

DIE NOVELLIERUNG DES BUNDESDATENSCHUTZGESETZES

– DIE WICHTIGSTEN NEUREGELUNGEN

Am 10.07.2009 hat der Bundesrat der sog. Novelle II des Bundesdatenschutzgesetzes (im Folgenden: „BDSG“) zugestimmt. Die Novelle II (Datenhandel) ist am 01.09.2009 in Kraft getreten, wenngleich für verschiedene Regelungen unterschiedliche Übergangsfristen gelten. Damit hat die Gesetzgebung das mit der Novelle I (Scoring), die zum 01.04.2010 in Kraft tritt, begonnene Vorhaben der Überarbeitung des Datenschutzrechts fortgesetzt.

I. HINTERGRUND

Ausgangspunkt vor allem der Novelle II waren die Datenschutzskandale, die in Deutschland (erstmalig) das Thema „Datenschutz“ dauerhaft in die Schlagzeilen gebracht haben. Mit der Novellierung sollte hier der Schutz des Einzelnen, vor allem vor Überwachungsmaßnahmen und vor einer Weitergabe seiner Daten, verstärkt werden. Für Unternehmen führt die Novellierung zu neuen Belastungen und möglicherweise, gerade im Bereich der Verwaltung von Mitarbeiterdaten, zur Notwendigkeit, die bisherigen Methoden der Datenverarbeitung zu überdenken.

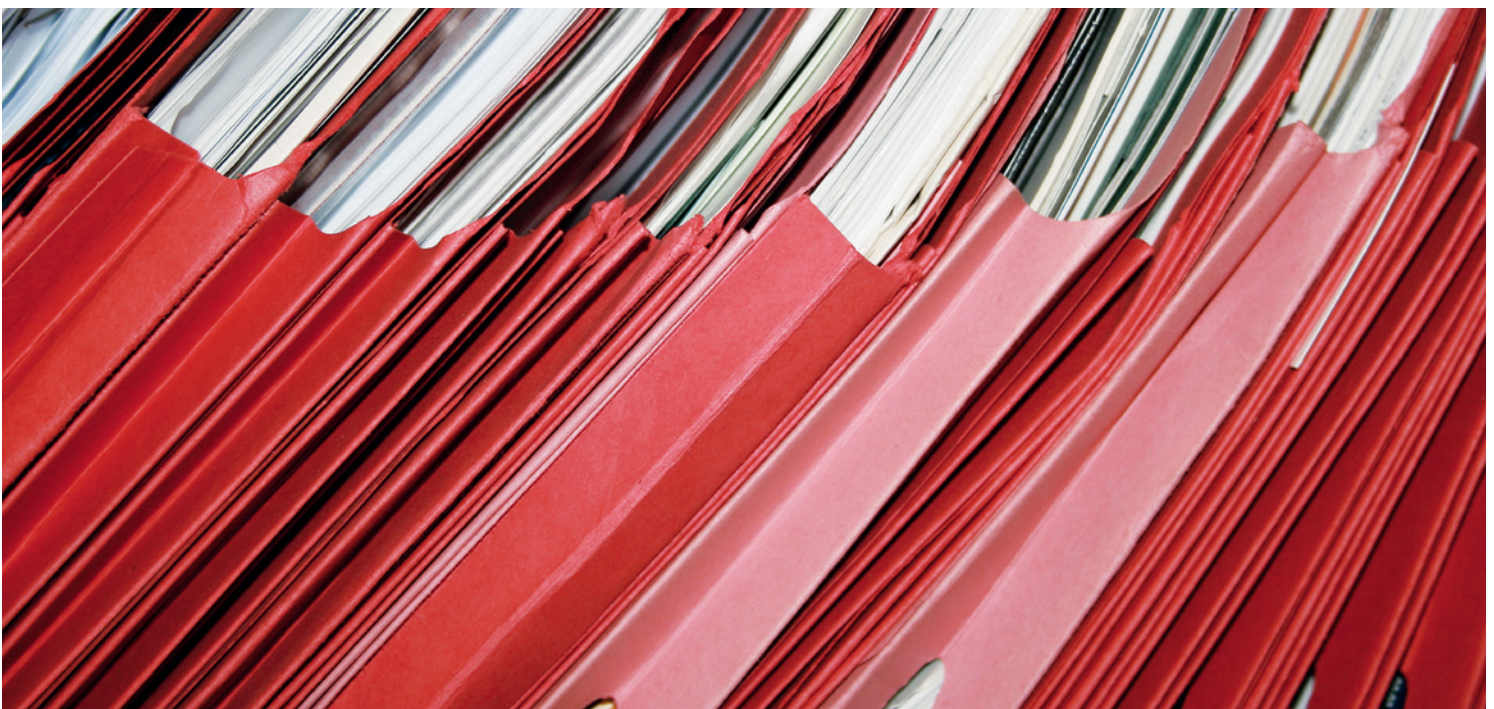
II. ZU DEN WICHTIGSTEN REGELUNGEN

1. Der Gesetzgeber hat jetzt eine Regelung getroffen, die eine Einwilligung des Betroffenen für die Weitergabe von Adressen voraussetzt und damit das „Listenprivileg“ eingeschränkt. Betrachtet man jedoch die umfangreichen Ausnahmen und die lange Übergangsfrist bis zum 31.08.2012, so wird sich für Unternehmen zunächst kaum etwas ändern. Daten dürfen, soweit es sich um existierende Kundenbeziehungen handelt, weiterhin verarbeitet werden. Gleiches gilt für Kunden, deren Adresse in öffentlichen Verzeich-

nissen enthalten ist sowie im Geschäftsverkehr zwischen Unternehmen und für die Spendenwerbung. Weiterhin ist die Übermittlung von Adressen im Rahmen der früher vom „Listenprivileg“ gedeckten Methode erlaubt, wenn aus der Werbung hervorgeht, wer die Daten erstmals gespeichert hat. Weiterhin dürfen Daten auch zur Bewerbung von Fremdangeboten genutzt werden, vorausgesetzt, dass sich aus der Werbung die für die Nutzung verantwortliche Stelle ergibt.

2. Die Regelung des § 3 a BDSG zur Datenvermeidung und zur Datensparsamkeit ist verschärft worden; das Gebot, Daten möglichst so zu erheben und zu verarbeiten, dass der Betroffene nicht identifizierbar ist, gilt jetzt umfassend.

3. In dem neuen § 11 BDSG ist im Einzelnen geregelt, welche Anforderungen an eine Verarbeitung von Daten im Auftrag gestellt werden. Der Gesetzgeber hat gleich zehn einzelne Komplexe aufgeführt, die in einer entsprechenden Vereinbarung der Regelung bedürfen. Jede Vertragsgestaltung muss sich strikt an diese Vorgaben halten. Ansonsten kann eine Vereinbarung den Transfer von Daten an den Auftragnehmer nicht legitimieren.



4. Weiterhin wird die Stellung des Datenschutzbeauftragten ausgebaut. Dieser erhält einen weitgehenden Kündigungsschutz, der noch ein Jahr nach Beendigung der Funktion als Datenschutzbeauftragter gilt. Weiterhin hat der Datenschutzbeauftragte jetzt einen gesetzlichen Anspruch auf Teilnahme an Weiterbildungsmaßnahmen auf Kosten des Arbeitgebers (§ 4 f Abs. 3 BDSG).
5. Nach dem neuen § 32 BDSG dürfen Daten von Arbeitnehmern nur noch für die Begründung eines Beschäftigungsverhältnisses, für dessen Durchführung oder für dessen Beendigung erhoben oder verarbeitet werden. Die Datenerhebung und -verarbeitung ist auf das Erforderliche beschränkt. Zur Aufdeckung von Straftaten dürfen personenbezogene Daten eines Beschäftigten nur dann erhoben oder verarbeitet werden, wenn es konkrete Anhaltspunkte für eine Straftat gibt, die Datenerhebung und -verarbeitung erforderlich ist und das schutzwürdige Interesse des Beschäftigten nicht überwiegt. Auch wenn der Gesetzgeber meint, dadurch nur die bisherige Rechtslage kodifiziert zu haben, gehen die einschlägigen Stellungnahmen allgemein von einer Verschärfung aus. Jedenfalls entstehen mit der Neuregelung erhebliche Rechtsunsicherheiten.
6. In der sog. Novelle I hatte der Gesetzgeber versucht, die bisherige (schon komplizierte) Regelung zu Kreditauskünften und Kreditscoring zu präzisieren. Die Konsequenz sind insbesondere die §§ 28 a und 28 b BDSG, die jetzt eine Fülle von Details enthalten und mit dieser Detailfülle kaum dazu angehalten sind, die Umsetzung praktikabler zu machen.
7. Durch den neuen § 30 a BDSG wird die Marktforschung insbesondere dadurch beschränkt, dass die gesammelten Daten nur noch für das betreffende Projekt verwendet werden dürfen.
8. Erstmals (in der gesamten EU) gibt es eine gesetzliche Verpflichtung von Unternehmen, den Verlust von Daten anzuzeigen. Der neue § 42 a

BDSG gilt zwar nur für besonders sensible Daten gemäß § 3 Abs. 9 BDSG, Daten, die einem Berufsgeheimnis unterliegen, Daten, die sich auf strafbare Handlungen oder Ordnungswidrigkeiten beziehen und Daten zu Bank- oder Kreditkartenkonten. Wenn jedoch solche Daten „verloren gegangen“ sind, muss dies der zuständigen Datenschutzbehörde unverzüglich mitgeteilt werden. Weiterhin ist das betreffende Unternehmen zur Meldung des Datenschutzverstoßes an den Betroffenen verpflichtet, sobald angemessene Maßnahmen zur Sicherung der Daten ergriffen worden oder nicht unverzüglich erfolgt sind und die Strafverfolgung nicht mehr gefährdet wird. Hier reicht die Benachrichtigung allein nicht aus; vielmehr muss das Unternehmen erläutern, wie es zu dem Datenschutzverstoß kommen konnte und welche Maßnahmen der Einzelne treffen kann, um sich vor nachteiligen Folgen zu schützen. Unter Umständen kann die Pflicht zur Information des Betroffenen dazu führen, dass eine Anzeige in mindestens zwei bundesweit erscheinenden Tageszeitungen erforderlich ist.

9. Die für einen Verstoß gegen datenschutzrechtliche Regelungen bisher geltende Höchstbuße wird von EUR 250.000 auf EUR 300.000 erhöht. Übersteigt der wirtschaftliche Vorteil, den der Täter aus der Ordnungswidrigkeit gezogen hat, die Summe von EUR 300.000, kann die Geldbuße noch höher ausfallen.

DR. JOCHEN LEHMANN

AKTUELLES

Am 04.08.2009 ist das „Gesetz zur Bekämpfung unerlaubter Telefonwerbung und zur Verbesserung des Verbraucherschutzes“ in Kraft getreten. Ab sofort ist die „ausdrückliche vorherige Einwilligung“ des Verbrauchers erforderlich, um ihn zu Werbezwecken anzurufen (§ 7 UWG). Eine konkludent erklärte Einwilligung genügt nicht mehr. Verstöße können mit einer Geldbuße bis zu EUR 50.000 geahndet werden. Der Anrufer darf zudem seine Rufnummer bei Werbeanrufen nicht mehr unterdrücken. Auch hier droht bei einem Verstoß eine Geldbuße bis zu EUR 10.000. Schließlich wurden die Rechte von Verbrauchern erweitert, Verträge zu widerrufen, die sie am Telefon abgeschlossen haben.

Gegenüber sog. sonstigen Marktteilnehmern (also auch Unternehmen) gelten die verschärften Anforderungen an Telefonwerbung nicht. Unternehmen dürfen nach wie vor angerufen werden, wenn zumindest ihre mutmaßliche Einwilligung vorliegt.

Sollten Sie die Musterwiderrufsbelehrung nach der BGB-Informationspflichten-Verordnung verwenden, beachten Sie bitten, dass sich das Muster durch die neue Rechtslage geändert hat. Wir stellen Ihnen das neue Muster gern zur Verfügung.

DR. GESA TORNOW