



## Homeoffice bietet Datendieben neue Angriffsmöglichkeiten

Jetzt ist die Zeit für Informationssicherheit im Homeoffice

*Die zweite Welle der Corona-Pandemie läuft. Dies hat Auswirkungen im Alltag der heimischen Unternehmen. Nachdem es im Sommer auch in Unternehmen zahlreiche Lockerungen gegeben hat und viele Mitarbeiter wieder zu einem relativ normalen Arbeitsalltag übergegangen waren, wird nun wieder auf Risikominimierung gesetzt. Viele Unternehmen haben nun den Anteil der Mitarbeiter im Homeoffice wieder erhöht, um die Ansteckungsgefahr zu reduzieren. Neben den vielen Chancen, die das Homeoffice bietet, gibt es aber auch diverse Risiken. Eine davon liegt ganz sicher im Bereich der Informationssicherheit. „Unternehmen müssen hier wachsam und achtsam sein. Um eine Minimierung der Ansteckungsgefahr nicht gegen eine deutliche Erhöhung von Sicherheitsrisiken zu tauschen“, erklärt der langjährige Fachmann für Informationssicherheit, Dr. Jörn Voßbein.*

Während der ersten Corona-Welle musste alles ganz schnell gehen: Mitarbeiter wurden ins Homeoffice geschickt, Präsenzarbeitsplätze wurden reduziert. Das große Ziel der Unternehmen war es, das Kerngeschäft aufrechtzuerhalten. Für Details war wenig Zeit und Kapazität.

Die Experten sind sich aber einig: Jetzt – während der zweiten Welle – können und müssen andere Themen näher betrachtet werden. Der IT-Branchenverband Bitkom fordert nicht von ungefähr, ein größeres Augenmerk auf die IT-Sicherheit zu legen. Nötig sei eine Balance aus benutzerfreundlichem Zugriff auf Unternehmensdaten aus dem Homeoffice heraus und dem angemessenen Schutz der IT-Infrastruktur. Ebenso mahnt das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI), dass IT- und Datensicherheit oft eine untergeordnete Rolle spielen, wenn nun wieder spontan ins Homeoffice umgezogen werden muss.

Auch hat das Hessische Landeskriminalamt darauf hingewiesen, dass sich durch vermehrtes Homeoffice erweiterte und in einzelnen Phänomenen erhöhte Angriffsrisiken ergeben. Social-Engineering – also soziale Manipulation – werde im Zuge von räumlicher Trennung erleichtert. Hierbei werden vertrauens-erweckende Kontakte genutzt, um sensible Daten, wie z. B. Passwörter abzugreifen. Bekannteste Beispiele sind sogenannte Phishing-Mails. [...]

Mehr dazu finden Sie auf [www.uimc.de/news](http://www.uimc.de/news)



## „No Deal“ zeichnet sich ab:

## „Harter Brexit“ hat Konsequenzen für den Datenschutz!

Bitte beachten Sie dringend die Informationen in der UIMCommunication 10/2020 und leiten Sie die Umsetzung der Maßnahmen idealerweise noch in diesem Jahr in die Wege!

Mehr dazu finden Sie auf [www.uimc.de/brexit](http://www.uimc.de/brexit) und [www.uimc.de/communication](http://www.uimc.de/communication)



## FAQ: Newsletter, Werbepost, Einwilligungen

Zur Beurteilung, ob personenbezogene Daten zu Zwecken der Werbung genutzt werden dürfen, müssen sowohl die Anforderungen der DSGVO als auch des UWG beachtet werden.

Eine Praxishilfe finden Sie in unserem eCollege-Kurs „FAQ“: <https://www.uimcollege.de> > Meine Kurse.

Dieser Kurs ist im neuen eCollege für alle User freigeschaltet, die einen Account zu einem Schulungskurs haben. Sie haben noch keinen Zugang? Dann informieren Sie sich unter <https://www.uimc.de/ecollege>.

Noch Fragen?

Treten Sie mit uns in einen Dialog ein!

**UIMC**Communication

Interessantes zu Datenschutz und Informationssicherheit präsentiert von UIMC und UIMCert

## Weihnachtsbriefe können verpackte Datenschutzprobleme sein

Gerade in der Vorweihnachtszeit werden in zunehmendem Maße Geschäftspartner angeschrieben, wobei in der Regel bestehende Kontakte bzw. Bestandskunden adressiert werden, um Weihnachtsgrüße, Jahresrückblicke oder Jahreswechselwünsche auszurichten. Hierbei müssen verschiedene rechtliche Anforderungen berücksichtigt werden. Der Begriff der werblichen Ansprache wird nach entsprechender Rechtsprechung recht weit gefasst, so dass – je nach Gestaltung – auch die Weihnachtsgrüße als solche eingestuft werden können.

So wurden die Daten in der Regel beim Betroffenen zur vertraglichen oder vorvertraglichen Abwicklung erhoben. Bei einer werblichen Nutzung liegt demnach grundsätzlich eine Zweckänderung vor. Ohne Einwilligung muss die Verarbeitung zur Wahrung der berechtigten Interessen des Versenders oder eines Dritten erforderlich sein. Zudem dürfen die Interessen oder Grundrechte und Grundfreiheiten der betroffenen Person, die den Schutz personenbezogener Daten erfordern, nicht überwiegen. Beides dürfte bei einem Weihnachtsgruß gegeben sein, so dass eine Zusendung – sofern kein Widerspruch vorliegt – zulässig ist.

Sofern die Weihnachtsgrüße per E-Mail versandt werden, könnte das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) anzuwenden sein. Hierbei ist in aller Regel eine explizite Einwilligung des Empfängers erforderlich. Das Klagepotential (insbesondere im B2B-Verhältnis dürfte bei reinen Weihnachtsgrüßen aber als gering eingestuft werden. Jedoch ist es empfehlenswert, dass der Datenschutzbeauftragte grundsätzlich bei Mailing-Aktionen involviert wird und auch nur Bestandskunden adressiert werden.



Beim Versand von E-Mails sollte **auch zu Weihnachten** darauf geachtet werden, dass die Empfänger bei einem Versand an mehrere Adressaten verborgen sind. Dies erreicht man entweder über eine Mailing-Gruppe, eine Serienbrief-Funktion und/oder die Nutzung von BCC (anstelle die Empfänger in „An“ oder „CC“ einzufügen). Andernfalls kann hierbei eine **meldepflichtige** Datenpanne gemäß DSGVO vorliegen.



Das Redaktionsteam der UIMCommunication wünscht Ihnen schöne und besinnliche Weihnachtstage sowie einen guten Rutsch in ein vor allem gesundes Jahr 2021.



### Updates/Neue Unterlagen im Online-Formular-Center

Checkliste zur Durchführung einer Datenschutzfolgenabschätzung (DSFA), mit dessen Hilfe eine Datenschutzfolgenabschätzung durchgeführt werden kann. Hierin werden notwendige Dokumentationen, Bewertungen und Konsultationen aufgezeigt.



[www.online-formular-center.eu](http://www.online-formular-center.eu)

Bitte senden Sie mir neben den angekreuzten Themen weitere Informationen zu:

- Informationssicherheit im Home Office
- Praxishilfe für Werbung, Newsletter, Einwilligungen

**Unser Tipp:** Bitte senden Sie mir zukünftig den UIMCommunication-Info-Brief und regelmäßig weitere interessante Informationen per E-Mail zu!

E-Mail: \_\_\_\_\_ Unterschrift: \_\_\_\_\_

per Fax an (0202) 946 7726 9200 oder formlos per Mail an [communication@uimc.de](mailto:communication@uimc.de)

Mehr Informationen, Hinweise und Tipps finden Sie hier: <https://communication.UIMC.de>

Einer künftigen Zusendung können Sie jederzeit formlos per E-Mail an [communication@uimc.de](mailto:communication@uimc.de) widersprechen.

