

# Datenschutz im Visier

Die **Datenschutz-Grundverordnung** (DSGVO) biegt auf die Zielgerade ein und wird am 25. Mai wirksam. Unternehmen in der Automobilbranche müssen auf das neue EU-Regelwerk vorbereitet sein.



Die Vorbereitungszeit war relativ lange, denn die Datenschutzreform ist bereits vor zwei Jahren in Kraft getreten. Vor allem die potentiell hohen Bußgelder machen sie für die Industrie zu einem Topthema. Nach dem bisher gültigen Bundesdatenschutzgesetz waren die Sätze auf maximal 50 000 Euro oder in selteneren Fällen auf 300 000 Euro beschränkt. „Im Durchschnitt lagen die Bußgelder bei 10 000 Euro“, sagt Rechtsanwalt Arnd Böken von der Wirtschaftskanzlei GvW

Graf von Westphalen. Er zählt Anbieter von Mobilitätsdiensten zu seinen Mandanten. Die Sanktionen ändern sich durch die DSGVO auf bis zu 20 Millionen Euro oder bis zu vier Prozent des weltweiten Jahresumsatzes – je nachdem, welcher Wert höher ist. Zudem steigt die Zahl der Bußgeldtatbestände stark an. Entsprechend ernst nehmen besonders Konzerne und Großunternehmen die neuen Regeln und bereiten sich seit geraumer Zeit mit hohem Aufwand vor.

**Einstimmig halten Fachleute** die Großen der Branche, ob Hersteller oder Zulieferer, für besser gewappnet als den Mittelstand. Der hat oft nur einen Justiziar und keine Rechtsabteilung, zumal Datenschutz eine Spezialmaterie ist. Oft fordern die Autobauer aber Compliance von ihren Zulieferern, sodass bei Rechtsverstößen Vertragsstrafen fällig werden. Künftig können nach der DSGVO Unternehmen durch Zertifizierungen ihre Datenschutz-Compliance nachweisen. Generell gilt: Unternehmen, die sich bereits in der Vergangenheit an das Bundesdatenschutzgesetz gehalten haben, sind in vielen Bereichen schon vorbereitet auf die neuen Regelungen. Kritisch kann es für den Handel werden. „Vor einigen Wochen gab es einen Test mit Händlern. Kaum einer weiß, wie er mit personenbezogenen Daten umgehen muss. Kleine Händler und Betriebe im Aftermarket sind überfordert“, sagte Wolfram Stein, Mitgesellschafter von CAR Information Services, Lizenznehmerin für den CarPass, einem Datenausweis für Kraftfahrzeuge mit Angaben zu Wartungen, Reparaturen, Prüfberichten und Tachoständen. Auch Böken sieht Bedarf: „Viele Hersteller sorgen sich zu wenig um die Händler. Aber Verstöße und Versäumnisse werden von Kunden und Behörden eher den Herstellern zugerechnet.“ Besonders kritisch im Hinblick auf den Datenschutz sind die Vernetzungsdienste. „Die Forderung nach Privacy by Design und by Default betrifft die Connect-Dienste. Die Frage ist: Kann der Nutzer einen Datendienst abstellen?“, sagt Alexander Duisberg, Anwalt für Datenschutz bei der Kanzlei Bird & Bird. Diese Frage kann knifflig sein, denn in Fällen der Produktsicherheit und -haftung muss der Kunde in die Verarbeitung seiner Daten nicht einwilligen. Der Hersteller muss ein Einwilligungsmanagement einrichten und seine Interessenabwägung mit Gründen dokumentieren. Böken kritisiert Starrsinn sowohl bei Behörden als auch bei Herstellern, was den Zielkonflikt zwischen Datenschutz und den Vorteilen des vernetzten Autos betrifft.

### Good to know

#### Nachholbedarf

Obwohl die DSGVO bereits in wenigen Wochen umgesetzt sein muss, sind laut einer aktuellen Befragung des Verbandes der Internetwirtschaft eco noch lange nicht alle Unternehmen in Deutschland vorbereitet. Lediglich zehn Prozent geben an, die Prozesse bereits angepasst zu haben. Der Großteil (56 Prozent) arbeitet derzeit an der Umsetzung. Allerdings geben immerhin 27 Prozent der Befragten an, derzeit noch die Evaluation der eigenen Prozesse zu planen. Nur drei Prozent sehen im eigenen Unternehmen keinen Handlungsbedarf.

**Um sich fit für die DSGVO** zu machen, müssen Unternehmen eine Reihe von Fleißarbeiten erledigen. „Zwei wichtige Aufgaben stehen am Anfang: Erstens die Dokumentation mit einer Übersicht über die Datenverarbeitungstätigkeiten und einem Projektplan und zweitens die Informationspflichten. Dabei ist die Webseite besonders wichtig, da sie leicht von außen, zum Beispiel durch Abmahnanwälte, überprüft werden kann. Die Unternehmen sollten unter anderem kontrollieren, ob dort Trackingtools verwendet wurden“, sagte Thomas Spaeing, Inhaber der Beratung ds<sup>2</sup> und Vorsitzender des Berufsverbandes der Datenschutzbeauftragten Deutschlands (BvD). Er ist zudem Mitglied im Arbeitskreis Datenschutz des VDA. Die Unternehmen sollten bis auf Weiteres beachten, dass ihre Informationspflichten auch für Daten gelten, die eigentlich nicht so schützenswert erscheinen. Das können nur Gerichtsurteile abmildern. Immer brisanter wird die Meldepflicht bei unberechtigten Zugriffen auf personenbezogene Daten durch Hacker oder unbefugte Mitarbeiter. Das schrieb zwar schon das Bundesdatenschutzgesetz vor, doch auch hier gilt: Die höheren Bußgelder machen die Meldepflicht künftig dringlicher – und das bei einer rasant steigenden Zahl von IT-Angriffen. „Eine umfangreiche Dokumentation wird wichtig, denn die Unternehmen müssen mit ihrer Hilfe beweisen, dass sie datenschutzkonform handeln“, so Wolfram Stein. „Die Dokumentation ist ein Riesenaufwand. Die Autokonzerne müssen Tausende von Prozessen erfassen“, sagt Jurist Duisberg. Zusätzliche Arbeit werden die Betroffenenrechte machen, da die Auskunftsanfragen und Wünsche nach Datenportabilität zunehmen werden.

**Verbraucherschützer und Abmahnanwälte** stehen bereits in den Startlöchern. „Klagen von Verbraucherverbänden gegen Unternehmen, die bewusst gegen die DSGVO verstoßen, werden erwartet. Dann werden auch die Aufsichtsbehörden tätig“, so Spaeing. Er berichtet von Signalen verschiedener Behörden, wonach sie mit Augenmaß vorgehen wollen. „Wer aber schon heute gegen das Bundesdatenschutzgesetz verstößt, darf auf keine Nachsicht hoffen. Man kann davon ausgehen, dass zunächst eher gegen Großunternehmen und in relevanten Schutzbereichen vorgegangen wird. Wer Vorbereitungen auf die neue Regelung nachweisen kann, kann wohl bis Jahresende mit Milde rechnen, wenn Fortschritte sichtbar sind.“ Im Übrigen seien die Aufsichtsbehörden in mehreren EU-Ländern selbst im Verzug mit ihren eigenen Vorarbeiten. Beim Vollzug wird also zumindest für kleine und mittlere Betriebe zunächst nicht alles so heiß gegessen, wie es gekocht wird. Für Kopferbrechen unter Juristen werden aber die vielen abstrakten und auslegungsbedürftigen Bestimmungen der Verordnung sorgen. In den nächsten Jahren kommt hier auf die Gerichte eine wichtige Rolle bei der Konkretisierung zu. Verschärft wird das durch die Ungewissheit, welche Regelungen die E-Privacy-Verordnung treffen wird. Mit ihrer endgültigen Fassung wird für Jahresende 2018 gerechnet. Auch sie wird zum Beispiel den Umgang mit Cookies, Einwilligungen, Tracking und Profilen regeln. Die Abgrenzung zur DSGVO wird schwierig, so viel steht schon heute fest.

Autor: Ulrich Hottel