



BEREITEN SIE IHR UNTERNEHMEN JETZT AUF IHREN URLAUB VOR

DATENSCHUTZ- ORGANISATION

Statusbericht für das
erste Halbjahr: So gehen
Sie ihn an

1-2

KNOW-HOW

Mit dieser Checkliste
gibt es keine Patzer am
Messestand

3





Kooperation ist immer besser

Liebe Leserin, lieber Leser,

manchmal ist es zum Haareraufen: Sie geben die richtigen Hinweise, damit es mit dem Datenschutz klappt. Und trotzdem machen die Kollegen genau das Gegenteil von dem, was Sie empfohlen haben.

Nun könnten Sie sich ärgern, die zukünftige Zusammenarbeit verweigern oder die Kollegen rundmachen. Doch viel besser dürfte es sein, wenn Sie die Sache professionell angehen: Erstens sollten Sie sich nicht ärgern und zweitens sollten Sie das Gespräch suchen. Bringen Sie Ihre Enttäuschung zum Ausdruck. Setzen Sie dann aber auch auf Kooperation. Unterstützen Sie beratend und werden Sie nicht müde, die erforderlichen Tipps zu geben.

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 im Unternehmen pragmatisch umsetzen lässt.



Zu Ihrem Onlinebereich:
<https://www.privacyxperts.de>



E-Mail-Beratung:
<https://t1p.de/andreas-wuertz>

Inhalt

Datenschutzorganisation
Statusbericht für das erste Halbjahr:
So gehen Sie ihn an
Seiten 1–2

Know-how
Mit dieser Checkliste gibt es keine
Patzer am Messestand
Seite 3

Datenschutzbeauftragter
Bereiten Sie Ihr Unternehmen jetzt
auf Ihren Urlaub vor
Seiten 4–5

Wer schreibt, der bleibt:
Machen Sie Ihre Arbeit belegbar
Seite 6

Fragen an die Redaktion
*Cyberresilienz: Wie können wir den
Handlungsbedarf besser vermitteln?*
Seite 7

*Ist ein OLG-Urteil allgemein
übertragbar auf andere Fälle?*
Seite 7

Recht
BGH: Registergericht muss
Unterschriften entfernen
Seite 8

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: Schmelzer Medien GmbH, Siegen
Druck: Warlich Druck Meckenheim GmbH,
Am Hambuch 5, 53340 Meckenheim
Bildnachweise: Titel: Adobe Stock | goodluz; Seite 1: Adobe Stock
| CrazyCloud
Erscheinungsweise: 36-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.

© 2026 by VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG, Bonn, Berlin, Bukarest, Jacksonville, Manchester, Passau, Warschau



Es gibt gute Gründe für das Erstellen Ihres Halbjahresberichts.

Statusbericht für das erste Halbjahr: So gehen Sie ihn an

Haben Sie heute schon auf den Kalender geschaut? Bestimmt! Vielleicht ist Ihnen dabei aufgefallen, dass bald schon das erste halbe Jahr vorbei ist. Jetzt ist ein guter Zeitpunkt, um über die Datenschutzsituation und Ihre Arbeit zu berichten.

Darum lohnt sich die Arbeit

Wahrscheinlich haben Sie als Datenschutzbeauftragter viel um die Ohren. Da ist die Frage nur zu berechtigt, warum Sie sich dann auch noch einen Statusbericht zum ersten Halbjahr aufhalsen sollten. Denken Sie einmal über folgende fünf gute Gründe nach:

- › Sie sorgen für Transparenz und belegen Ihre Arbeit.
- › Unterstützung und Ressourcen lassen sich leichter einfordern.
- › Sie leisten einen wichtigen Beitrag zum Risikomanagement des Unternehmens.
- › Management-Attention und Awareness werden erhöht.
- › Prioritäten können gemeinsam besser gesetzt werden.

Übertreiben Sie es nicht

Bei einem Status- oder Halbjahresbericht brauchen Sie nicht so viel Aufwand treiben wie bei einem Tätigkeitsbericht zum Jahresende. Schließlich wollen Sie nur ein Update liefern, und zwar zum Stand der Dinge. Bereiten Sie also beispielsweise einige Präsentationsfolien vor. Diese sollten die Themen enthalten, die Sie für berichtenswert halten und die Ihnen persönlich wichtig sind.

Dabei ist klar: Machen Sie keine Folienschlacht daraus. Beschränken Sie sich auf das Wesentliche. Nutzen Sie die Folien nur als aussagekräftige und optisch ansprechende Untermalung Ihrer mündlichen Ausführungen. Zudem sollten Sie immer bedenken: Sie haben nur wenig Zeit. Für die Erläuterung einer normal befüllten Folie brauchen Sie um die fünf Minuten. Selbst bei einem einstündigen Gesprächstermin sollten Sie sich auf acht Folien beschränken. Schließlich sind die sich anschließende Diskussion und eventuelle Entscheidungen auch noch unterzubringen.

7 Schritte für eine gute Präsentation

Damit Ihr Statusbericht Hand und Fuß hat, sollten Sie in folgenden Schritten vorgehen:

- › **Schritt 1: Ideen sammeln**
Brainstormen Sie und notieren Sie alles, was Ihnen als berichtenswert in den Sinn kommt. Ob ein Thema es tatsächlich in Ihren Bericht schafft, entscheiden Sie später.
- › **Schritt 2: Stand der Dinge prüfen**
Eventuell haben Sie Ziele für 2026. Prüfen Sie, wie Sie im Zeitplan liegen. Listen Sie auf, was schon abgeschlossen ist und bei welchen Vorhaben es hakt.
- › **Schritt 3: Besonders Berichtenswertes zusammenstellen**
Es gibt manchmal Themen, die unvorhersehbar waren, aber viel Raum bzw. Zeit eingenommen haben. Auch über diese sollten Sie ggf. informieren.
- › **Schritt 4: Die wesentlichen Punkte herausarbeiten**
Bedenken Sie stets, dass Sie sich schon aus Zeitgründen auf das Wesentliche konzentrieren müssen. Klären Sie für sich die Frage: Was will und was muss ich unbedingt vermitteln?
- › **Schritt 5: Präsentation ansprechend gestalten**
Wählen Sie beispielsweise Punkte aus der folgenden Checkliste. Versuchen Sie, die Folien nicht zu überfrachten. Manches lässt sich ggf. grafisch darstellen, etwa Fortschritte von Projekten. Auch können Sie mit Ampeln arbeiten und die Situation mit Rot, Gelb und Grün darstellen.
- › **Schritt 6: Termin organisieren**
Achten Sie darauf, dass Sie einerseits angemessene Zeit haben, um alles ohne Druck und Hektik vermitteln zu können. Andererseits brauchen Sie auch Zeit vorab, um bei den Themen sattelfest zu werden.



➤ **Schritt 7: Vortrag vorbereiten und üben**

Nehmen Sie sich ausreichend Zeit und sprechen Sie für sich alles laut durch. Sie merken dann schnell, wo etwas noch nicht rund ist oder wo Sie inhaltlich ins Straucheln geraten.

Das machen Sie, wenn man Sie nicht sehen will

Will Ihre Unternehmensleitung nichts vom Datenschutz und Ihnen wissen, heißt das nicht, dass Sie mit Ihrem Statusbericht einpa-

cken müssen. Schicken Sie eine freundliche E-Mail an die Unternehmensleitung. Zudem können Sie zum Ausdruck bringen, dass Sie es schade finden, dass es mit einer persönlichen Vorstellung des Berichts leider nicht geklappt hat. Fügen Sie dieser E-Mail Ihren Bericht bei.

Dann ist Ihr Statusbericht in der Welt. Und später kann niemand sagen, man hätte ja überhaupt nicht gewusst, wie es um den Datenschutz im Unternehmen steht.

Checkliste: 10 Schwerpunktthemen für Ihren Statusbericht zum ersten Halbjahr



Schwerpunkt	Das können Sie darstellen	In Bericht aufgenommen?
Rückblick erstes Halbjahr 2026		
Generelle Einschätzung, Management Summary	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Stellen Sie kurz Ihren Gesamteindruck dar, wie sich die Situation im Datenschutz darstellt. Dazu können Sie auch Tendenzen wiedergeben, wie sich bestimmte Bereiche entwickeln. ➤ Um auf Folien Text zu sparen, können Sie mit Symbolen arbeiten. Nutzen Sie etwa Smileys, Ampeln oder Richtungspfeile. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Relevante Veränderungen	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Erläutern Sie, welche Rahmenbedingungen sich verändert haben, etwa aufgrund neuer Anforderungen aus Gesetzen oder Verträgen. Doch auch neue Kooperationspartner oder Dienstleister können gerade intern zu erheblichen Veränderungen geführt haben, etwa in Sachen Zusammenarbeit oder Prozesse. ➤ Erklären Sie die Auswirkungen auf das Unternehmen im Datenschutz und eventuell daraus hervorgehende neue Herausforderungen. Das ist umso wichtiger, wenn diese zusätzlichen Aufwand bedeuten bzw. anderes liegen bleiben muss. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Umsetzungsstand Jahresplanung	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Präsentieren Sie, was an Geplantem bereits umgesetzt ist. Erledigtes wirkt immer positiv. Schließlich geht es voran. ➤ Wollen Sie über viele Aktivitäten berichten, können Sie diese auflisten und den Umsetzungsgrad übersichtlich darstellen, etwa mit Prozentzahlen. ➤ Lassen Sie nichts unter den Tisch fallen. Auch noch nicht gestartete Aktivitäten sollten Sie erwähnen. Ggf. muss man Sie mehr unterstützen, damit es mit der Umsetzung noch in diesem Jahr klappt. Eventuell müssen auch Prioritäten verschoben oder neu gesetzt werden. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Erkenntnisse aus Kontrollen und Audits	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Haben Sie Prüfungen durchgeführt, sollten Sie kurz auf Ihre Feststellungen eingehen. ➤ Positives sollten Sie loben, denn damit unterstreichen Sie auch Ihre Arbeit als Datenschutzbeauftragter. Ihre Arbeit zeigt Wirkung. ➤ Bei Defiziten sollten Sie darstellen, was zu deren Behebung in die Wege geleitet wurde. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Beratung und Projektbegleitung	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Geben Sie einen Überblick über wichtige Beratungen oder Projekte. Gehen Sie auf Schwierigkeiten oder Herausforderungen ein. ➤ Zeigen Sie auf, wie Sie bei welchen Projekten unterstützen. Das ist für das Management nicht immer offensichtlich. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Awareness und Schulung	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Listen Sie Ihre Aktivitäten aus dem ersten Halbjahr auf. Das können auch E-Mails zur Erhöhung der Sensibilität sein. ➤ Unter Umständen können Zahlen beeindrucken, etwa wenn Sie viele Aktivitäten durchgeführt oder viele Mitarbeiter erreicht haben. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Anfragen, Vorfälle und Pannen	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Gerade Betroffenenanfragen können viel Arbeit verursachen, auch wenn Sie nur beratend unterstützen. Berichten Sie über entsprechende Vorgänge. ➤ Geben Sie einen Überblick über etwaige Vorfälle oder Pannen mit Datenschutzbezug. Stellen Sie dar, was unternommen wurde, um solche Vorfälle zukünftig zu vermeiden. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Ausblick auf das zweite Halbjahr 2026		
Handlungsbedarf im Datenschutz	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Haben Sie bei Ihrer Arbeit generell Themen identifiziert, bei denen es nicht rundläuft oder bei denen es Defizite gibt, muss gehandelt werden. Geben Sie sachlich wieder, was zu tun ist. ➤ Stellen Sie dar, wer hier was in Angriff nehmen muss. Erläutern Sie, welche Aktivitäten es bereits gibt und wie der Umsetzungsstand ist. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Unterstützungsbedarf und Ressourcen	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Brauchen Sie Entscheidungen oder Unterstützung von ganz oben, sollten Sie das unbedingt adressieren. Machen Sie ggf. auch auf die Verantwortung im Datenschutz und die Unterstützungspflicht der Leitung gegenüber dem Datenschutzbeauftragten aufmerksam. ➤ Benötigen Sie mehr Kapazitäten, etwa zeitlich oder monetär, sollten Sie das thematisieren. Auch wenn es nichts gibt, haben Sie den Bedarf angemeldet. Das kann für Ihre nächste Budgetplanung als Datenschutzbeauftragter wichtig sein. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Ihr Fazit	<ul style="list-style-type: none"> ➤ Am besten Sie schließen mit etwas Positivem. So z. B., dass Ihr Unternehmen auf dem richtigen Weg ist und Fortschritte macht. Dass der Weg noch lang ist, brauchen Sie dabei nicht verschweigen. ➤ Leiten Sie zur allgemeinen Diskussion über. Dazu können Sie beispielsweise nach dem Eindruck der Unternehmensleitung zur Datenschutzsituation fragen. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein


Mit dieser Checkliste gibt es keine Patzer am Messestand

Als Datenschutzbeauftragter können Sie nicht überall sein und dafür sorgen, dass in Sachen Datenschutz nichts schief läuft. Dabei gibt es Hotspots, bei denen das Risiko für Patzer einfach größer ist. So z. B. bei Messeständen. Es liegt auf der Hand, dass hier Marketing oder Vertrieb im Vordergrund stehen. Doch der Datenschutz darf dabei nicht auf der Strecke bleiben.

Bauen Sie mit dieser Checkliste vor

Natürlich wäre es eine tolle Sache, wenn Sie vorab die Kollegen für den Messestand umfassend betreuen oder auch vor Ort einmal nach dem Rechten schauen könnten. Häufig wird das jedoch schon allein aus Kapazitätsgründen kaum möglich sein. Um dennoch

Ihrem Beratungsauftrag aus Art. 39 Abs. 1 Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) gut und risikoorientiert nachkommen zu können, haben Sie verschiedene Möglichkeiten: Sie können einerseits die zuständigen Kollegen zu einem Austauschtermin einladen. Andererseits können Sie Hilfe zur Selbsthilfe leisten. In beiden Fällen können Sie Ihre Aktivitäten auf die folgende Checkliste stützen.

Kurzcheckliste: Datenschutz am Messestand 		
To-do	Das ist wichtig	Okay?
Sind die Datenschutzaspekte für alle relevanten Verarbeitungen geklärt?	<ul style="list-style-type: none"> Denken Sie hier insbesondere an die Grundsätze der Verarbeitung nach Art. 5 Abs. 1 DSGVO. Die müssen bei allen Verarbeitungen personenbezogener Daten umgesetzt sein. Berücksichtigen Sie vor allem die an Messeständen typischerweise vorkommenden Verarbeitungen. So z. B. „Erfassung von Interessenten (Lead-Generierung)“, „Erhalt von Visitenkarten zur Kontaktaufnahme“, „Gesprächsnotizen“, „Bestellungen“. Sind einzelne Aspekte unklar, sprechen Sie den Datenschutzbeauftragten unverzüglich und vorab darauf an. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Werden die Transparenz- und Informationspflichten vor Ort erfüllt?	<ul style="list-style-type: none"> Werden personenbezogene Daten erhoben, muss über die Rahmenbedingungen informiert werden. Die erforderlichen Transparenzinformationen ergeben sich aus Art. 13 DSGVO. Grundsätzlich ist ein abgestuftes Vorgehen möglich: Kernangaben werden mündlich oder kurz schriftlich gegeben. Details stehen auf einem Infoblatt bzw. auf der Webseite. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Werden Einwilligungen richtig eingeholt und dokumentiert?	<ul style="list-style-type: none"> Sollen Daten werblich genutzt werden, ist oft die Einwilligung des Empfängers erforderlich. Idealerweise werden Newsletterregistrierungen online durchgeführt, damit die Dokumentation über das Double-Opt-in-Verfahren zweifelsfrei gegeben ist. Eine wirksame Einwilligung bedarf einer aktiven Zustimmungshandlung. Diese darf regelmäßig nicht vermutet werden. Auch vorgelegte Ankreuzfelder sind ein No-Go. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Gibt es Möglichkeiten, um Gespräche vor Ort vertraulich zu führen?	<ul style="list-style-type: none"> Gerade auf Messen kann es turbulent zugehen. Zudem gibt es viele neugierige Augen und Ohren. Sorgen Sie für Rückzugsmöglichkeiten, um Vertrauliches geschützt besprechen zu können. Sind vertrauliche Gespräche vor Ort nicht möglich, bieten Sie einen späteren Termin außerhalb der Messe an. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Sind Listen und Eintragungen vor unbefugten Blicken geschützt?	<ul style="list-style-type: none"> Egal ob Terminlisten oder Listen, in die sich jemand eintragen kann. Es ist problematisch, wenn hier nicht Erforderliches sichtbar ist. Decken Sie Voreinträge unbedingt ab. Um allen Eventualitäten vorzubeugen, setzen Sie auf Einzelerfassungsbögen oder ausgedruckte und zeitlich sortierte Termine. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Wird Clean Desk auch am Messestand umgesetzt?	<ul style="list-style-type: none"> Alles, was personenbezogene Daten oder sonst Schützenswertes enthält, darf nicht offen herumliegen. Abdecken oder Wegschließen bei Nichtgebrauch ist oberstes Gebot. Sorgen Sie für Möglichkeiten, Unterlagen sicher wegzuschließen. Sensibles oder für Langfinger Interessantes sollte am Abend nicht vor Ort bleiben. Nehmen Sie entsprechende Unterlagen, Geräte und Datenträger mit. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Sind bei Geräten grundlegende Schutzmaßnahmen umgesetzt?	<ul style="list-style-type: none"> Verschlüsselung ist ein Muss, und zwar bei Notebooks, Tablets und Datenträgern. Mobile Geräte sind am Messestand vor spontanen Diebstählen zu schützen, etwa durch Kabelschlösser. Daten werden auf Zentralsystemen gespeichert. Die Einwahl erfolgt über Mobilfunk (kein WLAN!) unter Nutzung von VPN-Verschlüsselung. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Ist die sichere Entsorgung von Unterlagen gewährleistet?	<ul style="list-style-type: none"> Personenbezogenes darf nicht über den Papiermüll vor Ort entsorgt werden. Vernichten Sie Papiere vor Ort? Nutzen Sie einen Schredder mit Partikelschnitt, sodass ein erneutes Zusammensetzen der Unterlagen praktisch nicht möglich ist. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Erfolgt eine eventuelle Berichterstattung unter Wahrung des Datenschutzes?	<ul style="list-style-type: none"> Sollen etwa Fotos oder Videos gemacht und veröffentlicht werden, müssen die geltenden Rahmenbedingungen beachtet werden. Generell gilt: Einerseits ist eine Rechtsgrundlage aus der DSGVO erforderlich (→ häufig Einwilligung). Zudem muss das Kunsturhebergesetz beachtet werden. Nur selten ist keine Einwilligung erforderlich. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Werden Pannen und Vorfälle mit Datenschutzrelevanz sofort gemeldet?	<ul style="list-style-type: none"> Mitarbeiter sind entsprechend zu instruieren, dass Vorfälle wie z. B. der Verlust eines Datenträgers sofort dem Datenschutzbeauftragten und der IT-Abteilung zu melden sind. Mit dem Datenschutzbeauftragten wird die Datenschutzrelevanz geklärt. Das gilt auch für eventuell bestehende Meldepflichten oder zu ergreifende Sofortmaßnahmen. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein

Bereiten Sie Ihr Unternehmen jetzt auf Ihren Urlaub vor

Die Herausforderungen, denen Sie sich als Datenschutzbeauftragter tagtäglich stellen müssen, haben es in sich. Sie sind nicht nur fachlich anspruchsvoll. Auch Stress und Hektik können Ihnen ganz schön zusetzen. Umso wichtiger ist, dass Sie bei Ihrem wahrscheinlich bald anstehenden Urlaub Ihre Akkus aufladen können. Das klappt besser, wenn Sie von Ihrem Unternehmen nichts hören.

Bessere Vorbereitung = mehr Erholung im Urlaub

Stellen Sie sich in den Mittelpunkt. Geben Sie für sich das Ziel aus, die Auszeit bestmöglich zu organisieren. Idealerweise schaffen Sie es, dass man Sie während Ihres Urlaubs in Ruhe lässt und Sie unbesorgt abschalten können. Dazu ist eines wichtig: Bereiten Sie Ihr Unternehmen so auf Ihre Abwesenheit vor, dass es nicht nur ohne Sie zurechtkommt. Idealerweise bleibt auch alles aus, was Ihnen nach Ihrem Urlaub die Erholung schnell wieder zunichtemacht.

Gehen Sie Schritt für Schritt vor

Hat Ihr Handeln Hand und Fuß, stellen Sie nicht nur sicher, dass Sie alles Wichtige bedenken. Sie tragen dazu bei, dass Stress erst gar nicht aufkommt. Orientieren Sie sich an folgenden fünf Schritten:

Schritt 1: Aufgaben und Infos sammeln

Starten Sie möglichst früh in ein Brainstorming. Nehmen Sie sich Zeit und notieren Sie alle Einfälle zu folgenden Impulsfragen:

- › Welche Aufgaben erlauben auch während meines Urlaubs keinen Aufschub?
- › Was kann eine Urlaubsvertretung übernehmen?
- › Wer muss über meinen Urlaub informiert werden?
- › Wie kann ich sicherstellen, dass im Notfall nichts schief läuft?

Schritt 2: E-Mails und Kalender durchforsten

Gehen Sie systematisch Ihr Postfach und Ihren Kalender durch. Suchen Sie nach offenen Anfragen, Fristen, anstehenden Be-

ratungen oder Projekten, die in Ihrem Urlaub relevant werden könnten. Sortieren Sie das Gefundene danach, was Sie erledigen müssen, was verschoben oder delegiert werden kann.

Schritt 3: Sprechen Sie mit wichtigen Personen

Eventuell haben Sie manch Wichtiges überhaupt noch nicht auf dem Radar. Und dennoch könnte genau das während Ihres Urlaubs hohe Priorität erhalten. Sprechen Sie also frühzeitig mit der Unternehmensleitung oder den Leitern von IT bzw. Kundenservice. Einerseits können Sie schon früh über Ihre Abwesenheit informieren. Andererseits können Sie ausmachen, ob Wichtiges ansteht.

Schritt 4: Planen Sie mit Vorlauf

Stellen Sie zusammen, was Sie im Vorfeld Ihres Urlaubs in Angriff nehmen müssen. Dazu können Sie auch auf die folgende Checkliste setzen. Viele Erledigungen, sprich To-dos, brauchen jedoch einiges an Vorlauf für Gespräche, Abstimmungen oder Entscheidungen. Warten Sie also nicht zu lange.

Schritt 5: Prüfen Sie die Umsetzung

Die Vorbereitung des Unternehmens auf Ihre Abwesenheit kann eine längere Sache sein. Prüfen Sie also regelmäßig, wie weit Sie mit den einzelnen, zur organisierenden Punkten sind. Und machen Sie den finalen Check am besten nicht erst am letzten Arbeitstag. Besser ist das einige Tage davor. Denn dann haben Sie zumindest noch eine Chance, eventuell nötige Alternativen zu organisieren und können sicher sein, dass für alle Aufgaben vorgesorgt ist.

Checkliste: So bereiten Sie das Unternehmen auf Ihren Urlaub vor



To-do	Erläuterung	Erledigt
Urlaubsvertretung		
Vertretung oder Stellvertreter mit Unternehmensleitung abstimmen	<ul style="list-style-type: none"> › Klären Sie mit der Leitung, inwieweit eine Abwesenheitsvertretung ausreicht oder ob es einen Stellvertreter geben soll. Für einen Urlaub reicht oft eine Urlaubsvertretung aus. › Suchen Sie frühzeitig das Gespräch, um grünes Licht für die Auswahl einer Vertretung bzw. eines Stellvertreters zu haben. Suche und Auswahl können Zeit in Anspruch nehmen. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Vertreter auswählen und Zustimmungen einholen	<ul style="list-style-type: none"> › Machen Sie Wunschkandidaten aus. Achten Sie hier insbesondere auf die persönliche und charakterliche Eignung sowie ein positives und professionelles Auftreten. Schließlich geht es bei Ihnen um eine Vertretung mit besonderer Verantwortung. › Klären Sie mit der betreffenden Person und im Anschluss auch mit deren Vorgesetzten, inwieweit man mit der Übernahme der Aufgabe einverstanden ist. Besprechen Sie zudem die Verfügbarkeit während Ihrer Abwesenheit. › Vermeiden Sie faule Kompromisse. Was Ihre Vertretung macht, kann im Zweifel auch auf Sie zurückfallen. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein

Aufgaben für Vertretung festlegen	<ul style="list-style-type: none"> › Legen Sie konkret fest, was die Vertretung während Ihrer Abwesenheit übernehmen soll bzw. darf. › Halten Sie die Aufgaben am besten schriftlich fest, damit es später keine Unklarheiten gibt. Informieren Sie den Vertreter über die Aufgaben und das, was nicht dazuzählt. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Erforderliches Know-how vermitteln	<ul style="list-style-type: none"> › Vermitteln Sie einige grundlegende Basics zum Datenschutz. › Informieren Sie über kritische Themen und das richtige Verhalten in entsprechenden Fällen. › Legen Sie großen Wert auf den Aspekt „Vertraulichkeit“. Vermitteln Sie, dass jegliche Informationen im Rahmen der Vertretung nichts für unbefugte Augen und Ohren sind. › Sprechen Sie das richtige Verhalten in bestimmten (Not-)Situations durch, etwa zum richtigen Verhalten bei Anrufen oder Anfragen sowie bei Datenpannen oder Betroffenenanfragen. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Vertretung arbeitsfähig machen	<ul style="list-style-type: none"> › Leiten Sie alles in die Wege, was für die Arbeitsfähigkeit der Vertretung nötig ist. Denken Sie insbesondere an den lesenden Zugriff auf Daten oder Postfächer. Auch sind passende Berechtigungen unerlässlich. › Probieren Sie gemeinsam aus, ob relevante Zugriffe auch tatsächlich funktionieren. Dann klappt alles auch dann, wenn es gebraucht wird. › Denken Sie bereits bei der Vergabe von Berechtigungen an deren Entzug nach dem Urlaub. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Plan B für den Ausfall der Vertretung erstellen	<ul style="list-style-type: none"> › Auch Ihre Vertretung kann plötzlich für längere Zeit ausfallen. Gut ist es dann, wenn Sie eine alternative Lösung haben. › Stellen Sie sicher, dass Sie über einen Ausfall informiert werden. Nur so können Sie rechtzeitig reagieren. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Briefing am letzten Arbeitstag planen und durchführen	<ul style="list-style-type: none"> › Dieser Termin ist wichtig: Einerseits kann Ihre Vertretung noch offene Fragen klären. Andererseits können Sie auf Ihnen besonders Wichtiges hinweisen. › Machen Sie den Termin vormittags, damit Sie im Bedarfsfall noch bis zum Feierabend Antworten auf offene Fragen geben können. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Termin für Briefing nach dem Urlaub festlegen	<ul style="list-style-type: none"> › Legen Sie unbedingt einen ersten Rücksprachetermin fest, damit Sie schnell erfahren können, was während Ihrer Abwesenheit passiert ist. › Ist kein persönlicher Termin möglich, bitten Sie darum, dass alles Wichtige in einer E-Mail zusammengestellt wird. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Ihre Arbeit		
Wichtige laufende Themen, Projekte und Beratungen abschließen	<ul style="list-style-type: none"> › Gehen Sie Ihre offenen Anfragen durch und versuchen Sie, diese vor Urlaubsbeginn zu erledigen. › Ist das nicht oder nur teilweise möglich, informieren Sie die betreffenden Kollegen. › Müssen andere noch etwas erledigen oder zuliefern, fordern Sie das bis nach Ihrem Urlaub ein. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Stand und Handlungsbedarf zu laufenden Anfragen von Betroffenen und der Aufsichtsbehörde klären	<ul style="list-style-type: none"> › Idealerweise werden solche Vorgänge vor Ihrem Urlaub abgeschlossen. Ist das nicht machbar, bieten Sie vorab noch Ihre Unterstützung an, damit während Ihrer Abwesenheit nichts liegen bleibt. › Vermitteln Sie, dass solche Vorgänge nicht auf Ihre Rückkehr warten können. Meist sind Fristen einzuhalten. Ist das nicht machbar, sollte um Fristverlängerung gebeten werden. Bei Betroffenenanfragen sollte der Betroffene entsprechend informiert werden. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Wichtige Termine verschieben	<ul style="list-style-type: none"> › Finden während Ihrer Abwesenheit wichtige Termine statt, an denen Sie teilnehmen sollten, versuchen Sie, diese zu verschieben. › Können Termine nicht verschoben werden, sollten Sie dafür sorgen, dass Sie über die Ergebnisse informiert werden. Eventuell kann auch ein Vertreter teilnehmen. Dann ist wichtig, dass Sie ihn instruieren. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Wichtige Ansprechpartner über Abwesenheit und Urlaubsvertretung informieren	<ul style="list-style-type: none"> › Informieren Sie wichtige Stellen rechtzeitig über Ihre Abwesenheit. › Wer für Ihre Arbeit wichtig ist, sollte rechtzeitig telefonisch informiert werden. Hier besteht die Möglichkeit, noch kurz Wichtiges zu besprechen. › Senden Sie rechtzeitig eine E-Mail an die Kollegen, in der alles Relevante enthalten ist. Dazu zählt auch die Info, wer Sie während Ihres Urlaubs vertritt. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Awarenessaktivitäten zum Urlaub der Mitarbeiter durchführen	<ul style="list-style-type: none"> › Auch die Mitarbeiter gehen bald in Urlaub. Eventuell wollen Sie im Vorfeld noch einige wichtige Tipps geben, etwa zu Clean Desk vor dem Urlaub. › Bieten Sie eventuell eine offene Sprechstunde an. Oft gibt es Fragen auch rund um Abwesenheit und Urlaub, auf die Sie so nicht gekommen wären. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Notfallpläne erstellen und prüfen	<ul style="list-style-type: none"> › Überlegen Sie, inwieweit einige Checklisten sinnvoll sind, damit Sie etwa bei Betroffenenanfragen oder Datenpannen nichts dem Zufall überlassen. Falsche Entscheidungen können später auch Ihnen viel Arbeit bescheren. › Vielleicht gibt es Pläne für Notsituationen mit Datenschutzrelevanz. Checken Sie vorab, inwieweit diese noch passen. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Notfallerreichbarkeit festlegen und kommunizieren	<ul style="list-style-type: none"> › Machen Sie aus, in welchen Fällen man Sie trotz Ihres Urlaubs kontaktieren kann oder muss. Legen Sie zudem fest, wie man Sie erreichen kann. › Bei wichtigen Ansprechpartnern oder Ihrer Urlaubsvertretung können Sie Kontaktdaten hinterlegen. Achten Sie darauf, dass Sie hierüber auch tatsächlich erreichbar sind. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Abwesenheitsnotiz erstellen und terminieren	<ul style="list-style-type: none"> › Setzen Sie am besten auf eine interne und eine externe Version. Geben Sie vor allem extern nur die unbedingt erforderlichen Informationen. › Stellen Sie ggf. schon vorab den Aktivierungszeitraum ein. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Technikcheck durchführen	<ul style="list-style-type: none"> › Wollen Sie von unterwegs Zugriff auf Daten oder E-Mails haben, muss die nötige Technik funktionieren, etwa eine externe Anmeldung und eine VPN-Software. › Führen Sie den Check frühzeitig durch. Klappt etwas nicht, haben Sie noch ausreichend Zeit, das Problem zu lösen. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein
Arbeitsplatz aufräumen und organisieren	<ul style="list-style-type: none"> › Auch für Ihren Arbeitsplatz gilt Clean Desk. Räumen Sie und schließen Sie alles Schützenswerte weg. › Entsorgen Sie nicht mehr benötigte Unterlagen datenschutzkonform. › Haben Sie wichtige Daten, führen Sie eine Datensicherung durch. Dann können Sie auch im Fall der Fälle weiterarbeiten, etwa wenn Ihre Notebookfestplatte bei einem Sturz beschädigt wird. 	<input type="radio"/> Ja <input type="radio"/> Nein

Wer schreibt, der bleibt: Machen Sie Ihre Arbeit belegbar

Sie kennen vielleicht die geflügelten Worte aus der Überschrift: Auch wenn mancher das gerne einfach so dahinsagt, steckt viel Wahres darin. Kann man die eigene Arbeit belegen, wird es für andere schwierig, einem an den Karren zu fahren. Das gilt gerade für Sie als Datenschutzbeauftragten.

Dokumentieren ist wichtig

Ihnen ist bestimmt die Rechenschaftspflicht aus Art. 5 Abs. 2 Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) bekannt. Auch Art. 24 Abs. 1 Satz 1 DSGVO enthält die Pflicht zum Nachweis der Maßnahmen zur Umsetzung der DSGVO. Allerdings trifft diese Pflicht den Verantwortlichen. Für Datenschutzbeauftragte besteht keine gesetzliche Verpflichtung, die Arbeit belegbar zu machen. Allerdings liegt genau das in Ihrem Eigeninteresse. Können Sie belegen, wie Sie bei einer bestimmten Frage beraten haben, wird es schwer, das Gegenteil zu behaupten. Zudem bringen Sie Konsistenz in Ihre Beratung oder in Ihre Kontrollen, wenn Sie auch nach Jahren noch nachvollziehen können, wie Sie die Dinge gesehen haben.

Allerdings liegt auf der Hand, dass Sie nicht immer einfach alles dokumentieren können. Damit Sie die richtige Wahl treffen und geschickt beim Dokumentieren vorgehen, sollten Sie die folgenden Tipps beherzigen:

Tipp 1: Setzen Sie auf Risikoorientierung

Sie können nicht alles dokumentieren. Das wäre weder zeitlich möglich, noch wäre es zielführend. Wichtig ist daher, dass Sie sich auf Sachverhalte, Beratungen und Kontrollen zu Verarbeitungen mit hohem Risiko- oder Schadenspotenzial konzentrieren. Auch ein mulmiges Gefühl kann entscheidend sein, um etwas genau festzuhalten. Am besten Sie orientieren sich an folgender Faustformel: Dokumentieren Sie immer dann, wenn es datenschutzrechtlich kritisch, komplex, knifflig oder heikel werden kann. Bagatellanfragen oder Alltagsthemen können Sie unter den Tisch fallen lassen.

Tipp 2: Halten Sie Komplexes schriftlich fest

Gerade wenn man Sie nicht gern mit Informationen versorgt, Ihnen vielleicht auch ein X für ein U vormachen will oder wenn es kompliziert wird, ist wichtig: Halten Sie im Detail den Sachverhalt fest. Lassen Sie sich im Zweifel bestätigen, dass Ihre Darstellung zutreffend ist. Erst dann beginnen Sie mit Ihrer Beratung, die Sie auf genau diesen Sachverhalt zuschneiden. Dieses Vorgehen hat einen entscheidenden Vorteil: Ist der Sachverhalt fixiert, kann Ihnen später niemand vorwerfen, dass Sie etwas falsch verstanden hätten.

Tipp 3: Standardisieren Sie Ihre Dokumentation

Damit Ihnen das Dokumentieren leichter von der Hand geht und Sie nicht mal dies und mal jenes zu dokumentieren vergessen, können Sie auf ein Formular setzen. Erstellen Sie sich eine Vorlage, die Sie ausgedruckt im Termin handschriftlich befüllen können. Sie

können sich auch eine E-Mail-Vorlage bauen oder eine Standardseite in einer Notizsoftware wie z. B. Microsoft OneNote. Nehmen Sie in Ihr Formular alle wichtigen Aspekte auf, die es zu dokumentieren gilt. So z. B.:

- › alles Relevante zu einem Termin (insbesondere Zeitpunkt, Teilnehmer, Anlass, Thema)
- › Sachverhalt und relevante Aspekte
- › Ihre Bewertung und Empfehlungen
- › Entscheidungen, Maßnahmen und Fristen.

Tipp 4: Dokumentieren Sie Prüfungen und Audits

Entsprechende Berichte sind Ihre zentralen Nachweisdokumente, etwa gegenüber der Unternehmensleitung. Bei jeder Prüfung sollten Sie festhalten, was Sie geprüft haben, welche Belege Sie vorgefunden haben und welche Schlüsse gezogen wurden. Zudem sollten Sie dokumentieren, welche Maßnahmen mit wem vereinbart wurden und bis wann diese umzusetzen sind. Solche Berichte können Sie um Fotos, Screenshots oder andere Nachweise ergänzen, um Ihre Feststellungen zu belegen. Bewahren Sie Ihre Berichte mindestens bis zum nächsten Audit auf, um prüfen zu können, ob man aus früheren Fehlern tatsächlich gelernt hat.

Tipp 5: Setzen Sie bei Brisantem auf Unterzeichnetes

Ist etwas heikel, etwa weil man gegen Ihren Rat handeln will, sollten Sie ein Protokoll erstellen, das von den Beteiligten handschriftlich zu unterzeichnen ist. Das kann einerseits noch einmal zum Umdenken führen. Ist das nicht der Fall, haben Sie andererseits einen Nachweis, der „gerichtsfest“ ist. Schließlich lässt sich die Bestätigung von Inhalten durch Unterschrift kaum anzweifeln.

Tipp 6: Dokumentieren Sie Pannen akribisch

Hier kann es immer dazu kommen, dass später einmal die Datenschutzaufsichtsbehörde nachfragt. Und die kann auch Ihre Beratung und Ihr Handeln unter die Lupe nehmen. Dokumentieren Sie daher genau, wer wann wen informiert hat, welche Bewertung Sie vorgenommen haben und welche Entscheidungen von wem getroffen wurden.

Tipp 7: Haben Sie ein Auge auf die Zukunftsfähigkeit

Egal, wie Sie dokumentieren, denken Sie daran, dass Sie die Informationen ggf. in Zukunft brauchen werden. Nutzen Sie also Standardsoftware und Standardformate. Denken Sie auch an Back-ups. Alternativ ist manchmal auch Handgeschriebenes oder Ausgedrucktes die bessere bzw. dauerhaftere Lösung.

Cyberresilienz: Wie können wir den Handlungsbedarf besser vermitteln?

FRAGE: Der Leiter der IT und ich als Datenschutzbeauftragter wollen mit der Unternehmensleitung sprechen. Aus unserer Sicht muss im Unternehmen mehr zum Schutz vor Cyber Risiken unternommen werden. Haben Sie Argumente, die die Notwendigkeit zum Handeln unterstreichen?

ANTWORT: Es lassen sich viele Argumente finden, warum Ihr Unternehmen aktiv werden sollte. Darauf basierend sollte eine durchdachte Gesamtstrategie entwickelt werden. Dabei brauchen Sie nicht zu sehr zwischen IT-Sicherheit und Datenschutz unterscheiden. Denn meist ist gute IT-Sicherheit auch eine geeignete Grundlage für guten Datenschutz.

Denken Sie an diese Argumente

- › **Sicherung des Fortbestands des Unternehmens:** Das Schlagwort ist hier „Business Continuity Management“. Mit geeigneten Maßnahmen muss Ihr Unternehmen am Laufen gehalten werden, auch wenn es zu erfolgreichen Angriffen kommt. Denn: Haben Kriminelle etwa mit einem Phishing-Angriff Erfolg, können Systeme und Daten für längere Zeit nicht oder nur eingeschränkt zur Verfügung stehen. Nur mit einer guten Gegenstrategie sowie Plänen für den Fall der Fälle kann hier schnell und effektiv reagiert werden.
- › **Vermeidung finanzieller Schäden:** Die können vielfältige Ursachen haben. So kann etwa bei einer Datenpanne nicht nur ein Bußgeld durch die Datenschutzaufsichtsbehörde drohen. Vertragspartner oder Betroffene können Schadensersatz fordern. Hinzu kommt, dass etwa schlechte Presse bzw. ein ramponiertes Image auch die Umsätze schrumpfen lassen kann.
- › **Schutz geschäftskritischer Informationen:** Jedes Unternehmen hat solche Informationen. Dabei können auch personenbezogene Daten von Kunden, Vertragspartnern oder Mitarbeitern zu dieser Datenkategorie zählen. Stellen Sie einfach die Frage: Was wäre, wenn solche Daten nicht mehr zur Verfügung stünden oder wenn sie von Kriminellen zwecks Erpressung verschlüsselt würden?
- › **Einhaltung von relevanten Anforderungen:** Typischerweise sind das gesetzliche Anforderungen, etwa aus der Datenschutz-Grundverordnung. Daneben kann es auch vertragliche Festlegungen geben, die Ihr Unternehmen erfüllen muss. Zugleich müssen Ihr Unternehmen und dessen Management Vorsorge treffen, um Risiken zu minimieren.
- › **Schutz der Reputation:** Ein gutes Image kann entscheidend für den Geschäftserfolg sein. Leidet die Reputation, kann das die Vertrauensbasis von Geschäftspartnern zunichtemachen. Doch auch die Gewinnung von Neukunden wird schwieriger bzw. teurer.

Dokumentieren Sie Ihre Empfehlungen

Zwar ist das Vorbringen guter Argumente meist nur ein erster Schritt. Der ist jedoch wichtig. Schließlich schärfen Sie das Risikobewusstsein beim Management. Gemeinsam mit Ihrem Kollegen sollten Sie jedoch auch Handlungsempfehlungen geben. Idealerweise führen Sie konkrete Entscheidungen herbei. Auf jeden Fall ist wichtig, dass Sie Ihre Empfehlungen konkret dokumentieren.

Ist ein OLG-Urteil allgemein übertragbar auf andere Fälle?

FRAGE: Ich habe ein Urteil eines Oberlandesgerichts (OLG) zu einem Datenschutzthema gefunden, das aus meiner Sicht zu einem Problem im Unternehmen passt. Der Kollege aus der IT-Abteilung meint nun, dass das eine Einzelfallentscheidung sei und man die Aussagen nicht verallgemeinern dürfe. Stimmt das so?

ANTWORT: Ja und nein. Bei der Entscheidung eines OLG handelt es sich um die Entscheidung eines einzelnen Obergerichts in einem spezifischen Fall. Andere OLG könnten anders urteilen. Um allgemeinere Schlüsse zu ziehen, wäre eine Entscheidung eines Bundesgerichts, etwa des Bundesgerichtshofs, besser geeignet.

Aber: Bedenken Sie stets, dass Urteile immer nur auf einen Sachverhalt bezogen sind. Hier können unter Umständen schon kleine

Abweichungen vom Sachverhalt Ihres Unternehmens eine Entscheidung ganz anders ausfallen lassen.

Selbst wesentlich gleiche Sachverhalte können von verschiedenen Gerichten unterschiedlich bewertet werden. Und dennoch: Eine Gerichtsentscheidung bietet immer Orientierung, wie die Dinge gesehen werden können. Hierauf basierend können immer Schlüsse für die eigene Situation gezogen werden.



BGH: Registergericht muss Unterschriften entfernen

Als jemand mit viel Datenschutz-Know-how wissen Sie: Beim Verarbeiten personenbezogener Daten muss auf Datensparsamkeit geachtet werden. Sind Daten nicht erforderlich, darf die Verarbeitung nicht stattfinden. Genau das meint nun auch der Bundesgerichtshof (BGH) zu Einträgen im Handelsregister (Beschluss vom 18.2.2026, Az. II ZB 2/25).

Das führte zum Rechtsstreit

Ausgangspunkt des Rechtsstreits sind im „Gemeinsamen Registerportal der Länder“ veröffentlichte gesellschaftsrechtliche Dokumente zu einer als „GmbH & Co. KG“ eingetragenen Firma. In der Dokumentenansicht des Registers waren zwei Dokumente zu finden. Diese enthielten unter anderem die händischen Unterschriften sowie Privatanschriften der Geschäftsführer der an der Firma beteiligten Gesellschaften.

Die beiden Geschäftsführer der beteiligten Unternehmen stellten den Antrag beim Registergericht, dass die betreffenden Dokumente ausgetauscht werden sollten. Die Ersatzdokumente sollten nicht mehr ihre Privatanschriften und ihre Unterschriften enthalten. Stattdessen sollten in den neuen Dokumenten nur die Anschriften der an der Firma beteiligten Gesellschaften enthalten sein. Ferner sollten die Unterschriften durch einen „gez.“-Vermerk mit getipptem Namen ersetzt werden.

Antragsteller wollen sich schützen

Aus Sicht der Antragsteller gab es gute Gründe für einen Austausch der veröffentlichten Dokumente. So bestehe ein Risiko, Opfer von Straftaten zu werden. Jedermann hätte die Möglichkeit, die Dokumente mit Privatanschrift und Unterschrift einzusehen. Mit den gesammelten Daten könnten kriminelle Profile erstellen und in krimineller Absicht nutzen.

Vor dem BGH erfolgreich

Das Registergericht sah kein Problem in der Veröffentlichung der Dokumente und der enthaltenen Daten. Es lehnte die Anträge ab. Also reichten die Antragsteller Beschwerde beim Hanseatischen Oberlandesgericht (OLG) ein. Doch auch dort blieben sie ohne Erfolg. Das OLG entschied, dass das Registergericht die Anträge zu Recht abgelehnt hatte. Auf einen möglichen Austauschanspruch aus Art. 17 Abs. 1 Buchst. b Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) komme es nicht an. Denn die Antragsteller hätten kein rechtliches Interesse am Austausch der Dokumente. Das Risiko krimineller Machenschaften bestehe auch nach einem Austausch der Dokumente.

Die Entscheidung des OLG wollten die Antragsteller so nicht akzeptieren. Also zogen sie vor den BGH. Dort hatten sie mit ihren Argumenten Erfolg. Der BGH hob die Entscheidung des OLG auf und verwies die Sache an das Registergericht zurück. Dabei wurde die Verpflichtung ausgesprochen, den Austausch der veröffentlichten Dokumente gegen Dokumente ohne Privatanschriften und Unterschriften zuzulassen.

So urteilte der BGH

Aus Sicht des BGH lagen die Richter der Vorinstanz falsch. Für die Beschwerdeführer besteht ein Anspruch auf Austausch der Dokumente nach Art. 17 Abs. 1 DSGVO i. V. m. § 9 Abs. 7 Handelsregisterverordnung (HRV). Art. 17 Abs. 1 DSGVO setzt kein rechtliches Interesse an einer Löschung voraus. Es müssen nur die Voraussetzungen erfüllt sein. Gründe, nach denen eine Löschung unterbleiben kann, sind abschließend in Art. 17 Abs. 3 DSGVO geregelt. Darüber hinaus kann den Antragstellern kein missbräuchliches Verhalten angelastet werden. Insbesondere soll mit der betreffenden Handlung kein ungerechtfertigter Vorteil erlangt werden.

Austausch kommt Löschen gleich

Es ist für den Löschanpruch nach Art. 17 DSGVO nicht erforderlich, dass dieser für die Löschung eines personenbezogenen Datums aus allen Speicherbeständen geltend gemacht wird. Ein Betroffener kann den Umfang seines Löschanpruchs weitgehend selbst bestimmen und auch selektiv vorgehen. Der geforderte Austausch der Dokumente ist vom Löschananspruch aus Art. 17 Abs. 1 DSGVO umfasst. Der Erfolg einer Löschung, sprich das Unbrauchbarmachen der Daten, kann auch durch einen Austausch von Dokumenten erfolgen.

Verarbeitung nicht gerechtfertigt

Ein Grund zur Löschung gemäß Art. 17 Abs. 1 Buchst. b DSGVO und für einen Dokumentenaustausch liegt nach § 9 Abs. 7 HRV vor. Die bisherige Verarbeitung der betreffenden Daten lässt sich nicht auf eine Rechtsgrundlage nach Art. 6 Abs. 1 DSGVO stützen. Insbesondere besteht keine Verpflichtung, mehr Daten zu verarbeiten als für Registerzwecke erforderlich sind. Gründe für einen Ausschluss der Löschung nach Art. 17 Abs. 3 DSGVO fehlen. Insbesondere besteht kein öffentliches Interesse, das einer Bereinigung der Registerordner entgegensteht.

§

Das können Sie aus der Entscheidung folgern

Der BGH stellt klar: Für das Verarbeiten personenbezogener Daten bedarf es immer einer Rechtsgrundlage. Werden mehr Daten als erforderlich verarbeitet, kann das einen Löschanpruch Betroffener auslösen. Außerdem: Den Umfang eines Löschanpruchs kann der Betroffene selbst festlegen. Zudem kann es im Einzelfall reichen, bestimmte Informationen auszutauschen.

Datenschutz aktuell Live Talk:

Gratis-Webinar

Austausch, Aktualität, fachliche Tiefe für alle mit Aufgaben im Datenschutz



**am letzten
Freitag
jeden Monats**



**um
16:30 Uhr
60 Minuten**

**Moderator & Fachexperte
Andreas Würtz**



Warum am Live Talk teilnehmen?

Neue Leitlinien, geplante Gesetzesänderungen, behördliche Anforderungen und praxisnahe Umsetzungsfragen stellen Datenschutzverantwortliche regelmäßig vor neue Herausforderungen. Oft bleiben dabei konkrete Fragen offen – oder es fehlt die Gelegenheit, Themen direkt mit einem Experten zu besprechen.

Der **Datenschutz aktuell Live Talk** ist aufgrund seines digitalen Formats bequem von überall erreichbar. Im Mittelpunkt steht ein **vertraulicher**,

fachlicher Austausch zu aktuellen Schwerpunktthemen aus Datenschutzrecht und Datenschutzpraxis.

Die Veranstaltung wird **nicht aufgezeichnet**. So entsteht ein geschützter Rahmen, in dem auch sensible Fragestellungen offen angesprochen werden können. Sie entscheiden selbst, wie aktiv Sie teilnehmen möchten: **Bringen Sie Ihre Fragen ein oder hören Sie einfach zu** – ganz nach Ihrem Bedarf und ganz wie Sie mögen.

Der Live Talk ist bewusst kein klassisches Webinar mit Frontalvortrag, sondern ein dialogorientiertes Format, das auf Austausch, Aktualität und fachliche Tiefe setzt.

Ich freue mich auf Ihre Teilnahme!

Ihr Moderator & Fachexperte Andreas Würtz

Rechtsanwalt | Datenschutzexperte

Chefredakteur des Fachratgebers „Datenschutz aktuell“

**Jetzt zum
nächsten
Live-Talk
anmelden:**



t1p.de/live-talk



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

Vorschau:

Sommerurlaub 2026: Helfen Sie dem Datenschutz
auf die Sprünge

Sorgen Sie für grundlegendes Datenschutzwissen bei
Ferienjobbern