



Datenschutz- Grundverordnung

(DSGVO) für Webseitenbetreiber

Datenschutz-Grundverordnung

Ab dem 25. Mai 2018 wird die neue EU Datenschutz Grundverordnung (DSGVO) ausnahmslos in Kraft treten. Mit der neuen Verordnung macht sich Unsicherheit bei vielen Webseitenbetreibern breit.

Was muss nun beachtet werden, um nicht in die Abmahnfalle zu geraten?

Welche Strafen drohen?

Grundsätzlich gilt: Bei fahrlässiger oder vorsätzlicher Verletzung der Pflichten aus der DSGVO sind Sanktionen von bis zu 20 Millionen Euro oder 4 % des weltweiten Konzernjahresumsatzes möglich; der höhere Betrag ist dabei maßgeblich. Allerdings kann es zusätzlich zu Schadensersatzansprüchen von betroffenen Personen kommen.

Das Risiko der Ahndung von Verstößen steigt ab 2018, da damit zu rechnen ist, dass nationale Datenschutzbehörden ihr Personal aufstocken werden. Außerdem steigt die Gefahr einer Strafe dadurch, dass auch Wettbewerber dadurch Schaden bei Ihrer Konkurrenz anrichten können, erheblich. Des Weiteren sind durch die Beweislastumkehr Unternehmen in der Pflicht, nachzuweisen, dass der Schaden gar nicht durch Sie entstanden sein kann. Zudem werden Verbraucherschutzverbände berechtigt sein, die Rechte Betroffener wahrzunehmen als auch in eigenem Namen datenschutzrechtliche Verstöße geltend zu machen.

Anforderungen durch die DSGVO:

Die EU Datenschutz Grundverordnung (DSGVO) oder auch General Data Protection Regulation (GDPR) regelt weitaus mehr als nur die Erfassung personenbezogener Daten auf Webseiten.

In diesem Beitrag wollen wir uns auf die relevanten Elemente für Webseiten-, Blog- und Shopbetreiber beschränken.



Brauche ich einen Datenschutzhinweis?

Sofern es sich nicht um eine rein private Seite handelt, auf der nur Bilder für Freunde und Verwandte angeboten werden, ist eine Datenschutzerklärung notwendig.

Der Nutzer hat Anspruch auf klare und leicht verständliche Informationen darüber, wer seine Daten zu welchem Zweck wie und wo verarbeitet. Auch private Websites, die personenbezogene

Daten (laut höchstrichterlichem Beschluss zählen auch IP-Adressen dazu) verarbeiten, müssen eine Datenschutzerklärung aufweisen, unabhängig davon, ob die Webseiten geschäftlich oder kommerziell genutzt werden. Im Artikel 13 und 14 steht außerdem, dass die betroffenen Personen zum Zeitpunkt der Datenerhebung zu informieren sind.



Wichtig ab 2018: Die Datenschutzerklärung muss eine individuelle Ausgestaltung vorweisen, je nachdem, ob und wie personenbezogene Daten erhoben werden. Somit muss nun auch auf den Einsatz externer Dienste, wie zum Beispiel Facebook und Google, hingewiesen werden, sofern diese durch den Aufruf der Website personenbezogene Daten erheben. Falls Sie als Unternehmen einen Datenschutzbeauftragten benötigen, ist es wichtig, dessen Kontaktdaten einfach erreichbar zu veröffentlichen, z.B. in der Datenschutzerklärung.

WO MUSS DER DATENSCHUTZHINWEIS STEHEN?

Die Möglichkeit, den Datenschutzhinweis über einen Link zu erreichen, sollte schon über den ersten Screen – also den Webseitenbereich, der beim Laden zuerst zu sehen ist – erreichbar sein. Der Nutzer sollte maximal 2 Klicks tätigen müssen, um die Datenschutzhinweise zu sehen.

Dies ist zwar nicht explizit so in der Verordnung verankert, kann aber sicherlich bei einer Prüfung positiv ausgelegt werden.

BRAUCHE ICH EINEN COOKIEHINWEIS?

Sofern Cookies auf der Webseite, dem Blog oder einem Shop zu Marketingzwecken Verwendung finden, ist ein Hinweis darauf angeraten. Die endgültige Entscheidung darüber, ob ein Hinweis Pflicht ist, wird die ePrivacy Verordnung vermutlich am 25.05.2018 publizieren.

Viele der heute eingesetzten Content Management Systeme (WordPress, TYPO3, Drupal) nutzen standardmäßig Cookies, um den Nutzer über den Auftritt zu „identifizieren“. Von daher ist der pauschale Einsatz eines Cookie-Banners angeraten. Dieser sollte deutlich beim ersten Aufruf der Webseite zu sehen sein.

WELCHE DATEN DARF ICH ERFASSEN?

Wichtig ab 2018: Betreiber verpflichten sich zur Verwendung möglichst datenschutzfreundlicher Voreinstellungen. Mit dem Privacy by Default dürfen unter Anderem nur die Daten verarbeitet werden, die für den bestimmten Verarbeitungszweck erforderlich sind. Des Weiteren muss jeder Nutzer einen einfachen Zugang zu einem datenschutzfreundlichen Internetbrowser erhalten, sprich Ihre Webseite muss auch über einen solchen erreichbar sein.

WESSEN DATEN DARF ICH ERFASSEN?

Mit Eintritt der DSGVO im Mai 2018 ist eine datenschutzrechtliche Einwilligung erst ab 16 Jahren oder mit Einwilligung eines Erziehungsberechtigten möglich. Damit soll Teenagern die Anmeldung bei Internetdiensten wie Facebook und Instagram künftig deutlich erschwert werden.

Aktuell ist in der DSGVO nicht geregelt, wie eine Überprüfung diesbezüglich zu erfolgen hat.

WAS IST BEI GOOGLE ANALYTICS ZU BEACHTEN?

Grundsätzlich muss auf den Einsatz von Google Analytics und die Erfassung der persönlichen Daten im Datenschutzhinweis hingewiesen werden. Hier muss auch die Möglichkeit eines Widerrufs hinterlegt werden. Dieser ist technisch oft durch ein Opt-Out Cookie umgesetzt. Auch hier ist „Privacy by Default“ zu beachten.

Natürlich muss auch weiterhin dafür Sorge getragen werden, dass der Google Programmcode die IP-Adressen nur gekürzt erfasst (Anonymisierungsfunktion).

Zudem sollte erst eine statistische Erfassung durch Google erfolgen, nachdem der Vertrag zur Auftragsdatenverarbeitung (ADV-Vertrag, künftig AV-Vertrag) mit dem Dienstleister abgeschlossen wurde

DARF ICH SOCIAL MEDIA ELEMENTE EINBINDEN?

Dem Einsatz von Social Plugins auf Websites muss der Nutzer zustimmen. Falls Daten per iframe eingebunden werden, werden zwangsläufig Nutzerdaten zum Social-Network-Betreiber weitergegeben. Diese Betreiber setzen außerdem Cookies bei den Usern, ohne, dass dieser einverstanden ist.

Eine Möglichkeit ist, dass der Nutzer die Plugins erst aktivieren muss und dabei auf die Folgen hingewiesen wird. Ansonsten drohen Abmahnungen.

WAS GILT BEI WEBSEITEN IM AUSLAND?

Sofern vom Unternehmen Produkte bzw. Dienste auf dem europäischen Markt angeboten werden, sind auch die Vorgaben des europäischen Datenschutzes verbindlich zu berücksichtigen; es gilt das sogenannte Marktortprinzip. Z. B. bei personenbezogenen Daten von Einwohnern der EU ist zu beachten, dass diese ihr Recht auf Datenschutz nicht durch einen Auslandsaufenthalt verlieren.

Ebenso gilt dieser Schutz, wenn sich diese Daten im Ausland befinden.

Fazit

Unternehmen sollten die weitere Entwicklung der DSGVO unbedingt beobachten.

Aktuelle Vorgaben sollten durch die Unternehmen frühzeitig umgesetzt werden. Nicht jedes Unternehmen benötigt einen Datenschutzbeauftragten. Es sollte sich jedoch stets ein im Datenschutz fachkundiger Mitarbeiter mit relevanten Themen befassen.