
Datenschutzrecht

Christina Kiel, Büro Bad Homburg

Für Unternehmen ist die Nutzung personenbezogener Daten von großer Bedeutung. Nach einer repräsentativen Befragung des Digitalverbands Bitkom ist sie für 42% der Unternehmen sogar Grundlage des Geschäftsmodells (abrufbar unter <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Jedes-dritte-Unternehmen-hat-sich-noch-nicht-mit-der-Datenschutzgrundverordnung-beschaefigt.html>). Umso relevanter war die grundlegende Veränderung des bisherigen Rechtsrahmens im Bereich Datenschutz ab dem 25.05.2018 durch die neue EU-Datenschutz-Grundverordnung (DS-GVO). Erweiterte Dokumentations- und Informationspflichten, erhöhter Bußgeldrahmen und unmittelbare Anwendbarkeit sind dabei nur einige zu nennende Änderungen.

Aber nicht nur auf europäischer Ebene gab es Neuerungen: Ebenfalls seit dem 25.05.2018 gilt eine neue Fassung des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG neu). Das nationale Gesetz mit ergänzenden Regelungen u. a. zum Mitarbeiterdatenschutz und zur Benennung des Datenschutzbeauftragten lösten die Vorschriften des BDSG a.F. ab und wurde als Teil des Datenschutz-Anpassungs- und Umsetzungsgesetz EU (DSAnpUG-EU) beschlossen. Fünf Monate danach wurden im Bundestag Änderungen von weiteren, rund 150 Fachgesetzen geplant, um das bereichsspezifische Datenschutzrecht des Bundes an die geltende DS-GVO anzupassen.

Schwerpunkt: Beratung und Informationsveranstaltungen

Neben den Herausforderungen durch die Umsetzung des neuen Rechtsrahmens beschäftigten die Unternehmen und Organisationen die Folgen aus dem EuGH-Urteil zu den Facebook-Fanpages, erste Entscheidungen zum neuen Datenschutzrecht deutscher Gerichte und die Rechtsauffassung nationaler Aufsichtsbehörden, die in zahlreichen Papieren veröffentlicht wurden.

Im Berichtszeitraum 2018 standen daher im Bereich Datenschutzrecht die zahlreichen Beratungsanfragen der Mitglieder im Fokus. Durch schnelle, telefonische Hilfe bis zur Erstellung umfangreicher Einschätzungen, wie z. B. über die Auswirkungen der DS-GVO auf das Direktmarketing, konnte die Wettbewerbszentrale die Änderungen im Datenschutz unterstützen.

Um auf den wachsenden Informationsbedarf zu reagieren, führte die Wettbewerbszentrale in Zusammenarbeit mit Herrn Rechtsanwalt Dr. Piltz von April bis November 2018 in fünf Städten ein Spezial-Seminar zum Thema „Datenschutz & Recht im Online-Marketing“ durch. Inhalt waren datenschutz- und wettbewerbsrechtliche Fragestellungen, die sich durch geänderte Vorschriften ergaben. Außerdem wurden Praxistipps, aktuelle Rechtsprechung und die Tätigkeit der Aufsichtsbehörden vermittelt.

Erfüllung erweiterter Informationspflichten

Ein Schwerpunkt der Anfragen im Themengebiet Datenschutz lag im Bereich der Informationspflichten. Auch unter Geltung der DS-GVO sind der Person, deren Daten erhoben werden, eine Reihe von Informationen zur Datenverarbeitung mitzuteilen (Art. 13 Abs. 1 und Abs. 2 DS-GVO). Deren Umfang wurde durch die DS-GVO noch erweitert, wodurch bestehende Datenschutzerklärungen angepasst werden mussten. Relevant war insbesondere die Erfüllung der Informationspflichten bei der Datenerhebung im Rahmen von Gewinnspiel-Formularen auf der Unternehmens-Webseite oder beim Einsatz von Webanalyse-Tools.

Einholung wirksamer Werbeeinwilligungen

Häufiger Gegenstand von Beratungsanfragen war außerdem die datenschutzrechtliche Gestaltung von werblichen Gewinnspielen verbunden mit der Frage, ob eine Werbeeinwilligung an die Teilnahme geknüpft werden kann („Kopplungsverbot“). Hier war in jedem Fall die „Freiwilligkeit“ der Einwilligung zu prüfen. Nach Art. 7 Abs. 4 DS-GVO muss bei der Beurteilung, ob die Einwilligung freiwillig erteilt wurde, dem Umstand in größtmöglichem Umfang Rechnung getragen werden, ob unter anderem die Erfüllung eines Vertrags, einschließlich der Erbringung einer Dienstleistung, von der Einwilligung zu einer Verarbeitung von personenbezogenen Daten abhängig ist, die für die Erfüllung des Vertrags nicht erforderlich sind.

Gestaltung von Social-Media-Auftritten

Mit Urteil vom 05.06.2018 hat der EuGH entschieden, dass der Betreiber einer Facebook-Fanpage gemeinsam mit Facebook für die Verarbeitung der personenbezogenen Daten der Besucher seiner Seite verantwortlich ist (Rs. C-210-16). In der Konsequenz ist u. a. eine Vereinbarung zur gemeinsamen Verantwortlichkeit (Art. 26 DS-GVO) und die ordnungsgemäße Erfüllung von Informationspflichten notwendig. Die Entscheidung war regelmäßig Thema bei Anfragen zu Werbeaktionen auf Facebook oder Instagram und machte deutlich, dass Unternehmen auch bei der Gestaltung ihres Social-Media-Auftrittes Datenschutzrecht zu beachten haben.

Datenschutz & Gesundheitswesen

Besondere Anforderungen gelten bei der Verarbeitung besonderer Kategorien personenbezogener Daten, wie z.B. Gesundheitsdaten (Art. 9 DS-GVO, § 22 BDSG n.F.). Neben der Rechtsberatung zu branchenspezifischen Fragen rund um den Datenschutz bei Werbemaßnahmen, führte die Wettbewerbszentrale gemeinsam mit dem Südwestdeutschen Augenoptiker-Verband ein Seminar speziell für Augenoptiker durch. Inhalt waren Änderungen durch die DS-GVO und was künftig bei der Verwendung von Kundendaten – insbesondere Gesundheitsdaten – zu Werbezwecken beachtet werden muss. Hierzu veröffentlichte die Wettbewerbszentrale auch einen Fachbeitrag in der DOZ Optometrie & Fashion. Der Artikel „*Was ändert sich für Augenoptiker beim Schutz von Kundendaten ab Mai? – Hinweise und Praxistipps zur Datenschutz-Grundverordnung*“ ist auf der Webseite der Wettbewerbszentrale unter der Branche Gesundheitshandwerk als PDF abrufbar.

Updates und Ausblick

Das Verfahren gegen den Betreiber des Dienstes „Werbestopper“ hat die Wettbewerbszentrale weiter beschäftigt. Hierbei wurden neben nach Ansicht der Wettbewerbszentrale irreführenden Werbeaussagen auch Verstöße gegen Datenschutzrecht beanstandet, u. a. aufgrund fehlender Informationen zur Datenweitergabe an ein Unternehmen in der Schweiz. Allerdings steht auch am Jahresende 2018 eine Entscheidung des Landgerichts Nürnberg-Fürth (Az. 19 O 1765/17, F 6 0029/16) noch aus.

ePrivacy-Verordnung (eP-VO)

Ursprünglich sollte hinsichtlich der Verarbeitung „elektronischer Kommunikationsdaten“ die DS-GVO ab 25.05.2018 durch eine Verordnung über Privatsphäre und elektronische Kommunikation (ePrivacy-Verordnung) ergänzt werden. So war es in dem Entwurf, der durch die Europäische Kommission bereits am 10. Januar 2017 veröffentlicht wurde, vorgesehen. Besonders wichtige Regelungen werden zum einen für Webseitenbetreiber und Anbieter gezielter Online-Werbung die Vorschriften zum Einsatz von Cookies, zum anderen die zu den Voraussetzungen für Direktwerbung über elektronische Kommunikationsdienste (z.B. via E-Mail und Telefon) gegenüber Endnutzern sein. Unter deutlicher Kritik wurde der erste Entwurf inzwischen an zahlreichen Stellen abgeändert. Zuletzt wurde der geänderte Text in Dokument Nr. 13256/18 vom 19. Oktober 2018 unter <http://data.consilium.europa.eu/doc/document/ST-13256-2018-INIT/en/pdf> (englische Fassung) veröffentlicht. Wann die eP-VO tatsächlich kommt, ist weiter unklar. Die Wettbewerbszentrale wird dazu weiter berichten.

Quelle: Auszug aus dem Jahresbericht der Wettbewerbszentrale 2018, im Volltext abzurufen unter www.wettbewerbszentrale.de