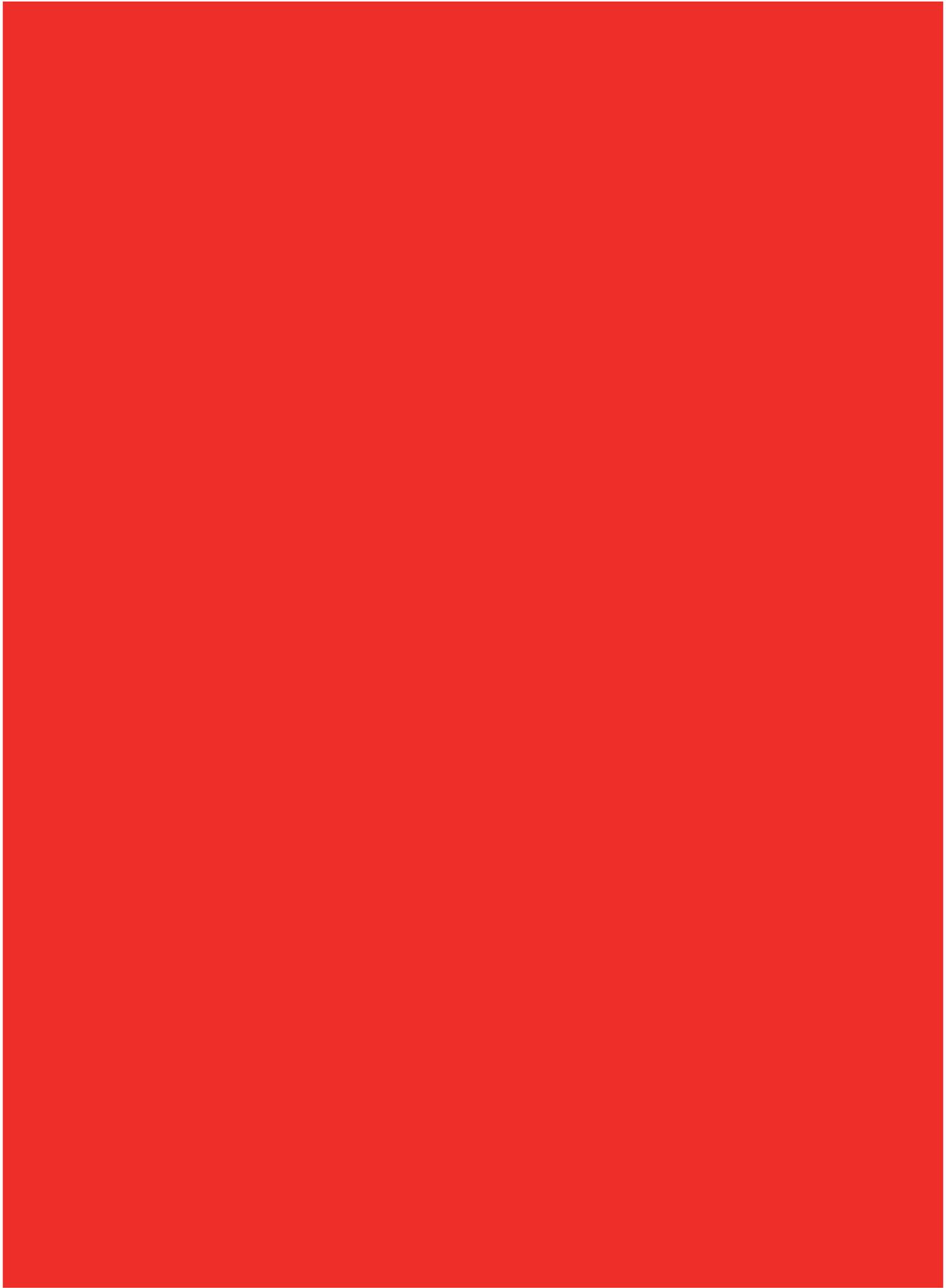


Swiss Insights News

```
139         title=  
140         target=  
141         rel="noopener"  
142         href={trackUrl(url)}  
143     >  
144     Instagram  
145     </a>  
146     </li>  
147 </ul>  
148 </div>  
149 </div>  
150 </div>  
151 </div>  
152 </div>  
153 </div>  
154 </div>  
155 </div>  
156 </div>  
157 </div>  
158 </div>  
159 </div>  
160 </div>  
161 </div>  
162 </div>  
163 </div>  
164 </div>  
165 </div>  
166 </div>  
167 </div>  
168 </div>  
169 </div>  
170 </div>  
171 </div>  
172 </div>  
173 </div>  
174 </div>  
175 </div>  
176 </div>  
177 </div>  
178 </div>  
179 </div>  
180 </div>  
181 </div>  
182 </div>  
183 </div>  
184 </div>  
185 </div>  
186 </div>  
187 </div>  
188 </div>  
189 </div>  
190 </div>  
191 </div>  
192 </div>  
193 </div>  
194 </div>  
195 </div>  
196 </div>  
197 </div>  
198 </div>  
199 </div>  
200 </div>  
201 </div>  
202 </div>  
203 </div>  
204 </div>  
205 </div>  
206 </div>  
207 </div>  
208 </div>  
209 </div>
```

#05

Herausforderung Datenschutz-Compliance



Neue gesetzliche Anforderungen an die Datenschutz-Compliance



Marcel Griesinger
Rechtsanwalt,
Inhaber Rechtsanwaltskanzlei
Griesinger, Hochschuldozent Wirtschafts- und Datenschutzrecht

Dieser Artikel gibt praktische Anleitung, welche Schritte datenverarbeitende Firmen ergreifen müssen, um den neuen gesetzlichen Vorgaben zu entsprechen.

Das revidierte Schweizer Datenschutzgesetz (revDSG) stellt neue Anforderungen an die Datenschutz-Compliance von Unternehmen. Zu beachten ist zudem, dass Unternehmen mit ausschliesslichem Sitz in der Schweiz neben dem revDSG auch unter die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) der EU fallen können.

Überblick

Personendaten sind im Marketing und in der personalisierten Werbung von besonderer Bedeutung. Da die Bearbeitung von Personendaten zur Anwendung der Datenschutz-Vorschriften führt, kommt diesen regulatorischen Vorgaben eine zentrale Rolle zu. Die Datenschutz-Compliance ist für Unternehmen und Anwender von Marketing- und Werbemassnahmen eine zwingende Vorgabe. Besonders aktuell sind die damit einhergehenden Fragestellungen u. a. bei der Nutzung digitaler Marketinganwendungen und Plattformen, wie beispielsweise den Sozialen Medien, Analyse-Tools, Online-CRM-Systeme, usw. Den Verschärfungen durch das revidierte Datenschutzgesetz kommt gesamthaft für den Marketingbereich eine erhöhte Aufmerksamkeit zu.

Revision des Datenschutzgesetzes

Am 25. September 2020 war es endlich soweit: das Parlament in Bern hat das revidierte Datenschutzgesetz (revDSG) beschlossen. Das rev-DSG ersetzt das bisherige Datenschutzgesetz aus dem Jahr 1992. Der finale Zeitpunkt des Inkrafttretens des revDSG wird noch

durch den Bundesrat bestimmt (vermutlich 2022). Anlass für die Gesetzesrevision waren die technologischen Neuerungen, die Absicht Betroffenenrechte zu stärken sowie die sich verändernde Rechtspraxis. Besonders starke Auswirkungen auf den schweizerischen Gesetzgebungsprozess hatte dabei die EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO/GDPR). Deren hohes Schutzniveau wurde in vielen Punkten auch im revDSG übernommen. Dies hat vor dem Hintergrund zahlreicher grenzüberschreitender Datentransfers in die Mitgliedsstaaten der EU eine besondere Bedeutung.

Wesentliche neue Anforderungen

Nachfolgend soll ein (nicht abschliessender) Überblick über wesentliche neue Anforderungen des revDSG gegeben werden. Die gesetzlichen Vorgaben wurden teilweise erheblich verschärft, es wurden sogar komplett neue Vorschriften geschaffen, die von den Unternehmen einzuhalten sind. Zur Durchsetzung der verschärften Bestimmungen ist im revDSG ein strenger Bussgeldkatalog enthalten. Verstösse gegen die in Art. 60 ff. revDSG benannten Tatbestände können mit bis zu 250'000 CHF sanktioniert werden.

a) Ausgeweitete Informationspflichten, insbesondere Datenschutzerklärungen

Wer Personendaten bearbeitet muss entsprechenden Informationspflichten nachkommen. Üblicherweise erfolgt dies durch eine

Datenschutzerklärung, die bspw. auf der Webseite aufgeschaltet ist. Das Unternehmen muss diejenige Person, die von der Datenbearbeitung betroffen ist, einerseits über die Beschaffung ihrer Personendaten informieren. Zudem müssen der betroffenen Person weitere unterschiedliche Informationen mitgeteilt werden, wie u. a. die Kontaktdaten des für die Datenbearbeitung Verantwortlichen, der Bearbeitungszweck und ggf. auch, an welche weiteren Empfänger die Daten weitergegeben wurden. Wichtig ist hierbei eine individuelle Ausgestaltung der jeweiligen Datenschutzerklärung. Beim «blinden» oder pauschalen Übernehmen einer fremden Datenschutzerklärung läuft man Gefahr, einerseits unrichtige Aussagen zu übernehmen, andererseits kommt es fast zwangsläufig zum Fehlen relevanter Informationen im Hinblick auf die eigene Situation. Darüber hinaus würden bei der pauschalen Übernahme einer ausländischen Datenschutzerklärung die verschiedenen nationalen Rechtsgrundlagen nicht berücksichtigt.

Praxis-Tipp Datenschutzerklärung

Die Datenschutzerklärung sollte individuell für das jeweilige Unternehmen ausgestaltet werden. Wesentlich ist dabei, ob das betroffene Unternehmen nur dem Schweizer Recht und/oder dem EU-Recht unterfällt. Je nachdem sind entsprechende Modifikationen an der Datenschutzerklärung vorzunehmen.

b) Verzeichnis von Bearbeitungstätigkeiten

Das revDSG verlangt von Unternehmen künftig die Erstellung und Führung eines Verzeichnisses von Bearbeitungstätigkeiten. Das Bearbeitungsverzeichnis bildet die Datenbearbeitungsvorgänge innerhalb eines Unternehmens ab. Dabei sind unterschiedliche Inhalte von Gesetzes wegen in das Verzeichnis aufzunehmen, wie bspw. eine Umschreibung der Kategorien bearbeiteter Personendaten und betroffener Personen, die Aufbewahrungsdauer und die Massnahmen zur Gewährleistung der Datensicherheit.

Praxis-Tipp Bearbeitungsverzeichnis

Das Bearbeitungsverzeichnis ist nach Kategorien von Personendaten und betroffener

Personen zu führen (bspw. Überkategorie Kunden, Unterkategorien aktuelle und ehemalige Kunden sowie Unterkategorien Kundensparten). Es muss also nicht jeder Einzelsvorgang wie bspw. jedes E-Mail im Verzeichnis enthalten sein. Allerdings müssen die Kategorien alle relevanten Bereiche im Unternehmen erfassen. Das Verzeichnis muss dauerhaft fortgeführt werden, daher sind klare Zuständigkeiten und periodische Kontrollen hinsichtlich der Aktualität der Einträge erforderlich.

c) Datenschutzfolgenabschätzungen

Unter Datenschutzfolgenabschätzungen sind Risikoabwägungen zwischen einer beabsichtigten Datenbearbeitung und den Folgen für die betroffenen Personen zu verstehen. Eine solche Abwägung ist dann vorzunehmen, wenn ein geplanter Datenbearbeitungsvorgang ein hohes Risiko für die Rechtsposition der betroffenen Person erwarten lässt (bspw. bei der umfangreichen Bearbeitung von Gesundheitsdaten). Hierbei sind auch die Massnahmen zum Schutz der betroffenen Person zu benennen.

Praxis-Tipp Datenschutzfolgenabschätzung

Es ist ein standardisiertes Vorgehen zur Risikoabwägung zu erstellen. Besonders aufmerksam ist eine Prüfung der Risiken dann vorzunehmen, wenn dem Bearbeitungsvorgang sog. besonders schützenswerte Personendaten (wie bspw. Gesundheitsdaten, genetische Daten, Daten über die politische Willensbildung usw.) zugrunde liegen.

d) Profiling

Profiling bedeutet nach der gesetzlichen Legaldefinition «jede Art der automatisierten Bearbeitung von Personendaten, die darin besteht, dass diese Daten verwendet werden, um bestimmte persönliche Aspekte, die sich auf eine natürliche Person beziehen, zu bewerten, insbesondere um Aspekte bezüglich Arbeitsleistung, wirtschaftlicher Lage, Gesundheit, persönlicher Vorlieben, Interessen, Zuverlässigkeit, Verhalten, Aufenthaltsort oder Ortswechsel dieser natürlichen Person zu analysieren oder vorherzusagen».

Praxis-Tipp Profiling

Im Zusammenhang mit dem Profiling ergeben sich intensive Auswirkungen auf die Rechtsposition der betroffenen Person, so dass hierbei erhöhte (Schutz-)Anforderungen zugunsten des Betroffenen an die Datenbearbeitung zu stellen sind, bspw. bei der Ausarbeitung der jeweiligen Datenschutzfolgenabschätzung.

e) Auftragsdatenbearbeitung

Sofern es zur Datenbearbeitung im Auftrag eines Dritten kommt, liegt ein sog. Auftragsbearbeitungsverhältnis vor, wonach der Auftraggeber sicherzustellen hat, dass die Anforderungen an die Datensicherheit und den Datenschutz seitens des Auftragsbearbeiters eingehalten werden.

Praxis-Tipp Auftragsdatenbearbeitung

Es empfiehlt sich einen Standardvertrag mit den relevanten Anforderungen zu erstellen. Bei Auftragsbearbeitungsverhältnissen mit Partnern in der EU sind die zusätzlichen Anforderungen nach Art. 28 DSGVO zu beachten. Bei Datenbearbeitungen in den USA gelten besondere Anforderungen, konkret wird die Verwendung sog. Standard-Vertragsklauseln erforderlich.

f) Weitere Pflichten

Des Weiteren sind im Zusammenhang mit der Umsetzung der neuen Anforderungen des rev-DSG auch die Themenbereiche Datensicherheit, Meldepflichten bei Verletzungen der Datensicherheit («Data Breach») sowie die Wahrung der Betroffenenrechte (bspw. Auskunftsanspruch, Löschananspruch, usw.) zu beachten.

Praxis-Tipp weitere Pflichten

Die Meldepflichten wie auch die Umsetzung der Betroffenenrechte erfordern jeweils klar strukturierte Prozesse, bei denen die wesentlichen Ablaufschritte für den Ernstfall vorgegeben sind und dann sofort umgesetzt werden können. Sofern keine solche Prozesse vorhanden sind, sollten diese unter klarer Regelung der Verantwortlichkeiten mit entsprechenden Musterdokumenten vorbereitet werden. Hinsichtlich der Datensicher-

heit ist eine Umsetzung des jeweiligen Standes der Technik («State of the Art») sicherzustellen.

g) Vertreter in der Schweiz / Vertreter in der EU

Unternehmen mit ausschliesslichem Sitz in der Schweiz und Kunden in der EU können in den Anwendungsbereich der EU-DSGVO fallen. In diesem Fall ist die Benennung eines sog. Vertreters in der EU (üblicherweise eine Anwaltskanzlei) vorzunehmen. Umgekehrt ist dies für Unternehmen aus der EU in der Schweiz erforderlich.

Praxis-Tipp Vertreter in der EU:

Es ist zu prüfen, ob die jeweilige Geschäftstätigkeit auch bei ausschliesslichem Unternehmenssitz in der Schweiz zur Anwendung der EU-DSGVO führt. In diesem Fall ist ein Vertreter in der EU zu benennen. Dieser übernimmt vereinfacht ausgedrückt eine «Briefkastenfunktion» für das Schweizer Unternehmen.

4. Zusammenfassung und Ausblick

Das revDSG in der Schweiz enthält diverse neue Anforderungen für die Bearbeitung von Personendaten. Im Zusammenhang mit den Verschärfungen der gesetzlichen Vorgaben wurden auch die entsprechenden Bussgeldvorschriften massiv ausgeweitet. Die Bereiche Marketing und Werbung leben von der Bearbeitung personenbezogener Daten. Umso wichtiger ist es, hierbei im Einklang mit den rechtlichen Anforderungen tätig zu sein. Eine Umsetzung des neuen Rechts im Sinne einer Datenschutz-Compliance ist daher zwingend geboten.

Kontakt für Rückfragen

Rechtsanwaltskanzlei Griesinger, Marcel Griesinger
info@kanzlei-griesinger.ch, +41 79 871 52 56



Swiss Insights

Swiss Insights ist der Verband und die Interessensvertretung aller Unternehmen, die Daten und prädiktive Modelle im Rahmen von Marketing, Innovationsprozessen, Kundenservice, Angebotsgestaltung, Kommunikation und Zielgruppendefinitionen erheben, analysieren, einsetzen und daraus Handlungsempfehlungen ableiten.

Swiss Insights pflegt einen aktiven Dialog mit politisch und gesellschaftlich wichtigen Akteuren und fördert den Austausch mit anderen nationalen und internationalen Fachorganisationen.

Eine der Hauptaufgaben des Verbands ist die Förderung der Markt-, Meinungs- und Sozialforschung im Allgemeinen und der Wissenschaftlichkeit im Besonderen. Er entwickelt, definiert und unterhält strenge Leitlinien zur Qualitätssicherung und grenzt sich im Bereich

der Markt- und Sozialforschung klar von Werbung und Direktmarketing ab. Hierzu führt der Verband das Qualitätslabel «Market & Social Research by Swiss Insights».

Darüber hinaus engagiert sich Swiss Insights dafür, dass die Nutzung von Daten und die Anwendung von datengetriebenen Modellen transparent, nachvollziehbar und in diesem Sinne fair gestaltet wird. Hierfür wurde das Label «Data Fairness by Swiss Insights» geschaffen.



Herausgeber und Kontakt

Swiss Insights, Swiss Data Insights Association, Gruebengasse 10, 6055 Alpnach, Switzerland
+41 44 3501960, info@swiss-insights.ch, www.swiss-insights.ch

Institute Member

amPuls Market Research
www.ampuls.ch

amrein+heller MarktforschungsTreuhand AG
www.ah-feedback.ch

Bilendi Schweiz AG
www.bilendi.com

Boomerang Ideas GmbH
www.boomerangideas.com

Constant Dialog AG
www.constant-dialog.ch

DemoSCOPE Data + Research
www.demoscope.ch

dr-ouwerkerk ag - just medical!
www.just-medical.com

gff Swiss Research Services
www.gff.ag

GfK Switzerland AG
www.gfk.ch

gfs.bern
www.gfsbern.ch

gfs-befragungsdienst
www.gfs-bd.ch

gfs-zürich, Markt- & Sozialforschung
www.gfs-zh.ch

GIM Suisse AG
www.g-i-m.ch

Happy Thinking People AG
www.happythinkingpeople.com

INNOFACT (Schweiz) SA
www.innofact.ch

Insight Institute AG
www.insightinstitute.ch

intervista
www.intervista.ch

IPSOS Suisse SA
www.ipsos.ch

Kantar Media Switzerland AG
www.kantar.com

LINK
www.link.ch

Marketagent.com Schweiz AG
www.marketagent.com

M.I.S. Trend SA
www.mistrend.ch

POLYQUEST AG
www.polyquest.ch

Publicom AG
www.publicom.ch

qualitest ag
www.qualitestag.ch

SensoPLUS® Business
Unit der Service Management Partners AG
www.sensoplus.ch

The Nielsen Company (Switzerland) GmbH
www.nielsen.com/ch

TransferPlus AG Market Research
www.transferplus.ch

Corporate Member

TX Group AG
www.tx.group