

EU-Datenschutz wird bald zum Standard

Regelmässig berichten die Medien über Datenlecks, Datenklau und Datenmissbrauch. Vor einem Jahr hat die EU ihre Vorschriften zum Datenschutz verschärft. Sie gelten auch für viele Unternehmen hierzulande. Das revidierte Schweizer Datenschutzgesetz zieht voraussichtlich 2019 nach.

Boris Blaser

Leitplanken, die Personendaten schützen, sind nichts Neues. Das geltende Schweizer Datenschutzgesetz stammt aus dem Jahr 1992. Es definiert eine Reihe von Pflichten, die Unternehmen im Umgang mit Personendaten einhalten müssen. Der Knackpunkt ist, dass die Umsetzung dieser Pflichten in den Unternehmen den gesetzlichen Vorgaben hinterherhinkt.

Der Wind dreht

Aber in den heutigen Zeiten wird es für Unternehmen, egal welcher Grösse, zunehmend riskanter, den Schutz von Personendaten auf die leichte Schulter zu nehmen. Vier Entwicklungen verleihen dem Thema neue Dringlichkeit:

1. Digitale Prozesse sind omnipräsent. Bei jeder (Online-)Aktivität hinterlassen wir Daten. Die gesamte Datenmenge explodiert regelrecht.
2. Die Sensibilität der Öffentlichkeit im Zusammenhang mit der Nutzung und dem Missbrauch von Personendaten nimmt zu.

3. Seit Mai 2018 ist die europäische Datenschutzverordnung (DS-GVO) in Kraft. Ihre Vorgaben sind streng, die angedrohten Bussen schmerzhaft. Und sie gilt auch für Schweizer Unternehmen, die Privatkunden in der EU haben.
4. Das Schweizer Datenschutzgesetz ist in Revision und dürfte bereits 2019 in Kraft treten. Alles deutet darauf hin, dass es sich in der Substanz an der EU-Gesetzgebung orientieren wird – weil es ähnliche Ziele verfolgt.

Ob klein, mittel oder gross, letztlich ist jede Schweizer Firma gut beraten, das Thema Datenschutz nicht weiter auf die lange Bank zu schieben, sondern sich zügig und seriös mit den entsprechenden Pflichten zu befassen.

EU-Regeln: Wer fällt darunter?

Dass Schweizer Unternehmen mit Niederlassungen im EU- oder EWR-Raum von der europäischen Datenschutzverordnung (DSGVO) betroffen sind, versteht sich. Die Regeln gelten aber auch für in der Schweiz ansässige Firmen, die ihre Produkte oder Dienstleistungen unter anderem für Privatpersonen im EU-Raum anbieten – zum Beispiel über die Firmenwebsite. Damit sind, gerade im grenznahen Kanton Zürich, auch kleinere Betriebe betroffen, beispielsweise der Handelsbetrieb, der seine Produkte im Web-Shop auch an ausländische Kunden verkauft. Um zu bestimmen, ob eine Firma in den Anwendungsbereich der DSGVO fällt, sind zwei Dinge wichtig: ob sich die natürlichen Personen, deren Daten erfasst und verarbeitet werden, in der EU befinden, und ob die Absicht besteht, Personen im EU-Raum anzu-

sprechen. Der Teufel liegt allerdings wie so oft im Detail.

Fällt ein Unternehmen in der Schweiz unter die europäische Datenschutzgesetzgebung, muss es verschiedene materielle Pflichten erfüllen, wie mit Personendaten genau umzugehen ist. Wichtige Punkte, die geregelt werden müssen, sind beispielsweise: Welche Personendaten werden gesammelt? Zu welchen Zwecken und wie

lange werden sie aufbewahrt? Welche Daten werden an Dritte weitergegeben und für welche Zwecke? Welche Dienstleistungen oder Produkte, auch von Dritten (z. B. Cookies), werden eingebunden? Welche Rechte (Auskunfts- und Berichtigungsrecht) hat der Nutzer? Eine wichtige Rolle kommt der Firmenwebsite zu. Wenn ausländische Privatkunden dort ihre Personendaten hinterlassen können – weil sie Informationen anfordern, einen Newsletter abonnieren, Produkte kaufen –, gelten automatisch die Pflichten der DSGVO.

Nur im Schweizer Markt tätig?

Auch für Unternehmen, deren Tätigkeit sich auf die Schweiz konzentriert, ist eine Beschäftigung mit den wichtigsten Datenschutzas-

pekten durchaus von Belang. Denn die zentralen Anforderungen, die im EU-Gesetz gelten, werden auch im revidierten Schweizer Datenschutzgesetz zur Anwendung kommen. Warum also sollte man hier durch Nachlässigkeit seinen Ruf in Gefahr bringen? Konkret bewahrt es sich, die DSGVO gewissermassen als

«Datenschutz sollte nicht auf die lange Bank geschoben werden.»

Leitschnur zu nehmen, sich auf die wichtigsten Punkte zu konzentrieren und diese pragmatisch umzusetzen.

Im Einzelnen könnte sich dies wie folgt gestalten:

- Eine Person bestimmen, die sich um Fragen des Datenschutzes kümmert.
- Den Online-Auftritt aus Datenschutzsicht prüfen: inhaltlich und technisch.
- Ermitteln, welche Personendaten im Unternehmen überhaupt bearbeitet werden und in welchem Zusammenhang (Arbeitsprozesse, interne Abläufe).
- Prüfen, wie lange das Unternehmen Personendaten aufbewahrt und Vorkehrungen für eine fristgerechte Löschung treffen.
- Eine Datenschutzerklärung ausarbeiten.
- Allenfalls AGB oder Vertragsunterlagen ergänzen.

Boris Blaser



Dipl. Treuhandexperte und MAS in Treuhand und Unternehmensberatung FH. Vorstandsmitglied des Schweizerischen Treuhänderverbands TREUHAND|SUISSE, Sektion Zürich, und Vorstandsmitglied des Kantonalen Gewerbeverbands Zürich.

