

Novellierung des BDSG

Datenschutz verbessert

Kurz vor dem Ende der Legislaturperiode hat der Deutsche Bundestag noch zwei die unternehmerischen Tätigkeiten betreffende Gesetze zur Änderung des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) verabschiedet; eine Novelle zur Werbung, insbesondere zum Adresshandel und eine zum Bereich der Auskunftfeien und Scorewertberechnungen.

Anlass für die Reformen im BDSG waren unter anderem die steigende Bedeutung von Auskunftfeien in einer immer anonym werdenden Geschäftswelt, die Datenskandale bei großen deutschen Unternehmen und insbesondere die vielen Fälle des unerlaubten Adresshandels. Aufgrund der offensiven Berichterstattung über Verletzungen des Datenschutzes wird dieses Thema bei Arbeitnehmern, Verbrauchern und Unternehmen immer wichtiger. Nachfolgend werden die wichtigsten Neuregelungen der Datenschutznovelle „Werbung und Adresshandel“ vorgestellt. In einem Folgebeitrag werden dann pünktlich zu deren Inkrafttreten die Neuregelungen zur Datenschutznovelle „Scoring“ dargestellt.

Werbung und Adresshandel

Das Wichtige vorweg: Diese Neuregelungen gelten bereits seit dem 1. September dieses Jahres für Daten, die seit diesem Zeitpunkt gespeichert wurden. Allerdings können Bestandsdaten, d. h. Kunden- und Nichtkundendaten, die das Unternehmen vor dem 1. September 2009 gespeichert hatte, bis zum 31. August 2012 weiterhin genutzt werden (Übergangsfrist).

Ziel der Novelle ist insbesondere Missbrauch beim Adresshandel und der

werblichen Nutzung personenbezogener Daten zu verhindern. Ein praxisrelevanter Schwerpunkt liegt in der Neuregelung der Nutzung von Daten zu Werbezwecken (§ 28 Abs. 3 BDSG) sowie im Bereich der Informationspflichten bei „Datenpannen“ (§ 42a BDSG). In diesem Zusammenhang ist hervorzuheben, dass nunmehr erstmalig ausdrücklich der sogenannte Arbeitnehmerdatenschutz (§ 32 BDSG) gesetzlich geregelt ist. In der Vergangenheit musste stets auf die allgemeinen Vorschriften des BDSG und die Rechtsprechung zurückgegriffen werden. Damit wurde ein erster Schritt zum kodifizierten Schutz von Arbeitnehmerdaten getan. Allerdings zeigt der im September 2009 von Bundesarbeitsminister Olaf Scholz vorgestellte Diskussionsentwurf für ein „Gesetz zum Beschäftigtendatenschutz“, wie brisant das Thema Arbeitnehmerdatenschutz – nicht zuletzt bedingt durch die Datenschutzprobleme großer deutscher Wirtschaftsunternehmen – auch in Zukunft noch sein wird.

Ein im ursprünglichen Referentenentwurf vorgesehenes Datenschutzauditgesetz, mit dem ein „Datenschutzauditsiegel“ auf Bundesebene eingeführt werden sollte, wurde vom Bundestagsinnenausschuss aus dem Gesetzentwurf gestrichen. Die Wirtschaftsverbände haben den Gesetzgeber von der fehlenden Notwendigkeit überzeugen können und damit den Unternehmen einen erheblichen bürokratischen Aufwand erspart.

Listenprivileg

Auf der Grundlage des sogenannten Listenprivilegs war es nach altem Recht

zulässig, bestimmte personenbezogene Daten, wenn sie listenmäßig zusammengefasst waren, für Zwecke der Werbung, Markt- oder Meinungsforschung ohne Einwilligung der Betroffenen zu übermitteln oder zu nutzen. Dies hat in der Vergangenheit häufig zu einem unerlaubten Handel mit zahlreichen personenbezogenen Daten geführt, da die Voraussetzungen des Listenprivilegs von den Adresshändlern nicht immer beachtet wurden. Da die rechtmäßige Nutzung solcher Daten für Unternehmen aber wichtig ist, konnte im Gesetzgebungsverfahren erreicht werden, dass das Listenprivileg nicht abgeschafft, sondern lediglich eingeschränkt wurde (§ 28 Abs. 3 BDSG).

Unter „Listenprivileg“ versteht man eine Datensammlung, die sich auf eine Angabe zur Zugehörigkeit des Betroffenen zu dieser Personengruppe bezieht (z. B. Handwerker, Hauseigentümer) und daneben Angaben über Berufs-, Branchen- oder Geschäftsbezeichnung des Betroffenen, seinen Namen, seine Anschrift und sein Geburtsjahr beinhaltet.

So ist die Übermittlung von listenmäßig zusammengefassten Daten, z. B. an Verbundunternehmen zu Werbezwecken, auch weiterhin ohne Einwilligung des Betroffenen zulässig, wenn eindeutig aus der einem Betroffenen zugehenden Werbung hervorgeht, wer die Daten erstmalig gespeichert hat (§ 28 Abs. 3 Satz 4 BDSG).

Dies dürfte ein etwas mühseliger Weg sein, wenn der Verbundpartner bei einer flächendeckenden Mailingaktion jeweils auf unterschiedliche Quellen verweisen müsste. Deshalb eröffnet die Neufas-

sung des § 28 Abs. 3 Satz 5 einen anderen Weg, den die genossenschaftliche Praxis nutzen sollte: Die Genossenschaft sollte, vom Verbundpartner vorbereitet, die Mailingaktion auf ihrem Briefbogen durchführen und auf die Angebote des Verbundpartners hinweisen (sogenannte „Empfehlungsschreiben“). Hierbei könnte zweckmäßigerweise auch das Logo des Verbundpartners aufgenommen werden, um ihn so dem Adressaten bereits näher zu bringen. Dies wäre eine Nutzung eigener Daten und damit keine Datenübermittlung an die Verbundpartner; auch Fragen des Bankgeheimnisses würden sich nicht stellen.

Die Verarbeitung (und damit auch die Übermittlung) und Nutzung von Daten, die nicht unter das Listenprivileg fallen, bedürfen hingegen grundsätzlich der Einwilligung, die grundsätzlich schriftlich erklärt werden muss. Diese Einwilligungserklärung muss, wenn sie im Zusammenhang mit anderen Erklärungen des Betroffenen eingeholt wird, von diesen drucktechnisch deutlich hervorgehoben sein. Ferner darf der Vertragsschluss auch nicht von der Einwilligung des Betroffenen zur Datenübermittlung zu Werbezwecken abhängig gemacht werden (Koppelungsverbot).

Erhebt ein Unternehmen die Daten selbst und erfasst es diese listenmäßig, kann es diese Daten auch ohne Einwilligung des Betroffenen nutzen, um für eigene Produkte zu werben (§ 28 Abs. 3 Satz 2 Nr. 1 BDSG). Die Verarbeitung von Daten für Zwecke der Werbung gegenüber in Unternehmen Beschäftigten ist nach wie vor ohne Einwilligung zulässig, wenn sich die Werbung gegenüber dem Beschäftigten auf seine berufliche Tätigkeit unter seiner beruflichen Anschrift bezieht (§ 28 Abs. 3 Satz 2 Nr. 2 BDSG).

Nach alledem könnte weitgehend, wie bisher, auch ohne Einwilligung werblich verfahren werden. Jedoch ist nicht sicher, ob diese Tatbestände erhalten bleiben, denn die Bundesregierung ist



vom Gesetzgeber (§ 47 BDSG) aufgefordert worden, bis zum 31. August 2014 über die Auswirkungen der Änderungen zum Adresshandel und zur Werbung zu berichten und ggf. gesetzgeberische Änderungen vorzuschlagen. Deshalb auch an dieser Stelle der (wiederholte) Aufruf, aus Gründen der Rechtssicherheit eine ausdrückliche Einwilligung, z. B. in Form der Einwilligungserklärung zur Datennutzung im Verbund einzuholen.

Für die zukünftige Zusammenarbeit mit Auftragsdatenverarbeitern hat die Novelle in § 11 Abs. 2 BDSG nun einen Mindestkatalog an Regelungen festgelegt, die in dem Vertrag zwischen dem Auftragsdatenverarbeiter und dem Auftraggeber geregelt sein müssen. Hierdurch wird sichergestellt, dass bei der Nutzung eines Auftragsdatenverarbeiters alle Datenschutzrechte der Betrof-

fenen gewahrt werden. Der Datenschutzbeauftragte des Unternehmens sollte in die Vertragsgestaltung eingeschaltet werden, da eine Nichtbeachtung der Neuregelung mit Bußgeld geahndet werden kann. Auch sollten die bestehenden Verträge auf diesen Mindestkatalog hin überprüft werden.

Im Ergebnis ist durch diese Novelle der Datenschutz der Betroffenen angemessen gestärkt worden. Im Gegenzug wurde durch die (eingeschränkte) Beibehaltung des Listenprivilegs den unternehmerischen Interessen Rechnung getragen. Ob es in naher Zukunft zu einem neuen (eigenen) Gesetz zum Beschäftigtendatenschutz kommen wird, bleibt indes abzuwarten.

Ein Beitrag von
Christian Philipp Schmitt