

# **Juristisches Neuland: Gilt das "Recht auf Vergessenwerden" auch für GmbHs?**

**Die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) ist in erster Linie ein Schutzschild für natürliche Personen. Lieschen Müller kann verlangen, dass Google peinliche Fotos von ihr löscht. Doch wie sieht es mit der "Müller GmbH" aus? Juristen streiten seit Jahren darüber, ob juristische Personen (Firmen) ähnliche Rechte haben. Google stellt sich oft auf den Standpunkt: "Firmen haben keine Privatsphäre." Unternehmensdaten seien Wirtschaftsdaten und damit von öffentlichem Interesse. Doch was ist, wenn die Reputation der Firma untrennbar mit der Existenz der dahinterstehenden Menschen verknüpft ist? Wenn der Rufmord an der Firma die Existenz des Inhabers vernichtet? In diesem Artikel beleuchten wir die juristische Grauzone, in der sich Unternehmer bewegen, und warum technische Lösungen oft wirksamer sind als der Versuch, Menschenrechte auf Kapitalgesellschaften anzuwenden.**

## **Das Unternehmenspersönlichkeitsrecht**

Auch Unternehmen haben ein Persönlichkeitsrecht, das sogenannte Unternehmenspersönlichkeitsrecht. Es schützt vor falschen Tatsachenbehauptungen und Schmähkritik. Allerdings ist der Schutzbereich viel enger als bei Privatpersonen. Unternehmen müssen sich "harte Kritik" gefallen lassen, solange sie am Markt teilnehmen. Das macht es so schwer, schlechte Bewertungen löschen zu lassen, die "nur" eine Meinung darstellen ("Der Service war schlecht"). Hier greift das Recht auf Vergessenwerden meist nicht. Ein Unternehmen kann nicht einfach sagen: "Ich will nicht mehr, dass man weiß, dass ich existiere." Solange die Firma im Handelsregister steht, ist sie eine öffentliche Tatsache. Wer sein [google unternehmensprofil löschen](#) will, muss daher oft andere Argumentationsketten nutzen als den reinen Datenschutz.

## **Der Durchgriff auf den Inhaber**

Eine Chance besteht bei kleinen Unternehmen und Freiberuflern. Hier ist die Firma oft identisch mit der Person. Wenn das Google-Profil der "Praxis Dr. Müller" diffamiert wird, wird Dr. Müller als Mensch diffamiert. Hier verschwimmen die Grenzen. Gerichte neigen zunehmend dazu, den Schutzbereich der DSGVO auch auf diese "Kleinst-Entitäten" auszudehnen. Wenn das Profil private Daten (Wohnadresse) offenbart oder die Kritik in die Intimsphäre des Inhabers eindringt, muss Google löschen. Aber: Das ist immer eine

**Einzelfallentscheidung.** Es gibt keinen Automatismus. Wer sich darauf verlässt, riskiert jahrelange Prozesse durch alle Instanzen.

## **Die technische Hintertür: Datenqualität statt Datenschutz**

Da der juristische Weg steinig ist, wählen Profis oft den technischen Weg. Sie argumentieren nicht mit "Ehre" oder "Privatsphäre", sondern mit "Datenqualität". Googles eigene Richtlinien verbieten Profile, die nicht existieren, doppelt sind oder falsche Metadaten haben. Wenn man Google nachweist, dass ein Profil gegen \*eigene\* Qualitätsstandards verstößt (z.B. weil es an dieser Adresse keinen Publikumsverkehr gibt), löscht Google oft schneller, um die Qualität der Karte zu wahren. Das ist der pragmatische Ansatz: Man schlägt den Tech-Giganten mit seinen eigenen Waffen (AGBs), statt mit dem Grundgesetz.

## **Reputation im E-Commerce als Vermögenswert**

Für e commerce Unternehmen ist der Ruf ein Vermögenswert (Goodwill). Eine ungerechtfertigte 1-Sterne-Bewertung ist wie Sachbeschädigung an diesem Vermögenswert. Juristen diskutieren, ob man Plattformen hier stärker in die Haftung nehmen kann ("Intermediärhaftung"). Wenn Google durch Untätigkeit (Nicht-Lösung von Fake-Profilen) das Vermögen einer Firma schädigt, könnte das Schadensersatzansprüche auslösen. Noch ist die Rechtsprechung hier zögerlich, aber der Wind dreht sich. Plattformen werden zunehmend als "Gatekeeper" gesehen, die Verantwortung tragen.

## **Fazit**

Unternehmen sollten nicht darauf warten, dass Gerichte ihnen ein "Recht auf Vergessen" zusprechen. Die Rechtslage ist kompliziert und langsam. Der effektivere Weg ist das aktive Reputationsmanagement über technische Kanäle. Wer seine Lösung auf kluge Argumente zur Datenqualität stützt, erreicht oft mehr als der, der mit dem Anwalt droht.