

# Kostenfalle Datenschutzrecht

Seit 25. Mai 2018 gelten neue Regeln für den Umgang mit Kundendaten. Was für Unternehmen jetzt gilt und was beim Versicherungsschutz zu beachten ist.

---

## NEUES RECHT

Daten von Kunden oder solchen, die es noch werden sollen, sind für jedes Unternehmen wertvoll. Doch die Frage, ob der Umgang mit personenbezogenen Daten korrekt abläuft und die gespeicherte Person auch ihre Einwilligung dafür gegeben hat, erhielt zum 25. Mai 2018 eine ganz neue Bedeutung: Seither gilt die neue europäische Datenschutz-Grundverordnung, kurz DSGVO. Deren Gestaltungsspielraum hat Deutschland genutzt und zusätzlich das „Bundesdatenschutzgesetz 2018“ erlassen, das ebenso am 25. Mai 2018 in Kraft trat.

## SCHÄRFERE VORSCHRIFTEN

Die Auswirkungen für die Unternehmen im Umgang mit gespeicherten Daten waren immens. Neben der Verschärfung der bereits bestehenden Regeln kamen neue Pflichten hinzu. So müssen Unternehmen jetzt nachweisen, dass sie für die Speicherung beispielsweise einer E-Mail-Adresse oder eines Kfz-Kennzeichens die ausdrückliche Erlaubnis der betroffenen Person eingeholt haben. Unklar ist dabei noch, was alles zu den personenbezogenen Daten zählt. Selbst eine IP-Adresse, die eigentlich nur zu einem Computer führt, kann darunterfallen.

## DRASTISCHE GELDBÜBEN

Verstöße gegen die datenschutzrechtlichen Vorgaben belegt das Gesetz mit drastischen Geldbußen. Was früher Zahlungen von 50.000 bis maximal 300.000 Euro nach sich ziehen konnte, geht nun mit dem neuen Gesetz in schwindelerregende und vor allem unkalkulierbare Höhen. Jetzt betragen die Obergrenzen für Bußgelder bei leichteren Verstößen bis zu zehn Millionen Euro oder sogar zwei Prozent des weltweiten Konzernumsatzes. Bei schwerwiegenden Verstößen verdoppeln sie sich sogar auf bis zu 20 Millionen Euro oder vier Prozent des weltweiten Konzernumsatzes.

## LEICHTE UND SCHWERE VERSTÖßE

Zu leichteren Verstößen zählen etwa

- Verletzungen von Reporting-Verpflichtungen gegenüber den Datenschutzbehörden,
- Verletzungen von Zertifizierungsregelungen,
- eine nicht erfolgte Benennung eines Datenschutzbeauftragten oder
- eine mangelnde Dokumentation der Datenverarbeitung.

Als schwerwiegende Verstöße gelten beispielsweise

- die Verarbeitung von personenbezogenen Daten ohne Einwilligung des Betroffenen,
- Verstöße gegen Rechte von Betroffenen, wie Missachtung von Informationspflichten, Lösungs- oder Berichtigungsansprüchen,
- unberechtigter Datentransfer in Drittstaaten oder Missachtung der Anweisung einer Aufsichtsbehörde.

## HOHE RECHTSUNSICHERHEIT

Der Umstand, dass jetzt Verstöße gegen das Datenschutzrecht an den Umsatz gekoppelt werden, ist neu. Damit wollen die Behörden vor allem datengetriebene Unternehmen an die Kandare nehmen. Konzerne mit einem Umsatz von 200 Milliarden Euro - 2016 setzte das umsatzstärkste deutsche Unternehmen über 216 Milliarden Euro um - könnten dann im Extremfall bei Verstößen mit bis zu acht Milliarden Euro Bußgeld geahndet werden. Weltweit agierende Unternehmen können in Zeiten der Digitalisierung und des Brexit schnell einen schwerwiegenden Verstoß begehen, wenn sie Daten in ein anderes Land transferieren. Noch ist nicht rechtssicher definiert, wann ein Datentransfer in Drittstaaten berechtigt oder unberechtigt ist.

## HOHE BUßGELDER ALS REGELFALL

Ob die Datenschutzbehörden am Ende bei der Bestimmung der Bußgelder die

gleichen Grundsätze wie die Kartellbehörden anwenden, bleibt abzuwarten. Sollte dies tatsächlich so sein, steht bereits fest, dass die Verhängung empfindlich hoher Bußgelder durch die Datenschutzbehörden zum Regelfall werden könnte.

## RISIKO ABMAHNVEREINE

Neben behördlichen Bußgeldern droht Unternehmen auch noch Gefahr durch Abmahnvereine. Experten befürchten, dass sich diese privaten Aufpasser auf das neue Gesetz stürzen werden und insbesondere Unternehmen mit Online-Shops in die Mangel nehmen. Mancher Experte fürchtet sogar, dass Betroffene Schmerzensgeld fordern und sich hierzulande amerikanische Verhältnisse etablieren könnten.

## BEWEISLAST UMGEKEHRT

Ob die Datenschutzbehörden am Kernproblem der neuen Regelung aus Unternehmenssicht die Beweislastumkehr. Denn jetzt muss das Unternehmen nachweisen, dass es mit den personenbezogenen Daten korrekt umgegangen ist. Es reicht der Vorwurf eines Betroffenen, dass der Konzern mit seinen Daten schlampig umgegangen ist, die Firma muss das Gegenteil beweisen.

## HEIKLES FAHRWASSER

In welches heikle Fahrwasser Unternehmen kommen, zeigt ein Beispiel: Darf die Visitenkarte, die ein Mitarbeiter von einem Kunden überreicht bekommen hat, in die firmeneigene Datenbank aufgenommen werden oder bedarf es dazu einer zusätzlichen Einwilligung? Aufpassen müssen die Unternehmen auch bei der Speicherdauer. Die Daten eines Jobbewerbers muss das Haus nach sechs Monaten löschen, es sei denn, der Betroffene hat explizit eingewilligt, in einen Bewerberpool zu kommen. Kundendaten dürfen nur noch für die Dauer der Vertragserfüllung elektronisch erfasst bleiben, es sei denn, es gelten vorgeschriebene Aufbewahrungsfristen.

**HOWDEN-VERSICHERUNGSTIPPS:**

- Gerade mit Blick auf die hohen Bußgelder sollten Unternehmen ihren bestehenden Versicherungsschutz dringend auf den Prüfstand stellen.
- Es gilt, die erhöhten Risiken für die Bilanz, aber auch für die Unternehmensleiter abzusichern. Dabei gewinnen allumfassende Versicherungskonzepte aus D&O-, Vertrauensschaden-, Strafrechtsschutz- und Cyberversicherung an Bedeutung.
- Zum Schutz der Unternehmensleiter, interner Datenschutzbeauftragter und verantwortlicher leitender Angestellter sollte dieser sinnvoll um Persönliche Versicherungen ergänzt werden.
- Auch die Deckungssummen sind kontinuierlich kritisch zu überprüfen und an die Sanktionspraxis der Behörden anzupassen.



**UNSERE AUTORIN:**  
Beata Drenker  
Legal Counsel  
Howden Germany

---

## SPRECHEN SIE UNS AN

---

Howden Germany GmbH steht Unternehmen bei der Überprüfung ihres Versicherungsschutzes gern beratend zur Seite.

**Marcel Armon, MBA**

CEO

T +49 (0) 211 9 40 83 – 35

E marcel.armon@howdengroup.de

**Marcus Helmich**

Mitglied der Geschäftsleitung

T +49 (0) 89 179 977 – 11

E marcus.helmich@howdengroup.de