

Fotos von Beschäftigten im Internet

Situation: Auf vielen Firmen-Homepages findet man Bilder von Beschäftigten. Außerdem finden sich in den so genannten sozialen Medien immer häufiger Bilder, die Beschäftigte von anderen Beschäftigten angefertigt haben, beispielsweise auf betrieblichen Veranstaltungen wie Betriebsausflügen oder Weihnachtsfeiern. Hierbei stellt sich die Frage, welche rechtlichen Aspekte dabei zu beachten sind.

Private Bilder: Viele Menschen gehen mit eigenen Bildern und leider auch mit Bildern von Dritten sehr sorglos um. Solange sich das auf den privaten Bereich beschränkt, haben Unternehmen kaum Einfluss auf die Art und Weise der Darstellung. Die Beschäftigten haben lediglich zu beachten, dass dadurch das Ansehen des Unternehmens nicht beeinträchtigt wird, beispielsweise indem die Bildunterschrift eines Partybildes auf das Unternehmen verweist und dadurch der Eindruck entstehen könnte, im Unternehmen wird häufiger hemmungslos gefeiert.

Homepage des Unternehmens: Allerdings fallen Bilder von Beschäftigten regelmäßig in den Verantwortungsbereich der Unternehmen. In manchen Fällen ist von jedem Beschäftigten ein Foto auf der Homepage eingestellt, in anderen nur von bestimmten Personen, beispielsweise von den Außendienstmitarbeitern.

Risiko: Fotos von Menschen können mit entsprechender Bilderkennungssoftware biometrisch analysiert werden (Gesichtserkennung). Dabei werden bestimmte Bildpunkte im Gesicht vermessen, so dass eine Wiedererkennung gewährleistet ist. Dem Vernehmen nach soll Facebook systematisch die größte Sammlung an personalisierten Bildern von Personen angelegt haben. Da sich die markanten Punkte im Gesicht nach der Pubertät bis ins hohe Alter nicht mehr ändern, kann eine Personifizierung einmal veröffentlichter Bilddaten ein Leben lang erfolgen. So können Bewegungsprofile von Personen angelegt werden, die sich im Bereich von optisch-elektronischer Überwachung befinden, ein Problem, dass durch immer häufiger werdende mobile Datenerfassung (Dashcams, Datenbrillen, Armbandcomputern usw.) noch massiv zunehmen wird.

Rechtliche Situation: Zu den vom Bundesverfassungsgericht definierten Persönlichkeitsrechten gehört das Recht am eigenen Bild. Das „Gesetz betreffend das Urheberrecht an Werken der bildenden Künste und der Photographie“ (KunstUrhG) regelt Näheres: „Bildnisse dürfen nur mit Einwilligung des Abgebildeten verbreitet oder öffentlich zur Schau gestellt werden.“ (§ 22 KunstUrhG) Hiervon gibt es vier im § 23 KunstUrhG genannte Ausnahmen, die jedoch auf Porträtfotos von Beschäftigten nicht zutreffen und auf die daher an anderer Stelle eingegangen werden soll.

Folgerung: Sollen Bilder von Beschäftigten auf der Homepage veröffentlicht werden, ist dafür die Einwilligung der Fotografierten vor der Veröffentlichung einzuholen. Hierzu sagt das Bundesdatenschutzgesetz folgendes: „Die Einwilligung ist nur wirksam, wenn sie auf der freien Entscheidung des Betroffenen beruht. Er ist auf den vorgesehenen Zweck der Erhebung, Verarbeitung oder Nutzung sowie, soweit nach den Umständen des Einzelfalles erforderlich oder auf Verlangen, auf die Folgen der Verweigerung der Einwilligung hinzuweisen. Die Einwilligung bedarf der Schriftform, soweit nicht wegen besonderer Umstände eine andere Form angemessen ist. Soll die Einwilligung zusammen mit anderen Erklärungen schriftlich erteilt werden, ist sie besonders hervorzuheben“ (§ 4a BDSG)

Ablauf: Zuerst sollte eine grundsätzliche Entscheidung darüber getroffen werden, ob Bilder von Beschäftigten im Internet veröffentlicht werden sollen. Sodann sollten von denjenigen Beschäftigten, auf die das zutrifft, eine entsprechende Einwilligung eingeholt werden. In diesem Zusammenhang sollte auch die die Risiken für das Persönlichkeitsrecht bei einer Veröffentlichung hingewiesen werden. In diesem Zusammenhang ist außerdem darauf hinzuweisen, dass die Einwilligung zu jeder Zeit für die Zukunft widerrufen werden kann. Die Einwilligung sollte so aufbewahrt werden, dass sie bei Bedarf (beispielsweise bei Überprüfungen durch die Aufsichtsbehörde) vorgelegt werden kann. Auch sollte in einer Arbeitsanweisung geregelt werden, unter welchen Umständen die Bilder zu entfernen sind (Versetzung auf andere Stelle, Kündigung) und wer dafür die Verantwortung trägt.

Überprüfungen: in regelmäßigen Abständen sollte geprüft werden, ob die Einwilligungen vollständig sind und ob für die im Internet dargestellten Personen alle Angaben auch den Tatsachen entsprechen.

Hinweis: In vielen Fällen ist die Zielgruppe derer, die die Fotos einsehen dürfen, begrenzt, beispielsweise die berechtigten in Partnerfirmen, die anhand der Fotos sich auf einen Besuch durch den Außendienst vorbereiten möchten. In diesem Fall ist zu prüfen, ob durch geeignete Maßnahmen der Grundsatz von Datensparsamkeit und Datenvermeidung gewahrt werden kann, indem diese Bilder auch nur den Berechtigten zur Einsicht bereit gestellt werden (Passwort).

Eberhard Häcker, Ensdorf

Der Autor Eberhard Häcker ist Geschäftsführer der TDSSG GmbH – Team Datenschutz Services – und seit vielen Jahren als Externer Datenschutzbeauftragter und Datenschutzberater tätig. Seine Fachaufsätze erscheinen regelmäßig in unterschiedlichen Publikationen. Außerdem ist er Geschäftsführer der HäckerSoft GmbH, die unter anderem mit der Datenschutzsoftware DATSIS und der Lernplattform Optilearn (Pflichtschulungen für Datenschutzbeauftragte) am Markt aktiv ist. Sein Lieblingsprojekt ist datenschuttkabarett.de