

So nutzen Sie Social Media für Ihr Gremium

Silke Greve, Ute Demuth Computer und Arbeit 3/2020 Ab Seite 8

DIGITALISIERUNG Beschäftigte schnell und unkompliziert informieren – das geht mit Facebook, Twitter & Co. Wer eine klare Strategie verfolgt, ist mit sozialen Medien näher dran an der Belegschaft. Dabei müssen Gremien den Datenschutz und ihre Verpflichtung zur Verschwiegenheit beachten.

Interview mit **Silke Greve** und **Ute Demuth**

DARUM GEHT ES

1. Schnell kommunizieren und informieren – dazu können Gremien soziale Medien nutzen.
2. Soziale Medien eröffnen der Belegschaft auch einen Rückkanal – und so neue Möglichkeiten zum Dialog.
3. Der Einsatz sozialer Medien sollte aber von einer klaren Zielsetzung des Gremiums abhängig gemacht werden.



Aktuell informieren und unkompliziert mit der Belegschaft ins Gespräch kommen: Der Einsatz sozialer Medien in der Öffentlichkeitsarbeit ist für viele Interessenvertretungen ein Thema. Mit der zunehmenden Verbreitung unternehmensinterner Anwendungen, z. B. Sharepoint, stellt sich die Frage auch für Gremien, die öffentliche Social Media wie Facebook oder Instagram ablehnen. Dr. Silke Greve und Ute Demuth erklären, wie Betriebsräte den Einsatz von Social Media planen und auf was sie dabei achten sollten: organisatorisch und rechtlich.

Warum sollten Gremien den Einsatz sozialer Medien überhaupt in Betracht ziehen?

Ute Demuth: Viele Gremien fragen sich, ob sich der Aufwand lohnt – die notwendige Einarbeitung in die Anwendungen und in all das, was rechtlich und organisatorisch zu beachten ist. Ich würde sagen: ja.

Interne wie externe soziale Medien bieten Gremien nicht nur die Möglichkeit, schnell und unkompliziert zu informieren, ihre große Stärke ist, dass sie den Beschäftigten einen Rückkanal bieten und damit das Potenzial haben, eine beteiligungsorientierte Betriebspolitik zu unterstützen.

Das heißt nicht, dass ausschließlich über digitale Medien kommuniziert wird oder werden sollte: Es geht vielmehr darum, die Medien ihren Eigenschaften entsprechend in ein Konzept zur Öffentlichkeitsarbeit zu integrieren. Und: Wenn der Arbeitgeber Social Media-Kanäle nutzt, stellt sich für die Beschäftigten unter Umständen die Frage, warum nicht auch ihre Interessenvertretung dort aktiv ist ...

Aber wie loslegen, wenn es um den Einsatz von Social Media geht?

Ute Demuth: Wenn sich ein Betriebsrat mit einem Plan zur Kommunikation in sozialen Medien beschäftigt, ist eine der am häufigsten gestellten Fragen, was das Gremium sagen darf und was nicht. Das ist zwar sehr wichtig, ich würde aber an einer anderen Stelle beginnen.

Am Anfang sollten immer strategische Fragen stehen: Was wollen wir mit den Beschäftigten diskutieren? Welche Zielgruppen wollen wir ansprechen? Und natürlich: Was will die Belegschaft eigentlich?

Wenn diese Fragen geklärt sind, kann das Gremium die konkretere Nutzung planen, also entscheiden, welche Themen Gegenstand der Kommunikation sein sollen, welche Anwendungen hierfür eingesetzt werden und ob die Kommunikation nur intern oder auch nach außen stattfinden soll. Auch die Aufgabenteilung ist zu durchdenken; sollen alle Mitglieder des Gremiums Beiträge veröffentlichen können oder gibt es inhaltliche Zuständigkeiten?

Wenn all das geklärt ist, lassen sich auch die rechtlichen Fragen konkreter fassen und besser beantworten.

Welche sozialen Medien dürfen die Gremien denn nutzen?

Ute Demuth: Es stellt sich etwa die Frage, ob ein Gremium interne Social Media »automatisch« auch nutzen darf – z. B., wenn innerhalb des Unternehmens Microsoft Teams oder IBM Connections im Einsatz sind. Darüber hinaus kann es sinnvoll sein, die Beschäftigten auch über öffentliche Medien wie Facebook, Instagram oder Twitter anzusprechen, beispielsweise wenn Teile der Belegschaft im Betrieb keinen Zugang zu einem Computer haben, also über interne Medien nicht erreichbar sind.

Auch Personen außerhalb des Unternehmens können über öffentliche Medien erreicht werden. Sie eröffnen eine Möglichkeit, sich mit anderen Gremien zu vernetzen oder von der Presse wahrgenommen zu werden und so die Interessen der Beschäftigten einer größeren Öffentlichkeit bekannt zu machen. Die Rahmenbedingungen der Kommunikation sind natürlich andere als im unternehmensinternen Netz.

Wie sieht es also aus mit der Nutzung von Facebook und Co.? Der Bund-Verlag titelte im August letzten Jahres auf seiner Website: »Der Betriebsrat darf twittern« – siehst Du das auch so?

Silke Greve: Die Entscheidung, was das Gremium in oder mit den sozialen Medien bewirken will, sollte bereits getroffen worden sein, bevor irgendwelche Rechtsfragen gewälzt werden. Denn für diese Rechtsfragen ist das »Warum« der Nutzung ganz entscheidend! Ich werde von Betriebsräten oft gefragt: »Haben wir einen Anspruch auf einen eigenen Facebook-Account?« Ich frage dann zurück: »Wozu?« Richtig wäre auch die berühmte Juristenantwort: »Das kommt darauf an«, denn ein Facebook-Account ist ein Betriebsmittel wie jedes andere auch. Deswegen hängt die Frage, ob der Betriebsrat darauf einen Anspruch hat, nun einmal entscheidend davon ab, ob es für seine Arbeit erforderlich ist oder nicht.

Wann ist denn nun ein Facebook-Account erforderlich und wer entscheidet das?

Silke Greve: Hier ist die Erforderlichkeit im Sinne des Betriebsverfassungsrechts, genau genommen im Sinne des § 40 BetrVG gemeint. Über die Erforderlichkeit eines Betriebsmittels kann nicht abstrakt entschieden werden.

Im Klartext heißt das: Das gleiche Betriebsmittel kann für das eine Gremium erforderlich sein und für ein anderes nicht. Das ist immer eine Frage des Einzelfalls und manchmal nicht ganz leicht zu beantworten. Ein Social Media-Kanal lebt von der wechselseitigen Kommunikation mit allen möglichen Beteiligten – Gremienmitgliedern, Belegschaft, Arbeitgebervertretung und/oder Externen. Da gilt es erstmal zu hinterfragen, ob und in welchem Maß das notwendig ist.

Aber gibt es denn wenigstens einen Anspruch auf das Nutzen interner sozialer Medien?

Silke Greve: Nur, weil ein Unternehmen interne Social Media-Produkte einsetzt, bedeutet das nicht, dass der Betriebsrat automatisch einen Anspruch auf die gleiche Art der Nutzung hat. Aber: Das gilt natürlich auch andersherum! Also auch wenn ein Unternehmen keine internen sozialen Medien nutzt, kann der Betriebsrat dennoch einen Anspruch darauf haben.

So hat z. B. das Landesarbeitsgericht (LAG) Baden-Württemberg zu der Frage, ob ein Betriebsrat trotz Internetzugang noch Anspruch auf ein eigenes Fachzeitschriften-Abo haben kann, obwohl das Unternehmen der eigenen Personalabteilung ein solches Abo verweigert hatte, den Anspruch für den Betriebsrat bejaht (25.9.2013 – 4 TaBV 3/13). Und das finde ich gut, denn der Betriebsrat ist nicht bloß ein Anhängsel, das immer »das Gleiche bekommt wie der Unternehmer«. Sein Anspruch ist ein ganz eigener, das Bundesarbeitsgericht (BAG) hat es so ausgedrückt: »Genauso wenig wie die Nutzung des Internets durch den Arbeitgeber einen Anspruch des Betriebsrats auf die Bereitstellung eines Internetanschlusses begründet, schließt allein die Nichtnutzung des Internets durch den Arbeitgeber einen solchen Anspruch aus.« (vgl. 23.8.2006 – 7 ABR 55/05; 17.2.2010 – 7 ABR 94/09).

Für die sozialen Medien kann nichts Anderes gelten – und zwar sowohl für interne wie auch für öffentliche. Das BAG lässt allerdings auch die Belange des Unternehmens nicht unberücksichtigt: Im Rahmen einer Abwägung können entgegenstehende betriebliche Belange Berücksichtigung finden. Wenn beispielweise in einem kleinen Betrieb der Inhaber selbst wegen seiner geringen wirtschaftlichen

Leistungskraft auf ein Kommunikationsmittel verzichtet, dann kann dies auch ein Grund sein, es dem Betriebsrat zu verweigern.

Wenn der Betriebsrat Themen festgelegt hat, über die er kommunizieren möchte, stellt sich wieder die eingangs formulierte Frage: Gibt es Inhalte, die er nicht veröffentlichen darf?

Silke Greve: Der Betriebsrat sollte immer drei Empfängerkreise unterscheiden. Es ist ein erheblicher Unterschied, ob er betriebsratsintern kommuniziert, die betriebsinterne Öffentlichkeit informiert oder ob er sich öffentlich äußert. Im Gremium selbst unterliegt er erheblichen Verschwiegenheitspflichten. Wenn er also beispielsweise ein betriebsinternes Tool nutzt, um Sitzungen vorzubereiten, muss er zwingend darauf achten, dass die Informationen, die er als Betriebsrat erhalten hat, auch betriebsratsintern bleiben. Das gilt zum Beispiel für konkrete Einzelmaßnahmen wie Einstellungen oder Kündigungen.

Bei dem, was darüber hinaus die Betriebsöffentlichkeit erfahren darf, gibt es oft Missverständnisse: Auch in den sozialen Medien möchte der Arbeitgeber häufig bestimmen, was geheim bleiben soll und erklärt schnell mal eine Information für »geheim«. Hierfür gibt es aber klare Regeln. § 79 BetrVG nennt explizit vier Voraussetzungen, die alle gleichzeitig erfüllt sein müssen:

Es muss sich im Rechtssinne um ein Betriebs- oder Geschäftsgeheimnis handeln. Die Information muss noch geheim sein, darf also nur dem engstmöglichen Personenkreis bekannt sein. Der Arbeitgeber muss die Information ausdrücklich als geheim bezeichnet haben. Und schließlich muss überhaupt ein konkreter Schaden möglich sein, falls die Information bekannt würde. Nur wenn alle diese Voraussetzungen gegeben sind, darf der Betriebsrat nicht einmal mit der betriebsinternen Öffentlichkeit über die geheime Information sprechen.

Bei öffentlichen Äußerungen gibt es weitere Aspekte zu beachten: Einerseits ist der Betriebsrat zur vertrauensvollen Zusammenarbeit mit dem Arbeitgeber verpflichtet und grundsätzlich kein Organ, um die Öffentlichkeit über innerbetriebliche Belange zu informieren – das hat das LAG Hessen entschieden (15.7.2004 – 9 Ta BV 190/03).

Andererseits muss er aber nicht schweigen, wenn ein innerbetriebliches Thema bereits in der Öffentlichkeit diskutiert wird. Auch wenn das BAG noch nicht abschließend darüber entschieden hat, ob ein Gremium uneingeschränkt grundrechtsfähig ist, so findet doch das Grundrecht auf freie Meinungsäußerung nach Art. 5 Abs. 1 GG mindestens dem Wesen nach auch auf die Tätigkeit des Betriebsrats Anwendung. Wie in einem Urteil des LAG Niedersachsen festgestellt, darf eine Interessenvertretung zu einem Thema öffentlich twittern, wenn der Sachverhalt in der Öffentlichkeit bekannt ist und zwar auch dann, wenn dieses nicht vorher von Unternehmensseite öffentlich kommentiert wurde (6.12.2018 – 5 TaBV 107/17).

Der Betriebsrat muss in diesem Zusammenhang übrigens auch unbedingt daran denken, dass durch die Nutzung von Social Media mindestens der Anbieter die Informationen erhält, über die der Betriebsrat sich austauscht – wenn auch intern. Das ist datenschutzrechtlich nur dann unproblematisch, wenn die entsprechenden Rechtsgrundlagen geschaffen wurden, wie beispielsweise datenschutzrechtliche Verträge nach Art. 26 DSGVO mit dem jeweiligen Anbieter (siehe dazu Weichert, S. 18 in diesem Heft, Anm. d. Red.).

Wie sieht es mit der Haftung aus?

Silke Greve: Bei der Haftung ist immer entscheidend, wer gehandelt hat: Fasst ein Gremium einen Beschluss zur Veröffentlichung rechtswidriger Inhalte, haften diejenigen Mitglieder des Gremiums als sogenannte Gesamtschuldner, die den Beschluss unterstützt haben. Das gilt jedenfalls, wenn sie hierbei vorsätzlich oder grob fahrlässig gehandelt haben. Handeln dagegen einzelne Betriebsratsmitglieder ohne Absprache, sind sie auch alleine verantwortlich.

Gleiches gilt für Verstöße gegen Bildrechte, Wettbewerbsverbote und Ähnliches. Schließlich kann bei einer groben Pflichtverletzung auch ein Ausschluss aus dem Betriebsrat erfolgen. Ist ein Gremium unsicher, ob Inhalte rechtmäßig veröffentlicht werden können, ist eine kurze rechtliche Prüfung stets sinnvoll. Es ist schon recht komplex einzuschätzen, ob ein Post allen geltenden Gesetzen entspricht.

Zudem gibt es Stimmen, die meinen, der Betriebsrat sei eine sogenannte »verantwortliche Stelle« nach Art. 4 Nr. 7 DSGVO und könne als solche datenschutzrechtlich zur Verantwortung gezogen werden. Begründet wird dies mit der Ansicht, der Betriebsrat könne »über die Zwecke und Mittel der Verarbeitung von personenbezogenen Daten« im Rahmen seiner Tätigkeit selbst »entscheiden«. Wann Gerichte sich hierzu äußern werden, ist unklar. Würde der Betriebsrat tatsächlich als Verantwortlicher gewertet, müsste ihm meines Erachtens aber ein eigener Proxy-Server zugestanden werden – anders, als noch in der Entscheidung des BAG aus 2016 (20.4.2016 – 7 ABR 50/14). Noch ein Tipp dazu: Wenn sich das Gremium aktiv in den sozialen Medien äußern möchte, kann dies auch ohne Nennung der Klarnamen seiner Mitglieder erfolgen.

Zwar muss innerhalb der Interessenvertretung klar sein, von welchem Beteiligten die Äußerungen stammen, dies muss jedoch für den Arbeitgeber nicht erkennbar sein. Das BAG hat bereits 2012 entschieden, dass ein Betriebsrat beim Internetzugang Gruppen-Accounts nutzen darf, sodass der Arbeitgeber nicht nachvollziehen kann, wer beispielsweise welche Internetrecherche getätigt hat (18.7.2010 – 7 ABR 23/11). Gleiches gilt auch für den Auftritt nach außen – zumindest so lange, wie in Deutschland keine Klarnamen im Internet vorgeschrieben sind.

Wie kann das Gremium soziale Medien sinnvoll einsetzen, und: Was bringt das?

Ute Demuth: Neben den »großen« Themen, die ein Gremium sich vornimmt, gibt es natürlich auch die Notwendigkeit, aus dem Alltag zu berichten. Dazu eignen sich soziale Medien besonders, weil sie schnell und unkompliziert sind – und weil Beschäftigte direkt die Möglichkeit

haben, nachzufragen und zu kommentieren. Beispielsweise kann eine Art Telegramm aus jeder Betriebsratssitzung die Arbeit des Gremiums transparenter machen und so zu mehr Akzeptanz beitragen.

Wie so etwas aussehen kann, ist ganz unterschiedlich: Von einem kurzen Video bis zu ein paar aussagekräftigen Stichpunkten, die über ein Messenger-Tool verschickt werden, ist alles denkbar. Welche Dienste jeweils passen, ist auch davon abhängig, ob der Betriebsrat eher informieren oder eher mit den Beschäftigten ins Gespräch kommen möchte.

Ein Beispiel: Wenn es darum geht, die Flexibilisierung von Arbeitsorten und -zeiten zu gestalten, kann ein Blogbeitrag Hintergrundwissen vermitteln. Was die Bedürfnisse der unterschiedlichen Beschäftigtengruppen sind, findet das Gremium aber eher heraus, wenn es über dialogorientierte Tools an die Beschäftigten herantritt. Ob sie sich beispielsweise mehr Stunden im Home-Office oder im Büro wünschen, erfährt das Gremium mit größerer Wahrscheinlichkeit im (Online-)Gespräch.

Gibt es eigentlich auch Dinge, über die das Gremium die Belegschaft informieren muss?

Silke Greve: Neben den normierten Informationspflichten dem Arbeitgeber gegenüber, z. B. zur Mitteilung des Zeitpunkts der Sitzungen, hat er die Pflicht, seine laufende Tätigkeit grundsätzlich offenzulegen, was nach § 43 BetrVG in den mindestens viermal jährlich stattfindenden Betriebsversammlungen durch die Vorstellung seines Tätigkeitsberichts erfolgen muss. Die Informationsvermittlung an die Belegschaft muss jedoch dem Betriebsrat in der Regel gar nicht gesetzlich vorgeschrieben werden – sie ist ja das ureigene Anliegen eines gewählten Gremiums, sodass neben den Tätigkeitsberichten eine Vielzahl an laufenden Arbeiten, zum Beispiel nach § 80 BetrVG, über die genannten Medien gepostet, diskutiert oder abgestimmt werden kann.

Für einige Informationspflichten dürften die sozialen Medien jedoch nicht das geeignete Mittel sein. Beispielsweise die Pflicht, diejenigen Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer über Stand und Ergebnis von Verhandlungen zu informieren, die diese angeregt haben (§ 80 Abs. 1 Nr. 3 BetrVG), kann nur dann betriebsöffentlich erfolgen, wenn dies auch alle Beschäftigten betrifft.

Neben den rechtlichen Aspekten ist auch die rasante technische Entwicklung eine Herausforderung. Was sollte man alles können, wenn man erfolgreich soziale Medien einsetzen will?

Ute Demuth: Für die sinnvolle Nutzung sozialer Medien sollte der Betriebsrat ein paar Kompetenzen mitbringen oder sich diese aneignen. Das ist zum einen ein technisches und organisatorisches Grundverständnis zum Netz. Das ist wichtig, um Risiken einschätzen zu können – nicht nur für den Betriebsrat selbst, sondern auch für die Beschäftigten. Und es ist die Grundlage dafür, datenschutzkonform zu handeln. Und das ist gleich das nächste Qualifikationsthema: Grundwissen zum Datenschutz ist unabdingbar, wenn der Betriebsrat mit elektronischen Medien umgeht.

Darüber hinaus sollten die Nutzenden eine gewisse Sicherheit im Umgang mit den jeweiligen Medien haben. Wesentliche Funktionen müssen bekannt sein: vom Einladen neuer Nutzerinnen und Nutzer in die Community bis hin zum Vergeben sinnvoller Schlagwörter, damit die Beiträge des Betriebsrats auch aufgefunden werden.

Wer online erfolgreich kommunizieren möchte, braucht zudem Kenntnisse, wie sie in jeder Form der Öffentlichkeitsarbeit notwendig sind: Eine Schlüsselqualifikation ist das (mediengerechte) Schreiben. Immer wichtiger wird auch der Einsatz von Bildern und Filmen: Welche Bilder schaffen Aufmerksamkeit, was ist urheberrechtlich zu beachten?

Zu all diesen Themen gibt es die Möglichkeit, sich fortzubilden, aber auf welche Qualifikationen haben die Mitglieder des Gremiums Anspruch?

Silke Greve: Welche Schulungen für Gremienmitglieder hinsichtlich der Nutzung der sozialen Medien erforderlich sind, lässt sich den Aufgaben entnehmen, die das Gremium hiermit abdecken möchte – und darf. Auch wenn viele hier zunächst an Qualifikationen wie Kommunikationskompetenzen oder Bildbearbeitung denken, rate ich – natürlich! – dazu, sich zunächst eingehend rechtlich zu unterrichten. Es macht erst Sinn, eine Podcast-Schulung zu besuchen, wenn klar ist, dass und wozu man dieses Medium einsetzen kann. Dann aber gilt auch hier, dass jede erforderliche Schulung dem Betriebsrat zugestehen ist, was gerichtlich natürlich auch durchgesetzt werden kann. Wenn man also nicht das Pferd vom Schwanz her aufzäumt, sondern erst überlegt, was man als Gremium aus welchen Gründen wirklich benötigt, können die Gründe, die zu dieser Entscheidung geführt haben, zumeist auch als Begründung der Erforderlichkeit einer Schulung herangezogen werden.

Ein Beispiel: Einen regelmäßigen Betriebsrats-Podcast in einem internen sozialen Netz implementieren zu wollen, reicht als Begründung für die Erforderlichkeit einer Schulung sicherlich nicht aus. Wenn aber viele Beschäftigte mit eingeschränkten Sehfähigkeiten im Betrieb tätig sind, liefert der Grund für das Verlangen nach Podcasts gleichzeitig die Begründung, warum eine Schulung »erforderlich« ist.

Eine Ausnahme gibt es natürlich: Wenn es im Gremium bereits eine Expertin oder einen Experten für eine Tätigkeit gibt, weil sie sich diese Fähigkeiten bereits privat oder beruflich angeeignet haben, wird es schwer, hierzu noch eine Schulung durchzusetzen. Dann sollte man sich überlegen, welchen Umfang die Tätigkeit in der Betriebsratsarbeit künftig einnehmen wird und ob ein einzelnes Gremiumsmitglied diese alleine stemmen kann. Soziale Medien sind schnelle Medien. Ein Account kann nicht während Krankheits- oder Urlaubsabwesenheit einer einzigen Person für längere Zeit »auf Eis« gelegt werden!

Was ist also für Euch das Wichtigste, sozusagen die Quintessenz aus diesem Gespräch?

Ute Demuth und Silke Greve: Für uns hat dieses Gespräch nochmals deutlich gemacht, dass es nicht nur aus strategischer und organisatorischer Sicht sinnvoll ist, die Öffentlichkeitsarbeit des Gremiums gut zu planen. Das Erstellen eines Konzepts hierfür ist eng verwoben mit rechtlichen Fragen – die Arbeit lohnt sich also dreifach! Wenn Gremien soziale Medien nutzen möchten, kann eine sorgfältige Vorbereitung rechtliche Unsicherheiten minimieren. Dann sind die Voraussetzungen für eine erfolgreiche Informations- und Kommunikationsarbeit erfüllt – und das Gremium ist noch näher dran an der Belegschaft.

LESETIPP



Ute Demuth ist freiberufliche Referentin, Autorin und Beraterin.

info@udemuth.de

www.udemuth.de



Dr. Silke Greve ist Rechtsanwältin, AfA Rechtsanwältin, Frankfurt

kanzlei@afa-anwalt.de

www.afa-anwalt.de

Newsletter

Erhalten Sie aktuelle Meldungen, Rechtsprechungen, Praxiswissen und Arbeitshilfen

Jetzt kostenlos anmelden

Kontakt

Haben Sie Fragen zu unseren Angeboten? Wir sind Mo.-Do. 9:00-16:30 und Fr. 9-15 Uhr für Sie erreichbar

 **069 795010-0**

kontakt@bund-verlag.de

Folgen Sie uns

Bleiben Sie auf dem Laufenden mit unseren Meldungen in den Sozialen Medien



Preise



Cookies erleichtern die Bereitstellung unserer Dienste. Wenn Sie auf der Seite weiter surfen stimmen Sie der **Cookie-Nutzung** zu.

Ok, verstanden

X