DATENSCHUTZAKTUELL
NOV I 2026
IMMERAKTUELL › IMMERRELEVANT › IMMERPRAXISNAH



AI GENERATED

BUDGETPLANUNG LEICHT GEMACHT: SO GEHEN SIE AM BESTEN VOR

AWARENESS
Jetzt sensibilisieren: Die Dauerbrenner der Vorweihnachtszeit 1–2

TRENDS & KI
Achten Sie bei Wissensdatenbanken auf diese Punkte 3



Sie müssen nicht alles wissen

Liebe Leserin, lieber Leser,

geht es um den Umgang mit Daten, meint der eine oder andere in Ihrem Unternehmen: Das ist was für den Datenschutzbeauftragten. Der hat das Know-how und weiß immer, was zu tun ist. Dass dem nicht so ist, können vielleicht auch Sie bestätigen. Das geht ganz bestimmt den meisten Datenschützern so.

Klar ist: Man kann nicht alles wissen, gerade im rechtlichen oder technischen Bereich. Es ist deshalb keine Schande, dies zuzugeben. Die Kunst ist, damit professionell umzugehen. Know-how, das Ihnen fehlt, gibt es anderswo. Sie müssen es sich nur holen, etwa bei Kollegen oder externen Profis.

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.

Inhalt

Awareness
Jetzt sensibilisieren: Die Dauerbrenner der Vorweihnachtszeit
Seiten 1–2

Trends & KI
Achten Sie bei Wissensdatenbanken auf diese Punkte
Seite 3

Know-how
Budgetplanung leicht gemacht: So gehen Sie am besten vor
Seiten 4–5

DSB geht billiger? Entzaubern Sie Lockangebote
Seite 6

Fragen an die Redaktion
Ist die Datenschutzbetreuung aus der Ferne ein Problem?
Seite 7

Ist eine Schulung am Livesystem in Ordnung?
Seite 7

Recht & Richtlinie
BGH: Fehlversand führt zu Schadensersatz
Seite 8

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

Live-Talk:
https://t1p.de/live-talk

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

Impressum

PRIVACYXPERTS

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, Michael Schrader, 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 | KI generiert; Seite 1: Adobe Stock | TeamDF

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



In der Vorweihnachtszeit steigen Arbeits- und Stressniveau – das kann zu Fehlern führen. Beugen Sie vor!

Jetzt sensibilisieren: Die Dauerbrenner der Vorweihnachtszeit

Die Vorweihnachtszeit steht in den Startlöchern. Das bedeutet in vielen Unternehmen, dass noch mal Gas gegeben wird. Kein Wunder also, dass bei vielen Kollegen das Arbeits- und Stressniveau steigt. Doch dem können Sie für den Datenschutz vorbeugen.

Sorgen Sie im Handumdrehen für Sensibilität

Selbstredend: Sie könnten wichtige Tipps für den Datenschutz in der Vorweihnachtszeit auch in einer Schulung geben. Doch unter Umständen erreichen Sie so nicht alle oder der eine oder andere ist bei den Terminen verhindert. Da ist es meist besser, wenn Sie eine E-Mail schicken und einige Tipps geben, die Ihnen wichtig sind.

Die Tipps können Sie auch in einen Selbstcheck verpacken, damit die Leser selbst einschätzen können, ob sie sich richtig verhalten. Für Ihre E-Mail orientieren Sie sich einfach an folgendem Muster.

Muster: Awareness-E-Mail „Vorweihnachtszeit“

Datenschutz in der Vorweihnachtszeit: kleiner Check mit großer Wirkung

Liebe Kollegin,
lieber Kollege,

die Vorweihnachtszeit steht vor der Tür. Die Wochen vor Weihnachten sind aber nicht nur Zeit der Besinnlichkeit, der Weihnachtsfeiern oder der Vorfreude auf die Festtage und Ihren Urlaub. Meist ist die Zeit auch geprägt durch besondere Aktivitäten, volle Terminkalender, Hektik und Stress. Und diese Umstände können es begünstigen, dass Fehler passieren. Im Eifer des Gefechts wird etwas übersehen, falsch eingeschätzt oder unbedacht angeklickt. Solche Fehler müssen nicht passieren. Im Gegenteil: Meist lassen sie sich vermeiden.

Gerade jetzt ist Datenschutz wichtig

Uns allen muss Datenschutz in der Vorweihnachtszeit ein wichtiges Anliegen sein. Schließlich geht es um persönliche Informationen und Persönlichkeitsrechte von Kunden, Geschäftspartnern oder auch Kollegen. Bleibt hier der Datenschutz auf der Strecke oder geraten Informationen in falsche Hände, ist das nicht nur für Betroffene in dieser Zeit besonders ärgerlich. Auch können Beschwerden, Abmahnungen oder Schadensersatzforderungen in unserem Unternehmen für viel Stress und Ärger sorgen. Das gilt es unbedingt zu vermeiden.

Seien Sie auf der Hut

Doch die Vorweihnachtszeit ist auch Hochsaison für Cyberkriminelle. Setzen Sie daher alles daran, diesen nicht auf den Leim zu gehen. Überlegen Sie immer zweimal, bevor Sie handeln. Bei seltsamen Forderungen per E-Mail, Nachricht oder Anruf ist überlegtes und abgestimmtes Handeln ein Muss.

Testen Sie sich selbst

Mit der folgenden Checkliste können Sie in wenigen Minuten prüfen, ob Sie sich gut auskennen und für alle Fälle gerüstet sind. Treffen Sie eine ehrliche Einschätzung. Das Ergebnis bleibt bei Ihnen.

Tipp	Das sollten Sie wissen bzw. beachten	Setze ich das so um?
Ohne Einwilligung keine Werbung	› Elektronische Werbung ist grundsätzlich problematisch, egal ob per E-Mail, SMS, Messenger-Nachricht oder als Nachricht im Business-Netzwerk (z. B. LinkedIn, Xing). Grundsätzlich bedarf es immer der vorherigen ausdrücklichen Einwilligung des Empfängers. Es ist egal, ob es sich um einen Verbraucher, ein anderes Unternehmen oder den Mitarbeiter eines anderen Unternehmens handelt. › Der Begriff „Werbung" ist weit auszulegen. Auch eine freundliche Nachricht mit beiläufigem Hinweis auf das neue Produkt ist Werbung. Selbst der Weihnachtsgruß kann Werbung sein, gerade wenn mit ihm etwa der Absatz von Waren oder Dienstleistungen gefördert werden soll. › Die Einwilligung muss nachweisbar sein, sprich, unser Unternehmen muss klar belegen können, dass der Empfänger vorab mit dem Erhalt von Werbung einverstanden war. › Ohne Einwilligung geht es nur bei Bestandskunden, wenn alle Voraussetzungen des § 7 Abs. 3 des Gesetzes gegen den unlauteren Wettbewerb erfüllt sind. Meist fehlt es an der einen oder anderen Voraussetzung. Im Zweifel kontaktieren Sie vorab die für das Wettbewerbsrecht zuständigen Kollegen der Rechtsabteilung. › Vermeiden Sie auch „versteckte" Werbung in Weihnachtsgrüßen an Geschäftsfreunde, das heißt jede Marketing- oder Verkaufsbotschaft. Wollen Sie auf Nummer sicher gehen, beschreiten Sie den klassischen Weg. Schicken Sie Ihre Weihnachtsgrüße per Post.	○ Ja ○ Nein
Datendiät bei Teilnehmerlisten und Ähnlichem	› Teilnehmerlisten können zum Datenschutzproblem werden, auch wenn es nur um die Weihnachtsfeier oder die Abfrage zu Essenswünschen geht. Dabei ist es egal, ob es sich um eine elektronische Tabelle oder eine Papierliste handelt. Gerade wenn auch sensible Informationen eine Rolle spielen (z. B. zu Lebensmittelallergien), ist es schlecht, wenn alle Informationen für alle einsehbar sind. › Setzen Sie auch bei Listen oder Abfragen auf das Minimalprinzip. Erfassen Sie nur das, was wirklich erforderlich ist. Noch besser ist, wenn Sie eine Abfrage per E-Mail durchführen, die individuell beantwortet wird. Dann bekommen andere nichts von dem mit, was sie nichts angeht.	○ Ja ○ Nein
Schnappschüsse von Weihnachtsfeiern: erst fragen, dann knipsen bzw. posten	› Grundsätzlich gilt: Fotos zur persönlichen Erinnerung an ein Ereignis sind meist kein Problem. Dennoch sollten Sie niemanden gegen seinen Willen ablichten. Fragen Sie vorab nach. Informieren Sie auch, was Sie mit den Bildern vorhaben. › Die Sache sieht anders aus, wenn Sie gemachte Fotos veröffentlichen wollen, etwa bei einem sozialen Netzwerk. Datenschutzrechtlich sind Sie dann voll für die Verarbeitung verantwortlich, weil dies nicht mehr als ausschließlich privater Zweck gilt. Die sogenannte Haushaltsausnahme der Datenschutz-Grundverordnung greift hier nicht. Sie brauchen also eine Rechtsgrundlage, eben meist die Einwilligung. › Apropos Einwilligung für die Veröffentlichung: Die brauchen Sie auch nach § 22 Kunsturhebergesetz, wenn nicht die Ausnahmen der Folgeparagrafen greifen.	○ Ja ○ Nein
Augen auf bei E-Mails an viele Empfänger	› Schicken Sie E-Mails an viele externe Empfänger, sollten Sie immer auf Nummer sicher gehen und die Empfänger in das Bcc-Feld eintragen. Die Adressen müssen in das „Blindkopie"-Feld, weil ansonsten jeder mitbekommt, wer die E-Mail ebenfalls erhält. Das kann nicht nur peinlich sein. Es handelt sich vielmehr um eine unzulässige Weitergabe von personenbezogenen Daten. Und diese Datenpanne kann viel Ärger verursachen. Beispielsweise muss oft eine Meldung an die Datenschutzaufsichtsbehörde erfolgen. › Checken Sie vor dem Absenden einer E-Mail immer, ob die Empfänger in das richtige Adressfeld eingetragen sind. › Auch bei internen E-Mails sollten Sie auf das Bcc-Feld setzen, wenn Empfänger nicht voneinander wissen sollen.	○ Ja ○ Nein
Vorsicht bei Phishing	› Gerade in der Vorweihnachtszeit haben Phishing-Nachrichten Hochkonjunktur. Kriminelle tarnen sich gerne als Paketdienst, Bank oder Onlineshop und verschicken gefälschte Nachrichten. Das Ziel: Sie sollen darauf reinfallen und sensible Daten preisgeben oder getarnte Schadsoftware installieren. Genutzt werden gerne E-Mails, SMS oder Messenger-Nachrichten. › Trauen Sie nicht einfach Ihren Augen oder Ohren. Gesundes Misstrauen ist angesagt, gerade wenn der Inhalt einer Nachricht ungewöhnlich ist, man Druck auf Sie ausübt oder unübliche Handlungen von Ihnen fordert. Überlegen Sie immer zweimal, bevor Sie handeln. Fragen Sie lieber in Ihrem Umfeld nach und klären Sie, ob das wirklich sein kann. Fragen Sie ggf. über andere Kanäle beim angeblichen Absender nach. Informieren Sie in Zweifelsfällen die IT-Hotline. › Ist es dann doch passiert, dürfen Sie nicht zuwarten. Machen Sie sofort Meldung bei der IT-Hotline, damit die nötigen Maßnahmen ergriffen werden.	○ Ja ○ Nein

Und nun zum Ergebnis Ihres Checks: Wenn Sie überall ein Ja angekreuzt haben, ist das super. Sie sind gut für die Vorweihnachtszeit aufgestellt und haben das nötige Know-how. Mussten Sie ein Nein eingestehen, ist das kein Beinbruch. Arbeiten Sie an diesem Punkt. Denn so leisten Sie einen wichtigen Beitrag dazu, Risiken zu minimieren. Und hierfür gilt Ihnen mein Dank!

Sie haben Fragen oder sind sich unsicher? Kein Problem. Melden Sie sich einfach bei mir.

Ich wünsche Ihnen eine schöne Vorweihnachtszeit!

Ihre Datenschutzbeauftragte

Wendy Lator

Achten Sie bei Wissensdatenbanken auf diese Punkte

Wissensdatenbanken sind vor allem für den Kundenservice ein wichtiges Werkzeug. Hat ein Kunde ein Problem, gab es genau dieses vielleicht schon öfters. Da ist die Lösung schnell gefunden, wenn man in einer Wissensdatenbank nach dem geschilderten Problem suchen kann. Beim Aufbau einer solchen Datenbank ist einiges zu beachten, gerade wenn auch noch KI ins Spiel kommt.

Wissensdatenbanken sind ein Datenschutzthema

Die in Wissensdatenbanken enthaltenen Lösungen gehen auf reale Fälle zurück und damit auf Kunden. Da gibt es Tickets, E-Mails, Uploads und andere kundenbezogene Informationen. Hier können viele personenbezogene Daten im Spiel sein. Doch an sich sind diese für einen „Lösungsvorschlag" in einer Wissensdatenbank nicht erforderlich. Also gibt es einiges zu tun, damit diese nicht zum Datenschutzproblem wird. Die beste Lösung: Alles, was einen Kunden identifizieren kann, sollte entfernt bzw. anonymisiert werden. Doch manchmal geht es nicht ohne Personenbezug.

Das hat es mit RAG-Systemen auf sich

Basierend auf einer Wissensdatenbank wagen immer mehr Unternehmen den nächsten Schritt: die Nutzung generativer KI in Verbindung mit Retrieval Augmented Generation (RAG). Ein RAG-System teilt beispielsweise große Textmengen aus einer Wissensdatenbank in Textabschnitte auf und überführt sie schließlich in Zahlenreihen in eine Vektordatenbank. Wird dann über ein KI-Sprachmodell eine Frage des Servicemitarbeiters gestellt, werden die passenden Abschnitte in der Vektordatenbank gesucht. Aus dem Gefundenen wird dann eine Antwort erzeugt.

Checkliste: Wichtige Aspekte bei Wissensdatenbanken

Aspekt	Das ist wichtig	Geklärt?
Wissensdatenbank		
Ist der Zweck der Datenbank konkret festgelegt?	Der Zweck ist ein wichtiges Kriterium für die datenschutzrechtliche Zulässigkeit. Einziger Zweck sollte die „Nutzung als Lösungshilfe" sein.	○ Ja ○ Nein
Weisen die Inhalte Personenbezug auf?	Personenbezug kann im Hinblick auf Kunden und Mitarbeiter bestehen. Schauen Sie sich die Daten an.	○ Ja ○ Nein
Liegt eine Rechtsgrundlage vor?	Lassen Sie sich erläutern, worauf man die Verarbeitung personenbezogener Daten stützt.	○ Ja ○ Nein
Ist der Grundsatz der Datenminimierung umgesetzt?	Nur Erforderliches darf verarbeitet werden. Bewerten Sie das im Hinblick auf den verfolgten Zweck.	○ Ja ○ Nein
Wurden Daten wo immer möglich anonymisiert?	Lassen sich Fälle komplett anonymisieren, ist der Datenschutz kein Problem.	○ Ja ○ Nein
Können Betroffenenrechte umgesetzt werden?	Sind personenbezogene Daten enthalten, können Betroffene auch Rechte geltend machen. Die muss Ihr Unternehmen umsetzen können.	○ Ja ○ Nein
KI und RAG-System		
Ist der Einsatzzweck klar festgelegt?	Das Gesamtsystem sollte nur ein Hilfsmittel für den Kundenservice sein und nicht für den direkten Kundenkontakt (z. B. als Chatbot) verwendet werden.	○ Ja ○ Nein
Wurde das Sprachmodell sorgfältig ausgewählt?	Das sollte mit den enthaltenen Informationen und der Sprache gut zurechtkommen. Hin-und-Her-Übersetzungen können Fehler und Kontrollaufwände verursachen.	○ Ja ○ Nein
Erfolgt der Betrieb auf eigenen Servern?	Das ist ideal. Geht das nicht, muss bei der Verarbeitung personenbezogener Daten meist eine Vereinbarung zur Auftragsverarbeitung geschlossen werden. Denken Sie hier auch an Drittstaatentransfer.	○ Ja ○ Nein
Fließen personenbezogene Informationen in die Vektordatenbank ein?	Am besten wird das vermieden. Die Umsetzung von Betroffenenrechten, z. B. Löschung, kann ansonsten aufwendig und teuer werden.	○ Ja ○ Nein
Wurde eine ggf. erforderliche Folgenabschätzung durchgeführt?	Gerade beim Einsatz von KI kann eine Datenschutz-Folgenabschätzung erforderlich sein. Ist diese nicht nötig, sollte auch das dokumentiert werden.	○ Ja ○ Nein
Außerdem bei Wissensdatenbank, KI und RAG-System zu bedenken		
Passen die technischen und organisatorischen Schutzmaßnahmen?	Denken Sie hier auch an Berechtigungen. Nur wer Zugriff für seine Arbeit braucht, sollte diesen auch haben.	○ Ja ○ Nein
Gibt es Regelungen und Dokumentationen?	Klare Regeln fördern richtiges Verhalten. Schauen Sie sich Regelungen und Dokumentation an. Ist wirklich alles Wichtige abgedeckt?	○ Ja ○ Nein
Sind die Nutzer in Sachen KI geschult?	Das ist nach Art. 4 der KI-Verordnung unerlässlich.	○ Ja ○ Nein
Wurde der Betriebsrat eingebunden?	Ist eine Leistungs- oder Verhaltenskontrolle möglich, hat der Betriebsrat mitzubestimmen.	○ Ja ○ Nein
Erfolgt die Dokumentation im Verzeichnis von Verarbeitungstätigkeiten?	Achten Sie darauf, dass die entsprechenden Angaben in das Verzeichnis aufgenommen werden.	○ Ja ○ Nein

Budgetplanung leicht gemacht: So gehen Sie am besten vor

Unter Umständen werden Sie in den nächsten Wochen gebeten, für sich als Datenschutzbeauftragter bzw. für Ihren Bereich eine Budgetplanung zu erstellen. Auf den ersten Blick meinen viele, dass das doch schnell mit einer Tabelle erledigt sein dürfte. Doch weit gefehlt. Es ist vieles zu bedenken und es sollte nichts vergessen werden.

Gehen Sie die Sache nicht Hals über Kopf an

Auch das Planen eines Budgets kann zu einer großen Herausforderung werden, die mit vielen Überraschungen verbunden ist. Da wären Budgetposten, an die Sie nie denken würden, etwa Anteile für den Schreibtisch, Heizung und Versicherungen. Umso wichtiger ist, dass Sie planvoll an die Sache herangehen. Wie wäre es, wenn Sie sich an dieser Schritt-für Schritt-Anleitung orientieren?

Schritt 1: Klären Sie, wie man das in Ihrem Unternehmen macht

Sprechen Sie mit dem Controlling oder der Buchhaltung. Meist existieren für Kostenstellen- oder Budgetplanungen konkrete Anweisungen oder Leitfäden. Auch gibt es bestimmt Muster oder Vorlagen, von denen Sie am besten nicht abweichen. Sollten Sie nicht über eine eigene Kostenstelle verfügen oder Ihre „Nebentätigkeit" Datenschutzbeauftragter mit auf der Kostenstelle Ihrer Haupttätigkeit laufen, sollten Sie um die Einrichtung einer (Unter-) Kostenstelle bitten. Ansonsten wird nie wirklich transparent, welche Posten es für Ihre Tätigkeit als Datenschutzbeauftragter gibt.

Schritt 2: Schauen Sie sich die vorherigen Planungen an

Wichtige Informationen liefern Ihnen die Planungen aus den Vorjahren und für 2026. So erkennen Sie nicht nur, welche Posten mit welchem Budget belegt waren. Sie sehen auch, wo es finanziell knapp wurde bzw. wo Budget ungenutzt blieb. Analysieren Sie, welche Ursachen dies hatte. Stellen Sie für das aktuelle Jahr ungenutztes Budget fest, sollten Sie prüfen, ob Sie dies noch nutzen können. Ggf. können Sie auch Ausgaben oder Investitionen für das nächste Jahr vorziehen.

Schritt 3: Klären Sie die (finanzielle) Situation Ihres Unternehmens

Klären Sie im Gespräch mit dem Controlling oder der Unternehmensleitung, wie es um Ihr Unternehmen steht. Sparziele, Expansionspläne oder neue IT können viele Herausforderungen für Sie mitbringen, die kostenträchtig sein können.

Schritt 4: Identifizieren Sie zusätzlichen oder veränderten Bedarf

Hier kann es sinnvoll sein, dass Sie vorab auch mit wichtigen Know-how-Trägern sprechen, etwa der IT-, Personal- oder Vertriebsabteilung. Gibt es jemand, der sich um Unternehmens- oder Geschäftsentwicklung kümmert, sollten Sie auch hier vorstellig werden.

Nehmen Sie sich anschließend Zeit und denken Sie darüber nach, was 2027 auf Sie zukommt oder welche Aufgaben Sie wahrnehmen müssen. Auch andere Einflussfaktoren können Ihre Arbeit erheblich beeinflussen, die kostenrelevant sind. So z. B. der Aufbau oder die Schließung von Standorten im In- oder Ausland.

Schritt 5: Beziffern Sie Ihren neuen Aufwand

Überschlagen Sie insbesondere den zeitlichen und finanziellen Aufwand, der im nächsten Jahr auf Sie zukommt. Haben Sie mehr Arbeit mit der Wahrnehmung Ihrer Aufgaben als Datenschutzbeauftragter, brauchen Sie auch mehr Ressourcen. Unter Umständen ist auch erforderlich, dass man Sie mehr von Ihren sonstigen Aufgaben entbindet.

Schritt 6: Halten Sie Ausschau nach den größten Risiken

Bewerten Sie die Risiken, die im Datenschutz und in der Datenschutzorganisation für Ihr Unternehmen bestehen. Denken Sie aber auch an die Risiken, die etwa erst 2027 auftauchen, etwa durch neue Verarbeitungsverfahren oder den verstärkten Einsatz von KI. Dabei ist wichtig: Die Kosten ergeben sich aus dem Risiko und nicht umgekehrt. Risiken sollten Sie nicht wegen der Kosten geringer einschätzen.

Schritt 7: Setzen Sie Schwerpunkte

Nicht alle Risiken sind gleich bedeutsam. Ordnen Sie diese und setzen Sie Schwerpunkte, die Sie auch bei der Budgetplanung berücksichtigen. Bilden Sie drei Gruppen, und zwar „Zwingend erforderlich, da gesetzlich gefordert", „Aufgrund hohen Risikos geboten" und „Von Vorteil bzw. wünschenswert". Geht es später um das Verhandeln von Budgetposten, finden Sie in der letzten Gruppe diejenigen Themen mit dem größten Verhandlungsspielraum.

Schritt 8: Kalkulieren Sie angemessen, aber großzügig

Orientieren können Sie sich an den Werten aus den Vorjahren. Packen Sie einen Aufschlag von mindestens 5 bis 10 % sowie eine Reserve drauf. Denn klar ist: Zu knappes Kalkulieren kann sich später rächen. Einerseits können Sie schon bei Budgetverhandlungen Abstriche machen müssen. Andererseits sind unterjährige Budgetnachforderungen in der Praxis oft nicht erfolgreich.

Schritt 9: Gehen Sie den Entwurf mit dem Controlling durch

Das hilft Ihnen, Fehler oder absolut Unrealistisches früh zu erkennen und nicht erst im Gespräch mit der Unternehmensleitung. Auf der anderen Seite sind Hinweise des Controllings nicht in Stein gemeißelt. Die Unternehmensleitung muss Sie angemessen mit Ressourcen ausstatten. Macht sie das nicht, geht sie ins Risiko. Unter Umständen können Sie Ihre Arbeit nicht erfüllen, eventuell droht wegen der mangelnden Unterstützung sogar ein Bußgeld.

Schritt 10: Verhandeln Sie das Ganze mit der Leitung

Bereiten Sie sich gut auf das Gespräch vor. Stellen Sie sich darauf ein, dass jeder Posten hinterfragt wird. Also müssen Sie gute Gründe parat haben. Herrscht Spardruck im Unternehmen, sollten Sie aufzeigen können, wo und wie Sie Ihren Beitrag leisten. Will man Ihnen Ihr Budget insgesamt erheblich zusammenstreichen, sollten Sie an die Unterstützungspflicht appellieren. Zudem wird ggf. an der falschen Stelle gespart. Können Sie Ihren Aufgaben nicht nachkommen, können die Risiken für Verstöße und Pannen im Datenschutz steigen.

Diese Posten sollten Sie berücksichtigen

Bei der Budgetplanung können Sie ggf. auf Vorlagen aus dem Unternehmen zurückgreifen. Doch die sind unter Umständen sehr allgemein und für alle Abteilungen bzw. Kostenstellen passend. Besonderheiten, wie sie bei Ihrer Tätigkeit auftreten, sind wahrscheinlich wenig berücksichtigt. Machen Sie daher den Check, ob Sie bei Ihrer Planung relevante Posten wiederfinden. Hilfestellung bietet Ihnen die folgende Checkliste.

Checkliste: Posten für die Budgetplanung

Budgetposten	Hintergründe und Hinweise	Berücksichtigt?
Personalkosten für Sie und für Mitarbeiter oder Hilfskräfte	› Denken Sie nicht nur an die aktuellen Kosten. Berücksichtigen Sie auch ggf. für 2027 anstehende Gehaltssteigerungen, etwa durch Tariferhöhungen. › Prüfen Sie auch Kosten für Vertretungen oder Datenschutzkoordinatoren an anderen Standorten. Berücksichtigen Sie zudem Kosten für Werkstudenten, Praktikanten oder Aushilfen.	○ Ja ○ Nein
Reisekosten	› Gerade wenn Sie mehrere Standorte betreuen, fallen Kosten insbesondere für Anreise, Übernachtung und Verpflegung an. › Denken Sie auch an Reisekosten für Schulungen und Vor-Ort-Beratungen bzw. Audits. › Um Kosten zu sparen, können Sie hier und da auf Videokonferenzen statt Vor-Ort-Termine setzen.	○ Ja ○ Nein
Weiterbildung	› Sie müssen Ihr Wissen auf dem Laufenden halten. Unter Umständen sind Schulungen, Seminare oder Aus- und Weiterbildungsveranstaltungen das Mittel der Wahl. › Planen Sie nicht nur die direkten Teilnahmekosten ein. Auch Kosten für Anreise und Unterkunft sind nicht unerheblich. › Müssen Sie sparen, sollten Sie Ausschau nach hybriden oder virtuellen Veranstaltungen halten. Eventuell sind auch kostenlose Veranstaltungen von Aufsichtsbehörden oder Verbänden eine Alternative.	○ Ja ○ Nein
Fachliteratur	› Um gut arbeiten zu können, brauchen Sie aktuelle Fachbücher, Zeitschriften oder entsprechende Onlineangebote. › Prüfen Sie, inwieweit die Kosten für die Abonnements steigen, damit Sie das entsprechend bei der Planung berücksichtigen können.	○ Ja ○ Nein
Hard- und Software	› Klären Sie, ob Notebook, Smartphone oder sonstige Arbeitsgeräte ersetzt werden müssen. Das kann etwa nötig sein, weil die Geräte veraltet sind oder Leasingverträge auslaufen. › Auch bei Software bzw. entsprechenden Abos sollten Sie genau hinschauen. Eventuell gibt es auch hier Preissteigerungen. › Berücksichtigen Sie spezielle Lizenzkosten, die für die Nutzung von spezieller Software für das Datenschutzmanagement anfallen. › Prüfen Sie zudem, inwieweit Sie Software noch brauchen oder ob eine einfachere Version bzw. ein Abomodell günstiger ist.	○ Ja ○ Nein
Kosten für den Arbeitsplatz	› Eventuell müssen Sie Kosten für Ihren Arbeitsplatz einplanen. Das kann etwa eine Flächen-, Heiz- oder Stromumlage sein. Doch auch Miete für Schreibtisch, Bürostuhl oder Schränke kann anfallen. › Denken Sie auch an Kosten für andere Räume, die Sie tragen müssen. So z. B. für Besprechungsräume, die Sie für vertrauliche Gespräche oder den Austausch mit Kollegen nutzen.	○ Ja ○ Nein
Awarenessaktivitäten	› Kosten für Flyer oder Aktionen können beachtlich sein. Doch auch wenn Sie Schulungen anbieten, fallen Kosten für Räume, Referenten oder Verpflegung an. Berücksichtigen Sie diese bei Ihrer Planung. › Müssen Sie sparen, sollten Sie auf schon Vorhandenes setzen, etwa das Intranet, Mitarbeiterzeitung, Newsletter oder virtuelle Schulungen.	○ Ja ○ Nein
Mitgliedschaften und Zertifikate	› Eventuell sind Sie bzw. Ihr Unternehmen Mitglied in Datenschutzverbänden. Berücksichtigen Sie die Kosten einer Mitgliedschaft für 2027. › Prüfen Sie, inwieweit eine Verlängerung der Mitgliedschaft erforderlich ist, um die Vorteile (z. B. Austauschkreise) weiter nutzen zu können. › Haben Sie einen Zertifizierungslehrgang absolviert, können auch hier Folgekosten anfallen, etwa für die Aufrechterhaltung der Zertifikate.	○ Ja ○ Nein
Externe Beratung	› Das können Kosten für externe Rechts- oder Datenschutzberatung sein, etwa bei Projekten oder Datenschutz-Folgenabschätzungen. › Betrachten Sie nur die Kosten, die bei Ihnen direkt anfallen. Unter Umständen können Sie solche Beratungskosten auch an die adressieren, die sie mit ihrer Verarbeitung oder ihrem Projekt verursachen. › Schätzen Sie den Bedarf für das kommende Jahr ab und planen Sie einen Zuschlag für mögliche Kostensteigerungen ein.	○ Ja ○ Nein

DSB geht billiger? Entzaubern Sie Lockangebote

Gerade wenn die Zeiten für Unternehmen schwierig sind und es finanziell ans Eingemachte geht, kommt alles auf den Prüfstand. So kann es dann auch passieren, dass eine Unternehmensleitung empfänglich für Angebote ist, die Geld sparen helfen. Doch manchmal sind Angebote externer Datenschutzbeauftragter nicht so gut, wie sie auf den ersten Blick erscheinen.

Auch externe Datenschutzbeauftragte haben ihre Berechtigung

Wie so oft im Leben gilt: Es kommt ganz auf den Einzelfall an. Für viele Unternehmen kann es sinnvoll sein, die Dienste einer externen Datenschutzberatung in Anspruch zu nehmen. Das gerade, wenn man sich einen internen Datenschutzbeauftragten nicht leisten kann oder will. Zudem können Aus- und Weiterbildung bei Teilzeit-Datenschutzbeauftragten ein großer Kostenposten sein, der bei einem externen Datenschutzbeauftragten weniger ins Gewicht fällt.

Vorsicht bei verlockenden Angeboten

Auch externe Datenschutzbeauftragte spüren die schwieriger werdende wirtschaftliche Lage. Kein Wunder also, dass sie auf die Suche nach neuen Kunden gehen. Und mancher macht Unternehmen verführerische Angebote.

Spricht Ihr Geschäftsführer Sie auf ein erhaltenes günstiges Angebot an, sollten Sie sachlich bleiben. Starten Sie direkt mit der Prüfung des Angebots und stellen Sie die richtigen Fragen. Meist wird bald klar, dass das Angebot viele Fragen offenlässt oder manches eben nicht abgedeckt ist, was Sie im Unternehmen übernehmen. Schnell kann so aus „günstig" ein „richtig teuer" werden.

Thematisieren Sie insbesondere die folgenden Punkte

Finden Sie sich etwa in einem Gespräch mit der Unternehmensleitung wieder, können Sie die folgenden Fragen stellen:

Welche der wahrgenommenen Aufgaben sind vom Angebot umfasst?

Werfen Sie ein Licht auf die von Ihnen aktuell wahrgenommenen Aufgaben. Eventuell haben Sie viel Arbeit mit der Unterstützung beim Führen von Verzeichnissen und pflegen auch Datenbanken. Zudem sorgen Sie ggf. fortlaufend für Awareness durch Schulungen. Auch haben Sie bei Ihrer Anwesenheit stets den Fokus auf dem Datenschutz, sodass Sie immer beiläufig auch die Einhaltung des Datenschutzes prüfen. Das sind nur wenige Punkte, die meist nicht im Angebot enthalten sind und zusätzlich verrechnet werden. Das kann teuer werden.

Wie viel Arbeits- oder Beratungszeit ist in einer Pauschale enthalten?

Sie arbeiten in dem zeitlichen Umfang, in dem man Sie für Ihre Aufgaben als Datenschutzbeauftragter freigestellt hat. Und das zu den Konditionen Ihrer übrigen Tätigkeit. Die Kosten sind also vorhersehbar. Bei einem externen Angebot ist meist nur eine bestimmte Stundenzahl pauschal enthalten. Mehr zeitlicher Aufwand wird gesondert berechnet, ggf. zu hohen Tarifen. Das kann gerade bei Beratungen, Prüfungen oder komplexen Betroffenenanfragen zu Kosten führen, die Ihr Unternehmen nicht auf dem Radar hatte.

Wie realistisch ist das Angebot?

Ein Angebot kann nur realistisch sein, wenn der externe Datenschutzberater zumindest eine grobe Bestandsaufnahme gemacht hat. Schließlich tickt jedes Unternehmen anders. Es kommt nicht nur auf die Größe, Umsatz und Mitarbeiterzahl an. Entscheidend können die Verarbeitungen und die damit einhergehenden Risiken sein. Wie gut ein Angebot ist, lässt sich erst sagen, wenn dieses konkret genug ist. Übrigens: Das Angebot ist eine Sache. Eine ganz andere ist, was im tatsächlichen Vertrag steht. Deshalb heißt es auch beim Vertrag und der Leistungsbeschreibung: Augen auf!

Welche Kosten entfallen tatsächlich für das Unternehmen?

Auch wenn der interne durch einen externen Datenschutzbeauftragten ersetzt wird, sind damit nicht alle Kosten für Ihr Unternehmen weg, die ansonsten durch den internen Datenschutzbeauftragten anfallen. Meist bedarf es eines Datenschutzkoordinators auf Unternehmensseite. Dieser ist Schnittstelle und Ansprechpartner für den externen Datenschutzbeauftragten. Er koordiniert auch die Umsetzung der Anforderungen und Empfehlungen im Unternehmen. Auch hier fallen Kosten an, etwa die Personalkosten oder für Aus- und Weiterbildung. Selbst wenn der externe Datenschutzbeauftragte die Aus- und Weiterbildung übernimmt, wird er sich das (gesondert) vergüten lassen.

Wie qualifiziert ist der externe Datenschutzbeauftragte tatsächlich?

Der externe Datenschutzbeauftragte muss so qualifiziert sein, dass er die Aufgaben passend für Ihr Unternehmen wahrnehmen kann. Je nach Verarbeitungen im Unternehmen können spezielle fachliche Qualifikationen nötig sein. Außerdem: Auch Soft Skills und das Zwischenmenschliche spielen eine Rolle. Passen diese Punkte nicht, hat es der Externe nicht nur schwer in Ihrem Unternehmen. Unter Umständen schadet er dem Datenschutz mehr, als er nutzt.

Ist der Unternehmensleitung die Haftungssituation bekannt?

Oft wird verkannt: Die Verantwortung für die Einhaltung des Datenschutzes bleibt immer beim Verantwortlichen, sprich Ihrer Unternehmensleitung. Da ist es egal, ob der Datenschutzbeauftragte intern oder extern tätig wird. Die datenschutzrechtliche Verantwortung lässt sich nämlich nie auf den Datenschutzbeauftragten abwälzen. Entsprechende Vertragsklauseln mit einem Externen sind nutzlos.

Ist die Datenschutzbetreuung aus der Ferne ein Problem?

FRAGE: Unser Unternehmen verfügt über mehrere Vertriebsstandorte in Deutschland. Ich wollte mal bei den Standorten vorbeischauen, um mir ein Bild von der Datenschutzsituation machen. Die Geschäftsführung meinte, dass das Unternehmen sparen müsse und es hierfür kein Geld gebe. Ich solle das anders lösen. Ich habe mir nun überlegt, dass ich die Betreuung aus der Ferne mache. Was meinen Sie: Ist das ein Problem?

ANTWORT: Zunächst ist wichtig, dass Sie sich die datenschutzrechtlichen Rahmenbedingungen vor Augen führen:

- Die Verantwortung für die Einhaltung der Vorschriften zum Datenschutz liegt immer beim Unternehmen und folglich bei dessen Leitung. Das Unternehmen ist datenschutzrechtlich verantwortlich und muss mit geeigneten Maßnahmen für die Umsetzung der Anforderungen sorgen. Das gilt gerade für die Vorgaben aus der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und dem Bundesdatenschutzgesetz.
- Teil der Verantwortung ist auch, dass die Unternehmensleitung Ihnen die Wahrnehmung Ihrer Aufgaben ermöglicht. So sieht gerade Art. 38 Abs. 2 DSGVO vor, dass Ihr Unternehmen als Verantwortlicher Sie bei der Erfüllung Ihrer Aufgaben nach Art. 39 DSGVO unterstützen muss. Dazu muss es Ihnen die dafür erforderlichen Ressourcen zur Verfügung stellen. Das betrifft eben grundsätzlich auch die (finanziellen) Mittel, um Beratungen oder Kontrollen vor Ort durchführen zu können.
- Allerdings ist auch klar: Schlussendlich entscheidet die Unternehmensleitung, welche Unterstützung man Ihnen zukommen lässt. Sie haben hier in der Praxis kaum Möglichkeiten, eine konkrete Unterstützungsmaßnahme zu erzwingen.

Überzeugen Sie mit guten Argumenten

Meist ist es Erfolg versprechend, wenn Sie verdeutlichen, warum etwa ein Besuch vor Ort besonders wichtig ist. Vieles kann im Datenschutz schieflaufen, was man aus der Ferne nicht mitbekommt. Insofern würde Ihnen die Möglichkeit genommen, frühzeitig die richtigen Hinweise und Tipps zu geben, damit man im Datenschutz die Kurve bekommt. Unterstützt man Sie nicht ausreichend, wird in der Regel auch nichts gespart. Im Gegenteil: Geht etwas schief, wird es meist viel teurer als bei einer Unterstützung von Anfang an. Außerdem trägt Ihre Arbeit dazu bei, Risiken zu minimieren, was auch die Haftungssituation für die Geschäftsleitung entschärfen kann.

Machen Sie das Beste aus der Situation

Haben Sie mit guten Argumenten dennoch keinen Erfolg, sollten Sie darauf achten, dass die entsprechende Entscheidung der Unternehmensleitung dokumentiert ist. Eine E-Mail oder die Ablehnung einer Dienstreise kann schon ausreichen. Arbeiten Sie dann bestmöglich aus der Ferne. Auch virtuell lässt sich viel besprechen und eine gute Beratung umsetzen.

Ist eine Schulung am Livesystem in Ordnung?

FRAGE: Bei uns gibt es ein Kundenmanagementsystem, mit dem beispielsweise auch Anfragen von Interessenten oder Beschwerden von Kunden bearbeitet und dokumentiert werden. Nun soll das Schulungskonzept für neue Servicemitarbeiter umgestellt werden. Die Teilnehmer sehen dann Daten aus echten Kundendatensätzen. Ist das in Ordnung?

ANTWORT: In der Regel dürfte das problematisch sein. Schließlich werden die betreffenden personenbezogenen Daten für einen bestimmten Zweck auf Basis einer konkreten Rechtsgrundlage verarbeitet. Diese dürfte in Art. 6 Abs. 1 Satz 1 Buchst. b Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) zu sehen sein, sprich der Erfüllung eines Vertrags oder zur Durchführung vorvertraglicher Maßnahmen mit dem Betroffenen.

Der Zweck „Schulung an echten Datensätzen" ist nicht umfasst. Im Übrigen gilt: Egal, ob Sie die Sache direkt auf eine Rechtsgrundlage aus Art. 6 Abs. 1 DSGVO oder auf eine Zweckänderung nach Art. 6 Abs. 4 DSGVO stützen wollen, ist festzustellen: Es fehlt an der konkreten Erforderlichkeit. Ein solches Training für Anwender ist auch mit fiktiven Datensätzen möglich.

Es müssen gerade nicht personenbezogene Daten echter Kunden zum Einsatz kommen. Generell sind Vorgehensweisen vorzuziehen, die weniger in das Persönlichkeitsrecht von Betroffenen eingreifen. Zudem wird vermieden, dass echte Daten verändert werden und somit gegen das Prinzip der Richtigkeit verstoßen wird.

BGH: Fehlversand führt zu Schadensersatz

Bewerbungen und Besetzungsverfahren laufen heutzutage unter Umständen auch über Business-Netzwerke und Stellenportale. Doch geht die Kommunikation darüber schief und bekommen Dritte Informationen zu einem Bewerber, ist Ärger vorprogrammiert. Das zeigt ein Urteil des Bundesgerichtshofs (BGH) vom 23.6.2026, Az. VI ZR 97/22.

Der Sachverhalt

Ein Mann, der spätere Kläger, hatte sich bei einer Bank, der späteren Beklagten, beworben. Die Bewerbung lief über ein Business-Netzwerk im Internet. Eine Mitarbeiterin der Beklagten kommunizierte im Rahmen der Bewerbung über die Messenger-Funktion des Onlineportals. Am 23.10.2018 teilte die Mitarbeiterin dem Kläger mit, dass man dessen Gehaltsvorstellungen nicht erfüllen könne. 80.000 € zuzüglich einer variablen Vergütung könne man anbieten. Sie fragte zudem nach, ob der Bewerber weiterhin Interesse an der Stelle hätte.

Nachricht ging nicht nur an den Bewerber

Die an sich nur für den Kläger gedachte Nachricht ging jedoch an eine weitere im Finanzsektor tätige dritte Person. Der Dritte kannte den Kläger aus einer früheren Beschäftigung. Das nahm dieser zum Anlass, sich wegen der erhaltenen Nachricht beim Kläger zu melden. Er leitete die erhaltene Nachricht weiter und fragte, ob er auf Stellensuche sei.

Bewerber erhält Absage

Der Kläger wurde bei der Stellenbesetzung der Bank nicht weiter berücksichtigt und erhielt eine Absage. Darauf beanstandete der Kläger, dass eine für ihn bestimmte Nachricht an einen Dritten verschickt wurde. Ende Februar 2019 forderte er dann über seinen Anwalt die Abgabe einer Unterlassungserklärung, Auskunft über die Datenverarbeitung, Schadensersatz sowie Erstattung der Rechtsverfolgungskosten. Die Beklagte gab nur eine auf die Nachricht begrenzte Unterlassungserklärung ab, alle anderen Forderungen wies sie zurück.

Rechtsstreit landet vor Gericht

Der Bewerber klagte zunächst vor dem Landgericht. Dort forderte er insbesondere eine erweiterte Unterlassungserklärung sowie die Zahlung eines immateriellen Schadensersatzes von 2.500 € und vorgerichtlicher Anwaltskosten. Das Gericht verurteilte die Beklagte zur Unterlassung, sprach dem Kläger 1.000 € zu, wies jedoch die sonstigen Forderungen zurück. Also zog der Mann vor das Oberlandesgericht. Weil auch hier der Erfolg ausblieb, landete die Sache schließlich in der Revisionsinstanz vor dem BGH. Auch die Beklagte ging in Revision. Der BGH stellte im Zusammenhang mit dem Rechtsstreit einige Fragen zur Auslegung der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) an den Europäischen Gerichtshof (EuGH). Auf Basis der Antworten des EuGH urteilte nun der BGH. Teilweise muss die Vorinstanz die Sache neu entscheiden.

So entschied der BGH

Der Kläger hat einen Anspruch auf Schadensersatz nach Art. 82 Abs. 1 DSGVO. Mit dem Versenden der Nachricht ist es zu einer automatisierten Verarbeitung personenbezogener Daten gekommen. Der Kläger war identifizierbar. Mit der Verarbeitung wurde gegen die DSGVO verstoßen. Es lag keine Rechtsgrundlage vor, insbesondere fehlte die Einwilligung des Klägers.

Offenlegung führt zu Schaden

Der Verstoß gegen die DSGVO führte auch zu einem immateriellen Schaden im Sinne von Art. 82 Abs. 1 DSGVO. Dabei ist der Schadensbegriff weit auszulegen, wobei der bloße Verstoß gegen die DSGVO nicht ausreicht. Es muss daneben durch diesen Verstoß auch ein Schaden eingetreten sein. Auf eine bestimmte Schwere oder Erheblichkeit kommt es nicht an. Allerdings kann auch der bloße Verlust der Kontrolle über die eigenen personenbezogenen Daten zu einem Schaden führen.

Schaden liegt vor

In diesem Fall ist der immaterielle Schaden spätestens mit der Kenntnisnahme der Informationen durch den Dritten und dessen Nachfrage zu einer Bewerbung beim Kläger anzunehmen. Einerseits ist dies eine missbräuchliche Verwendung der Daten, sodass der Kontrollverlust nicht ohne Folgen blieb. Andererseits hat sich die Befürchtung des Klägers bestätigt, dass der Dritte die Informationen weitergeben oder für eigene Vorteile nutzen könnte, denn der Dritte erkundigte sich beim Kläger nach dessen Bewerbung.

Auch Beklagte hat teilweise Erfolg

Es besteht kein Anspruch auf Unterlassung und Ersatz der diesbezüglichen Anwaltskosten. Es besteht keine Wiederholungsgefahr, weil das Bewerbungsverfahren abgeschlossen war. Eine Wiederholung der Beeinträchtigung ist unwahrscheinlich. Für die Höhe des Schadensersatzes und der Anwaltskosten muss die Sache von der Vorinstanz neu verhandelt und entschieden werden.

§

Das können Sie aus dem Urteil folgern

Die Entscheidung eignet sich bestens als Beispiel für Schulungen. Sie macht deutlich, dass auch beim Versenden von Nachrichten, etwa E-Mails, die Empfänger genau geprüft werden müssen. Nachlässigkeiten können sich rächen und teuer werden.

PRIVACYXPERTS

LIVE WEBINAR FLATRATE 2026



WISSEN. AKTUELL. PRAXISNAH.

IHR WEBINAR FLATRATE FÜR DATENSCHUTZTHEMEN.

EIN PREIS. ALLE WEBINARE. VOLLER NUTZEN.

IHR NUTZEN

WISSEN, DAS SIE WEITERBRINGT

Aktuelle Themen, verständlich und praxisnah erklärt.

FLEXIBEL & PLANBAR

Alle Live-Termine inklusive Aufzeichnungen nutzen – wann und wo es für Sie passt.

FÜR SIE UND IHR TEAM

Direkter Austausch mit erfahrenen Datenschutzexperten.

KOSTEN-EFFIZIENT

Eine Flatrate – alle Webinare 2026 ohne Zusaztkosten.

IHRE WEBINAR FLATRATE

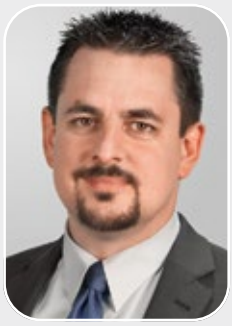
- ✓ Über 30 Webibnar Aufzeichnungen
- ✓ Praxisnahe Inhalte von erfahrenen Experten
- ✓ Live dabei sein und Fragen stellen
- ✓ Aufzeichnungen jederzeit verfügbar
- ✓ Ideal zur Weiterbildung und Erfüllung der DSGVO-Rechenschaftspflicht

HIGHLIGHTS 2026 – EINE AUSWAHL UNSERER THEMEN

- KI-Verordnung (AI/Act) – Anforderungen für Unternehmen.
- Datenschutz im Fokus: Aktuelles aus Gesetzgebung und Rechtsprechung.
- Auftragsverarbeitung und TOMs – rechtssicher gestalten.
- Datenschutz in der Praxis – Herausforderungen und Lösungen.
- Mitarbeiterschulungen effektiv gestalten.

... und viele weitere spannende Themen!

IHRE REFERENTEN



MICHAEL ROHRLICH
Rechtsanwalt, Fachautor, Dozent und Video-Trainer



DR. JENS ECKHARDT
Rechtsanwalt und Fachanwalt für Informationstechnologierecht sowie Datenschutz-Auditor (TÜV)



BERND FUHLERT
Geschäftsführer der @-yet GmbH für Expertise in den Bereichen Datenschutz und Online-Reputationmanagement



KRISTIN BENEDIKT
Richterin am Verwaltungsgericht Regensburg

KOMPETENT. PRAXISNAH. AN IHRER SEITE.
Mit unserer Webinar Flatrate 2026 bleiben Sie und Ihr Team jederzeit auf dem neuesten Stand.

Jetzt Informieren und Platz sichern!

https://t1p.de/webinar-flatrate

www.privacyxperts.de

PRIVACYXPERTS

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:

Ruckzuck: So erstellen SIe Ihren Tätigkeitsbericht

Prost Mahlzeit: Datenschutz in der Kantine