

 **Inhaltsverzeichnis** ++ Rückblick auf 2022 zum Datenschutz ++ Social-Media-Konzept immer wichtiger ++ Datenschutz: kurz und knackig ++ Frohe Weihnachten ++ **Inhaltsverzeichnis**



Rückblick 2022: Bußgelder, Abmahnungen und sonstiger Ärger

Nicht nur die Big Player, sondern auch KMU werden im Datenschutz sanktioniert

Nach wie vor wird die Bußgeldberechnung der Aufsichtsbehörden – im Guten wie im Schlechten – kritisiert. Hauptkritikpunkt ist nach wie vor die Verknüpfung von Jahresumsatz (des Konzerns) und Bußgeld. Die DSGVO verlangt generell, dass die Verhängung von Geldbußen in jedem Einzelfall „wirksam, verhältnismäßig und abschreckend“ sei. Im Gegenzug wird für „geringe“ Verstöße immer wieder die Erarbeitung eines „Bußgeldkatalogs“ diskutiert, aus dem sich für einzelne Vergehen Regelbußgelder ablesen lassen. „Aktuell ist die Bußgeldpraxis der Aufsichtsbehörden stark einzelfallbezogen und lässt die Höhe des konkreten Bußgelds nur sehr ungenau voraussagen, da auf zahlreiche Umstände des jeweiligen Einzelfalles abgestellt wird,“ so der mehrfach bestellte Datenschutzbeauftragte Dr. Jörn Voßbein.

Bereits Anfang des Jahres veröffentlichte die Hamburger Datenschutzbehörde ein Bußgeld in Höhe von 10.110,00 EUR gegen ein Autohaus, da dieses die Gesundheitsdaten eines Beschäftigten ohne Rechtsgrundlage an Dritte übermittelte. Hierzu genügte die schriftliche Mitteilung an 3.000 Stammkunden des Unternehmens, aktuell würden „Umstrukturierungsmaßnahmen aufgrund des krankheitsbedingten Ausfalls des Verkaufsleiters erfolgen“. Aus der Mitteilung ließ sich der Beginn der Arbeitsunfähigkeit des betroffenen Mitarbeiters entnehmen sowie die Information, dass sein Ausfall vorerst auf unbestimmte Zeit erfolgte. Auch wenn die Information als bloß organisatorische Ankündigung gedacht war, ließ sich aus den Angaben insbesondere für die Empfänger ein Personenbezug ableiten mit der Folge, dass für die anlasslose Veröffentlichung hochsensibler Daten des Beschäftigten keine Rechtsgrundlage bestand. „Selbst wenn man diese Strafe als sehr streng empfinden kann, zeigt der Vorfall, dass Datenschutzsensibilisierung im Unternehmen sehr bedeutsam ist,“ hebt der Experte Dr. Jörn Voßbein hervor.

Im März verhängte die Aufsichtsbehörde Bremen ein Bußgeld in Höhe von 1,9 Mio. EUR gegen die BREBAU GmbH, da diese in mehr als 9.500 Fällen Daten über Mietinteressenten verarbeitete, ohne dass es hierfür eine Rechtsgrundlage gab. Gesammelt wurden z. B. Informationen über Frisuren, den Körpergeruch und das persönliche Auftreten. Bei mehr als der Hälfte der Fälle handelte es sich um besonders geschützte Daten nach Art. 9 DSGVO, wie Informationen über die Hautfarbe, die ethnische Herkunft, die Religionszugehörigkeit, die sexuelle Orientierung und den Gesundheitszustand. Entsprechende Auskunftersuchen wurden nicht oder nicht zutreffend beantwortet. Generell sind „Schwarze Listen“, „Warndateien“ oder ähnliches immer wieder Anlass für aufsichtsbehördliche Maßnahmen. Die Höhe des Bußgeldes ist in diesem Fall sicherlich sowohl der Größe des Verantwortlichen als auch dem Umfang der Datenschutzverletzung zuzurechnen.

Gesamter Text unter www.uimc.de/news



Datenschutz kurz und knackig erklärt

Das Lesen, Verstehen und vor allem das operative Übersetzen von Gesetzestexten in die praktische Umsetzung ist zum Teil nicht wirklich trivial. Durch unsere breit gestreute Expertise und die jahrzehntelangen Erfahrungen haben wir nun „One-Pager“ entwickelt, in denen wir kurz und knackig erklären, wie Sie datenschutzrechtliche Anforderungen in der Praxis umsetzen können. Unsere One-Pager zum Download: www.uimc.de/kurz-und-knackig



Datenschutz



Informationssicherheit



Organisation / Strategie

UIMC | pragmatisch.erfahren.verständlich.

UIMC DR. VOSSBEIN GMBH & Co KG, Otto-Hausmann-Ring 113, 42115 Wuppertal
Tel.: +49-202-946 7726 200, Fax: - 19, E-Mail: consultants@uimc.de, Internet: www.UIMC.de

Datenschutz-Aufsicht fordert Social-Media-Konzept

Um mit Kundinnen und Kunden bzw. Bürgerinnen und Bürger besser zu kommunizieren, kommen immer mehr Institutionen auf die Idee eines eigenen Social-Media-Kanals (ob bei Facebook, Youtube oder TikTok). Datenschutzrechtlich begeben sich diese dann aber in eine Rolle der (Datenschutz-)Verantwortung.

Der Europäische Gerichtshof urteilte dazu schon im Jahr 2018 eindeutig: Nicht nur Facebook ist beim Betrieb von Fanpages datenschutzrechtlich für die Verarbeitung von personenbezogenen Daten verantwortlich, sondern ebenso der Betreiber der Fanpage. Das Gericht ging sogar noch weiter, indem es eine Außerbetriebnahme der Fanpage für verhältnismäßig erachtet, wenn die von Facebook zur Verfügung gestellte digitale Infrastruktur schwerwiegende datenschutzrechtliche Mängel aufweise. Klar ist aber, dass die Abschaltung auf den Fanpage-Betreiber negativ zurückfällt und gerade bei staatlichen Institutionen für Schlagzeilen sorgen wird.

Außer Frage steht allerdings auch, dass diese Plattformen immer attraktiver werden, da sich hie-

rüber Personengruppen erreichen lassen, an die man anders nicht herankommt. Was ist also besonders zu beachten?

Für das Social Media-Angebot sollte ein Konzept erarbeitet werden. In diesem muss dargelegt und begründet werden, wie die Entscheidung für das gewählte Social-Media-Angebot erfolgte. Warum dieses und nicht ein anderes, warum in dieser Form und nicht in einer anderen. Außerdem muss daraus hervorgehen, warum ein Verzicht zu einem Qualitätsverlust bei der Aufgabenerfüllung führt.

Ebenfalls behandelt werden muss in dem Konzept der Zweck, die Art und der Umfang des Angebotes, das über die Social Media-Plattform präsentiert werden soll. Klar ist, dass eine kleine Gemeinde oder kleiner Handwerksbetrieb einen anderen Umfang erzeugen wird als das Robert-Koch-Institut in Zeiten einer Pandemie. In einem guten Social Media-Konzept sollten zudem die Verantwortlichkeiten für die inhaltliche und technische Redaktion des Angebotes festgehalten sein. Natürlich sollte auch eine Festlegung der Verantwortlichkeiten für die Wahrnehmung der Rechte der Betroffenen hier zu finden sein.

Gesamter Text unter www.uimc.de/news



Aktuelles im Online-Formular-Center

Um über Neuerungen zeitnah informiert zu werden, können Sie unser News-Forum abonnieren und erhalten daraufhin eine E-Mail, sofern Sie einen personalisierten Account haben.



www.uimcollege.de

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

Einer künftigen Zusendung können Sie jederzeit formlos per E-Mail an communication@uimc.de widersprechen.

