

Halbjahres- bericht

KURZ UND KNAPP: SO GESTALTEN SIE JETZT IHREN HALBJAHRESBERICHT

GESCHICKT SENSIBILISIEREN

Der Countdown läuft: Helfen Sie den Mitarbeitern bei der Urlaubsvorbereitung

1-2

KUNDENDATEN

Nehmen Sie mal die Kundendaten unter die Lupe

3



Onlinebereich:
www.privacyxperts.de/login



Expertensprechstunde:
www.privacyxperts.de/kontaktformular/



PRIVACYXPERTS



Treten Sie der Augenwischerei entgegen

Liebe Leserin, lieber Leser,

in letzter Zeit häufen sich die Stimmen, die den Datenschutz entbürokratisieren wollen. So will man ggf. auch die Regelungen zur Erforderlichkeit eines Datenschutzbeauftragten lockern. Doch wäre damit wirklich etwas gewonnen? Natürlich nicht. Das fällt eher in die Kategorie „Augenwischerei“. Denn die Datenschutzregeln gelten auch, wenn es keinen Datenschutzbeauftragten gibt.

Bei entsprechenden Diskussionen ist also wichtig: Machen Sie klar, dass es eben nichts bringt, Sie „abzuschaffen“. Es wird sich immer jemand um das Thema kümmern müssen, schon allein um Risiken für das Unternehmen zu minimieren.

Viele Grüße

Andreas Würtz,
Rechtsanwalt und Chefredakteur

Ihr Experte für Datenschutz

Andreas Würtz verfügt über mehr als 20 Jahre Berufserfahrung als Vollzeit-Datenschützer im Unternehmen. Er zeigt Ihnen, wie sich Datenschutz pragmatisch umsetzen lässt.

Inhalt

Geschickt sensibilisieren

Der Countdown läuft: Helfen Sie den Mitarbeitern bei der Urlaubsvorbereitung

Seiten 1–2

Kundendaten

Nehmen Sie mal die Kundendaten unter die Lupe

Seite 3

Datenschutzarbeit

Kurz und knapp: So gestalten Sie jetzt Ihren Halbjahresbericht

Seiten 4–5

Gewusst, wie

„Blöde Fragen“? Mit diesen 7 Tipps reagieren Sie richtig

Seite 6

Fragen an die Redaktion

? Analyse von Reisekosten:

Worauf sollte ich hinweisen?

? Beratungs-Abo im Datenschutz:

Kann man dem Schnäppchen trauen?

Seite 7

Rechtsprechung

BAG: Ärger und Frust sind nicht automatisch zu ersetzender Schaden

Seite 8



Zum neuen Onlinebereich!
www.privacyxperts.de/login



Expertensprechstunde:
www.privacyxperts.de/kontaktformular/

Bildnachweise:

Titel: Adobe Stock | MQ-Illustrations

Seite 1: Adobe Stock | by-studio

Impressum



ein Unternehmensbereich des
VNR Verlags für die Deutsche Wirtschaft AG
Theodor-Heuss-Str. 2–4, 53095 Bonn
Telefon: 02 28 / 9 55 01 60
Fax: 02 28 / 3 69 64 80
ISSN: 1614 – 5674

Vorstand: Richard Rentrop, Bonn

V.i.S.d.P.: Michael Jodda
(Adresse s. oben)

Produktmanagement: Franziska Rohrbach, Bonn

Verantwortlicher Chefredakteur:

RA Andreas Würtz, Freiberg am Neckar

Design: Kreativ Konzept Agentur für Werbung,
Bonn

Satz: Deinzer Grafik, Gartow

Druck: Warlich Druck Meckenheim GmbH,
Am Hambuch 5, 53340 Meckenheim

Erscheinungsweise: 26-mal pro Jahr

E-Mail: kundendienst@privacyxperts.de

Internet: www.privacyxperts.de

(bei Rückfragen bitte Kundennummer angeben)

Alle Angaben wurden mit äußerster Sorgfalt ermittelt und überprüft. Sie basieren jedoch auf der Richtigkeit uns erteilter Auskünfte und unterliegen Veränderungen. Eine Gewähr kann deshalb nicht übernommen werden.

Im Interesse der Lesbarkeit verzichten wir in unseren Beiträgen auf geschlechtsbezogene Formulierungen. Selbstverständlich sind immer alle Geschlechterformen gemeint, auch wenn explizit nur eines der Geschlechter angesprochen wird.

Dieses Produkt besteht aus FSC®-zertifiziertem Papier.
© 2025 by VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG,
Bonn, Berlin, Bukarest, Jacksonville, Manchester, Passau,
Warschau



Ein gut vorbereiteter Urlaub sorgt für mehr Entspannung.

Der Countdown läuft: Helfen Sie den Mitarbeitern bei der Urlaubsvorbereitung

So mancher Beschäftigte kann dieses Ereignis kaum erwarten: Schon in wenigen Wochen steht der Sommerurlaub an. Doch damit die anstehende Auszeit nicht zum Problem wird, muss so manches bedacht werden. Hier können gerade Sie als Datenschutzbeauftragter viel dazu beitragen, dass rechtzeitig alles Nötige in die Wege geleitet wird.

Aufmerksam zu machen, schadet nie

Nicht selten kommt es dazu, dass Beschäftigte bis auf den letzten Drücker arbeiten und sich dann einfach in den Urlaub verabschieden. Das kann auch zum Problem für den Datenschutz werden. Denken Sie beispielsweise daran, dass Unterlagen oder Datenträger für mehrere Wochen für jeden zugänglich liegen bleiben. Leider gilt hier nur zu oft: Gelegenheit macht

Diebe. Und ein solcher Diebstahl kann richtig viel Ärger für Ihr Unternehmen verursachen.

Doch das muss nicht sein. Informieren Sie kurz über die wichtigsten Erledigungen, die noch anstehen, bevor man in den Urlaub geht. Das hilft in vielerlei Hinsicht: So lässt sich Ärger im Datenschutz für Unternehmen und Mitarbeiter vermeiden. Und Sie haben auch etwas weniger Arbeit, wenn nichts schiefgeht.



MUSTER: Mitarbeiterinfo zur Urlaubsvorbereitung



Liebe Kollegin, lieber Kollege,

vielleicht ist auch bei Ihnen die Vorfreude schon groß. Denn bestimmt ist es auch bei Ihnen nicht mehr lange hin – bis zum Sommerurlaub. Die Auszeit haben Sie sich wahrlich verdient. Umso wichtiger ist, dass Sie im Vorfeld alles so organisieren und in die Wege leiten, damit gerade unter Datenschutzaspekten nichts schiefgehen kann. Nehmen Sie sich also die Tipps für die Urlaubsvorbereitung in der nachfolgenden Checkliste zu Herzen. Setzen Sie diese um, haben Sie viel dafür getan, manches Risiko zu reduzieren. Und zwar vor, während und nach Ihrem Urlaub.

10 Datenschutz-Tipps für einen guten Start in den Urlaub

Diesen Tipp gebe ich Ihnen	Das können Sie tun	Erledigt, Haken dran?
Schließen Sie wichtige Aufgaben und Erledigungen rechtzeitig vor dem Urlaub ab.	➤ Prüfen Sie, welche Tätigkeiten, Erledigungen oder auch Vorgänge während Ihrer Abwesenheit relevant werden könnten. Schließen Sie diese nach Möglichkeit noch vor Ihrem Urlaub ab. ➤ Arbeiten Sie bei einem Projekt mit, klären Sie am besten mit dem Projektleiter, inwieweit Ihre Abwesenheit zum Problem werden kann. Ggf. kann ein Stellvertreter während Ihrer Abwesenheit unterstützen. Eventuell kann manches auch zeitlich vorgezogen oder nach hinten geschoben werden.	☐ Ja ☐ Nein
Organisieren Sie Ihre Vertretung.	➤ Sind Sie nicht da, heißt das nicht, dass die Dinge liegen bleiben oder auf Ihre Rückkehr aus dem Urlaub warten können. Identifizieren Sie Wichtiges und organisieren Sie eine diesbezügliche Vertretung. ➤ Legen Sie klar fest, was Ihre Vertretung während Ihrer Abwesenheit machen soll und wovon man besser die Finger lässt. ➤ Soll jemand für Sie Aufgaben übernehmen oder an Terminen für Sie teilnehmen, sollten Sie die Person bestmöglich instruieren. Erstellen Sie beispielsweise eine Übergabecheckliste mit Informationen und nötigen Maßnahmen.	☐ Ja ☐ Nein



Lassen Sie die Kollegen nicht im Regen stehen.	› Denken Sie auch an Ihr unmittelbares Arbeitsumfeld. So sollte eine Abteilungsassistentin genauso über Ihren Urlaub informiert sein wie Kollegen in der Abteilung, mit denen Sie viel zusammenarbeiten. › Achten Sie auch darauf, dass Sie rechtzeitig informieren, damit die Kollegen offene Fragen mit Ihnen klären können. › Haben Sie extern wichtige Ansprechpartner, sollten Sie diese ggf. persönlich über Ihre Abwesenheit informieren. Dieses vorausschauende Tätigwerden unterstreicht Ihr professionelles Handeln. Das weiß man garantiert zu schätzen.	☐ Ja ☐ Nein
Vergeben Sie nötige Zugriffsrechte.	› Prüfen Sie, wer auf Ihre Arbeitsmittel, Systeme oder Daten Zugriff hat. Passen Sie die Berechtigungen ggf. an, falls Ihre Vertretung temporären Zugriff braucht, um arbeiten zu können. Achten Sie dabei darauf, nur erforderliche Berechtigungen zu vergeben. Zu weitreichende Berechtigungen können zum Problem werden und potenziellen Missbrauch erleichtern. › Merken Sie sich jetzt schon in Ihrem Kalender vor, dass Sie vergebene Berechtigungen nach Ihrem Urlaub wieder entziehen lassen.	☐ Ja ☐ Nein
Erstellen Sie Ihre Abwesenheitsnachrichten.	› Eine „Out-of-Office-Nachricht“ mit Hinweisen zur Erreichbarkeit von Vertretern ist oft unerlässlich. Konfigurieren Sie Ihre E-Mail-Abwesenheitsnotiz so, dass Sie höflich nur den Abwesenheitszeitraum und alternative Kontaktmöglichkeiten nennen. Mehr Informationen sind grundsätzlich nicht nötig, zumindest für externe Empfänger. Wollen Sie intern mehr Informationen geben, etwa bei unterschiedlichen thematischen Zuständigkeiten, können Sie zwischen einer Notiz für externe und einer für interne Empfänger unterscheiden. › Auch eine Mailbox für Anrufer können Sie entsprechend mit einem Hinweis zu Ihrer Abwesenheit besprechen. Rufumleitungen sollten Sie nur aktivieren, wenn Sie das mit der entsprechenden Person abgestimmt haben.	☐ Ja ☐ Nein
Machen Sie Ihren Arbeitsplatz „urlaubsreif“.	› Beginnen Sie idealerweise schon einige Tage vor dem letzten Arbeitstag mit dem Aufräumen. Verräumen und verschließen Sie alles Schutzwürdige. Müssen Kollegen mit Unterlagen arbeiten, stellen Sie diese rechtzeitig zur Verfügung. › Hinterlassen Sie Ihren Arbeitsplatz so, dass ggf. auch eine Aushilfe oder ein Ferienjobber dort arbeiten könnte. › Entsorgen Sie nicht mehr benötigte Unterlagen, Ausdrucke oder Dokumente mit Schutzwürdigem so, dass diese nicht zum Problem werden können, etwa in den entsprechenden Datenschutzzonen.	☐ Ja ☐ Nein
Checken Sie Ihre mobilen Geräte und Zugänge.	› Wollen Sie auch in der Freizeit oder in der Ferne erreichbar sein, sollten Sie darauf achten, dass Sie die entsprechenden Gerätschaften fit machen. Updates für Betriebssystem und genutzte Software sollten Sie unbedingt installieren. Damit reduzieren Sie Sicherheitsrisiken. › Benötigen Sie einen Zugang, um sich in das Firmennetzwerk oder bei Ihrem E-Mail-Postfach anmelden zu können, sollten Sie das rechtzeitig beantragen. Prüfen Sie auch, inwieweit Sie über die nötige Software bzw. erforderliche Zertifikate (z. B. auf dem Smartphone) verfügen, um etwa auf E-Mails, Kalender oder Daten zugreifen zu können.	☐ Ja ☐ Nein
Prüfen Sie, inwieweit relevante Systeme und Daten gesichert sind.	› Datensicherungen, sprich Back-ups, sind eine Art Lebensversicherung. Werden sicherungswürdige Daten nicht automatisch und zentralseitig gesichert, sollten Sie mit der IT-Abteilung abstimmen, welche Möglichkeit die beste für Sie ist. › Sichern Sie Daten manuell, etwa auf einer externen Festplatte oder einem USB-Stick, sollten Sie auf eine aktuelle Verschlüsselung und sichere Aufbewahrung achten. Nur so ist gewährleistet, dass Unbefugte nicht einfach so auf das Gespeicherte zugreifen können.	☐ Ja ☐ Nein
Geben Sie Cyberkriminellen keine Chance.	› Datensicherungen sind gut, um auch im Fall eines erfolgreichen Hackerangriffs schnell wieder die Arbeit aufnehmen zu können. › Bauen Sie „Schockanrufen“ vor, mit denen vielleicht Kollegen zu unüberlegtem Handeln verleitet werden sollen. Informieren Sie Kollegen, wo Sie urlauben. Bleiben Sie daheim, dann kann eine angebliche Verhaftung in der Türkei nicht passiert sein. Außerdem können Sie mit Kollegen Codewörter oder Aussagen absprechen. Wissen diese, dass Sie keine Haustiere haben, dann kann die Frage nach Ihrem Hund jeden kriminellen Anrufer schnell entlarven. › Haben Sie auch im Urlaub ein Auge auf alles, was einen dienstlichen Bezug hat. Geben Sie Ihr Smartphone genauso wenig aus der Hand, wie Sie Unterlagen im Hotelzimmer offen herumliegen lassen.	☐ Ja ☐ Nein
Stellen Sie Ihre Erreichbarkeit im Notfall sicher.	› Zwar müssen Sie im wohlverdienten Urlaub nicht erreichbar sein. Eventuell wollen Sie jedoch für Notfälle oder bei größeren Schwierigkeiten für die Kollegen erreichbar sein. Hinterlassen Sie beispielsweise bei einem Kollegen Kontaktinformationen. › Stimmen Sie mit den Kollegen ab, unter welchen Umständen Sie kontaktiert werden dürfen. Informieren Sie auch wichtige Ansprechpartner, dass der betreffende Kollege im Notfall mit Ihnen Kontakt herstellen kann.	☐ Ja ☐ Nein

Ich wünsche Ihnen einen schönen und erholsamen Urlaub!

Ihr Datenschutzbeauftragter
Ernst Haft

Nehmen Sie mal die Kundendaten unter die Lupe

Wahrscheinlich hat auch Ihr Unternehmen Kunden, die Waren oder Dienstleistungen kaufen. Und weil hinter den Kunden etwa Unternehmen und hinter den Unternehmen Menschen stecken, sind wohl auch immer personenbezogene Daten im Spiel. Insofern kann es sich lohnen, wenn Sie das Ganze mal etwas genauer unter die Lupe nehmen.

Entscheidend ist der Personenbezug

Vielleicht hören Sie einmal diese Aussage: „Wir haben doch nur Geschäftskunden und keine Privatkunden. Also haben wir keine personenbezogenen Informationen.“ Bei einer solchen Aussage dürften Sie als Datenschutzprofi schnell folgenden Schluss ziehen: Hier sollte ich mal in die Tiefe gehen.

Es muss nicht immer gleich ein Audit sein

Indem Sie als Datenschutzbeauftragter Ihren Aufgaben nachkommen, tragen Sie dazu bei, dass Ihr Unternehmen im Datenschutz nicht unter die Räder kommt und sich beispielsweise

wegen einer unzulässigen Verarbeitung ein Bußgeld einfängt. Um zu sehen, dass es im Unternehmen irgendwo mit dem Datenschutz nicht passt, müssen Sie nicht gleich das große Besteck rausholen und etwa ein mehrtägiges Audit ansetzen. Meist reicht schon ein erstes Gespräch, um auszuloten, wie sehr Handlungsbedarf besteht und inwiefern Eile geboten ist.

Machen Sie den Check

Sie können in einem ersten Gespräch mit dem zuständigen Abteilungsleiter abklopfen, wie es um den Datenschutz bei Kundendaten steht. Nutzen Sie für Ihr Gespräch die folgende Checkliste:

 CHECKLISTE: Kundendaten schnell prüfen		
Aspekt	Das können Sie thematisieren	In Ordnung?
Inwieweit handelt es sich bei den Kundendaten um personenbezogene Daten?	› Lassen sich Daten auf eine natürliche Person beziehen, handelt es sich um personenbezogene Daten. Das gilt gerade für dienstliche personenindividuelle E-Mail-Adressen. › Bei Personenbezug greift das volle Programm der DSGVO, und zwar ohne Wenn und Aber.	☐ Ja ☐ Nein
Was enthält das Verzeichnis von Verarbeitungstätigkeiten an Informationen?	› Schauen Sie mit den Kollegen in das Verzeichnis. Finden Sie nichts, muss das schnellstens geändert werden. › Haben Sie auch ein Auge auf Stimmigkeit, Schlüssigkeit und Aktualität der Angaben.	☐ Ja ☐ Nein
Woher stammen die Daten?	› Es ist nicht selbstverständlich, dass Daten beim Betroffenen erhoben wurden. › Stammen die Daten von anderswo, sollten Sie die Transparenzpflichten gegenüber dem Betroffenen aus Art. 14 DSGVO thematisieren.	☐ Ja ☐ Nein
Warum und wofür werden die Daten verarbeitet?	› Lassen Sie sich die Motivation, sprich den Zweck, erklären. › Prüfen Sie, inwieweit dieser legitim ist.	☐ Ja ☐ Nein
Warum ist die Verarbeitung der Daten erlaubt?	› Klären Sie auf: ohne Rechtsgrundlage keine Verarbeitung. › Belassen Sie es nicht einfach bei der Benennung einer Rechtsgrundlage. Prüfen Sie, inwieweit die Voraussetzung erfüllt ist.	☐ Ja ☐ Nein
Wie und wo werden die Daten verarbeitet?	› Lassen Sie sich die Umsetzung erklären. In diesem Zusammenhang können Sie auch das Thema „Künstliche Intelligenz“ ansprechen. › Klären Sie, wie man mit Schutzmaßnahmen auf Risiken angemessen reagiert. › Prüfen Sie, inwieweit es Beteiligte in Drittstaaten gibt. Das bringt zusätzliche Anforderungen mit sich. So muss auch dort die Verarbeitung der Daten sicher sein.	☐ Ja ☐ Nein
Auf welche Weise wird für Transparenz gesorgt?	› Meist wird es Datenschutzhinweise geben. Nehmen Sie diese unter die Lupe. › Sind Kunden in anderen Staaten ansässig, sollte es die Hinweise in der jeweiligen Sprache geben.	☐ Ja ☐ Nein
Was passiert, wenn ein Betroffener Rechte geltend macht?	› Klären Sie, wie man z. B. bei einem geltend gemachten Auskunftsanspruch vorgeht. › Prüfen Sie die Dokumentation zu bereits erledigten Vorgängen.	☐ Ja ☐ Nein
Inwieweit werden Daten für Werbezwecke genutzt?	› Je nach Werbeform können andere Rahmenbedingungen zu beachten sein, etwa nach § 7 des Gesetzes gegen unlauteren Wettbewerb. › Hinterfragen Sie die Nachweisbarkeit von eventuellen Einwilligungen. Dieser Verpflichtung muss derjenige nachkommen können, der sich auf eine Einwilligung beruft.	☐ Ja ☐ Nein
Wann und wie werden welche Kundendaten gelöscht?	› Pauschale Antworten deuten darauf hin, dass ggf. etwas nicht passen kann. Nicht alle Informationen, Daten oder Dokumente sind gleich lang aufzubewahren. Lange Aufbewahrungspflichten können sich aus dem Steuer- oder Handelsrecht ergeben. › Besteht keine Aufbewahrungspflicht oder sind Daten zu löschen, können Sie prüfen, inwieweit das tatsächlich passiert.	☐ Ja ☐ Nein

Kurz und knapp: So gestalten Sie jetzt Ihren Halbjahresbericht

Klappern gehört zum Handwerk – diese Weisheit kennen Sie bestimmt. Und sie trifft auch auf Ihre Arbeit als Datenschutzbeauftragter zu. Nur wenn man im Unternehmen mitbekommt, wie es um den Datenschutz steht und was Sie als Datenschutzbeauftragter tun, ist das Ganze auch wirklich präsent. Wollen Sie also den Datenschutz gut „verkaufen“, müssen Sie die Werbetrommel rühren!

Darum ist ein Zwischenbericht so wichtig

Vielleicht zählen Sie sich auch zu den Datenschutzbeauftragten, die im Unternehmen eher im Hintergrund agieren und die weniger wahrgenommen werden. Auch wenn Sie den Eindruck haben, dass Sie eher ein Schattendasein führen, heißt das nicht, dass das so bleiben muss. Setzen Sie beispielsweise auf ein Gespräch mit der Unternehmensleitung, in dem Sie diese im Datenschutz auf den aktuellen Stand bringen, zahlt sich das eigentlich immer aus. Hier sind nur drei gute Gründe:

1. Sie können darstellen, was aktuell im Datenschutz von Bedeutung ist

In diesem Zusammenhang können Sie auch auf Probleme, Gefahren und Risiken hinweisen. Damit ermöglichen Sie es der Unternehmensleitung, rechtzeitig Maßnahmen zu ergreifen, um Risiken zu begegnen.

2. Sie machen transparent, was Sie machen und leisten

Unter Umständen bekommt die Unternehmensleitung nicht mit, wie wichtig Ihr Einsatz nicht nur für den Datenschutz, sondern gerade auch für das Unternehmen ist. Ihre Arbeit trägt dazu bei, dass sich Beschäftigte regelkonform verhalten und es zu keinen Datenschutzverstößen kommt. Wie jeder weiß, können die viel Ärger bereiten und ziemlich teuer werden, selbst wenn es zu keinem Bußgeld kommt. Und außerdem: Sie zeigen, warum Sie und Ihre Arbeit wichtig sind. Hier können Sie beispielsweise bereits kommenden Anpassungen der neuen Bundesregierung vorbereiten, mit denen ggf. die Benennungspflicht eines Datenschutzbeauftragten gelockert werden soll.

3. Sie können leichter Unterstützung einfordern

Klar ist: Damit Sie bestmöglich unterstützen können, müssen auch Sie unterstützt werden. Lässt man Sie als Datenschutzbeauftragter hängen, können Sie Ihrem Kontroll- oder Beratungsauftrag nur eingeschränkt nachkommen. Insofern schadet sich das Unternehmen selbst, wenn man etwa Ihre Arbeit behindert oder nicht tatkräftig unterstützt. Mit einem Bericht ist es leichter, die Problempunkte aufzuzeigen und den Unterstützungsbedarf zu verdeutlichen.

Für die Erstellung eines Zwischenberichts setzen Sie am besten auf diese Tipps:

1. Tipp: Identifizieren Sie das Berichtswerte

Hier heißt es zunächst: Ideen für Ihren Bericht sammeln. Überfliegen Sie am besten zuerst Ihr E-Mail-Postfach, Ihren Kalender, Protokolle und Terminpläne. Behalten Sie hier immer im Hinterkopf, dass es um einen Halbjahresbericht geht und Sie

nur über den unterjährigen Stand der Dinge berichten wollen. Damit Sie schnell die richtigen Themen ausfindig machen, sollten Sie vor allem folgende Fragen für sich beantworten und alle entsprechenden Einfälle notieren:

- › Was ist im ersten Halbjahr Wichtiges mit Datenschutzbezug passiert?
- › Was lief gut, was nicht und wo gab es Verzögerungen?
- › Wie steht es um wichtige Projekte, bei denen der Datenschutzbeauftragte berät?
- › Welche Vorfälle, Pannen, Beschwerden oder Betroffenenanfragen gab es?
- › Was steht für das zweite Halbjahr an?
- › Wo braucht der Datenschutzbeauftragte welche Unterstützung?



Werfen Sie nichts weg

Wahrscheinlich haben Sie mehr Einfälle als Sie im Bericht unterbringen können. Doch werfen Sie keine Idee weg. Haben Sie Ihre Ideenwolke etwa auf einem Whiteboard erstellt, sollten Sie Ihr Werk abfotografieren. Die Einfälle können Sie bestens gebrauchen, wenn Sie sich an die Erstellung eines Jahres- oder Tätigkeitsberichts machen.

2. Tipp: Suchen Sie das persönliche Gespräch

Wenn Sie einen schriftlichen Bericht zur Verfügung stellen, stehen Sie immer vor einem Problem: Wird der Bericht auch tatsächlich gelesen und wird verstanden, was ich sagen will? Dass Ihre Botschaft ankommt und auch tatsächlich verstanden wird, können Sie am besten folgendermaßen sicherstellen:

Sie präsentieren der Unternehmensleitung die betreffenden Informationen persönlich und stellen alles Relevante im Gespräch vor. So können Sie nicht nur die Schwerpunkte besser setzen. Sie haben es auch in der Hand, auf Missverständnisse direkt zu reagieren und diese auszuräumen.

Weil die Unternehmensleitung jedoch meist wenig Zeit hat, sollten Sie sich auf das wirklich Nötige beschränken. Meist reichen dafür 45 Minuten vollkommen aus. Planen Sie rund 30 Minuten für das Präsentieren und Erläutern ein. Dann bleiben noch 15 Minuten, um über Themen oder Maßnahmen zu sprechen.



Stellen Sie die Informationen vorab zur Verfügung

Geben Sie Ihrem Gesprächspartner die Gelegenheit, sich auf das Gespräch inhaltlich vorzubereiten. Stellen Sie dazu beispielsweise ein PDF mit den Folien zur Verfügung,

die Sie im Termin vorstellen wollen. Das hilft allen Beteiligten, die zur Verfügung stehende Gesprächszeit möglichst effektiv zu nutzen.

3. Tipp: Beschränken Sie sich auf das Wesentliche

Für eine kurze Präsentation müssen Sie sich auf das Wesentliche beschränken. Denn: Für das kurze Darstellen dessen, was

auf einer Folie steht, sollten Sie drei Minuten einplanen. Das heißt dann: Haben Sie 30 Minuten Zeit, stehen Ihnen gerade einmal zehn Folien für Inhalte und Berichtenswertes zur Verfügung. Dabei ist klar: Eine Mikroschrift oder eine mit Informationen zugespaltete Folie ist nicht drin. Alles sollte noch gut lesbar sein und mengenmäßig niemanden überfordern. Nutzen Sie beispielsweise die folgende Checkliste, um Ihre Inhalte geschickt zu strukturieren:

 CHECKLISTE: Inhalte für einen Halbjahresbericht		
Schwerpunkt	Das können Sie aufgreifen	Umgesetzt?
Aktuelle Situation im Datenschutz	➤ Geben Sie einen kurzen Überblick zur Datenschutzorganisation im Unternehmen. Das kann auch die Ihnen zur Verfügung stehenden Kapazitäten umfassen. Vielleicht ist gerade der Unternehmensleitung nicht klar, dass Sie sich nur in „Teilzeit“ um den Datenschutz kümmern. ➤ Haben Gesetze, Äußerungen von Aufsichtsbehörden oder Rechtsprechung Auswirkungen auf Ihr Unternehmen, sollten Sie auch das hier kurz erwähnen.	☐ Ja ☐ Nein
Überblick zum ersten Halbjahr 2025	➤ Listen Sie grob auf, was im Unternehmen im Zusammenhang mit personenbezogenen Daten los war. Machen Sie klar, worin die besondere Bedeutung für den Datenschutz, für das Unternehmen und für Sie liegt. ➤ Stellen Sie dar, was Sie im ersten Halbjahr gemacht haben. Denken Sie etwa an Themen, bei denen Ihre Beratung nötig war. Auch Projekte oder neue Verarbeitungen sind von besonderer Relevanz.	☐ Ja ☐ Nein
Zahlen, Daten, Fakten	➤ Geschäftsführer und Unternehmenslenker sind oft „Zahlenmenschen“. Listen Sie nach Möglichkeit Zahlen auf, die Ihre Botschaft gut verdeutlichen. Gibt es viele Betroffenenanfragen, ist eine Gesamtzahl allein weniger aussagekräftig als zusätzlich der geschätzte zeitliche Aufwand der Bearbeitung. ➤ Setzen Sie auch auf Zahlen, die Ihre Leistung unterstreichen. So z. B. die Zahl der sensibilisierten Mitarbeiter, der durchgeführten Beratungen oder der begleiteten Betroffenenanfragen. ➤ Achten Sie auf eine geschickte Aufbereitung. Nutzen Sie beispielsweise Balken- oder Tortendiagramme für eine optisch ansprechende Darstellung. Hier können Ihnen die Kollegen vom Marketing bzw. vom Vertrieb bestimmt gute Tipps geben.	☐ Ja ☐ Nein
Besondere Vorkommnisse	➤ Berichten Sie über das, was nicht geplant oder vorhersehbar war und ggf. viel (Beratungs-)Arbeit verursacht hat. ➤ Hier können Sie auch Herausforderungen aufnehmen, die sich kurzfristig ergeben haben, etwa die Beratung bezüglich einer neuen Verarbeitung oder die Bewertung eines neuen IT-Dienstleisters.	☐ Ja ☐ Nein
Gefahren und Risiken	➤ Verlieren Sie einige Worte zur allgemeinen Gefahrensituation, etwa zur steigenden Cyberkriminalität. Je nach Geschäftstätigkeit Ihres Unternehmens drängen sich manche Gefahren geradezu auf. Phishing & Co. betreffen jedoch alle Unternehmen. ➤ Stellen Sie auf für Ihr Unternehmen besonders relevante Gefahren bzw. Risiken ab. Machen Sie deutlich, wo es aus Ihrer Sicht zu Schäden kommen kann, wenn man die Dinge nicht ernst nimmt. Legen Sie ggf. den Finger in die Wunde, wenn aus Ihrer Sicht Risiken verharmlost werden.	☐ Ja ☐ Nein
Feststellungen aus Prüfungen	➤ Wichtig ist, dass Sie insbesondere die Defizite darstellen und was zu deren Behebung veranlasst wurde. ➤ Nehmen Sie auch Positives auf. Selbst keine Abweichungen sind berichtenswert, denn das zeigt, dass der Datenschutz im Unternehmen funktioniert. ➤ Gab es externe Prüfungen mit Datenschutzrelevanz, sollten Sie auf die Ergebnisse und „Findings“ kurz eingehen.	☐ Ja ☐ Nein
Handlungsbedarf aus Sicht des Datenschutzbeauftragten	➤ Ziehen Sie ein Resümee für das erste Halbjahr und stellen Sie einige Punkte zusammen, die schnellstens angegangen werden sollten. ➤ Machen Sie Vorschläge, wie man am besten vorgehen kann. Achten Sie auf die Umsetzbarkeit genauso wie auf entstehende Kosten.	☐ Ja ☐ Nein
Ausblick auf das zweite Halbjahr 2025	➤ Stellen Sie kurz dar, was im Unternehmen für das zweite Halbjahr ansteht, etwa Projekte mit Beratungsbedarf im Datenschutz. ➤ Machen Sie auch ggf. nötige Anpassungen in der Priorisierung deutlich. Eventuell hat eine Sache nunmehr höchste Priorität, sodass sich Ihre Unterstützung anderswo verzögert.	☐ Ja ☐ Nein
Vorhaben des Datenschutzbeauftragten	➤ Rühren Sie die Werbetrommel bezüglich dessen, was Sie vorhaben. Das können beispielsweise Schulungen oder die Überarbeitung von Dokumenten sein. ➤ Wichtig sind auch geplante Kontrollen, etwa Audits. Erläutern Sie, warum Sie bei bestimmten Bereichen oder bestimmten Themen genauer hinschauen wollen.	☐ Ja ☐ Nein
Unterstützungsbedarf seitens des Unternehmens	➤ Zeigen Sie auf, was Sie an Unterstützung brauchen, um Ihre Aufgaben gut wahrnehmen zu können. Das können auch Zeit, Geld und technische Ausstattung sein. ➤ Wird das Thema Datenschutz oder werden Sie als Datenschutzbeauftragter nicht ernst genommen, kann entsprechende Unterstützung von ganz oben wichtig sein.	☐ Ja ☐ Nein

„Blöde Fragen“?

Mit diesen 7 Tipps reagieren Sie richtig

Egal, ob Sie in einem Beratungsgespräch stecken oder eine Schulung durchführen, es kann Ihnen immer passieren, dass Ihre Gesprächspartner Fragen stellen. Das ist natürlich gut, weil man mehr wissen will. Doch vielleicht sind Sie mit Fragen konfrontiert, die Sie schon unzählige Male beantwortet haben oder denen Sie nur das Etikett „dumme Frage“ verpassen wollen. Hier heißt es: Professionell bleiben!

Sie haben es in der Hand, wie „professionell“ man Sie wahrnimmt

Als Datenschutzbeauftragter bekleiden Sie eine verantwortungsvolle und herausgehobene Position im Unternehmen. Dabei ist nicht nur wichtig, dass Sie es fachlich draufhaben. Sie müssen auch Profi im Zwischenmenschlichen sein. Und gerade in diesem Bereich können Sie sich schnell auf dünnem Eis bewegen. Dass es dazu nicht kommt, liegt ganz bei Ihnen. Auch bei „blöden“ Fragen können Sie professionell mit Stil und Respekt reagieren. Das gelingt Ihnen mit links, indem Sie die folgenden sieben Tipps beherzigen:

Tipp 1: Keine Frage ist ohne Berechtigung

Dass man Sie fragt, passiert nicht einfach so. Meist steckt dahinter die Motivation des Fragenden, etwas verstehen zu wollen. Und selbst hinter aus Ihrer Sicht banalen oder „blöden“ Fragen kann ein tieferes Anliegen stecken. So beispielsweise dass man endlich Klarheit haben oder endlich etwas richtig machen will. Um das Motiv besser zu verstehen, sollten Sie genau zuhören, am besten aktiv. Das kann jeder. Dazu wiederholen Sie in eigenen Worten, was Sie vom Sachverhalt bzw. von der Frage verstanden haben. Fragen Sie aktiv nach, ob Sie die Frage so richtig verstanden haben. Damit zeigen Sie, dass Sie das Anliegen des Fragenden und natürlich ihn selbst ernst nehmen.

Tipp 2: Vermeiden Sie alles Abschätzige

Auch wenn die Frage noch so banal ist: Verkneifen Sie sich jedes laute Lachen, Grinsen oder sonstiges abschätzige Verhalten. Erst recht ein „Scheibenwischer“ vor dem Kopf oder ein gezeigter Vogel sorgen allenfalls für einige Lacher bei anderen Teilnehmern. Doch darauf können Sie verzichten. Denn mit Herabwürdigungen disqualifizieren Sie sich immer als professioneller Gesprächspartner, und zwar bei mehr Menschen, als Sie denken. Zudem zerstören Sie die Basis für einen offenen und vertrauensvollen Austausch. Und gerade das brauchen Sie für Ihre Arbeit als Datenschutzbeauftragter.

Tipp 3: Setzen Sie auf eine freundliche und wertschätzende Kommunikation

Das klingt schwieriger, als es in der Praxis wirklich ist. Achten Sie darauf, dass Sie Ihre Antworten immer mit einem freundlichen Einstieg beginnen. Starten Sie beispielsweise mit einem „Das ist eine gute Frage“ oder „Ich freue mich, dass Sie dieses Thema ansprechen“. Damit signalisieren Sie dem Fragenden, dass Sie ihn ernst nehmen. Und selbst bei einer noch so banalen Frage wird er gegenüber anderen Teilnehmern nicht

bloßgestellt. Im Übrigen gewinnen Sie mit solchen Einstiegen etwas Zeit, um sich die passende und situationsangemessene Antwort zurechtzulegen.

Tipp 4: Formulieren Sie Ihre Antwort einfach und verständlich

Eines ist klar: Als Datenschutzprofi können Sie so manchen mit Fachbegriffen und komplexen Erläuterungen in Grund und Boden reden. Doch das sollte nie Ihr Ziel sein, auch wenn Sie nervende Fragen bekommen. Vermeiden Sie unnötige Fachbegriffe. Erklären Sie alles Relevante mit einfachen Worten, und zwar so, dass es auch ein Laie versteht. Orientieren Sie sich gedanklich einfach an der leichten Verständlichkeit aus den Erklärstücken der „Sendung mit der Maus“. Und bedenken Sie stets: Wird etwas verstanden, wird es leichter verinnerlicht und eben auch umgesetzt.

Tipp 5: Geduld und Empathie sind ein Muss

Auch wenn es Ihnen vielleicht ab und an schwerfällt: Üben Sie sich in Geduld. Nicht jeder kennt sich mit der Materie so gut aus wie Sie. Insofern liegt es in der Natur der Sache, dass auch einfache Dinge unbekannt sind oder dass Sie manches immer wieder aufs Neue erklären müssen. Versetzen Sie sich gedanklich in die Situation des Fragenden. Der hat ggf. ganz andere Wissens- oder Tätigkeitsschwerpunkte, sodass es eigentlich kaum Berührungspunkte zum Datenschutz gibt.

Tipp 6: Erklären Sie die Dinge praxisnah

Oft werden Sie bei einer Antwort etwas erklären müssen. Damit der Groschen fällt, sollten Sie zu abstrakte Antworten vermeiden. Viel besser ist es, wenn Sie Ihre Erklärungen mit konkreten Beispielen ergänzen, idealerweise aus dem Arbeitsalltag des Fragenden. Damit zeigen Sie nicht nur, wie Theorie und Praxis zusammenhängen. Sie fördern mit guten und positiven Beispielen, dass man diese nachahmt.

Tipp 7: Machen Sie manche Frage überflüssig

Versuchen Sie auszumachen, warum eine Frage gestellt wurde. Manchmal liegt es einfach nur daran, dass der Fragende bei seiner Suche nach einer Antwort gerade keine solche gefunden hat. Häufen sich bestimmte einfache oder „blöde“ Fragen, sollten Sie darüber nachdenken, wie Sie proaktiv die Antworten liefern können. Das kann beispielsweise eine Liste mit häufig gestellten Fragen sein, die Sie im Intranet veröffentlichen. Eine solche Liste kann auch Teil des Materials sein, das Sie beispielsweise neuen Mitarbeitern oder bei Schulungen zur Verfügung stellen.

Analyse von Reisekosten: Worauf sollte ich hinweisen?

FRAGE: In unserem Unternehmen gibt es viele Außendienstmitarbeiter. Dementsprechend entstehen hohe Kosten für Fahrzeugmieten, Tickets, Hotels und Verpflegung. Um hier einen besseren Überblick zu bekommen und vor allem auch Einsparpotenziale zu erkennen, will die zuständige Abteilung Auswertungen fahren. Weil es ja nicht nur um Daten zu Reisen an sich geht, sondern meist wohl auch ein Personenbezug besteht, hat man mich als Datenschutzbeauftragter um Hinweise gebeten. Worauf sollte ich in diesem Zusammenhang hinweisen?

ANTWORT: Zunächst sollten Sie mit den Kollegen ins Gespräch kommen. Schließlich ist unerlässlich, dass Sie genau in Erfahrung bringen, was man vorhat und was Sache ist. Laden Sie am besten zu einem Termin ein. Klären Sie Fragen wie beispielsweise folgende:

- › Welches Ziel hat man vor Augen bzw. was wird mit der Verarbeitung bezweckt?
- › Welche Informationen sollen verarbeitet werden?
- › Inwieweit ist eine personenbezogene Verarbeitung erforderlich?
- › Woher stammen die Daten?
- › Welche Auswertungen soll es konkret geben?
- › Auf welcher Rechtsgrundlage soll eine Verarbeitung personenbezogener Daten stattfinden?

Stellen Sie auf diese Punkte ab

Sicher ist: Das Vorhaben hat wohl Datenschutzrelevanz. Allerdings können Sie schon in einem ersten Gespräch auf einige Punkte hinweisen, die für eine erfolgreiche Umsetzung des Vorhabens entscheidend sein dürften:

› Idealerweise geht es ohne Personenbezug

Hinterfragen Sie, inwieweit es für den verfolgten Zweck überhaupt erforderlich ist, personenbezogene Informationen zu verarbeiten. Unter Umständen reichen auch aggregierte Informationen aus, etwa Gesamtsummen für bestimmte Kostenarten. Eventuell kann es schon ausreichen, wenn man auf Kostenstellenebene auswertet. Allerdings kann es hier auch schnell zum Personenbezug kommen. Ist nur eine oder sind nur wenig reisende Personen auf einer Kostenstelle, kann es schnell passieren, dass man doch Personenbezug bei den Daten annehmen muss.

› Pseudonym ist besser als personenbezogen

Unter Umständen reicht es aus, wenn personenbezogene Daten pseudonymisiert verarbeitet werden. Auch das wäre datenschutzfreundlicher. Sollen beispielsweise missbräuchliche Abrechnungen aufgedeckt werden, kann dies zunächst pseudonymisiert erfolgen, sprich, ein Personenbezug wäre erst in einem weiteren Schritt herstellbar, wenn etwa ein Pseudonym anhand einer Referenztabelle wieder einem Mitarbeiter zugeordnet wird.

› Grundsätze der Verarbeitung müssen eingehalten werden

So muss beispielsweise die Rechtmäßigkeit sichergestellt werden, sprich, es bedarf für die Verarbeitung einer Rechtsgrundlage. Wahrscheinlich wird man dies eher nicht auf die Erfüllung eines Vertrags mit dem Betroffenen (z. B. Arbeitsvertrag), also Art. 6 Abs. 1 Satz 1 Buchst. b DSGVO bzw. § 26 Abs. 1 Satz 1 Bundesdatenschutzgesetz, stützen können, weil hierfür eine Analyse nicht erforderlich sein dürfte. Allerdings kommt auch die Verarbeitung auf Basis eines überwiegenden berechtigten Interesses in Betracht (Art. 6 Abs. 1 Satz 1 Buchst. f DSGVO).

Geht es um personenbezogene Daten, die für einen anderen Zweck erhoben wurden, kommt ggf. eine zweckändernde Weiterverarbeitung in Betracht. Hier müssen die Rahmenbedingungen aus Art. 6 Abs. 4 DSGVO beachtet werden. Insbesondere muss geprüft werden, inwieweit der neue Zweck zum ursprünglichen Zweck kompatibel ist.

Auch die anderen Grundprinzipien sind von Relevanz. So z. B. die Datenminimierung. Danach müssen die personenbezogenen Daten dem Zweck angemessen und erheblich sein sowie auf das für die Zwecke der Verarbeitung notwendige Maß beschränkt werden (Art. 5 Abs. 1 Buchst. c DSGVO).

Beratungs-Abo im Datenschutz: Kann man dem Schnäppchen trauen?

FRAGE: Ein externer Datenschutzberater bietet unserem Unternehmen ein günstiges Beratungs-Abo an. Er garantiert, dass es dank seiner Beratung zu keinen Verstößen mehr kommen soll. Was meinen Sie: Kann man dem Schnäppchen trauen?

ANTWORT: In der Tat ist bei Angeboten immer höchste Vorsicht geboten, wenn diese viel zu gut sind, um wahr zu sein. So dürfte es auch hier sein. Die Versprechen sollten Sie eher in die Rubrik „Marketing“ stecken, denn wirklich „garantiert“ dürfte nichts sein. So haftet etwa Ihr Unternehmen für Verstöße

seiner Mitarbeiter und nicht ein Berater. Ob man sich dann bei diesem schadlos halten kann, steht auf einem anderen Blatt. Und wahrscheinlich dürfte es im Kleingedruckten einige Punkte geben, mit der eine Haftung bzw. eine Garantie weitgehend eingeschränkt wird.



BAG: Ärger und Frust sind nicht automatisch zu ersetzender Schaden

Als Datenschutzexperte wissen Sie: Jeder hat Anspruch auf Auskunft nach Art. 15 Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO), auch Beschäftigte. Doch führt eine verspätete Auskunft an den Beschäftigten wegen eines potenziellen Kontrollverlusts automatisch zu einem Schaden, der zu ersetzen ist? Nein, meint das Bundesarbeitsgericht (BAG) in seinem Urteil vom 20.2.2025 (Az. 8 AZR 61/24).

Der Sachverhalt

Ein Mann, der spätere Kläger, war im Dezember 2016 in einem Unternehmen beschäftigt. 2020 verlangte der Mann vom Unternehmen Auskunft nach Art. 15 DSGVO zu den zu ihm verarbeiteten Daten. Dem kam das Unternehmen nach. Am 1.10.2022 wollte der Mann erneut Auskunft zu den verarbeiteten Daten. Hierfür setzte er eine Frist bis zum 16.10.2022. Das Unternehmen reagierte zunächst nicht. Also erinnerte der Mann das Unternehmen an sein Auskunftsbegehren und setzte erneut eine Frist bis zum 31.10.2022.

Betroffener will Schadensersatz

Am 27.10.2022 erteilte das Unternehmen Auskunft, aus seiner Sicht im ausreichenden Umfang. Das sah der Mann anders. Aus seiner Sicht war die Auskunft unvollständig, was er dem Unternehmen mitteilte. Nach einigem Schriftwechsel übersandte das Unternehmen am 1.12.2022 weitere Informationen zu den verarbeiteten Daten.

Am 30.12.2022 machte der Mann gegenüber dem Unternehmen eine Geldentschädigung nach Art. 82 DSGVO geltend. Das beeindruckte das Unternehmen nicht. Also klagte der Mann auf entsprechende Zahlung einer Entschädigung von mindestens 2.000 €. Seine Begründung: Die verspätete Auskunft wäre ein Verstoß gegen die DSGVO. Der sich ergebende wochenlange Kontrollverlust bezüglich der Datenverarbeitung wäre ein immaterieller Schaden. Bei ihm wären erhebliche Sorgen bezüglich seiner Daten entstanden. Auch hätte er Angst, dass Schindluder mit seinen Daten getrieben werde. Zudem hätte ihn der vom Unternehmen verursachte Aufwand der Rechtsverfolgung genervt.

Das zunächst zuständige Arbeitsgericht verurteilte das Unternehmen zum Schadensersatz in Höhe von 10.000 €. Darauf ging das Unternehmen in Berufung. Das Landesarbeitsgericht entschied zugunsten des Unternehmens. Aber der Mann gab sich damit nicht zufrieden und ging in Berufung. Doch der Erfolg blieb ihm verwehrt.

So urteilte das BAG

Der Mann hat keinen Anspruch auf Ersatz eines immateriellen Schadens gemäß Art. 82 Abs. 1 DSGVO.

Es ist aus Sicht der Richter unbeachtlich, ob tatsächlich ein Fristverstoß im Sinne von Art. 15 i. V. m. Art. 12 Abs. 3 DSGVO vorliegt bzw. ob dies einen Verstoß nach Art. 82 Abs. 1 DSGVO ist. Es fehlt nämlich an einem vom Kläger dargelegten Schaden. Der ist auch nur eine Voraussetzung des Ersatzanspruchs

nach Art. 82 DSGVO. So muss ebenso ein Verstoß gegen die DSGVO vorliegen und ein Ursachenzusammenhang zwischen Verstoß und Schaden bestehen.

Ein Schaden muss bestehen

Daneben ist unerlässlich, dass, wer Schadensersatz will, nicht nur einen Verstoß gegen die DSGVO nachweisen muss, sondern auch, dass dadurch ein Schaden entstanden ist. Einen Schaden hat der Kläger nicht dargelegt. Zwar kann auch ein kurzfristiger Kontrollverlust einen immateriellen Schaden darstellen, der zu ersetzen ist. Unabhängig von der Höhe muss jedoch der Nachweis erbracht werden, dass tatsächlich ein Schaden entstanden ist.

Im vorliegenden Fall ist es zu keinem Kontrollverlust gekommen. Ein solcher ergibt sich gerade nicht aus einer verspäteten Auskunft. Auch reicht ein rein hypothetisches Risiko eines Datenmissbrauchs durch einen unbefugten Dritten nicht aus. Nicht anders ist es, wenn man sich auf eine bestimmte Gefühlslage beruft. Zwar mag eine verspätete Auskunft die Sorge eines Verstoßes gegen sonstige Pflichten der DSGVO auslösen. Solche abstrakten Befürchtungen können jedoch nicht für die Annahme eines Schadens ausreichen. Jeder Verstoß gegen Art. 15 DSGVO würde dann zum Schadensersatz führen. Das Erfordernis eines Schadens wäre dann jedoch tatbestandlich bedeutungslos. Das passt nicht zum Normverständnis des Europäischen Gerichtshofs.

§

Das können Sie aus der Entscheidung folgern

- Die Entscheidung macht deutlich, dass das Behaupten eines Schadens noch lange nicht für einen Schadensersatzanspruch nach Art. 82 Abs. 1 DSGVO ausreicht. Der Betroffene muss den Schaden genauso nachweisen wie den Verstoß gegen die DSGVO und den Zusammenhang zwischen Verstoß und Schaden. Gelingt das bei einer der Voraussetzungen nicht, gibt es keinen Schadensersatz.
- Negative Gefühle, Ärger, Frust, Genervtsein oder die Sorge vor möglichem Missbrauch von Daten sind nicht ausreichend. Es muss tatsächlich ein Schaden eingetreten oder zumindest dieser nachvollziehbar und berechtigt zu befürchten sein. So kann ein immaterieller Schaden aus Sorge vor Missbrauch eher anzunehmen sein, wenn sensible Daten entwendet wurden und etwa kriminelle Dritte diese im Darknet zum Kauf anbieten.
- Machen Sie bei Ihrer Beratung jedoch immer deutlich: Eine verspätete Auskunft führt zwar meist nicht zu einem ersatzpflichtigen Schaden. Allerdings heißt das nicht, dass es nicht zu Ärger mit der Datenschutzaufsicht kommen kann.

„Datenschutz aktuell“ ist ein Produkt der PrivacyXperts-Familie!

Als Fachverlag für Beratung im Bereich Datenschutz und IT-Security sind Sie bei uns genau an der richtigen Adresse, wenn es um Ihre Themen geht. Lassen Sie sich über unsere Fachinformationsdienste und Portale rund um neue EU-Verordnungen, aktuelle Urteile zum Datenschutzrecht oder über die umfangreichen Dokumentationspflichten für Datenschutzverantwortliche informieren. So erhalten Sie nützliche Informationen und Praxistipps für Ihre Arbeit und sind beim Thema Datenschutz bestens aufgestellt.

Stellen Sie eine direkte Verbindung zu verlässlichen Informationen und aktuellen Entwicklungen her und entdecken Sie viele weitere Datenschutz-Produkte unter www.privacyxperts.de/shop

**PRIVACYXPERTS**
LIVE-WEBINAR REIHE

DATENSCHUTZ LEICHT GEMACHT:
IHRE ONLINE-WEITERBILDUNG 2025

REFERENTEN

Kristin Benedikt: Datenschutzexpertin und Richterin am Verwaltungsgericht Regensburg

Dr. Jens Eckhardt: Rechtsanwalt und Fachanwalt für Informationstechnologierecht

Bernd Fuhler: TÜV-zertifizierter Datenschutzbeauftragter

Michael Rohrlisch: Rechtsanwalt, Fachautor, Dozent und Video-Trainer

WEBINARE
VON 10:00 BIS 11:00 UHR

21.05.2025 "Arbeitszeiterfassung und Datenschutz: Rechtssicher beraten – praxisnah umsetzen"
mit Kristin Benedikt

27.06.2025 "DSGVO-Grundsätze – warum Art. 5 DSGVO die zentrale Datenschutz-Norm ist"
mit Michael Rohrlisch

24.07.2025 "Daten, Deals, Datenschutz: Gewinnspiele als Marketing-Tool richtig nutzen"
mit Bernd Fuhler

Sichern Sie sich jetzt Ihre Teilnahme unter:
<https://www.privacyxperts.de/shop/>



Vorschau:

Führungskräfte: Sensibilisieren Sie für Cyberrisiken
Homeoffice ade? Geben Sie den Beschäftigten diese Tipps



Telefon: 02 28 95 50 150

Fax: 02 28 36 96 480

E-Mail: kundendienst@privacyxperts.de

Internet: www.privacyxperts.de

Ein Unternehmensbereich des VNR Verlags
für die Deutsche Wirtschaft AG
Theodor-Heuss-Straße 2-4
53177 Bonn