



# WENN DIE BRILLE ZUR WAFFE WIRD

Wearables, Funktionskleidung mit Anschluss an das Web 2.0, waren Anfang des Jahres das Top-Thema auf der Consumer Electronics Show in Las Vegas, der weltweit größten Messe für Unterhaltungselektronik.

Noch ist einer der Top-Seller in Deutschland – die Google-Brille „Google Glass“ – zwar nicht auf dem Markt, aber schon jetzt ist klar, dass der Umgang mit der neuen Technologie neben den vielen Chancen auch Fragen nach dem Umgang mit den Persönlichkeitsrechten aller Beteiligten aufwerfen wird.

Dieses White Paper soll erste Gedanken und mögliche Rahmen der aufkommenden Diskussion skizzieren.



## WENN MITARBEITER ZU REPORTERN WERDEN

Ein deutscher Mittelständler, der zu Recht stolz auf seine ingenieurwissenschaftlichen Leistungen ist, ertappt einen Mitarbeiter dabei, dass er mit seiner Google Glass nicht nur in der Mittagspause – sehr zur Freude der Kollegen, sondern auch während der Arbeitszeit tätig ist. Eine Mitarbeiterin im Großraumbüro fühlt sich belästigt und beschwert sich beim Abteilungsleiter.

Wie geht der Abteilungsleiter mit dem Kollegen um?

### Einschätzung:

Vorbehaltlich einer arbeitsrechtlichen Prüfung ist die Belästigung von Mitarbeitern und deren Aufzeichnung per Google Glass ohne Einwilligung ein Grund zur Abmahnung des Arbeitnehmers.

Darüber hinaus wird der auf seine ingenieurwissenschaftlichen Leistungen zu Recht stolze Mittelständler seinen Mitarbeitern das Filmen und Aufzeichnen auf seinem Firmengelände sicherlich schon untersagt haben. Wenn nicht, sollte er das schleunigst tun.

Sinnvoll wäre es sicherlich, das Mitbringen von Google Glass auf das Betriebsgelände grundsätzlich zu untersagen. Das wäre ggf. auch ein Thema für den Betriebsrat.

„WEARABLES WERDEN DAS  
HEUTIGE WEB 2.0 SCHON BALD ALT  
AUSSEHEN LASSEN.“

Jörg Hoewner, K12

„AUCH IN KRITISCHEN DIALOGEN  
MUSS DER SCHUTZ DER PERSÖNLICH-  
KEITSRECHTE ALLER BETEILIGTEN  
GEWAHRT BLEIBEN.“

Markus Hilse, navos



## NERD ODER JOURNALIST?

Ein Energieunternehmen lädt die Medien zu einer Besichtigung einer neueren Energiespeichereinheit ein. Die Führung beginnt mit einem Fachvortrag in einem Konferenzraum und führt danach tief hinein in den Produktionsbetrieb. Hier sind Film- und Tonaufnahmen normalerweise nur unter enger Begleitung gestattet. Für den Termin wird dabei eine Ausnahme gemacht. Allerdings nur am Ort der neuen Anlage. Nicht auf dem Gelände.

Einer der Medienvertreter, ein Fachblogger, trägt eine Google-Brille. Mit optischen Gläsern, wie er betont.

Wie geht der Pressesprecher mit dem Blogger um?

### Einschätzung:

Er weist ihn auf die Beschränkungen hin und bittet ihn, entweder eine andere Sehhilfe zu wählen oder die Linse unter Aufsicht des Pressesprechers abzukleben. Dann weicht er ihm nicht mehr von der Seite.

Sinnvoll ist es, bereits in der Einladung auf die Beschränkungen hinzuweisen.



## MIT DER TECHNIK SPIELEN

Die Direktmarketingagentur SellDirectMore hat eine super Idee: Alle Nutzer, die eine dieser neumodischen WebWear-Jacken mit Datendisplays tragen, werden in der Nähe der Shops des Kunden xy automatisch per iBeacon eingeladen, sich einen Coupon abzuholen, wenn sie in der Nähe des Shops vorbeilaufen.

Kunden, die fünfmal vom System erfasst wurden, bekommen dazu noch einen Burger umsonst.

Darf die Agentur das so vorschlagen?

### Einschätzung:

Nein. Das verstößt schon als Belästigung gegen § 7 (2) Nr. 3 UWG. Darüber hinaus wird das ungefragte Erfassen von Passanten auch datenschutzrechtliche Bestimmungen verletzen, denn dazu müsste eine ID des Benutzers gespeichert werden.



## WENN LAIEN INS FERNSEHEN KOMMEN (SOLLEN)

Eine Idee für ein Livestreaming-Event: Um möglichst viele Lacher (und Clicks) zu generieren, wird ein Comedian angeheuert, der durch eine belebte Innenstadt läuft und Passanten mit lockeren Sprüchen und provokanten Thesen zu Reaktionen animiert. User können live Vorschläge für Sprüche schicken, die der Comedian dann umsetzt. Die Reaktionen werden live und ungefiltert aus Google Glass übernommen und gestreamt.

Darf die Agentur alles live im Netz streamen?

### Einschätzung:

Ohne ausdrückliche Einwilligung jedes betroffenen Passanten: Nein. Nichts. Das betrifft u.U. auch die Personen, die ohne angesprochen worden zu sein, aufgezeichnet wurden – denn eine „Kamerasituation“ ist für sie nicht erkennbar.



## WUTBÜRGER ALS LIVESTREAM

Ein Chemieunternehmen möchte seine Produktionsstätten erweitern. Im Rahmen einer freiwilligen Bürgeranhörung zum Projekt erscheinen zwei besonders erboste Anwohner mit Google Glass ausgestattet zur Informationsveranstaltung. Diese Veranstaltung wird aus logistischen Gründen im Gemeindesaal durchgeführt, Vertreter von Kommune und Genehmigungsbehörde sind anwesend. Die beiden Wutbürger wollen mit der Brille in den Saal.

Wie geht das vorhabentragende Unternehmen mit dem Anliegen dieser beiden Bürger um?

### Einschätzung:

Dem Veranstalter steht in der Regel das Hausrecht während der Veranstaltung zu. Es leitet sich vom Eigentumsrecht des Vermieters ab, in diesem Fall also der Kommune. Das Hausrecht gestattet es dem Veranstalter grundsätzlich auch Filmaufnahmen und Aufzeichnungen auszuschließen und zu beschränken.

Aus diesen Erwägungen heraus ist es empfehlenswert, am Eingang zum Gemeindesaal bereits auf das Verbot

von Aufzeichnungen und Aufnahmen der Veranstaltung hinzuweisen und das Tragen der Google Glass im Saal zu untersagen. Diesen Hinweis bei Beginn der Anhörung ggf. unter Hinweis auf die Persönlichkeitsrechte der Anwesenden wiederholen.

Die beiden Wutbürger sollten bei Einlass auf die Beschränkung hingewiesen werden. Sie können aufgefordert werden, die Brillen abzunehmen. Wenn sie sich weigern, kann ihnen der Zutritt verwehrt werden. Es empfiehlt sich, auch die Vertreter der Kommune einzubeziehen.

Es wäre auch denkbar, die Abgabe der Brillen zu verlangen und sie bis zum Ende der Veranstaltung zu verwahren, weil Aufzeichnungen mit den Brillen auch möglich sind, wenn sie nur auf dem Tisch liegen oder in der Hemdtasche stecken. Das wäre dann allerdings auch mit anderen Mobilgeräten möglich. Wegen des damit verbundenen Aufwands und Risikos würde man aus pragmatischen Gründen darauf vermutlich eher verzichten.

„DIE RECHTLICHEN GRUNDLAGEN FÜR DEN SCHUTZ DER PERSÖNLICHKEITSRECHTE SIND AUSREICHEND GEGEBEN. DIE PRAKTISCHE DURCHFÜHRUNG WIRD ABER SCHWIERIGER.“

Tom Hörner, Lichte Rechtsanwälte

Was unsere Gedankenspiele zeigen: Wearables bieten große Chancen für kreative Ansätze für Kommunikation und Marketing. Aber nicht alles ist machbar. Was machbar ist und wie Sie Wearables wie Google Glass kommunikativ nutzen können – dazu stehen wir Ihnen zur Verfügung.

## ÜBER LICHT RECHTSANWÄLTE

Kreativität fordert heraus und geht an die Grenzen. Eine solche Grenze ist auch der rechtliche Rahmen, an welchem sich technische Innovation und sich verändernde Möglichkeiten der Kommunikation zu messen haben.

Als medien- und kommunikationsrechtlich ausgerichtete Wirtschaftskanzlei sind wir insbesondere im Urheber-, Medien- und IP/IT-Recht tätig. Wir beraten unsere Mandanten in allen Fragen des Schutzes und der Verwertbarkeit kreativer Leistungen, analysieren Konzepte und Maßnahmen und zeigen die rechtlichen Grenzen und Möglichkeiten auf. Wir sehen unsere Aufgabe darin, unsere Mandanten mit wirtschaftlichem Sachverstand beratend zu begleiten und schon im Vorfeld vor Auseinandersetzungen zu schützen.

## LICHTE Rechtsanwälte

Kaiser-Wilhelm-Str. 93  
20355 Hamburg  
Fon +49 (0) 40 / 48 0030-0

Mommsenstraße 27  
10629 Berlin  
Fon +49 (0) 30 / 3100 798-0

info@rae-lichte.com  
www.rae-lichte.com

### Ansprechpartner:

Thomas Hörner  
thomas.hoerner@rae-lichte.com

## ÜBER K12

K12 hilft Ihnen dabei, mit Kommunikation zu verändern und Ihre Kommunikation zu verändern. Dazu stehen Ihnen unsere gesammelten Erfahrungen in Unternehmens- und Onlinekommunikation sowie Change-Management und Visueller Kommunikation zur Verfügung.

K12 ist mit 30 Mitarbeitern am Standort Düsseldorf vertreten.

## K12 Agentur für Kommunikation und Innovation

Charlottenstraße 43  
40210 Düsseldorf  
Fon +49 (0) 211 / 958 88 16-30

kontakt@k-zwoelf.com  
www.k-zwoelf.com

### Ansprechpartner:

Jörg Hoewner  
joerg.hoewner@k-zwoelf.com

## ÜBER NAVOS

Unsere Kommunikationsgewohnheiten und -infrastrukturen verändern sich rasant. Was diese Entwicklung eint: Sie fördern und fordern Dialog. Jede und jeder Einzelne wird zunehmend kommunikativ bedeutsam und damit auch für Reputation und wirtschaftlichen Erfolg relevant. Für Navos ist daher der nachhaltige, ernsthafte Dialog mit allen Anspruchsgruppen die Grundlage der Kommunikation. Wir beherrschen die Kunst, wesentlichen Dialog zu führen, und haben uns auf den Stakeholder-Dialog, auf Krisenkommunikation und Public Affairs spezialisiert. Mit unseren 30 Mitarbeitern an den Standorten Berlin, Düsseldorf und Kassel arbeiten wir insbesondere für Kunden aus den Bereichen Energie, Umwelt, Telekommunikation und Finanzen.

## navos Public Dialogue Consultants

Hasenheide 54  
10967 Berlin  
Fon +49 (0) 30 / 467 24 25-0

Volmerswerther Straße 41  
40221 Düsseldorf  
Fon +49 (0) 211 / 96 08 17-0

info@navos.eu  
www.navos.eu

### Ansprechpartner:

Markus Hilse  
markus.hilse@navos.eu