

Rechtssicherheit der Internetseite: Vorschriften & Fallstricke

Aus der neuen EU-Datenschutz-Grundverordnung ergeben sich für Webseitenbetreiber wichtige Änderungen. Was Unternehmen jetzt tun müssen, um vor Strafen sicher zu sein.

Am 25. Mai 2018 trat die neue EU-Datenschutz-Grundverordnung (EU-DSGVO) in Kraft.

Fragen an den Internet-Experten Joachim Schröder:

Welche Konsequenzen ergeben sich daraus für Firmen, die eine Webseite haben?

Bei der Erfassung personenbezogener Daten, zum Beispiel beim Ausfüllen des Kontaktformulars auf der Webseite oder beim Einkauf im Online-Shop, ist nun das Recht auf transparente Verarbeitung zu beachten: Auf Nachfrage des Betroffenen muss das Unternehmen *einfach und verständlich* darlegen, welche Daten in welcher Form verarbeitet wurden und zu welchem Zweck die Daten genutzt werden.

Darüber hinaus können Webseitenbesucher fordern, dass das Unternehmen die von ihnen erhobenen Daten vollends löscht. Webseitenbetreiber sollten darauf vorbereitet sein und Art und Umfang der Datenverarbeitung sorgsam dokumentieren. Diese Aufgabe sollte ein erfahrener Datenschutzbeauftragter übernehmen.

Wie sieht es bei Cookies aus?

Cookies sind kleine Datenpakete, die von vielen modernen Webseiten automatisch erzeugt und auf dem Endgerät des Seitenbesuchers abgelegt werden. Die Frage, ob ein Unternehmen verpflichtet ist, die Einwilligung des Nutzers explizit einzuholen, bevor es Cookies verwendet, wird von

Fachleuten kontrovers diskutiert. Hier muss zwischen den Interessen des Unternehmens und denen des Nutzers abgewogen werden.

Ich rate allen Unternehmen, ein Banner auf der Webseite einzubinden, das auf die Verwendung von Cookies hinweist – so ist man definitiv auf der sicheren Seite.

Braucht die Webseite eine Datenschutzangabe?

Für alle Unternehmens-Webseiten ist eine Datenschutzerklärung erforderlich. Sie soll dem Nutzer klar und leicht verständlich mitteilen, wie, wo, zu welchem Zweck und von welcher Person seine Daten verarbeitet werden.

Die Datenschutzerklärung ist individuell zu formulieren. Was viele vergessen: Wer Google Analytics oder den Facebook Like-Button auf seiner Webseite einsetzt, muss in der Datenschutzerklärung unbedingt darauf hinweisen.

Welche Strafen drohen bei Nichtbeachtung?

Ein Verstoß gegen die EU-DSGVO kann richtig teuer werden: Es werden bis zu 20 Millionen Euro oder bis zu 4 % des gesamten weltweit erzielten Jahresumsatzes im vorangegangenen Geschäftsjahr veranschlagt – je nachdem, welcher Wert im individuellen Fall der höhere ist.



Darf ich trotzdem noch Web-Analysetools wie zum Beispiel Google Analytics nutzen?

Auf jeden Fall! Sie dürfen nur den zuvor genannten Hinweis in der Datenschutzerklärung nicht vergessen. Der Nutzer muss die Möglichkeit haben, seine Einwilligung in das Daten-Tracking zu widerrufen. Der Google-Codeschnipsel muss außerdem nach wie vor mit einer Anonymisierungsfunktion ausgestattet sein, das heißt, dass die IP-Adresse jeweils nur gekürzt erfasst werden darf. Zudem müssen Sie mit Google den Vertrag zur Auftragsdatenverarbeitung abschließen.

Wer sich hierbei unsicher ist, kann eine auf Google spezialisierte Internetagentur zu Rate ziehen.

Diese kann eine rechtssichere Einbindung von Google Analytics in die Webseite gewährleisten.

Welchen Rat geben Sie Unternehmen, die sich bis dato nicht mit der EU-DSGVO auseinandergesetzt haben?

IT-Recht ist durchaus eine komplizierte Materie. Lassen Sie sich darum von einem Fachanwalt für IT-Recht beraten, wenn Sie noch keinen Datenschutzbeauftragten im Haus haben und sich in punkto DSGVO unvorbereitet fühlen! Einen solchen Experten finden Sie beispielsweise über den deutschen Anwaltsverein – oder natürlich über Google.

Gibt es weitere rechtliche Fallstricke?

Auch die Verwendung von Bildmaterial ist reglementiert. Um auf Nummer sicher zu gehen, ist es ratsam, nur eigene Fotos zu verwenden. Wenn Sie Fotos aus Bilddatenbanken kaufen, achten Sie auf den erlaubten Verwendungszweck. Einige Bilder dürfen Sie nur für Drucksachen nutzen, andere sind auf redaktionelle Einsatzbereiche beschränkt oder dürfen nicht bearbeitet werden.

Einige Bildplattformen fordern ferner eine Quellenangabe. Bei Nicht-Beachtung drohen auch hier Bußgelder.



Joachim Schröder ist Mitgründer der Internetagentur TILL.DE, die von Google als Premium-Partner zertifiziert wurde.

Er gibt sein im Agenturalltag gesammeltes Insiderwissen als Seminarleiter und Referent weiter.

www.till.de

Checkliste: Sind Sie bereit für die DSGVO?

- Alle Datenverarbeitungsprozesse auf Zulässigkeit prüfen
- Datenschutzerklärung aktualisieren
- Verzeichnisse erstellen
- Datenschutzbeauftragten benennen
- Beschwerdemanagement einrichten
- Datenschutzprozesse überwachen
- Prüfung der Datenübermittlungsprozesse
- Sicherstellung der technisch-organisatorischen Daten
- Mitarbeiter schulen

Quelle: TILL.DE GmbH

