

Bonuskapitel

Rechtliche Aspekte

Wenn Sie befürchten, die Betrachtung der rechtlichen Aspekte der Nutzung eines Business-Profiles sei dröge und langweilig, dann muss ich Ihnen Recht geben. Dies lässt sich nicht schönreden. Dennoch sollten Sie die folgenden Punkte beachten. Wünschen Sie absolute Sicherheit, kann ich Ihnen nur den Gang zum Anwalt empfehlen. Die meisten Abmahnungen entstammen jedoch den immer gleichen Quellen und Sie können einige Stolpersteine selbst aus den Weg räumen.

Name

Sie sind nach den Vertragsbedingungen von LinkedIn verpflichtet, Ihren echten Namen zu verwenden. Sie können davon ausgehen, dass LinkedIn im Regelfall nichts gegen einen Fake-Account (eine Anmeldung unter falschem Namen) unternimmt; aber eine Löschung wäre jederzeit möglich. Auch für die Außendarstellung empfehle ich die Verwendung Ihres echten Namens: Er wirkt nicht nur wesentlich seriöser, sondern ermöglicht auch den anderen Nutzern, Sie zu finden.

Profelfoto

Über die Qualität von Profelfotos habe ich schon berichtet. Wenn Sie ein Foto verwenden, das von einem Fotografen (oder irgendetwem anderem) erstellt wurde, achten Sie darauf, dass Sie auch die Nutzungsrechte an den Bildern erhalten haben. Oft untersagen Fotografen die Weiterverbreitung

der von ihnen angefertigten Fotos. Wenn Sie diese Fotos bei LinkedIn veröffentlichen, ist die Verletzung nahezu öffentlich. Bestehen Sie also auf die Übertragung der Nutzungsrechte oder lassen Sie sich mindestens die Verwendung für LinkedIn gestatten.

Fremde Daten

LinkedIn bietet viele Möglichkeiten, sich mit anderen zu vernetzen. Hierzu werden verschiedene Hilfsmittel bereitgestellt, angefangen beim Hochladen von Listen bis hin zum vollautomatisierten Abgleich mit einem bestehenden Mail-Konto. Das Datenschutzrecht in Europa ist aber mit dem amerikanischen System nicht unbedingt kompatibel. So dürfen Sie die Daten anderer Personen nur mit deren Kenntnis und Zustimmung bei einem Unternehmen hochladen. Daher rate ich gerade von der vollautomatischen Synchronisation dringend ab.

Öffentlicher Raum

Denken Sie daran: Auch wenn nicht jeder alles auf LinkedIn lesen kann, so ist es ein nahezu öffentlicher Raum.

- ✓ Unternehmensinterna haben nichts auf LinkedIn zu suchen.
- ✓ Bleiben Sie höflich. Beleidigungen können sehr gut dokumentiert werden.
- ✓ Achten Sie auf Urheberrechte, vor allem wenn Sie Präsentationen oder Ähnliches hochladen.

Empfehlungen

Bei Empfehlungen müssen wir die Privatperson und das Unternehmen unterscheiden. Wenn Sie eine Privatperson (zum Beispiel ein Angestellter) sind, können Sie um Empfehlungen bitten. Auch das Löschen von Empfehlungen, die Sie nicht auf Ihrem Profil möchten, ist unproblematisch.

Unternehmen können das durchaus auch tun. Allerdings dürfen sie den Empfehlenden nicht beeinflussen, zum Beispiel indem sie einen Rabatt gewähren. Auch beim Löschen von Empfehlungen sollten Sie Vorsicht walten lassen: Beinhaltet die Empfehlung Schmähkritik bis hin zu Beleidigungen, ist ein Löschen unproblematisch. Handelt es sich um sachliche Kritik, sollten Sie diese stehen lassen.

Unternehmensprofil

Wenn Sie ein Unternehmensprofil betreiben, sollten Sie einige Punkte beachten – hier die wichtigsten:

Einladungen

Sie können verschiedene Wege verwenden, um auf Ihr Unternehmensprofil aufmerksam zu machen. Gerade Angestellte sind auch in Business-Netzwerken mit einem persönlichen Profil unterwegs. Eine direkte Einladung sollten Sie vermeiden. Wenn keine generelle Genehmigung des Ansprechpartners vorliegt, dürfen Sie persönliche Daten, zu denen auch die E-Mail-Adresse gehört, nicht weitergeben: Dies könnte als Spam aufgefasst werden. Sie dürfen nur jemanden anschreiben, wenn eine generelle Genehmigung vorliegt. Im Zweifel lieber lassen!

UWG

Das UWG, das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb, regelt einen Großteil des geschäftlichen Außenauftritts und damit auch den Auftritt bei LinkedIn. So darf Ihr Unternehmensprofil keine unwahren Behauptungen enthalten, aber auch missverständliche Angaben können bereits zu Irritationen führen. Wenn Sie zum Beispiel als Freiberufler ein Unternehmensprofil haben, sollten Sie es nicht »Meyer Holding Gruppe« nennen. Generell gilt: Haben Sie eine amtliche Firma, zum Beispiel aus dem Handelsregister, verwenden Sie diese auch. Auch ein Impressum ist zwingend notwendig – und zwar auch für Freiberufler und Freelancer! Wenn Sie an anderer Stelle ein Impressum haben (zum Beispiel auf Ihrer Website), können Sie darauf verlinken. Weil das Unternehmensprofil bei LinkedIn kein eigenes Feld für das Impressum bietet, sollten Sie dieses in den Beschreibungstext Ihres Unternehmens einfügen. Da LinkedIn den Text standardmäßig zuklappt, sollten Sie dazu die ersten drei Zeilen des Beschreibungstextes verwenden. Haben Sie kein zu verlinkendes Impressum, müssen Sie alle Angaben, die ein Impressum nach Telemediengesetz vorsieht, in das LinkedIn-Profil mit aufnehmen.



Wenn Sie Freiberufler sind, gilt Ihr Profil auch als gewerbliche Präsenz. In dem Fall sollten Sie auf dem persönlichen Profil einen Link auf ein Impressum einfügen.

Stock-Fotos

Sie können mittlerweile günstig die Nutzungsrechte für Agenturfotos, sogenannte Stock-Fotos, erwerben. Diese haben oft keine Social-Media-Lizenz: Dann dürfen Sie das

Foto zwar für die Website verwenden, aber nicht für LinkedIn. Dies gilt zum Beispiel auch für Präsentationen: Ein Foto auf der ersten Seite der Präsentation kann auch bei LinkedIn in der Vorschau der Publikation angezeigt werden. Achten Sie darauf, dass die Lizenzbedingungen der Fotos diese Nutzungsart abdecken!

Mitarbeiter

Wenn Sie Mitarbeiter haben, könnte man ein ganzes Buch zu den rechtlichen Gegebenheiten schreiben. Das Wichtigste in Kürze:

1. Wenn Ihre Mitarbeiter LinkedIn beruflich verwenden, sollten Sie eine Regelung finden, wie Sie mit den Kontaktdaten nach deren Ausscheiden umgehen.
2. Lassen Sie die Mitarbeiter nicht Ihre Produkte empfehlen!
3. Achten Sie darauf, wenn Mitarbeiter in der Außendarstellung im Namen der Unternehmung auftreten.
4. Da das Profil Ihrer Mitarbeiter personenbezogene Daten enthält, ist eine Überwachung der Tätigkeiten schwierig. Binden Sie deshalb Personal- oder Betriebsrat mit ein, wenn Sie sich die Aktivitäten Ihrer Mitarbeiter anschauen wollen.

Impressum auf dem persönlichen Profil

Eigentlich könnte man denken, dass das Thema Impressum über das Unternehmensprofil ausreichend abgedeckt ist. Sind Sie Freiberufler oder Freelancer? Dann sieht die Sache

etwas anders aus: Das persönliche Profil wird als werblich ausgelegt und muss mit einem Impressum versehen werden. Können Sie eines verlinken, sieht das Ganze nicht ganz so unschön aus. Ein allgemeiner Link zu Ihrer Website genügt nicht; er muss direkt auf das Impressum führen. Können Sie kein Impressum verlinken, sollten Sie alle Angaben, die ein Impressum so spannend machen, mit in Ihr LinkedIn-Profil aufnehmen.

Bewerber

Wenn Sie Mitarbeiter suchen, ist LinkedIn eine wichtige Informationsquelle. Nach aktueller Rechtsauffassung ist dies auch legitim: Während Stayfriends oder Facebook als privat betrachtet werden, geht man davon aus, dass ein Profil auf LinkedIn zu beruflichen Zwecken angelegt wird und somit damit zu rechnen ist, dass Sie als Unternehmer LinkedIn auch genau dafür verwenden. Genauso sieht es mit der direkten Ansprache aus: Da Profile auf LinkedIn für Karriere-zwecke angelegt werden, können Sie davon ausgehen, dass eine direkte Ansprache auch legitim ist.