertreter der Bundeskanzlerin

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

…Novellierung des TMG…ist eigentlich auf dem Weg, aber… (1)

Stellungnahme
der Bundesregierung

zum

Gesetzentwurf des Bundesrates für ein
… Gesetz zur Änderung des Telemediengesetzes (TMG)
(BR-Drs. 156/11 – Beschluss)

„….

Die Situation auf dem Markt für soziale Netzwerke spricht daher dafür, dass auch hier – zumindest begleitend zu nationalen Bestrebungen – zunächst Lösungen auf europäischer Ebene gesucht werden sollten. Die Bundesregierung wird sich daher bei den anstehenden Beratungen zu einer europäischen Datenschutzrechtsreform dafür einsetzen und insbesondere eine Regelung zu datenschutzfreundlichen Voreinstellungen auf höchster Stufe anstreben.

….“

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

…Novellierung des TMG…ist eigentlich auf dem Weg, aber… (2)

„….

c) Es ist auch zu berücksichtigen, dass ein Verhaltenskodex der Betreiber von sozialen Netzwerken (vom 11. März 2009) existiert, dem sich die großen deutschen Anbieter „lokalisten.de“, die „VZ-Netzwerke“ und „wer-kennt-wen.de“ angeschlossen haben.

Dieser Kodex bezieht sich bereits auf Forderungen wie etwa die Nichtauffindbarkeit des Profils durch externe Suchmaschinen bei Jugendlichen unter 16 Jahren, die standardmäßige Voreinstellung der strengsten Privatsphäreeinstellung bei Nutzern unter 14 Jahren, eine einfach zu findende Abmeldefunktion und Aufklärungshinweise etwa im Hinblick auf die Einhaltung von Urheber- und Persönlichkeitsrechten. Daher tritt das vom Bundesrat adressierte Problem, jedenfalls im Hinblick auf jugendliche Nutzer, bei den o. g. Betreibern von sozialen Netzwerken nicht auf. Facebook wird hingegen aus den oben genannten Gründen nicht erreicht.

Die Bundesregierung befürwortet solche Selbstregulierungsinitiativen. Die Wirtschaft sollte dazu ermutigt werden, ihre Initiative zu zusätzlichen verbraucherfreundlichen Regelungen (z.B. Grundeinstellung auf dem strengsten Sicherheits- und Datenschutzniveau) fortzusetzen.

….“

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

…also:

…also: „alles geregelt“?

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011

Google, Facebook, Soziale Netzwerke…

…alles geregelt?



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit !

Prof. Dr. Elmar Schuhmacher
Rechtsanwälte Lungerich Lenz Schuhmacher
Agrippinawerft 22 · Im Rheinauhafen, 50678 Köln
Tel.: +49 (0)221 1308160
Fax: +49 (0) 221 13081620
e-Mail: schuhmacher@lls-law.de

© Prof. Dr. Elmar Schuhmacher 2011