



Merkblatt Neue Datenschutzregeln 2018 DSGVO

Was sind personenbezogene Daten?

Laut DSGVO Art. 4.1 sind das alle Informationen, mit denen man ein Individuum identifizieren kann: direkt durch Name, Bild, Telefonnummer, Adresse ... oder indirekt durch Nutzernamen, Profilbild, IP-Adresse, Cookie-ID ...

Diese Daten fallen zum Beispiel an, wenn Sie für ein **Gewinnspiel** nach der Adresse fragen, für Ihre Kunden ein **Profil** mit deren Kontaktdaten anlegen oder für eine **Rückrufbitte** eine Telefonnummer elektronisch gespeichert wird.

Die DSGVO legt fest, dass die unmittelbaren Nutzer (Data Controller) und die Datenverarbeiter (Data Processor) gleichermaßen für die Daten verantwortlich sind, wenn es keine anderslautenden vertraglichen Regelungen gibt. Das bedeutet, dass Sie unter Umständen auch dann für die Daten verantwortlich sind, wenn Sie jemand anderen mit der Verarbeitung beauftragen.

Beispiel: Sie möchten allen Kunden Ihres Unternehmens eine Weihnachtskarte schicken und geben die Adressen dafür an eine Druckerei weiter, die sich um alles kümmert.

In diesem Fall sollten Sie:

1. vorher am besten schriftlich sicherstellen, dass alle Mitglieder dieser Nutzung ihrer Daten zugestimmt haben.
2. vertraglich festlegen, dass Forderungen bei Verstößen der Druckerei gegen die DSGVO nicht auf Sie zurückfallen.

Das mag übertrieben bürokratisch klingen und in den meisten Fällen nur eine Vorsichtsmaßnahme sein, kann Ihnen aber im Härtefall viel Ärger und Kosten ersparen.

Rechenschaftspflicht und Nutzeranfragen

Sie müssen in der Lage sein, betroffene Personen innerhalb eines Monats darüber zu informieren, welche Daten Sie von Ihnen verarbeiten, wie sie das tun und warum. Betroffene Personen haben auch das Recht, Daten löschen oder berichtigen zu lassen. Außerdem müssen betroffene Personen darüber informiert werden, wo (in der EU/ außerhalb) ihre Daten gespeichert werden und wie lange (Vorsicht bei der Datenspeicherung in Clouds).

Tipp: Bestimmen Sie einen Datenschutzbeauftragten für Ihr Unternehmen. Dabei kann es sich auch um einen externen Datenschutzexperten handeln. Erarbeiten Sie mit ihm zusammen eine Datenschutzvereinbarung oder Datenschutzklausel für Ihre Verträge und Formulare.

Dauer und Zweck der Datenspeicherung

Personenbezogene Daten dürfen nur so lange gespeichert werden, wie man sie nachvollziehbar für den Verwendungszweck braucht (DSGVO Art 5.1).

Beispiel: Wenn Sie ein Gewinnspiel veranstalten, müssen sämtliche personenbezogenen Daten gelöscht werden, sobald die Aktion beendet ist. Anders ist es bei einem Newsletter, bei dem Sie die E-Mail-Adresse und gegebenenfalls den Namen benötigen, solange Sie den Newsletter verschicken.

Immer, wenn Sie personenbezogene Daten nutzen, brauchen Sie dafür die Erlaubnis des Betroffenen. Gibt er Ihnen seine E-Mail-Adresse, um bei einem Gewinnspiel über den Gewinn benachrichtigt zu werden, dürfen Sie ihm mit dieser Adresse keinen Newsletter schicken oder frohe Weihnachten wünschen.

Grundsätzlich haben Betroffene jederzeit das Recht, ihre Einwilligung zur Nutzung der Daten zu widerrufen oder einzuschränken. Personen haben auch das Recht, Daten löschen oder berichtigen zu lassen.

Cookies, Datenanalyse und Einverständniserklärungen

Wenn Sie Dienste wie **Google Analytics** auf Ihrer Website nutzen, sollten Sie sich davon überzeugen, ob diese Angebote der DSGVO entsprechen. Ist das der Fall, können Sie wie gewohnt damit weiterarbeiten.

Unternehmen, die hauptsächlich Daten **verarbeiten**, unterliegen noch strengeren Auflagen. Unter anderem müssen datenverarbeitende Unternehmen wie Analyseunternehmen, Profiler oder Ähnliche einen Datenschutzbeauftragten haben und ihr Vorgehen transparent dokumentieren. Diese Dokumentation zeigt Ihnen, ob Ihre Partner DSGVO-konform sind. Auch bei der Zusammenarbeit mit anderen kleineren Webagenturen oder Dienstleistern sollten Sie sich durch eine Datenschutzvereinbarung absichern.

Richtig ist: Immer wenn Kunden **personenbezogene Daten übermitteln**, weisen Sie – leicht verständlich – darauf hin, was mit den Daten passiert und wer dabei involviert ist.

Bei E-Mail-Abonnements ist bereits jetzt eine **zweifache Bestätigung** (Double-Opt-in) vorgesehen. Der Einsatz von **Cookies** ist aktuell mit einer Einverständniserklärung verbunden, die auf dem Bildschirm erscheint. Mit beidem sollten Sie sich nach wie vor absichern.

Generell spricht die DSGVO in Art. 25 vom **Konzept des Datenschutzes** durch **Technikgestaltung** und **datenschutzfreundliche Voreinstellungen**. Websites sollten also so gestaltet werden, dass personenbezogene Daten standardmäßig geschützt werden. Setzen Sie sich hierzu mit Ihrem Webmaster in Verbindung.

Die DSGVO Praxis

Wenn Sie Kundendaten nur für die notwendige Geschäftsabwicklung verwenden, müssen Sie vor allem für eine **sichere Verwahrung** sorgen. Lieferadressen, ein Geburtsdatum zur Alterskontrolle usw. sind damit relativ unproblematisch in der Anwendung.

Interessant wird es in allen Fällen, die nicht zu Ihrem Kerngeschäft gehören. Also vor allem beim **Profiling**, der **Datenanalyse** und beim **Marketing**. Für Profiling und Analysen brauchen Sie einen kompetenten Anbieter, der DSGVO-konform arbeitet.

Bei Marketing-Aktionen sollten Sie Folgendes bedenken:

Weisen Sie darauf hin, was mit den Daten passiert.

Verwenden Sie nur die Daten, die Sie unbedingt brauchen.

Speichern Sie die Daten nur so lange, wie Sie sie unbedingt brauchen.

Anonymisieren Sie Daten immer, wenn das möglich ist.

Kommunizieren Sie klar mit Ihren Kunden und holen Sie sich deren Einverständnis für eine möglichst konkrete Verwendung.

Arbeiten Sie mit Unternehmen zusammen, die die DSGVO erfüllen und mit denen Sie eine Datenschutzvereinbarung abgeschlossen haben.

Lassen Sie sich im Zweifelsfall von einem Datenschutzexperten beraten.

Das sollten Sie außerdem tun

Prüfen Sie am besten ab sofort beim Kontaktformular auf der Website, bei einem Rückruf-Wunsch, bei Gewinnspielen usw.: Wie geht Ihr Unternehmen mit personenbezogenen Daten um? Welche Person oder welches Partnerunternehmen verarbeitet welche Daten? Wo und wie sicher werden Daten gespeichert? Notieren Sie sich jeden Handlungsbedarf und arbeiten Sie die Punkte nach und nach ab. Wer ganz sichergehen will, setzt auf professionelle Unterstützung durch einen **eigenen** oder einen **externen Datenschutzbeauftragten**.

Trotz sorgfältigster Bearbeitung können wir für die vorliegenden Ausführungen, deren inhaltliche Richtigkeit und abschließende Behandlung der Thematik keinerlei Haftung übernehmen. Sie dienen lediglich einer ersten Information und Sensibilisierung für die Problematik und sind ausschließlich für Mitglieder im Fachverband Deutscher Floristen bestimmt. (FDF B-W)