

Der Weg zum eigenen Datenschutzbeauftragten: Wie Sie den passenden DSB für Ihr Unternehmen finden

Kerstin Blossey, Blossey & Partner

Datenschutz ist in aller Munde, keine Frage! Nicht nur in Deutschland und Europa häufen sich seit 2008 die „Pannen“, die in den meisten Fällen eine peinliche Veröffentlichung vieler personenbezogener Daten nach sich gezogen haben. Privatsphäre wird auch international heiß diskutiert. Schon reagiert das System und novelliert das Bundesdatenschutzgesetz - quasi über Nacht.

In diesem Artikel erfahren Sie...

- Wieso Sie den Datenschutz nicht länger aussitzen sollten;
- Welche Vorteile für einen externen oder internen Datenschutzbeauftragten (DSB) sprechen;
- Welche Fähigkeiten Ihr künftiger DSB unbedingt mitbringen sollte;
- Wie Sie den richtigen externen DSB für Ihr Unternehmen finden können;
- Wie Sie für Ihren DSB den Weg ebnen und dadurch mehr von ihm haben können.

Was Sie wissen/können sollten...

- Keine spezifischen Vorkenntnisse erforderlich;
- Grundbegriffe des Datenschutzes aus den Artikeln der vorherigen Ausgaben sollten geläufig sein. Alternativ kann auf das Glossar von Blossey & Partner (<http://blossey-partner.de/showpage.php?SiteID=11&lang=1>) zurückgegriffen werden.

Noch immer sind viel mehr Fragezeichen zu sehen statt praktikabler Umsetzungsvorschläge aus der best practice-Schatzkiste der Aufsichtsbehörden, Interessens- und Berufsverbände. Kein Wunder, sind doch alle gleichermaßen vor vollendete Tatsachen gestellt und nun gefragt, schnell alltagstaugliche Lösungen aus dem Hut zu zaubern. Bis einschlägige Urteile uns allen den Weg weisen, gilt die Devise: Alles, was bisher bereits gesetzliche Anforderung war, ist nun erst recht Anforderung an Sie, wenn Sie personenbezogene Daten nicht zu Ihren rein privaten Zwecken verarbeiten. Ignorieren wird jedoch deutlich teurer... sowohl vom Imageschaden her als auch von Seiten zu erwartender Bußgelder.

Die Voraussetzung: Wieso Sie den Datenschutz nicht länger aussitzen sollten

Bußgelder in Millionenhöhe, Haftstrafen, die weit über das textlich bezifferte Höchstmaß des Bundesdatenschutzgesetzes (nachfolgend „BDSG“ genannt) hinaus gehen, immense Imageschäden, die kostspieligen Werbespots zur besten Sendezeit mit der Botschaft „wir arbeiten für Sie an der heilen Welt“ und haben noch freie Lehrstellen“ in einer Zeit, wo Arbeitsplätze seit Jahren rar sind sowie horrender Mehraufwand für die Schaffung einer angemessenen Datenschutzorganisation in einer auferlegten Frist

statt im normalen Tagesbetrieb. Das sind ein paar Konsequenzen aus einem nicht vorhandenen oder mangelhaft betriebenen Datenschutz im Unternehmen. Dabei ließe sich auch mit dem spitzen Bleistift schnell ausrechnen, dass es mittel- und langfristig gesehen wesentlich günstiger ist, einen DSB zu „unterhalten“ als eine Datenschutzpanne oder gar ein Verfahren samt Nachbesserungsarbeiten auf sich zu nehmen. Gerechnet wird noch immer so lange nicht, bis der Datenschutzvorfall passiert ist. Dann aber kann auch der qualifizierteste DSB die Kohlen nicht mehr aus dem Feuer holen - so es ihn überhaupt gibt im Unternehmen – und Zeit und Gelegenheit zum Vertuschen oder Schönreden einer solchen Panne bleiben erfahrungsgemäß dann ebenfalls nicht mehr.

Die eingangs erwähnte Novellierung des BDSG von 03.07.2009 stattet die Aufsichtsbehörden mit mehr Befugnissen aus. In einigen Bundesländern wurden die Stellen aufgestockt, um das ebenfalls gestiegene Aufgabenspektrum bewältigen zu können. Bußgelder haben zwar noch eine bezifferte Maximalhöhe, sollen aber

„den wirtschaftlichen Vorteil, den der Täter aus der Ordnungswidrigkeit gezogen hat, übersteigen. Reichen die in Satz 1 genannten Beträge hierfür nicht aus, so können sie überschritten werden“

sagt die Neufassung von § 43 Absatz 3 Satz 2 BDSG in klarer und durchaus verständlicher Sprache. Und weil das längst nicht genügt als Konsequenz, gilt beispielsweise auch seit 01.09.2009 eine verschärfte „Informationspflicht bei unrechtmäßiger Kenntniserlangung von Daten“ (Pannen) gegenüber der zuständigen Aufsichtsbehörde und den Betroffenen. Der Gesetzgeber legt im neu geschaffenen § 42a BDSG zusätzlich fest, wie diese Benachrichtigung zu erfolgen hat:

„Soweit die Benachrichtigung der Betroffenen einen unverhältnismäßigen Aufwand erfordern würde, insbesondere aufgrund der Vielzahl der betroffenen Fälle, tritt an ihre Stelle die Information der Öffentlichkeit durch Anzeigen, die mindestens eine halbe Seite umfassen, in mindestens zwei bundesweit erscheinenden Tageszeitungen oder durch eine andere, in ihrer Wirksamkeit hinsichtlich der Information der Betroffenen gleich geeignete Maßnahme“.

Mit steigender Popularität des Themas Datenschutz in der Presse wird die Öffentlichkeit und der Endverbraucher nachhaltig sensibilisiert für den unsachgemäßen Umgang mit seinen Daten und für seine Mitverantwortung. Dies hatte in den letzten Jahren einen deutlichen Anstieg an Beschwerden zur Folge - nicht nur bei den Aufsichtsbehörden, sondern auch bei den Unternehmen selbst. Spätestens jetzt muss Ihr DSB also nicht nur existieren, sondern er sollte nun bereits über ausreichend Praxiserfahrung, beispielsweise im Bezug auf die Wahrung der Betroffenenrechte nach §§ 34 und 35 BDSG, haben; denn an diesem Punkt benötigt Ihr Unternehmen ein durchdachtes Beschwerdemanagement für eingehende Beschwerden und Widersprüche zur Datennutzung oder Auskunftersuchen. Dieses muss neben Textbausteinen für die unterschiedlichen Standardanfragen eine ganze Menge mehr können, zum Beispiel:

- Es muss einen Geschäftsprozess etabliert haben, der solche Anfragen zuverlässig an die zuständige Stelle (meist den DSB oder die Rechtsabteilung) weiterleitet, damit keine Anfrage versandet und dadurch zusätzlichen Unmut beim jeweils Betroffenen verursacht und nachfolgend eine Beschwerde direkt bei der Aufsichtsbehörde folgt.
- Es muss über eine unternehmenszentrale, ggf. auch standortübergreifende Sperrdatei verfügen, in der alle Nutzungswidersprüche zuverlässig hinterlegt werden, um künftig die unerwünschte Datennutzung zuverlässig unterbinden zu können.
- Es muss eine enge Abstimmung mit der Geschäftsführung sicherstellen, da in der Regel auch pikante Anliegen und Anfragen von Medien nicht ausbleiben.
- Es muss eine technische Lösung bereithalten, um vorhandene Lücken in Systemen zu schließen, Da-

tensätze, die nicht mehr genutzt werden dürfen, zu löschen bzw. zu sperren und sicherzustellen, dass diese Daten auch anderweitig nicht mehr ungewollt auftauchen können.

- An Stellen, wo das Unternehmen samt fachkundigem DSB keine Lösung mehr sehen, ist eine enge kooperative Zusammenarbeit mit der zuständigen Aufsichtsbehörde gefragt.

Welche Vorteile sprechen für einen externen oder internen DSB

Die nachfolgend behandelten Aspekte und die dazu getätigten Überlegungen sind nicht als der Weisheit letzter Schluss und damit als das „Soll“ für den betrieblichen DSB zu verstehen, sondern als provokative Aussagen zur Selbsteinschätzung und Entscheidungsfindung. Jeder genannte Punkt kann im Grunde sowohl für den internen als auch für den externen DSB ausgelegt werden.

Persönliche Voraussetzungen

Rechtliche Kenntnisse

Der DSB muss die Regelungen des BDSG und andere datenschutzrechtliche Vorgaben kennen, da er sie anwenden und auslegen können muss. Für Rechtsberatung ist ein Jurist heranzuziehen.

Technische Kenntnisse

Der DSB muss die wesentlichen Begriffe der Informations- und Datenverarbeitung kennen und mit ihnen umgehen können. Für erforderliche technische Analysen, Stellungnahmen und Maßnahmen, die in einem Betrieb erforderlich sind, sollte er Spezialisten als Berater hinzuziehen.

Betriebswirtschaftlich-organisatorische Kenntnisse

Der DSB muss mit dem Ablauf der Arbeitsvorgänge im Unternehmen vertraut sein, muss Geschäftsprozesse verstehen und auf Lücken analysieren können, um Datenschutzlücken erkennen und geeignete Maßnahmen vorschlagen zu können.

Pädagogische, didaktische und kommunikative Fähigkeiten

Der DSB muss geeignet sein, den Mitarbeitern die Anforderungen des Datenschutzes ebenso wie ihre Mitverantwortung bei der Umsetzung vermitteln zu können. Zugleich ist er Motivator und Kontrolleur, der immer zunächst gegen das Image des „Verhinderers“ zu kämpfen hat.

Organisatorische Fähigkeiten

Der DSB muss die Notwendigkeiten eines Arbeitsplatzes oder eines Verfahrens und die im jeweiligen Unternehmen gegebenen Gepflogenheiten erkennen, be-

nennen und beeinflussen können, um praxisorientierte Vorschläge für Maßnahmen erarbeiten können, die zum einen dem Datenschutz genügen, zum anderen aber auch den Interessen des Unternehmens gerecht werden.

Daneben ist es mit dem Gesetz unvereinbar, wenn der DSB durch diese Funktion in einem Interessenskonflikt steht. Er darf daher weder der Geschäftsführung noch einer leitenden Position im Unternehmen (IT-Leiter, Personalchef etc.) angehören.

Fachkunde

Um den internen Mitarbeiter auf seine Rolle als DSB vorzubereiten, bedarf es einer Grundschulung zur Einführung in den allgemeinen Datenschutz in Unternehmen und regelmäßige Vertiefungsseminare. Darüber hinaus empfiehlt es sich, dem internen DSB zumindest anfänglich einen ausgebildeten und praxiserfahrenen DSB als Berater oder Coach zur Seite zu stellen, damit möglichst bald eine echte Risikominimierung für das Unternehmen erreicht werden kann und sich die Ausgaben auszahlen können. Schließlich benötigt der interne DSB zusätzlich die Einbindung in ein Team anderer DSBs, mit denen ein Erfahrungsaustausch für die praktische Umsetzung von Alltagsthemen stattfinden kann sowie die einschlägige Fachliteratur (Gesetzestexte und entsprechende Kommentare, Fachbücher zu Spezialthemen, Fachzeitschriften für aktuelle Rechtsprechung und IT-Entwicklungen) sowie eventuell das eine oder andere computergestützte Tool, um ihm die analytische und dokumentarische Arbeit zu erleichtern, die fachlich bei einem unerfahrenen DSB extrem komplex erscheinen mag.

Der DSB benötigt durch die unterschiedlichen Geschäftsbereiche vieler Unternehmen ein so umfangreiches und übergreifendes Branchen-Fachwissen, dass der aktuelle Kenntnisstand über die gesetzlichen Anforderungen sich nicht mehr nur auf den Kernbereich des intern bestellten DSB konzentrieren kann.

Zuverlässigkeit

Persönliche charakterliche Eigenschaften wie Verschwiegenheit, Integrität und Kompetenz, aber auch die Bereitschaft zu vertrauensvoller Zusammenarbeit sowie die Fähigkeit, besonders in Konfliktsituationen geradlinig und neutral abzuwägen, zu urteilen und zu handeln, sind unabdingbare Facetten der Arbeit des DSB. Selbständiges Handeln ist erforderlich, da er ja auf dem Gebiet des Datenschutzes weisungsfrei agiert (§ 4f Abs. 3 BDSG). Ein ausreichendes Maß an Arbeitszeit und Gelegenheit zur Erfüllung seiner Pflichten gehören ebenfalls dazu.

Erfahrung und interdisziplinärer Sachverstand

Geschäftsprozesse in einem Unternehmen finden in unterschiedlichen Fachgebieten statt. So gibt es eigen-

ne Geschäftsprozesse beispielsweise bei der Finanzbuchhaltung, dem Bereich Marketing/Vertrieb, Personal oder auch in der Entwicklung. Der DSB sollte immer in der Lage sein, interdisziplinär (bereichs- und fachübergreifend) solche Prozesse zu erfassen, deren Schnittstellen zu analysieren und sowohl in der Kommunikation als auch bei der Empfehlung von Maßnahmen und deren Umsetzungsplanung entsprechende Kenntnisse einfließen zu lassen. Dazu eignet sich der DSB eigen-initiativ entsprechend erforderliche Kenntnisse zu den Fachgebieten an oder bezieht notwendiges Know-How in der Kommunikation mit den spezialisierten Mitarbeitern der Fachgebiete oder mit externen Beratern.

Im Rahmen seiner Tätigkeiten erlangt der externe DSB vielseitige fachübergreifende Kenntnisse zu Geschäftsprozessen der unterschiedlichsten Märkte und Branchen, die es ihm ermöglichen, in zunehmendem Maß auf einen Erfahrungsschatz zurückzugreifen, welcher auch im Rahmen von Folgebeauftragungen von großem Nutzen sein kann. Je nach Art und Umfang der betrieblichen Geschäftsfelder kann mangelnde Kenntnis bei einem externen DSB auch ein negatives Kriterium darstellen.

Akzeptanz des Personalstabs

Der externe DSB kennt das Unternehmen, seine Strukturen und die Mitarbeiter zunächst nicht und kann gegebenenfalls nicht so praxistaugliche Empfehlungen aussprechen wie der interne es unter Umständen könnte. Er wird von Mitarbeitern daher oft zunächst als Fremdkörper betrachtet, vor allem, wenn seine Ratschläge zu unnötig unliebsamen Veränderungen oder Auflagen führen und er die Beschäftigten nicht durch Ausstrahlung und Verhalten zur Mitwirkung motivieren kann. Völlig ungeachtet dessen, ob es sich um einen internen oder einen externen DSB handelt, muss die Unternehmensleitung (Geschäftsführung und leitende Angestellte) als Multiplikator fungieren und den DSB und seine Arbeit kontinuierlich vor den Beschäftigten unterstützend kommunizieren. Verliert der DSB diese Akzeptanz im Personalstab, wird es schwierig, diese wiederherzustellen.

Interne DSB stehen dagegen häufig im Spannungsfeld zwischen ihren Erfahrungen und Kenntnissen zu den gelebten Geschäftsprozessen und den gesetzlichen Anforderungen, die zu unbequemen Maßnahmen führen können. Der externe DSB tritt hier als neu positionierte Einheit im Unternehmen auf und muss sich von Anfang an in seiner Tätigkeit unter Beweis stellen, nicht zuletzt unterstützt durch die in a) genannten Eigenschaften.

Präsenz nach innen und außen

Der DSB verpflichtet sich nicht nur, die datenschutzrelevanten Aspekte des BDSG im Unternehmen nach

innen zu vertreten, zu kommunizieren und durch Maßnahmen zu definieren. Er vertritt das Unternehmen in Datenschutzbelangen häufig auch in der Kommunikation nach außen in seiner Vertretungsfunktion für die Geschäftsführung. DSB vertreten die Unternehmen weitgehend in der Korrespondenz und in den Verhandlungen mit der Datenschutzaufsichtsbehörde. Auch die Wahrung der Rechte Betroffener, die sich mit Auskunftersuchen, Widerspruch gegen die werbliche Ansprache und andere berechnete Interessen direkt an die verantwortliche Stelle (das Unternehmen) richten, ist eine überaus sensible und wichtige Aufgabe, die über Wohl oder Wehe des Unternehmens gegenüber dem Verbraucher entscheiden kann. Der DSB prüft die Sachlage, sozusagen in der Funktion einer Beschwerdestelle, kommuniziert die erzielten Ergebnisse gegenüber dem Betroffenen und sorgt unternehmensintern dafür, dass bei einer etwaigen Datenschutzlücke entsprechende Maßnahmen ergriffen werden.

Kenntnis der (gelebten) Geschäftsprozesse

Um eine adäquate Datenschutzorganisation in ihrem Unternehmen einzuführen, ist es notwendig, dass der DSB Kenntnis über die im Unternehmen „gelebten“ Geschäftsprozesse hat oder erlangen kann. Dieser Herausforderung ist der interne DSB in der Regel eher gewachsen, da er diese gelebten Geschäftsprozesse kennt und über einen längeren Zeitraum auch beobachtet hat.

Lücken in den Prozessen zu erkennen, die datenschutzrelevant sind, gehört jedoch zu den grundlegenden Aufgaben des DSB, ganz gleich ob intern oder extern bestellt. Der externe DSB wird hier durch den Blick von außen der sogenannten Betriebsblindheit zunächst nicht unterliegen, weil er vorhandene Prozesse zwar zunächst noch nicht auf ihre Nachhaltigkeit einschätzen kann, aber die Prozesslandschaft oftmals objektiver und umfassender bewerten kann.

Weisungsfreiheit und Benachteiligungsverbot

Das Spannungsfeld der Anforderungen des BDSG an die Geschäftsprozesse hinsichtlich des Umgangs mit personenbezogenen Daten und den Reaktionen im gesamten Personalstab hierauf machen es zwingend erforderlich, dass der DSB seine Unabhängigkeit in seiner Position bewahrt sieht. Da der DSB einerseits weisungsfrei ist und andererseits auch keine Weisungsbefugnis hat, kann seine Stelle als unabhängige Stabstelle betrachtet werden. Gerät der DSB zwischen Betriebsrat und Geschäftsführung oder etwa in Konflikte zwischen einzelnen Fachbereichen, so ist es beinahe unmöglich, sich nicht nachfolgend der Kritik aller Beteiligten ausgesetzt zu sehen. Die Verschwiegenheit des DSB und seine Integrität sind

in diesem Zusammenhang von großer Bedeutung. Die Konzentration auf die Datenschutz-Sachverhalte in jeder Streitfrage können zur Schadensbegrenzung dienen, jedoch hat hier der externe DSB sicherlich den Vorteil des persönlich noch unbeteiligten „Fremden“.

Durch die Umgebung jeglicher Hierarchiestufen soll es dem DSB möglich sein, ohne Kompetenz- und Kommunikationsschwierigkeiten Datenschutzfragen direkt bei der Leitung der verantwortlichen Stelle zu platzieren. Er kann so notwendige Maßnahmen empfehlen und auf mögliche Verstöße hinweisen, um Schaden vom Unternehmen abzuwenden. Die Weisungsfreiheit bietet ihm die hierfür ausdrücklich geforderte Unabhängigkeit. Das Benachteiligungsverbot soll – zumindest in der Theorie – die neutrale Ausübung seiner Tätigkeit sichern.

Kostenfaktor

Bei kleineren und mittelständischen Unternehmen bedient man sich häufig aus ökonomischen Überlegungen der Dienste eines externen DSB. Der abzu-sehende Aufwand hinsichtlich der Etablierung eines betrieblichen Datenschutzkonzeptes wird dabei zu-meist geringer wahrgenommen und damit mit weniger Kostenaufwand bewertet als eine innerbetriebliche Bestellung an jährlichen Kosten mit sich bringen würde. Zwar erscheinen die Leistungen des externen DSB zunächst auffällig kostenintensiv, was jedoch unter anderem auf die Anforderung zurückzuführen ist, dass dieser natürlich all das Fachwissen bereits erworben haben muss, sich auf eigene Kosten fortbilden muss, betriebswirtschaftlich, kommunikationspädagogisch, juristisch und technisch versiert sein muss und die Vorschriften des BDSG und andere Vorschriften über den Datenschutz auf das konkrete Unternehmen anwenden können muss.

Vertretung

Um im Falle eines Ausfalls des DSB eine Erhaltung und Fortführung der Datenschutzaufgaben zu gewährleisten, ist ein namentlich benannter Vertreter des DSB erforderlich. Auch dieser ist bei der Erfüllung seiner Aufgaben von allen Organisationseinheiten zu unterstützen. Aus diesem Grund sollte der Stellvertreter generell benannt und in die laufende Datenschutzorganisation aktiv eingebunden sein, um seine Fachkunde und Zuverlässigkeit für den Vertretungsfall sicherzustellen.

Kündbarkeit

Nach der Novellierung wirkt der Kündigungsschutz des internen DSB gemäß § 4f Absatz 3 Satz 6 BDSG noch bis zu einem Jahr nach der Beendigung der Tätigkeit als Datenschutzbeauftragter fort. Insofern ist ein Arbeitnehmer, der als Teilbereich in einem Unter-

nehmen Aufgaben des internen DSB wahrnimmt, auch nach Beendigung seiner Arbeit als DSB noch für ein Jahr weiter vor ordentlichen Kündigungen geschützt (vergleichbar einem Betriebsratsmitglied, siehe § 15 Absatz 1 Satz 2 KSchG). Es spielt dabei kaum eine Rolle, warum die Berufung endete. Eine berechtigte Abberufung aus wichtigem Grund ist genauso relevant wie ein persönlicher Amtsverzicht des internen DSB. Die Absicht einer unternehmensgruppenweit einheitlichen Betreuung des Datenschutzes durch einen externen DSB ist jedoch kein wichtiger Grund im Sinne der novellierten Vorschrift, den intern bestellten DSB abzuberaufen.

Welche Fähigkeiten sollte Ihr künftiger DSB unbedingt mitbringen

In Anknüpfung an die soeben erörterten Aspekte zur Selbsteinschätzung eines intern oder lieber extern zu bestellenden DSB wollen wir die genannten Anforderungen nun zusammenfassen und in Bezug auf die Auswahl Ihres künftigen DSB generell ansehen und die Fähigkeiten herausheben, die Ihr künftiger DSB hiervon unbedingt mitbringen sollte. Ein geeigneter DSB kann den Aufwand, den Sie als Unternehmen betreiben, mit Ihrer Rückendeckung durchaus in geldwerte Vorteile verwandeln.

Kommunikationsfähigkeit und pädagogisches Geschick bilden einen Grundbestandteil auf dem Weg zu einer zielführenden erfolgreichen Arbeit des DSB. Sie unterstützen den DSB maßgeblich bei der Analyse von Prozesslandschaften im Gespräch mit verantwortlichen Personen und wissen schnell Reaktionsverhalten und Rückmeldungen (oder Schweigen) zu interpretieren und zu kommunizieren. Nicht zuletzt sind auch Diskussionsrunden auf unterschiedlichen Hierarchieebenen proaktiv zu gestalten und in Schulungsmaßnahmen Eckpunkte rechtlicher Anforderungen, Verhaltensregeln und Motivation zum eigenverantwortlich datenschutzkonformen Umgang mit den personenbezogenen Daten anschaulich und einprägsam zu vermitteln.

Um weiterführend sinnvolle und praktikable Maßnahmen definieren zu können und effizient in die Unternehmensprozesse einbinden zu können, sollte der DSB neben seiner Kommunikationsfähigkeit auch in der Lage sein, methodisch, analytisch und strukturiert zu planen und zu handeln. Nur so gelangen Maßnahmen auch in den Status einer ergebnisorientierten und effizienten Datenschutzorganisation, die nachhaltig wirken und somit ein tragfähiges Netz von angewandtem Datenschutz bilden kann.

Ausstrahlung und Reflexionsfähigkeit helfen dem DSB einerseits, die Türen in alle Bereiche des Unternehmens zu öffnen und eine konstruktive Atmosphäre der Zusammenarbeit mit dem Personalstab aufzubauen. Andererseits kann er rückblickend sein Vorgehen

so bewerten, dass künftige Datenschutzaufgaben noch zielführender und effektiver erfüllt werden können.

Nicht zuletzt sollte das Auftreten des DSB neben seiner Fachkenntnisse auch durch entsprechende Sensibilität im Umgang mit den Beschäftigten gekennzeichnet sein. Erst dann, wenn das Vertrauen der Mitarbeiter vorhanden ist, werden diese die wirklich wichtigen Aspekte zu den „gelebten“ Geschäftsprozessen äußern. Ihre Mitarbeiter kennen die meisten Lücken Ihres Unternehmens genauer als man erwarten möchte. Sie benötigen aber eine Plattform, um diese in einem geschützten Rahmen und ohne immer vorhandene Grundangst vor Konsequenzen auch äußern zu können.

Wie können Sie den richtigen externen DSB für Ihr Unternehmen finden

Der DSB in seiner Funktion besetzt eine Position, die eine multilaterale Vertrauensbasis voraussetzt. Er greift in der Regel in gewohnte oder sogar lieb gewordene („bewährte“?) Firmenabläufe ein, das bedeutet, er wird zu einem Teil des Unternehmens und ist zudem im Optimalfall an der strategischen Unternehmensführung beteiligt. Er beeinflusst – ebenso wie jede andere Person, die dem Unternehmen angehört – auf seine Weise die Arbeitsumgebung, ist Ansprechpartner quer durch alle Hierarchien und Bereiche, dient darüber hinaus als Schnittstelle zur zuständigen Aufsichtsbehörde und ist üblicherweise auch im Kontakt mit Betroffenen, die ihre Rechte gewahrt sehen wollen. Gerade als externer Berater muss die Person also gut zum Unternehmen passen. Was sind die Qualitätsmerkmale, auf die Sie bei der Auswahl Ihres Datenschutz-Partners achten sollten, um lange Freude an dieser Person zu haben?

- Die Grundeinstellung ist der Faktor, mit dem Sie Ihre Auswahl beginnen sollten. Ein Berater, der Ihnen gleich mit einem Bußgeld droht, statt mit Ihnen gemeinsam nach einer arbeitstauglichen Lösung des konkreten Problems zu suchen, hat das Grundprinzip des Gesetzgebers, den Schutz der Privatsphäre in der Verantwortung der Selbstkontrolle zu fördern, nicht verstanden und wird Sie aller Wahrscheinlichkeit nach mehr kosten als Ihnen den Vorteil in Form einer gut funktionierenden Datenschutzorganisation zu schaffen.
- Zielsetzung: Stimmen Ihre Erwartungen mit dem überein, was der Dienstleister Ihnen konkret angeboten hat (z.B. Sprachkultur, Kommunikationsfähigkeit, Durchsetzungsvermögen, inhaltliche Anforderungen, die Ihnen bereits bekannt sind)?
- Handelt es sich um eine Einzelperson oder ist nachweislich eine Infrastruktur im Hintergrund vorhanden, mit der Sie zumindest über eine ebenso fach-

kundige und vor allem zuverlässig verfügbare Stellvertretung und ggf. ein entsprechendes Backoffice verfügen können?

- Vertrauen & Sympathie: Ihr externer DSB oder Berater ihres internen DSBs sollte Ihnen langfristig erhalten bleiben, damit Sie sein volles Leistungsspektrum nutzen können. Dieses wird durch die Vertrauensbasis freigesetzt, welche sich in einer konstruktiven Zusammenarbeit entwickelt.
- Bietet das Angebot Ihres externen Anbieters Ihnen ausreichend Transparenz in der Darstellung des Leistungsumfangs und der tatsächlichen Kosten? Sind diese Aufwandsabschätzungen und Kosten realistisch oder nur unschlagbar „günstig“?
- Kann der Dienstleister Fachkunde, das heißt eine qualifizierte Ausbildung, regelmäßige Weiterbildungen und einen stetigen Erfahrungsaustausch in wenigstens einem Fachkreis nachweisen?
- Kann der Dienstleister Ihrer Wahl Ihnen im Sinne der gesetzlichen Zuverlässigkeit als DSB ein ausreichendes Zeitpensum, akzeptable Reaktionszeiten für Anfragen, einen qualifizierten Stellvertreter und ausreichende weitere erforderliche Ressourcen zur Verfügung stellen?
- Welche methodisch-geplante Vorgehensweise zur Einführung einer adäquaten Datenschutzorganisation in ihrem Unternehmen hat der Dienstleister Ihnen vorgestellt? Verfügt er über ein Konzept, wie er den Datenschutz bei Ihnen einführen und etablieren könnte?
- Stellt er sich im persönlichen Gespräch, das kostenlos sein sollte (natürlich ist ein freiwilliger Fahrtkostenzuschuss oder eine hierfür stellvertretende Geste eine partnerschaftlich faire Geste), auf Sie und Ihre Wünsche und Bedürfnisse ein? Ist er bereit, sich Ihre Vorstellungen genau anzuhören und diese in seine Vorstellung miteinzubeziehen, soweit möglich?
- Besitzt der Anbieter so viel Flexibilität, dass er von einem bereits benannten Plan an einigen Punkten Abstand nehmen kann, wenn es Ihrem individuellen Unternehmen besser gerecht werden kann?
- Kann er über den Tellerrand des Datenschutzes hinaussehen? Es gibt eine Vielzahl von Gesetzen und Regelungen, die neben dem BDSG zu beachten sind. Darüber hinaus sollte ihr DSB auch ökonomisch und unternehmensbezogen denken, um die vom Gesetzgeber vorgesehene Angemessenheit notwendige Maßnahmen einschätzen und berücksichtigen zu können.
- Verfügt der Dienstleister über eine fachbezogene Versicherung mit ausreichender Deckung im Falle einer Datenschutzpanne?

Statt einem Fazit: Wie Sie Ihrem DSB den Weg ebnen und so mehr von ihm haben können

Gestatten Sie mir als langjährigen Datenschutzbeauftragten aus Leidenschaft für wirtschaftlichen und alltagstauglichen Datenschutz abschließend ein paar Gedanken aus meinem persönlichen Nähkästchen. Sie können mit sehr wenig Aufwand die Arbeit Ihres internen oder externen DSB mit kleinen Gesten exzellent unterstützen und somit Ihren unternehmerischen Benefit enorm steigern:

- Erklären Sie spätestens jetzt den Datenschutz offiziell zur Chefsache. Sie ebnen Ihrem DSB damit den Weg auf eine Weise, für die es keine Alternative an Effektivität, Wirksamkeit und Nachhaltigkeit des Datenschutzes in Ihrem Unternehmen gibt. Wenn Sie nichts vom Datenschutz wissen wollen, den Sie über alle Belange zu entscheiden haben, wie soll Ihr Personalstab dann die Datenschutzziele verantwortungsbewusst verfolgen, die Sie verleugnen? Die Einladung zu Betriebsausflügen und Firmenfeiern ist nicht nur eine nette kollegiale Geste, sondern sie signalisiert den Schulterschluss der Geschäftsleitung mit dem DSB und hilft, dass Datenschutz nicht nur auf dem Papier besteht, sondern wie selbstverständlich von allen Beschäftigten gelebt wird. Darüber hinaus fördern informelle Ereignisse den lockeren Austausch und dienen als grundlegende vertrauensbildende Maßnahme.
- Gönnen Sie Ihrem DSB ein klares „Plus“ an Informationen, er wird Ihnen sicherlich sagen, wenn es zu viel wird und wird Ihr Budget dadurch nicht verschwenden, aber nur so kann er den Überblick über die Unternehmensaktivitäten behalten.
- Geben Sie Ihrem DSB Raum für fundierte Antworten. Bei über 200 Gesetzen und Verordnungen, unzähligen Urteilen zu noch mehr sehr speziellen Fragestellungen, die gar nicht immer so einfach zu finden sind, ist es kein Wunder, dass Ihr DSB häufig erst einmal keine schnelle Antwort präsentieren kann, sondern erst einmal recherchieren möchte. Ihr Unternehmen ist einzigartig, und so wird es nur wenige Standardantworten auf Datenschutzfragen geben, die zu Ihrem Betriebsalltag passen. In der Regel hat der DSB in seiner Berufserfahrung bereits so viel Wissen angesammelt, dass er meist schon eine Tendenz-Antwort im Hinterkopf hat, Ihnen aber keine Halbwahrheiten, sondern belegte Fakten anbieten möchte.
- Tragen Sie ihm Fehler, die aus einer spontanen oder allzu schnellen Antwort entstanden sind, angesichts der Komplexität seines Aufgabenfeldes nicht nach, sondern besprechen Sie gemeinsam,

wie solche Fehler vermeidbar werden. Oft entstehen diese einfach aus der besten Absicht heraus, Ihnen mehr zu bieten, als ein DSB an sich in der von Ihnen erwarteten Kürze der Reaktionszeit überhaupt leisten kann.

- Fragen Sie Ihren DSB gelegentlich, was er sich zur optimalen Erfüllung eines angemessenen Datenschutzes wünschen würde. Sie werden staunen, wie klein diese Wünsche oft sind – und welche großartige Wirkung deren Erfüllung auf die Akzeptanz Ihrer Beschäftigten, auf die Motivation und Durchsetzungskraft Ihres DSB und damit auf die angestrebten Arbeitsergebnisse haben.
- Stellen Sie einen bezifferten Datenschutz-Etat zur Verfügung. Ein seriöser DSB wird Ihre Großzügigkeit nicht ausnützen, aber 1-2 Fachkongresse zu unterschiedlichen Themen, die regelmäßige (z.B. quartalsweise) Teilnahme an einem Kreis zum Erfahrungsaustausch mit Kollegen („Erfahrungskreis“) und ein Mindestmaß an Fachliteratur (z.B. 1-2 Kommentare zu den wichtigsten Gesetzen, die Ihr Unternehmen betrifft, 1-2 Fachmagazine, Fachbücher zu Spezialthemen oder arbeitsunterstützende Software) sollten selbstverständlich sein, schließlich haben Sie Ihrem DSB eine Stabsstelle anvertraut. Die genannten Positionen betreffen in erster Linie Ihren intern bestellten DSB, doch auch der externe sollte seine Kommentare nicht immer mit sich herumtragen müssen.

Betrieblicher Datenschutz ist eine interessante Aufgabe in jedem Unternehmen, und die Konsequenzen bei Pannen wiegen unverhältnismäßig schwer im Vergleich zum Aufwand, den ein guter DSB benötigt, um ein vernünftiges nachhaltiges Datenschutzmanagement aufzusetzen. Die Kosten halten sich in der Regel in einem überschaubaren Rahmen, da Datenschutzmaßnahmen meist nur in sehr akuten Fällen sofort getroffen werden müssen. Eine tragfähige Datenschutzorganisation darf sich etwas Zeit nehmen, und dann wächst sie zusammen mit der Akzeptanz Ihrer Beschäftigten und trägt so zu einem deutlichen Mehr an Sicherheit für Ihre personenbezogenen und unternehmenssensiblen Daten und Informationen bei.

Aktueller Rückblick zu den Datenschutz-Schlagzeilen in der Online-Presse:

Das Redaktionsteam von Blossey & Partner stellt jede Woche neu die Schwerpunktthemen rund um die heißen Datenschutzthemen für Sie zusammen unter <http://www.blossey-partner.de> („News“, unten rechts). Klicken Sie doch mal hinein, das Archiv reicht inzwischen bis 2005 zurück und bietet sogar eine Suchfunktion. Viel Spaß beim Stöbern.

Verwendete und weiterführende Quellen:

- Gola, Schomerus: Kommentar zum Bundesdatenschutzgesetz; ISBN 3406555446;
- Bundesdatenschutzgesetz in der nichtamtlichen Fassung der GDD mit hervorgehobenen Änderungen der drei Novellierungen (<https://www.gdd.de/.../BDSG-Gesetzestext%20mit%20Novelle%20I-III.pdf>);
- Ehmann: Datenschutz kompakt; ISBN 978-3-8245-1920-0;
- Erfahrungsaustausch mit dem Bayerischen Landesamt für Datenschutzaufsicht;
- Gola: GDD-Seminar „Novellierung des BDSG 2009“;

KERSTIN BLOSSEY

Die Autorin ist Dipl. Sozialpädagogin (FH), Dipl. Informationswirtin (FH) und Gründerin von Blossey & Partner, einem kleinen Unternehmensberatungshaus, das sich ganz auf den unternehmerischen Datenschutz spezialisiert hat. Zum Kundenkreis zählen deutsche wie international angesiedelte mittelständische Unternehmen, Konzerne und Einrichtungen aus so unterschiedlichen Branchen wie Druck & Medien, IT-Anwendungen & IT-Sicherheit, Telekommunikation, Verlagswesen, Softwareindustrie, Automotive, Gesundheitswesen, Forschung & Lehre, Tourismus, produzierendes Gewerbe und die öffentliche Hand. In gelegentlichen Fachbeiträgen und Vorträgen vermittelt die Autorin schwerpunktmäßig wirtschaftlich angemessene und arbeitstaugliche Möglichkeiten und Wege des praxisorientierten Datenschutzes.