

Abwerben von Mitarbeitern über XING kann wettbewerbswidrig sein

☒ Gute Mitarbeiter zu finden ist schwer. In Zeiten der sozialen Netzwerke mag einem da schnell der Gedanke kommen, Personen abzuwerben, die sich bei der Konkurrenz bereits bewährt haben. Allerdings ist bei Abwerbe-Versuchen auch auf den guten Ton zu achten, sonst kann dies schnell in einem Wettbewerbsverstoß enden, wie das LG Heidelberg entschied.

Hier lesen Sie mehr zu der Entscheidung.

Die Klägerin hatte den Beklagten abgemahnt, nachdem dieser zwei ihrer Mitarbeiter auf der Business-Plattform XING angeschrieben hatte. Zu Recht, wie nun das LG Heidelberg entschied (U. v. 23.05.2012, 1 S 58/11).

Geschäftliches Auftreten

Der Beklagte argumentierte, er sei nicht geschäftlich aufgetreten, sondern es handele sich um einen privaten Account. Dem folgte das Landgericht nicht.

Der Beklagte erwecke mit seinem Profil den objektiven Anschein einer unternehmensbezogenen Tätigkeit.

„Er hat kein Profil als Privatperson erstellt, sondern unter Verwendung der Firma, für die er tätig ist. Darüber hinaus hat er geschäftliche Gründe für seinen Auftritt bei XING benannt, nämlich das Generieren von Neugeschäften und Aufträgen sowie das Finden neuer Mitarbeiter.“

„Unter Berücksichtigung dieser Umstände war es für den objektiven Betrachter fernliegend, von einem privaten Handeln des Beklagten auszugehen, wenn dieser über die Plattform XING Nachrichten versandte.“

Verstärkt werde dies dadurch, dass der Beklagte mit den Empfängern bislang nicht bekannt oder befreundet war und sich die Nachrichten auch auf berufliche Tätigkeiten bezogen.

Verhalten wettbewerbswidrig

Das Landgericht sah in dem Verhalten der Klägerin einen Verstoß gegen § 4 Nr. 7 und Nr. 10 UWG. Aufgrund der herabsetzenden Äußerungen bei der Kontaktaufnahme mit den Mitarbeitern der Klägerin liege eine wettbewerbswidrige Abwerbung vor.

Herabsetzung der Klägerin

Der Beklagte setzte das Konkurrenzunternehmen in wettbewerbswidriger Weise herab. Zwar sei hier auch mit dem Informationsinteresse der Verbraucher und der Meinungsfreiheit abzuwiegen – bloße Schmähkritik oder unsachliche abfällige Äußerungen ohne Informationsgehalt seien jedoch unzulässig. Dies liege im entschiedenen Fall aber vor, Formulierungen wie

„Sie wissen ja hoffentlich, was Sie sich da angetan haben?“

und

„Sie wissen ja hoffentlich, in was für einem Unternehmen Sie gelandet sind?“

enthielten keinen Informationsgehalt, so das LG Heidelberg.

„Eine solche negative Darstellung des Unternehmens der Klägerin und ihrer Qualitäten als Arbeitgeber ohne jegliche sachliche Begründung greift unverhältnismäßig in die berechtigten Interessen der Klägerin auf angemessene Darstellung in der Öffentlichkeit ein.“

Gezielte Behinderung der Klägerin

Das Gericht wertete die Nachrichten (entgegen der Behauptung des Beklagten) als Abwerbversuch.

„Der Beklagte hat am Schluss der [...] versandten Nachricht mitgeteilt, „Bei Fragen gebe ich gerne Auskunft.“

Dies kann aus Sicht eines objektiven Empfängers nur als Versuch der Kontaktaufnahme und, da der Beklagte ebenfalls als Personaldienstleister im IT-Bereich aufgetreten ist, als Versuch der Abwerbung des angesprochenen Mitarbeiters gesehen werden.“

Frage des Einzelfalls

Das Landgericht hebt in seinem Urteil hervor, dass das Abwerben von Arbeitnehmern nicht per se unzulässig ist:

„Die Abwerbung von Mitarbeitern ist zwar grundsätzlich zulässig, nicht aber, wenn wettbewerbsrechtlich unlautere Begleitumstände hinzukommen wie z. B. herabsetzende Äußerungen über den bisherigen Arbeitgeber.“

Fazit

Wer Mitarbeiter anwerben möchte, sollte lieber die Vorzüge des eigenen Unternehmens herausstellen, anstatt die Konkurrenz zu diffamieren. So stellt man sich als evtl. neuer Arbeitgeber auch wesentlich professioneller dar.

Übrigens: Das werbliche Anschreiben über XING kann darüber hinaus auch als Verstoß gegen § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG verstanden werden, da der Angeschriebene in aller Regel keine ausdrückliche Einwilligung zum Erhalt von Werbung erteilt hat. (mr)

Weitere Beiträge zum Thema Social Media:

Rechtliche Stolpersteine bei der Newsletter-Werbung
Twitter-Tipps für Shopbetreiber
Worauf Sie in Business-Communities achten müssen
Google Plus – Was Shopbetreiber rechtlich beachten müssen
Jeder fünfte Shopbetreiber nutzt bereits Social Media