

PRIVACY@WORK

DATENSCHUTZ FÜR MITARBEITER



„FROHE WEIHNACHTEN“

**Was Sie bei werblichen
Kontaktaufnahmen
beachten sollten**

DER JAHRENDPUTZ

**Damit der Crinch in Ihrem
Unternehmen bei Ihren
Daten keine Chance hat**

Zwischen Lichterglanz und Datenschutz – sicher durch die Weihnachtszeit

Liebe Leserinnen und Leser,

die Adventszeit steht vor der Tür – und mit ihr die Zeit der Grüße, Geschenke und guten Wünsche. Zwischen Weihnachtsmails, Jahresrückblicken und digitalen Festtagskarten geht es manchmal drunter und drüber. Doch was als freundliche Geste gedacht ist, kann schnell rechtlich oder datenschutztechnisch heikel werden.

In dieser Ausgabe möchten wir Ihnen mitten im Jahresendspurt zeigen, wie Sie gut gemeinte Weihnachtsgrüße versenden, ohne eine Abmahnung zu riskieren, und wie Sie mit einem kleinen digitalen Jahresendputz nicht nur Platz schaffen, sondern auch Ihre Daten vor neugierigen Blicken – oder dem Crinch – schützen.

Denn Datenschutz hört nicht am Schreibtisch auf und ist mehr als nur eine Pflicht – er ist Teil eines bewussten und verantwortungsvollen Umgangs mit Informationen. Wer weiß, wo seine Daten liegen und wie sie geschützt sind, kann die Feiertage entspannter genießen.

Nehmen Sie sich zum Jahresende einen Moment Zeit, Ordnung zu schaffen – digital wie gedanklich. Dann hat der Crinch keine Chance und Sie können das Jahr mit einem guten Gefühl abschließen.

Wir wünschen Ihnen eine besinnliche, sichere und datenschutzfreundliche Weihnachtszeit und alles Gute für den Start in ein glückliches und erfolgreiches neues Jahr.

Herzliche Grüße

Ihr Redaktionsteam von „Privacy@Work“



SEBASTIAN TAUSCH

ARBEITET ALS SELBSTSTÄNDIGER IT-BERATER UND UNTERSTÜTZT KLEINE UND MITTLERE UNTERNEHMEN PRAXISNAH IM BEREICH DATENSCHUTZ. NACH EINER KAUFMÄNNISCHEN AUSBILDUNG SAMMELTE ER VIELE JAHRE PRAKTISCHE IT-ERFAHRUNG.



ANDREAS HESSEL

IST ALS CHIEF INFORMATION SECURITY OFFICER LANGJÄHRIGER LEITER DES BEREICHES INFORMATIONSSICHERHEIT UND RISIKOMANAGEMENT EINER LANDESBANK. DANEBEN ARBEITET ER ALS EXTERNER DATENSCHUTZBEAUFTRAGTER UND BERATER IM BEREICH CYBERSECURITY.

SO FOLGT AUF „FROHE WEIHNACHTEN“ KEINE ABMAHNUNG: WAS SIE BEI WERBLICHEN KONTAKTAUFAHMEN BEACHTEN SOLLTEN

Es ist eine weitverbreitete und gut gemeinte Geste: Weihnachtsgrüße per E-Mail an Kunden und Geschäftspartner zu versenden. Doch gerade wenn man nicht für Werbung zuständig ist und nur schnell den eigenen Kontakten ein frohes Fest wünschen möchte, kann man leicht in ein Fettnäpfchen treten. Wie Sie typische Fehler bei Weihnachtsgrüßen – aber auch bei sonstigen werblichen Kontaktaufnahmen – vermeiden, lesen Sie in diesem Beitrag.

Sind Weihnachtsgrüße Werbung?

Der Begriff „Werbung“ wird rechtlich recht weitgreifend betrachtet, weshalb auch Geburtstags- und Weihnachtsgrüße, aber auch etwa Kundenzufriedenheitsumfragen als werblich angesehen werden.

Lösen Sie Freude oder eine Abmahnung aus?

In der Praxis wird sich ein individuell angeschriebener E-Mail-Empfänger, zu dem eine dauerhafte, vielleicht sogar langjährige Geschäftsbeziehung besteht, wohl meist freuen.

Er wird sich eher bedanken und Ihnen ebenfalls ein frohes Fest wünschen, statt sich zu beschweren oder eine Abmahnung zu senden – auch wenn das rechtlich möglich wäre.

Ganz im Gegensatz dazu werden aber auch Massen-Mailings versendet, bei denen die Absender den Gruß zum Weihnachtsfest als Möglichkeit sehen, die Empfänger auf ihre Angebote und Aktionen hinzuweisen.

Zwischen individuellen Grüßen und eindeutig werblichem Massenversand gibt es zudem einen großen Graubereich: Manche Beschäftigte wünschen allen Kontakten aus dem Adressbuch ein schönes Fest, andere haben dazu zusätzlich einen werblichen Hinweis in der Signatur und wieder andere verknüpfen den Gruß direkt mit einem Sonderangebot oder einem Rabattgutschein.

Ebenfalls nicht übersehen darf man, dass es neben Geburtstag und Weihnachten natürlich auch jede Menge andere Fest-, Welt-, Gedenk- und Aktionstage gibt. Würden entsprechende Grußbotschaften etwa per E-Mail nicht als Werbung gelten, würden z. B. der Mutter- und Vatertag auch für entsprechende Aussendungen genutzt, ohne dass eine notwendige Einwilligung vorhanden ist.

Rechtliche Grundlagen für Werbung

Sobald personenbezogene Daten im Rahmen von Direktmarketing verwendet werden, müssen Unternehmen üblicherweise die EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und das Gesetz gegen den unlauteren Wettbewerb (UWG) beachten.

Die Vorgaben der DSGVO zur Werbung

Die DSGVO enthält nur wenige Regelungen zum Direktmarketing. Im Erwägungsgrund 47 Satz 7 wird aufgeführt, dass Direktwerbung als berechtigtes Interesse betrachtet werden kann. In Art. 21 DSGVO finden sich, etwas verkürzt dargestellt, noch die Regelungen, dass die betroffenen Personen der Werbung widersprechen können, dieser Widerspruch zukünftig beachtet werden muss und die Empfänger spätestens bei der ersten Kommunikation auf ihr Widerspruchsrecht hingewiesen werden müssen.

Rein nach den Vorgaben der DSGVO wäre es also möglich, Werbung im Rahmen des berechtigten Interesses und somit ohne Einwilligung zu versenden. Aber in Deutschland gilt auch das UWG.

Die Regelungen des UWG

In § 7 UWG finden sich die Voraussetzungen für die unterschiedlichen Kommunikationskanäle! Für Postwerbung ist keine Einwilligung vorgesehen, weshalb diese nach den Regelungen der DSGVO möglich ist.

Aus den Regelungen des § 7 UWG ergibt sich etwa, dass Werbung unter Verwendung elektronischer Post ohne Einwilligung unzumutbar ist sowie eine Ausnahmeregelung in Absatz 3. Hier wird auch nicht zwischen Verbrauchern und Unternehmenskunden unterschieden.

- > Bei der telefonischen Kontaktaufnahme wird zwischen Verbrauchern und „sonstigen Marktteilnehmern“ differenziert.

Werbliche Anrufe bei Verbrauchern benötigen eine Einwilligung, entsprechende Anrufe bei „sonstigen Marktteilnehmern“, also etwa Unternehmen, zumindest eine mutmaßliche Einwilligung.

Bei Endverbrauchern und Einwilligungen zur werblichen telefonischen Kontaktaufnahme gelten zudem die Aufbewahrungsfristen nach § 7a UWG.

Werbung per E-Mail und Telefon häufig mit Einwilligung

Da im UWG für alle üblichen werblichen Kommunikationskanäle – bis auf die Post – eine Einwilligung vorgesehen ist und die Ausnahmeregelungen ihre Herausforderungen haben, setzen viele Unternehmen bei Telefon und elektronischer Nachricht auf die Einwilligung als Rechtsgrundlage.

Es wäre auch möglich, die Postwerbung auf Basis einer Einwilligung zu versenden. Viele Unternehmen nutzen hier aber das berechtigte Interesse und die Regelungen der DSGVO, um die Kunden auch ohne Einwilligung werblich kontaktieren zu können.

Dienstleister werben mit steuerfreier Entschädigung

Unberechtigte werbliche E-Mails sind ein Dauerthema. Bislang gingen Beschwerden hauptsächlich an die Absender und die Aufsichtsbehörden. Nun gibt es aber Dienstleister, die eine Entschädigung von mehreren Hundert Euro ohne Kostenrisiko in Aussicht stellen und für ihre Leistungen werben.

Um die Dienste in Anspruch zu nehmen, reicht es üblicherweise zu Beginn aus, die empfangene Werbe-Mail an eine vorgegebene E-Mail-Adresse des Dienstleisters weiterzuleiten. Im Anschluss erfolgen eine Prüfung und bei entsprechender Bewertung sowie Beauftragung eine Abmahnung. Für die betroffenen Absender kommen neben dieser Entschädigung für den Empfänger dann auch noch die Kosten für den involvierten Anwalt hinzu.

Wichtig zu wissen: Einzelne Dienstleister weisen ausdrücklich darauf hin, dass auch werbliche E-Mails an geschäftliche E-Mail-Adressen weitergeleitet werden können und die steuerfreie Entschädigung dem Empfänger – nicht dem Arbeitgeber – zusteht!

Unerlaubte Kontaktaufnahme vermeiden

Sofern Sie also selbst werbliche Kontaktaufnahmen durchführen (dürfen), sollten Sie immer darauf achten, dass Sie nur Empfänger kontaktieren, bei denen es zulässig ist. Je nach Vorgehensweise Ihres Unternehmens und dem gewählten Kontaktkanal muss also üblicherweise eine Einwilligung vorliegen oder – etwa bei Postversand – zumindest kein Widerspruch.

In Unternehmen, die Direktmarketing betreiben, gibt es üblicherweise Anwendungen, in denen die Einwilligungen und ggf. Widersprüche hinterlegt werden.

Auf aktuelle Daten achten!

Gerade bei umfangreicher werblichen Kontaktaufnahmen sollten Sie darauf achten, dass Sie aktuelle Daten nutzen. Auch diese sind häufig in den zentralen Systemen zu finden.

Es wäre doch peinlich und traurig, wenn Sie etwa einer möglicherweise erst kurzfristig verstorbenen Person schöne Weihnachten wünschen und die trauernden Familienangehörigen die Nachricht erhalten, obwohl diese im Vorfeld etwa die bestehenden Verträge bei Ihren Kollegen gekündigt haben.

Kein offener E-Mail-Verteiler!

Ein weiterer Fehler, der leider immer noch häufig geschieht, ist der Versand von E-Mails mit einem offenen E-Mail-Verteiler. Das heißt, die Absender haben die Empfänger in die „An“- und ggf. „CC“-Zeile statt in „BCC“ eingetragen. Auch wenn die Empfänger dem Empfang der werblichen Nachricht zugestimmt haben, bedeutet dies nicht, dass sich die Empfänger untereinander sehen dürfen.

Fehler beim Postversand

Gerade die Tage vor Weihnachten sind in vielen Unternehmen arbeitsreich. Dann kann es schnell passieren, dass versehentlich mehrere Briefe in ein Kuvert gesteckt werden. Ob für die betroffenen Personen dadurch ein Risiko entsteht, dass ein Empfänger ihre Weihnachts- und Werbepost bekommt, hängt natürlich vom Inhalt und möglicherweise der Branche ab, in welcher Sie tätig sind. Im Regelfall liegt aber ein Datenschutzvorfall vor, welcher dann bewertet werden muss. Im schlimmsten Fall muss der Vorfall dann der Aufsichtsbehörde oder sogar den betroffenen Personen gemeldet werden.

Betroffenenrechte beachten!

Nicht selten führen unerfüllte Widerrufe von Einwilligungen oder Widersprüche gegen die werbliche Kontaktaufnahme zu Beschwerden.

Dabei berufen sich Betroffene zunächst oft gar nicht auf ihre Rechte nach der DSGVO, sondern formulieren es ganz praktisch: „Bitte keine Anrufe mehr, eine E-Mail reicht“ oder „Ich habe kein Interesse mehr an Ihren Angeboten“. Unabhängig von der Begründung muss solchen Aufforderungen nachgekommen werden.

Wichtig: Es reicht oft nicht aus, die Kontaktdaten nur im eigenen Adressbuch oder in einer Excel-Liste zu löschen. Wenn andere Kolleginnen oder Kollegen bei der nächsten Aussendung auf eine zentrale Datenbank zugreifen, aus der die Informationen nicht entfernt wurden, kann es zu einer erneuten unerlaubten Kon-

taktaufnahme kommen. Falls Sie unsicher sind, wie solche Wünsche im Unternehmen verarbeitet werden oder wer zuständig ist, wenden Sie sich an die internen Ansprechpartner – etwa den Datenschutzbeauftragten. So vermeiden Sie unnötige Beschwerden, mögliche Bußgelder und rechtliche Risiken.

Fazit

Auch gut gemeinte Grüße können als Werbung gelten, weshalb die entsprechenden Regelungen zur werblichen Kontaktaufnahme eingehalten werden müssen.

Sie sollten deshalb vor der werblichen Kontaktaufnahme prüfen, ob es in Ihrem Unternehmen dazu Regelungen gibt, oder sich mit den zuständigen Ansprechpartnern für Werbung und Datenschutz abstimmen. Damit vermeiden Sie unangenehme Rückmeldungen und unnötigen Stress zu Weihnachten. (ST)

DER JAHRESENDPUTZ FÜR IHRE DATEN – DAMIT DER CRINCH KEINE CHANCE HAT

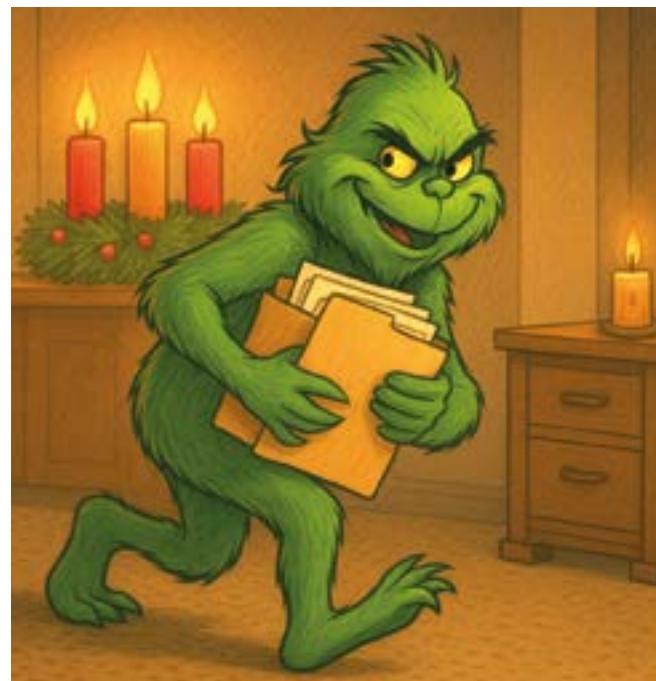
Das Jahr neigt sich dem Ende zu. Draußen glitzern Lichterketten, drinnen blinkt der Posteingang – und irgendwo dazwischen sitzt der Crinch. Nein, nicht der, der Weihnachten stiehlt. Unser Crinch liebt Daten. Alte, vergessene, ungesicherte Daten. Je unordentlicher Ihr digitales Zuhause ist, desto wohler fühlt er sich.

Bevor also der Jahresendstress so richtig losgeht, ist jetzt die beste Zeit für einen kleinen digitalen Hausputz. Keine Sorge, Sie brauchen weder Putzlappen noch Staubsauger – nur ein bisschen Aufmerksamkeit und vielleicht einen warmen Kaffee. Denn mit ein paar einfachen Handgriffen machen Sie Ihr digitales Umfeld wieder blitzsauber und sicher.

Warum das wichtig ist? Das müssen Sie wissen

Alte Dateien, überflüssige E-Mails und verwaiste Zugriffsrechte sind wie die vergessenen Plätzchen vom Vorjahr: Irgendwann verderben sie. Jede ungesicherte Datei, jeder unnötige Datensatz können zu einem Risiko werden – ob durch versehentliches Teilen, unberechtigte Zugriffe oder Sicherheitslücken.

Der Crinch freut sich über jedes vergessene Dokument, das noch irgendwo im Netzwerkschrank schlummert.



Mein Tipp:

Datenschutz und Datensicherheit leben von Ordnung. Wer regelmäßig aufräumt, behält nicht nur den Überblick, sondern schützt sich und das Unternehmen vor Datenpannen. Und: Ein sauberer digitaler Arbeitsplatz fühlt sich einfach gut an.

> Der digitale Jahresendputz – 6 Maßnahmen für Ihre persönliche Checkliste

Damit Sie nicht im Datenchaos versinken, hilft diese kleine, aber feine To-do-Liste. Nehmen Sie sich ruhig ein paar Minuten Zeit – vielleicht zwischen zwei Gläsern Glühwein oder kurz vor dem Feiertagsurlaub. Sie wird Ihnen ein gutes Gefühl geben.

- 1. Dateien prüfen:** Welche Dokumente brauchen Sie wirklich noch? Alte Versionen oder doppelte Dateien dürfen weg – aber bitte über den sicheren Papierkorb oder nach Absprache mit der IT.
- 2. E-Mails aufräumen:** Löschen Sie überflüssige Nachrichten, archivieren Sie wichtige und entfernen Sie private Inhalte aus dem geschäftlichen Postfach. Der Crinch liebt unverschlüsselte Mails mit sensiblen Infos!
- 3. Zugriffsrechte kontrollieren:** Haben wirklich nur die richtigen Personen Zugriff auf Ihre Ordner und Projekte? Falls nicht: Melden Sie es, bevor der Crinch zugreift.
- 4. Passwörter erneuern:** Ein neues Jahr, ein neues Passwort – am besten lang, stark und einzigartig. Keine Rentiernamen oder „Weihnachten2025“ bitte.
- 5. Geräte absichern:** Aktualisieren Sie Software und Betriebssysteme. Alte Versionen sind wie offene Türen für den Crinch.
- 6. Datensicherung prüfen:** Stellen Sie sicher, dass wichtige Daten regelmäßig gesichert werden. So übersteht alles unbeschadet selbst den größten Schneesturm.

Ordnung schafft Sicherheit – und Gelassenheit

Wenn Sie diese Punkte abhaken, haben Sie nicht nur dem Crinch die Laune verdorben, sondern auch sich selbst einen Gefallen getan.

Denn wer weiß, dass seine Daten in Ordnung sind, geht mit einem besseren Gefühl in die Feiertage.

Mein Tipp:

Datenschutz ist kein einmaliges Projekt, sondern eine Haltung – so wie der alljährliche Frühjahrsputz, nur eben digital. Und wer regelmäßig aufräumt, braucht keine Panik vor Prüfungen, Datenverlust oder neugierigen Blicken des Crinches zu haben.

Was der Crinch besonders liebt – und wie Sie ihm das Leben schwer machen

Der Crinch hat eine Schwäche für Chaos. Er liebt ungesicherte Notizzettel mit Passwörtern, veraltete Excel-Listen mit Kundendaten und frei zugängliche Cloud-Ordner. Besonders anziehend findet er USB-Sticks, die keiner mehr zuordnen kann, und Desktop-Ordner, die aussehen wie ein digitaler Adventskalender – nur dass hinter jedem Türchen eine Datenschutzpanne lauern könnte.

Aber zum Glück sind Sie ihm gewachsen. Denn jeder Mitarbeitende hat mehr Macht, als man denkt. Schon kleine Veränderungen im Alltag halten den Crinch auf Abstand, z. B. wenn Sie

- beim Speichern kurz überlegen, ob die Datei wirklich auf den Server gehört,
- sensible Daten lieber in verschlüsselten Bereichen ablegen,
- vor dem Versenden prüfen, ob der Empfänger tatsächlich der richtige ist, und
- bei Zweifeln einfach mal die IT oder den Datenschutzbeauftragten fragen – lieber einmal zu viel als einmal zu wenig.

Mein Tipp:

Auch externe Speicherorte wie Cloud-Dienste verdienen einen kritischen Blick. Wenn Sie dort personenbezogene Daten speichern, sollten Sie wissen, wo die Server stehen und wer Zugriff hat. Der Crinch ist schließlich überall dort unterwegs, wo Daten unbewacht liegen.

Ein weiterer Lieblingsort des Crinches sind Smartphones und Tablets. Schnell mal eine Datei per Messenger verschickt, einen Screenshot geteilt oder über ein offenes WLAN verbunden – schon ist der Crinch zur Stelle. Nutzen Sie daher immer die offiziellen Kommunikationswege unseres Unternehmens. Die sind nicht nur sicherer, sondern ersparen auch Erklärungsnot, wenn der Crinch wieder zugeschlagen hat.

Zum Jahresende lohnt sich außerdem ein Blick auf Projekte und Freigaben.

- Welche externen Partner, Dienstleister oder Kolleginnen und Kollegen hatten im Laufe des Jahres Zugriff auf Ihre Daten?
- Müssen alle diese Zugänge wirklich bestehen bleiben?

Wer hier aufräumt, verschließt dem Crinch gleich mehrere Türen auf einmal.

Und falls Sie denken, ein bisschen Nachlässigkeit fällt doch gar nicht auf – täuschen Sie sich nicht. Der Crinch ist geduldig. Er wartet, bis Sie im Weihnachtsstress kurz unachtsam sind, und greift dann zu.

Darum gilt: lieber jetzt zwei Stunden für den Jahresendputz investieren, als im Januar mit einem Sicherheitsvorfall ins neue Jahr zu starten. Das ist gut investierte Zeit.

Zum Schluss: ein kleiner Wunschzettel

Falls Sie sich fürs neue Jahr etwas wünschen dürfen, wie wäre es mit einem Datenbewusstsein, das bleibt? Achten Sie auf klare Strukturen, sichere Systeme und gesunde Skepsis – dann hat der Crinch auch 2026 keine Chance. Und jetzt: Genießen Sie die Adventszeit, gönnen Sie sich Plätzchen statt Passwortprobleme und denken Sie daran: Auch Daten freuen sich über ein bisschen Ordnung unter dem Weihnachtsbaum. (AH)

WUSSTEN SIE SCHON? WEIHNACHTSGRÜSSE KÖNNEN DATENSCHUTZPROBLEME MACHEN

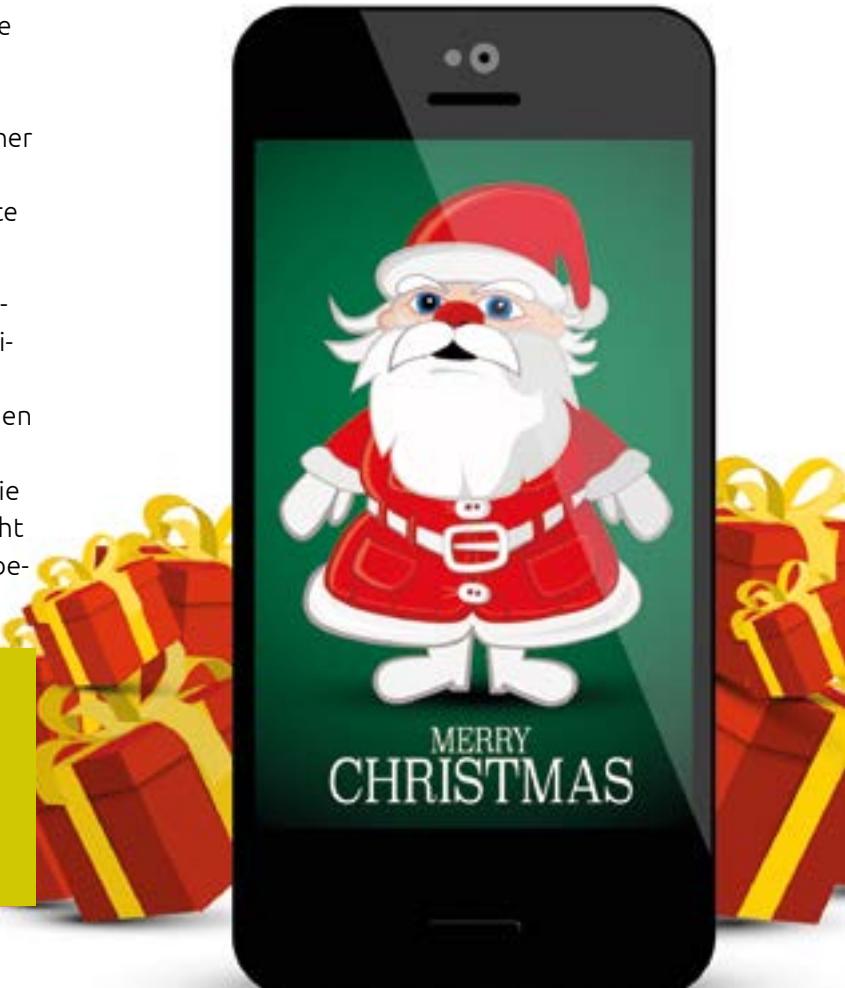
Alle Jahre wieder: In der Vorweihnachtszeit werden fleißig Grußmails verschickt – an Kunden, Partner und Kolleginnen. Doch zwischen Lebkuchen und Lichterglanz lauern kleine Datenschutzfallen, die leicht übersehen werden.

Ein Klassiker ist der „CC“-Fehler: viele Empfänger, alle sichtbar im Adressfeld. Schon haben Sie persönliche Daten preisgegeben – und das kann im schlimmsten Fall eine Datenschutzverletzung sein. Nutzen Sie daher immer das „BCC“-Feld, wenn Sie mehrere Personen gleichzeitig anschreiben. So bleibt die Empfängerliste privat – und der Datenschutz freut sich mit.

Auch Anhänge und Videos verdienen Ihre Aufmerksamkeit. Ein nettes Weihnachtsvideo oder eine digitale Grußkarte kann Malware enthalten oder über unsichere Plattformen verbreitet werden. Versenden Sie lieber sichere Links zu vertrauenswürdigen Seiten, statt Dateien direkt anzuhängen. Verzichten Sie auch auf Cloud-Dienste, deren Datenschutz Sie nicht einschätzen können – Hacker lieben offene Freigabe-links.

Mein Tipp:

Prüfen Sie, welche Daten Sie für Ihre Weihnachtsaktion wirklich brauchen. Kundendaten sollten nur verwendet werden, wenn eine geschäftliche Beziehung besteht – sonst droht schnell der Vorwurf unzulässiger Werbung.



Fazit

Ein bisschen Achtsamkeit genügt und Ihre Grüße kommen sicher und sympathisch an – ganz ohne Datenschutzchaos.

TOOL-TIPP: TRELLO

Wer mit der Koordination von Penetrationstests, Vulnerability Management oder Incident Response jongliert, kennt das Problem: Sicherheitsprojekte sind komplex, involvieren verschiedene Teams und verlangen nach klarer Priorisierung – also einem Projektmanagement-Tool. Trello ist kein auf IT-Sicherheit fokussiertes Tool, aber ein unglaublich flexibles und von jedem leicht zu bedienendes Werkzeug, das beim Projektmanagement unterstützen kann. Scannen Sie einfach den Code und lernen das Tool kostenlos kennen.



Ich habe die Ausgabe von Privacy@Work gelesen:

Bei Fragen im Bereich Datenschutz wenden Sie sich bitte an Ihre Datenschutzbeauftragte oder Ihren Datenschutzbeauftragten!

Impressum:



PrivacyXperts, ein Unternehmensbereich der VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG, Theodor-Heuss-Straße 2–4, D-53177 Bonn; Großkundenpostleitzahl: D-53095 Bonn; Handelsregister: HRB 8165, Registergericht: Amtsgericht Bonn, Vertreten durch den Vorstand: Richard Rentrop, ISSN: 1614 – 5674; Kontakt: Telefon: 0228 – 9 55 01 60 (Kundendienst); Telefax: 0228 – 3 69 64 80, E-Mail: kundendienst@privacyxperts.de, Internet: <https://www.privacyxperts.de>, Umsatzsteuer: Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gemäß §27a Umsatzsteuergesetz: DE 812639372, V.i.S.d.P.: Michael Jodda; Theodor-Heuss-Straße 2–4; D-53177 Bonn, Herausgeber: Michael Jodda, Bonn, Autoren: Andreas Hessel, Sebastian

Tausch, Produktmanagement: Lisa Suchy, Bonn, Layout & Satz: Bettina Pour-Imani, BB-Design, Birken-Honigssessen, Bildrechte S. 1: LeArchitecto, S. 7 mein, S. 8 StockWorld – alle AdobeStock.com, S. 5 Andreas Hessel – mit Kl generiert, Druck: Warlich Druck Meckenheim GmbH, Am Hambach 5, 53340 Meckenheim Erscheinungsweise: 16-mal pro Jahr; Im Interesse der Lesbarkeit verzichten wir in unseren Beiträgen auf geschlechtsbezogene Formulierungen. Selbstverständlich sind immer Frauen und Männer gemeint, auch wenn explizit nur eines der Geschlechter angesprochen wird. Alle Angaben in Privacy@Work 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.

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