

Betriebsvereinbarungen

- Vorschriften für die Verarbeitung von personenbezogenen Daten können im Beschäftigtenkontext in Kollektivvereinbarungen getroffen werden
- stellen keine eigenständigen Erlaubnistatbestände dar
- dienen lediglich dazu, eine durch Art. 6 Abs. 1 legitimierte Verarbeitung personenbezogener Daten von Beschäftigten »spezifisch« auszugestalten
- Kollektiv- und Betriebsvereinbarungen sind für Beschäftigte leicht zugänglich zu machen und in klarer und einfacher Sprache zu formulieren
- Übergänge zum eigenständigen Erlaubnistatbestand fließend

Anforderungen

Angemessene und besondere Maßnahmen zur Wahrung

- ✓ der menschlichen Würde
- ✓ der berechtigten Interessen
- ✓ der Grundrechte der betroffenen Person

... insbesondere im Hinblick auf

- ✓ die Transparenz der Verarbeitung
- ✓ die Übermittlung innerhalb einer „Unternehmensgruppe“
- ✓ die Überwachungssysteme am Arbeitsplatz

Transparenz

- Leicht zugänglich
- Einfache und verständliche Sprache
- Über alle wesentlichen Informationen bzgl. der Datenverarbeitung (Vollständigkeit)
 - Vgl. Informationspflichten gemäß Art. 13, 14 DS-GVO
 - Risiken, Vorschriften, Garantien und Rechte
 - Sonstige Informationen, die eine faire und transparente Verarbeitung gewährleisten, z.B. Berechtigungen, Ablauf etc.

Überwachungssysteme am Arbeitsplatz

- Objektive Möglichkeit ausreichend für Mitbestimmungspflicht des Betriebsrates gemäß § 87 Abs. 1 Nr. 6 BetrVG



Regelung von Maßnahmen, die Überwachung soweit wie möglich ausschließen:

- Durch technische Konfigurationen - soweit es der Zweck zulässt - Ausschluss der Identifikation der Beschäftigten (z.B. teilweise Schwärzung von Kamerabildern, Einschränkung von Protokollierungen)
- Restriktive Zugriffsberechtigungen
- (stufenweise) Auswertungen
- Restriktive Löschfristen
- Ausschluss einer Verhaltens- und Leistungskontrolle

5. Rechte des Betroffenen

Informationspflichten

Art. 13,14 DS-GVO

Auskunft

Art. 15 DS-GVO

Datenübertragbarkeit

Art. 20 DS-GVO

Widerspruch

Art. 21 DS-GVO

Berichtigung

Art. 16 DS-GVO

Einschränkung der
Verarbeitung

Art. 18 DS-GVO

Löschung
„Recht auf Vergessenwerden“

Art. 17 DS-GVO

Besondere Rechte bei
automatisierter
Einzelentscheidung & Profiling

Art. 22 DS-GVO

*Können nicht ausgeschlossen werden,
kein Verzicht möglich!

Transparenz, EG 58

Informationspflichten , Art. 12 - 14 DS-GVO

- (1) Name und Kontaktdaten des **Verantwortlichen** (und ggf. Vertreter)
- (2) Ggf. Kontaktdaten des **DSB**
- (3) *Datenkategorien und Quellen**
- (4) **Zwecke** der Verarbeitung und **Rechtsgrundlage**
- (5) Ggf. Darlegung der berechtigten Interessen (Art. 6 Abs. 1f DSGVO)
- (6) *Freiwillige Datenbereitstellung oder gesetzliche bzw. vertragliche Pflicht und ggf. Konsequenzen bei Nichtbereitstellung***
- (7) Dauer der **Aufbewahrung/Speicherung**
- (8) Ggf. **Empfänger/-kategorien** (inkl. Auftragsverarbeiter)
- (9) Ggf. Absicht der Übermittlung an ein **Drittland bzw. eine internationale Organisation** und Angaben zum Datenschutzniveau
- (10) Betroffenen**rechte** (inkl. Widerspruch bzw. Widerruf und Beschwerderecht bei Aufsichtsbehörde)
- (11) Ggf. Angaben zur automatisierten Entscheidungsfindung inkl. Profiling
- (12) Ggf. Information über mögliche Zweckänderung der Daten

* *nur, wenn Datenerhebung nicht direkt beim Betroffenen erfolgt*

** *nur, wenn Datenerhebung direkt beim Betroffenen erfolgt*

Auskunftsanspruch (Art. 15 DS-GVO)

- | | |
|-------------------------|-------------------------------------|
| ✓ Zweck | ✓ Betroffenenrechte |
| ✓ Daten/-kategorien | ✓ Herkunft der Daten |
| ✓ Empfänger/-kategorien | ✓ Evtl. automatisierte Entscheidung |
| ✓ Speicherdauer | ✓ Übermittlung in Drittstaaten |

- In angemessenen Abständen (z.B. jährlich)
- Information durch Kopie aller personenbezogenen Daten
 - bei Antrag in elektronischer Form auf gängigem elektronischen Weg
 - Ggf. Fernzugang zu einem sicheren System (direkter Zugriff)
 - Keine Beeinträchtigung der Rechte und Freiheiten anderer Personen (auch Gewerbliche Schutzrechte, Urheberrechte, Betriebs- und Geschäftsgeheimnisse)

Datenübertragbarkeit/-portabilität, Art. 20 DS-GVO

„Die betroffene Person hat das Recht, die sie betreffenden personenbezogenen Daten, die sie einem Verantwortlichen bereitgestellt hat, in einem strukturierten, gängigen und maschinenlesbaren Format zu erhalten, und sie hat das Recht, diese Daten einem anderen Verantwortlichen ohne Behinderung durch den Verantwortlichen, dem die personenbezogenen Daten bereitgestellt wurden, zu übermitteln, [...]“ (Art. 20 DS-GVO) – Voraussetzungen:

- ✓ Verarbeitung beruht auf Einwilligung oder Vertrag
- ✓ Automatisierte Verarbeitung (keine Papierform)

Ergänzung des Auskunftsrechts – Grund: Erleichterung eines Anbieterwechsels z.B. in Sozialen Medien

Keine Beeinträchtigung der Rechte und Freiheiten anderer Personen!
Keine Verpflichtung zur längeren Speicherung bzw. über bestimmten Aufbewahrungszeitraum oder zur Erfassung zusätzlicher Daten!

Widerruf

Einwilligungen sind jederzeit widerrufbar, d.h. **keine Angabe eines Grundes** o.ä. erforderlich. Die Datenverarbeitung wird für die Zukunft unzulässig (keine nachträgliche Begründung auf Basis einer anderen Rechtsgrundlage!). Auf das Widerrufsrecht muss hingewiesen werden und der Weg darf **nicht erschwert** werden (Orientierung an Prozess der Einwilligung)

vs.

Widerspruch

Art. 21 Abs. 1 DS-GVO

- nur bzgl. **Datenverarbeitungen im öffentlichen Interesse** (Art. 6 Abs. 1 lit. e DS-GVO) bzw. im **berechtigten Interesse** (Art. 6 Abs. 1 lit. f DS-GVO)
- Aus Gründen der **besonderen Situation** des Betroffenen (Begründung!) oder Direktwerbung
- Datenverarbeitung wird für die Zukunft unzulässig
- Verantwortlicher kann **überwiegende zwingende schutzwürdige Gründe** dagegenhalten
- Kann gesetzlich ausgeschlossen sein
- Hinweispflicht



Recht auf Einschränkung der Verarbeitung (Sperrung)

„Wurde die Verarbeitung gemäß Absatz 1 eingeschränkt, so dürfen diese personenbezogenen Daten – von ihrer Speicherung abgesehen – nur mit Einwilligung der betroffenen Person oder zur Geltendmachung, Ausübung oder Verteidigung von Rechtsansprüchen oder zum Schutz der Rechte einer anderen natürlichen oder juristischen Person oder aus Gründen eines wichtigen öffentlichen Interesses der Union oder eines Mitgliedstaats verarbeitet werden.“ (Art. 18 Abs. 2 DS-GVO)

Unrechtmäßige Verarbeitung, aber betroffene Person möchte keine Löschung (z.B. Werbung)

Daten nicht mehr erforderlich, aber zur Geltendmachung, Ausübung oder Verteidigung von Rechtsansprüchen benötigt, z.B. Aufbewahrungspflichten, Verjährung

Richtigkeit der Daten wird bestritten

Prüfung der Zulässigkeit eines Widerspruchs (Interessenabwägung)

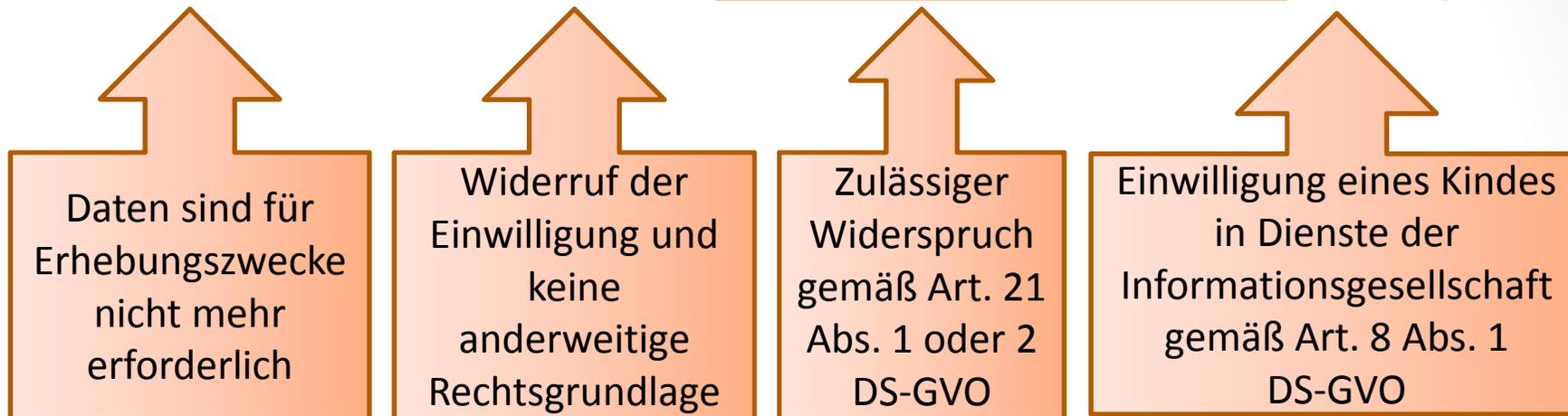
Methoden zur Beschränkung

„Methoden zur Beschränkung der Verarbeitung personenbezogener Daten könnten unter anderem darin bestehen, dass ausgewählte personenbezogenen Daten vorübergehend auf ein anderes Verarbeitungssystem übertragen werden, dass sie für Nutzer gesperrt werden oder dass veröffentlichte Daten vorübergehend von einer Website entfernt werden. In automatisierten Dateisystemen sollte die Einschränkung der Verarbeitung grundsätzlich durch technische Mittel so erfolgen, dass die personenbezogenen Daten in keiner Weise weiterverarbeitet werden und nicht verändert werden können. Auf die Tatsache, dass die Verarbeitung der personenbezogenen Daten beschränkt wurde, sollte in dem System unmissverständlich hingewiesen werden.“ (Erwägungsgrund 67)

Bei Aufhebung der Beschränkung:
Benachrichtigung an den Betroffenen, der diese erwirkt hat!

Recht auf Löschung/Vergessenwerden, Art. 17 DS-GVO

Betroffene Person kann die unverzügliche Löschung verlangen*



* ggf. **Ausnahmen** gemäß Absatz 3 oder aufgrund nationaler bzw. spezieller Vorschriften, z.B. bei rechtlicher Verpflichtung zur Verarbeitung, Verarbeitung im öffentlichen Interesse, Forschung



Geschredderte Unterlagen als
Katzenstreu—Spende für Tierheim



<https://www.ruhrnachrichten.de/staedte/dortmund/Hunderte-Papiere-mit-persoentlichen-Daten-gefunden;art930,857204>

Ankauf von Altgeräten

Bin Raiding

Methoden zur Löschung



Das schieben von
Daten in den
„Papierkorb“ stellt
keine datensichere
Löschung dar!

Es darf keine Möglichkeit mehr geben, auf die Daten ohne unverhältnismäßigen Aufwand zuzugreifen bzw. diese wiederherzustellen.

- ✓ physische Zerstörung der Datenträger
- ✓ Schredder (vgl. DIN 66399 bzw. DIN EN 15713)
- ✓ Löschung von Verknüpfungen oder Codierungen
- ✓ ggf. spezielle Löschesoftware bei wiederbeschreibbaren Datenträgern (z.B. Festplatte)

nicht ausreichend:

- ✓ einfache Entsorgung der Datenträger (Müll)
- ✓ rein organisatorische Maßnahmen



Hat der Verantwortliche die personenbezogenen Daten **öffentlich gemacht** und ist er gemäß Absatz 1 zu deren Löschung verpflichtet, so trifft er unter Berücksichtigung der verfügbaren Technologie und der Implementierungskosten **angemessene Maßnahmen**, auch technischer Art, **um für die Datenverarbeitung Verantwortliche, die die personenbezogenen Daten verarbeiten**, darüber zu **informieren**, dass eine betroffene Person von ihnen die Löschung aller Links zu diesen personenbezogenen Daten oder von Kopien oder Replikationen dieser personenbezogenen Daten verlangt hat. (Art. 17 Abs. 2 DS-GVO)

**Entscheidung des EuGH vom 13.5.2014
(EuGH C 131/12): Suchergebnisse
müssen von Google gelöscht werden,
wenn die Interessen des Betroffenen
diejenigen der Öffentlichkeit
überwiegen**

Fazit:
Wer fremde
Daten
veröffentlicht,
muss sich
kümmern!!!

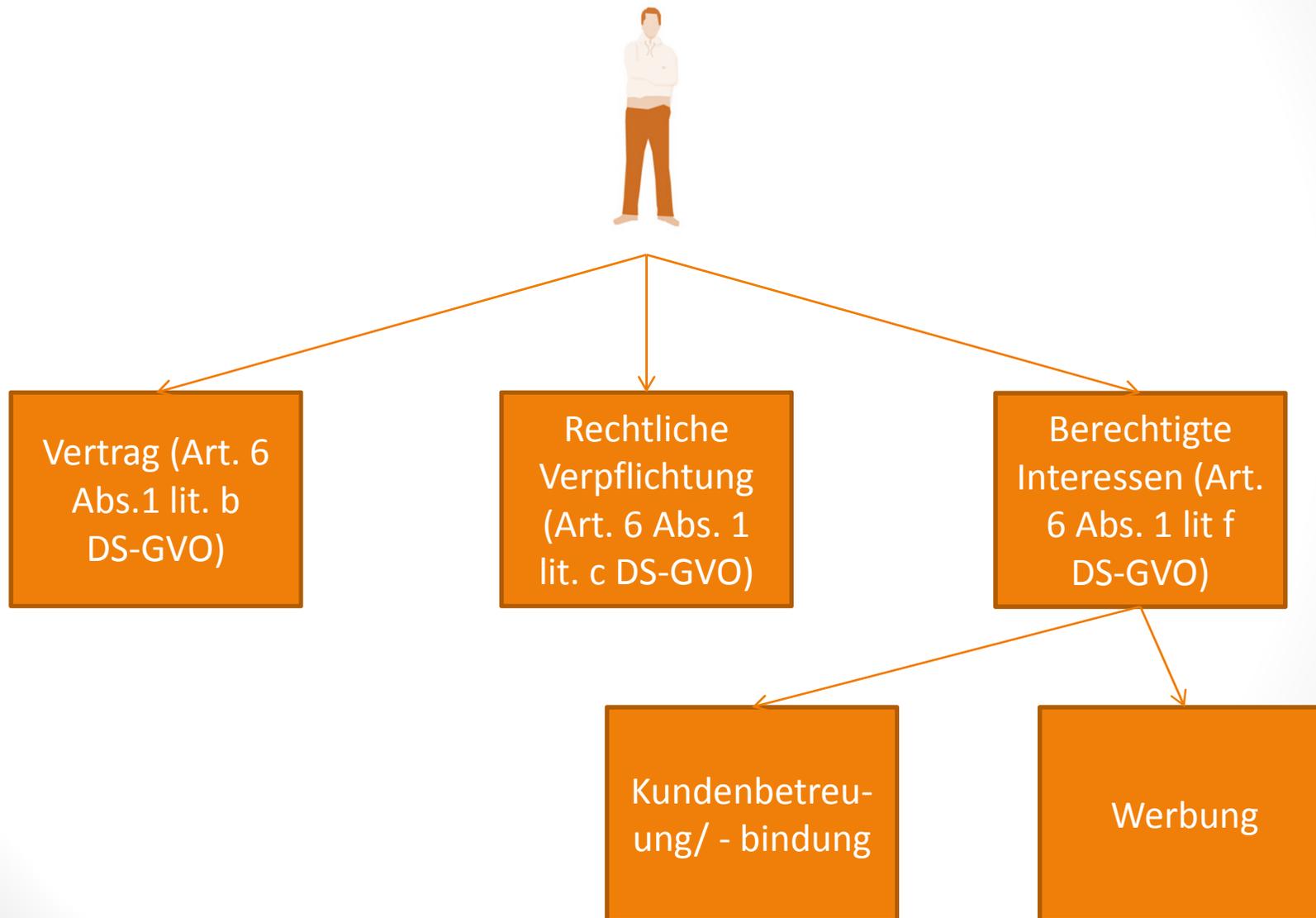
Tipps zur Festlegung der Speicherdauer

- (1) Erforderlichkeit der Daten für festgelegte Zwecke
- (2) Prüfung auf Aufbewahrungsfristen
 - Handels- und Steuerrecht, insb. buchungsrelevante Unterlagen
 - Vgl. insb. GoB, HGB, AO
 - Ggf. spezialgesetzliche Aufbewahrungsregeln
- (3) Verjährung von Rechtsansprüchen (eigene und die der betroffenen Person z.B. AGG)
- (4) Vergleichbare Regelungen der Aufbewahrungsfristen (z.B. Stellungnahmen der Aufsichtsbehörden, Verordnungen für öffentlichen Dienst)



6. Kundendatenschutz

a. Zulässigkeit der Kundendatenverarbeitung



Leitlinien für die Verarbeitung von Kundendaten

- Richtet sich an alle Mitarbeiter, die personenbezogene Kundendaten verarbeiten
- Darstellung allgemeiner gesetzlicher Anforderungen
- Darstellung der Kategorien von Daten
ABER: keine Zuordnung zu konkreten Verfahren oder Zweck (werden unabhängig von den Daten in allgemeiner Form aufgelistet, keine konkrete Beschreibung)
- Sehr häufig sollen die Rechtsabteilung bzw. der CRM-Manager einbezogen werden - die (zwingend erforderliche) Einbeziehung des DSB wird hingegen kaum genannt - konkreter Prozess nötig, der die Einbeziehung ggf. auch indirekt sicherstellt!

Vertrag



- Datenverarbeitung zur **Erfüllung eines Vertrages** oder zur **Durchführung vorvertragliche Maßnahmen** (auf Anfrage des Betroffenen) **erforderlich**
 - Anbahnung des Vertrages
 - Durchführung des Vertrages
 - Beendigung des Vertrages
- **Erforderlichkeit**: Die Daten werden zur **Erfüllung der Pflichten bzw. zur Wahrnehmung der Rechte** aus einem mit dem Betroffenen geschlossenen Vertrag benötigt.

Rechtliche Verpflichtung

- Pflicht der verantwortlichen Stelle, aufgrund EU-Recht oder nationalem Recht
- Befugnis zur Datenverarbeitung ergibt sich insb. aus folgenden Verpflichtungen:
 - Pflichten zur Einholung von Auskünften und zur Erhebung von Kundendaten
 - Aufzeichnungs- und Dokumentationspflichten
 - Aufbewahrungs- und Speicherpflichten
 - Auskunft- und Herausgabepflichten

Berechtigte Interessen

- = jedes von der Rechtsordnung gebilligte - wirtschaftliche oder ideelle - Interesse
 - Gesetzlich vermutetes oder anerkanntes Interesse
 - Perspektive der Betroffenen (zw.)
- Datenverarbeitung muss „erforderlich“ sein (bloße Zweckmäßigkeit nicht ausreichend)
- Kein Überwiegen der schutzwürdigen Interessen des Betroffenen (besondere Schutzwürdigkeit von Kindern beachten)
- Maßstab: „vernünftige Erwartungen des Betroffenen“
- Ggf. auch berechtigte Interessen eines Dritten
- Stets berechtigte Interessen:
 - Betrugsbekämpfung
 - Zwecke der Daten- und IT-Sicherheit
 - Präventive Schadensabwehr
- i.d.R. Widerspruchsrecht des Betroffenen (Art. 21 DS-GVO)

Abgrenzung von Kundenbeziehung und Werbung

Werbung ist „jede Äußerung bei der Ausübung eines Handels, Gewerbes, Handwerks oder freien Berufs mit dem Ziel, den Absatz von Waren oder die Erbringung von Dienstleistungen, einschließlich unbeweglicher Sachen, Rechte und Verpflichtungen zu fördern.“

Art. 2a der Richtlinie über vergleichende und irreführende Werbung (2006/114/EG)

- Personenbezogene Werbung unterliegt neben den Anforderungen durch die DS-GVO zusätzlich den Voraussetzungen nach § 7 UWG
- Voneinander abzugrenzen sind:
 - Werbung
 - Informationen im laufenden Vertragsverhältnis
 - Kundenbetreuung bzw. Geschäftsbeziehung
 - Markt- und Meinungsforschung
- Zulässigkeit:
 - Vertragsdurchführung (Bestell- und Lieferprozesse, Beschwerdemanagement)
 - Interessenabwägung (Werbung)
 - Kompatible Weiterverarbeitung (Weitergabe bei Leistungsstörung bspw. Rechtsanwalt, Inkasso)

Zulässigkeit von Werbung



- „Online-Marketing-Klausel“
 - Art. 6 Abs. 1 lit. f DS-GVO: Interessenabwägung
 - Erwägungsgrund 47:
„Die Verarbeitung personenbezogener Daten zum Zwecke der Direktwerbung kann als eine einem berechtigten Interesse dienende Verarbeitung betrachtet werden“
- Eigenwerbung gegenüber Bestandskunden ist zulässig
- Nutzung von Adressdaten zu Werbezwecken („Kommunikation mit der betroffenen Person“)
 - Besondere Bedeutung der Informationspflichten der Art. 13 und 14 DS-GVO
 - Pflichtangaben gemäß Art. 14 Abs. 1 und 2 DS-GVO im Rahmen der ersten Werbebotschaft (Art. 14 Abs. 3 DS-GVO)
- Jederzeitiges umfassendes Widerspruchsrecht bei Direktwerbung (Hinweispflicht!)
- Datenübermittlung für Werbezwecke Dritter ist grds. zulässig

- Werbung für eigene Angebote
 - Keine hohen Anforderungen (vgl. Erwägungsgrund 47 S. 7 DS-GVO)
- Werbung für fremde Angebote ohne Übermittlung („Beipackwerbung“)
 - Berechtigtes Drittinteresse ausreichend
 - Beispiel Lettershop
- Adresshandel
 - Legitimation ggf. durch berechtigtes Eigeninteresse und Drittinteresse (des Empfängers, an den die Daten übermittelt werden) oder Einwilligung

Unternehmen können Daten für die Direktwerbung nach der DS-GVO grds. auch ohne Einwilligung nutzen. Die Beschränkungen auf Basis der E-Privacy-Richtlinie (bisher § 7 Abs. 2 UWG) bleiben aber vss. bestehen!

Widerspruchsrecht (Art. 21 DS-GVO)

- Abwehr personenbezogener Werbung auf Basis eines gesetzlichen Erlaubnistatbestandes (Art. 21 Abs. 2 und 4 DS-GVO)
- Zweistufige Prüfung:
 - (1) Persönlicher Grund des Betroffenen
 - (2) Interessenabwägung
- Formfreiheit (darf nicht erschwert werden, ggf. Online-Formulare und „Widerspruch per Mausklick“)
- Spätestens zum Zeitpunkt der ersten Kommunikation
- Monatsfrist (ggf. Verlängerung auf 3 Monate bei Darstellung entsprechender Gründe)
- Identitätsfeststellung
- Keine Zuordnungspflicht (ggf. Nachweis)
- Unentgeltlichkeit
- Löschverpflichtung (explizit in Art. 17 DS-GVO)

b. Werbeansprache

- Schutz der Marktteilnehmer vor unzumutbarer Belästigung durch Werbung
- Zulässigkeit der Werbeansprache ist abhängig vom Willen des Marktteilnehmers

Werbeansprache



Brief



E-Mail



Telefon



Fax

§ 7 UWG

- (1) Eine geschäftliche Handlung, durch die ein Marktteilnehmer in unzumutbarer Weise belästigt wird, ist unzulässig. Dies gilt insbesondere für Werbung, obwohl erkennbar ist, dass der angesprochene Marktteilnehmer diese Werbung nicht wünscht.
- (2) Eine unzumutbare Belästigung ist stets anzunehmen
 1. bei Werbung unter Verwendung eines in den Nummern 2 und 3 nicht aufgeführten, für den Fernabsatz geeigneten Mittels der kommerziellen Kommunikation, durch die ein Verbraucher hartnäckig angesprochen wird, obwohl er dies erkennbar nicht wünscht;
 2. bei Werbung mit einem Telefonanruf gegenüber einem Verbraucher ohne dessen vorherige ausdrückliche Einwilligung oder gegenüber einem sonstigen Marktteilnehmer ohne dessen zumindest mutmaßliche Einwilligung,
 3. bei Werbung unter Verwendung einer automatischen Anrufmaschine, eines Faxgerätes oder elektronischer Post, ohne dass eine vorherige ausdrückliche Einwilligung des Adressaten vorliegt, oder
 4. bei Werbung mit einer Nachricht,
 - a) bei der die Identität des Absenders, in dessen Auftrag die Nachricht übermittelt wird, verschleiert oder verheimlicht wird oder
 - b) bei der gegen § 6 Absatz 1 des Telemediengesetzes verstoßen wird oder in der der Empfänger aufgefordert wird, eine Website aufzurufen, die gegen diese Vorschrift verstößt, oder
 - c) bei der keine gültige Adresse vorhanden ist, an die der Empfänger eine Aufforderung zur Einstellung solcher Nachrichten richten kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.
- (3) Abweichend von Absatz 2 Nummer 3 ist eine unzumutbare Belästigung bei einer Werbung unter Verwendung elektronischer Post nicht anzunehmen, wenn
 1. ein Unternehmer im Zusammenhang mit dem Verkauf einer Ware oder Dienstleistung von dem Kunden dessen elektronische Postadresse erhalten hat,
 2. der Unternehmer die Adresse zur Direktwerbung für eigene ähnliche Waren oder Dienstleistungen verwendet,
 3. der Kunde der Verwendung nicht widersprochen hat und
 4. der Kunde bei Erhebung der Adresse und bei jeder Verwendung klar und deutlich darauf hingewiesen wird, dass er der Verwendung jederzeit widersprechen kann, ohne dass hierfür andere als die Übermittlungskosten nach den Basistarifen entstehen.

- Ansprache per Brief:
 - Zulässigkeit nach Datenschutzrecht gegeben
 - Zulässigkeit nach UWG, wenn kein „hartnäckiges Ansprechen, obwohl dies erkennbar nicht erwünscht ist“
- Telefonwerbung:
 - § 7 Abs. 2 Nr. 2 UWG
 - Differenzierung zwischen Verbrauchern und sonstigen Marktteilnehmern
 - Verbraucher: Vorherige ausdrückliche Einwilligung
 - Sonstige Marktteilnehmer: Mutmaßliche Einwilligung genügt
 - Problem: Telefonische Beratung; Differenzierung nach der Absatzförderung
- E-Mail-Werbung:
 - § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG
 - Grundsatz: Vorherige ausdrückliche Einwilligung (keine Differenzierung bei dem Adressaten)
 - Ausnahme: Einwilligung ist entbehrlich, wenn sämtliche Voraussetzungen des § 7 Abs. 3 UWG vorliegen
- Fax und Sonstige
 - § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG
 - Vorherige ausdrückliche Einwilligung (keine Differenzierung bei dem Adressaten)

c. „automatisierte Einzelentscheidungen“, Scoring und Profiling

Werbescoring

- Vorhersage für künftiges Kaufverhalten
- Wert kann sich auf die Entscheidung auswirken (bspw. ob geworben werden soll, für welche Produkte geworben werden soll, über welchen Kanal geworben werden soll, welche Incentives „lohnen“)



Profiling (Art. 4 Nr. 4 DS-GVO)

- Automatisierte Verarbeitung personenbezogener Daten
- Verwendung zur Bewertung natürlicher Personen
- Analyse und Vorhersage (bspw. Arbeitsleistung, wirtschaftliche Lage, Gesundheit, Verhalten, Aufenthaltsort, Ortswechsel usw.)



Profiling (Art. 22 Abs. 1 DS-GVO)

- Recht der betroffenen Person, nicht einer „ausschließlich auf einer automatisierten Verarbeitung – einschließlich Profiling –“ beruhenden Entscheidung unterworfen zu werden

Werbescoring



- Werbescoring ist Profiling
- Die Anforderungen des Art. 22 DS-GVO greifen hier nicht ein, weil
 - Keine „rechtliche Wirkung“ oder
 - Keine „erhebliche Beeinträchtigung in ähnlicher Weise“
- Die Zulässigkeit des Werbescorings richtet sich „lediglich“ nach Art. 6 Abs. 1 lit. f DS-GVO (Interessenabwägung)

Profiling (Art. 4 Abs. 4 DS-GVO)

„Jede Art der automatisierten Verarbeitung personenbezogener Daten, die darin besteht, dass diese personenbezogenen Daten verwendet werden, um bestimmte persönliche Aspekte, die sich auf eine natürliche Person beziehen, zu bewerten, insbesondere um Aspekte bezüglich Arbeitsleistung, wirtschaftliche Lage, Gesundheit, persönliche Vorlieben, Interessen, Zuverlässigkeit, Verhalten, Aufenthaltsort oder Ortswechsel dieser natürlichen Person zu analysieren oder vorherzusagen.“

- Geltung der Regelungen für automatisierte Einzelentscheidungen

Automat. Einzelentscheidung - Art. 22 DS-GVO, § 37 BDSG (neu)

- Gebot der menschlichen Intervention bei automatisierten Einzelentscheidungen, wenn die Datenanalyse gegenüber dem Betroffenen „rechtliche Wirkung“ hat oder ihn „in ähnlicher Weise erheblich beeinträchtigt“
- Ausnahmen (d.h. keine menschliche Intervention nötig):
 - zum Abschluss oder zur Erfüllung eines Vertrages erforderlich
 - ausdrückliche Einwilligung

bzgl. sensibler Daten nur mit ausdrücklicher Einwilligung oder Leistungserbringung nach einem Versicherungsvertrag

Scoringverfahren - § 31 BDSG (neu)

Definition: Ein mathematisch-statistisches Verfahren zur Berechnung der Wahrscheinlichkeit, mit der eine bestimmte Person ein bestimmtes Verhalten zeigen wird (BT-Drs. 16/10529. S. 1).

Anwendungsbereich Absatz 1

- vertragsbezogen
- Anwendung im Beschäftigtenverhältnis ist umstritten
- Werbescoring fällt nicht unter § 31 BDSG (neu)

Anwendungsbereich Absatz 2

- Bewertung der Kreditwürdigkeit (von Auskunfteien ermittelte Werte über die Zahlungsfähig- und Zahlungswilligkeit einer natürlichen Person)

Das Scoringverfahren nach § 31 Abs. 1 BDSG (neu)

Verfahren

- Valides Verfahren (wissenschaftlich anerkanntes mathematisch-statistisches Verfahren)



Zulässigkeit

- Voraussetzungen der DS-GVO und des BDSG (neu)
- Eigenscoring: Daten müssen zulässig genutzt werden
- Fremdscoreing (Auskunfteien): Übermittlungsvoraussetzungen



Anschriftendaten

- Verbot ausschließlicher Nutzung von Anschriftendaten
- Unterrichtungspflicht im Fall der Nutzung

Wenn alle Menschen, die Sie
kennen, Ihre Briefe untereinander
austauschten, wäre Ihnen
unbehaglich zumute.

*Sully Prudhomme, (1839 - 1907), eigentlich René François Armand Prudhomme,
französischer Notar und Lyriker, erster Nobelpreisträger für Literatur 1901*

Quelle : »Intimes Tagebuch«