

Entwurf eines Gesetzes zur Anpassung des Datenschutzrechts an die Verordnung (EU) 2016/679 und zur Umsetzung der Richtlinie (EU) 2016/680

**Stellungnahme zum Referentenentwurf des Bundesministeriums
des Innern | 7. Dezember 2016**

Der Bundesverband Druck und Medien e.V. (bvdm) ist der Spitzenverband der deutschen Druckindustrie, der von neun regionalen Verbänden getragen wird. Zur Druckindustrie gehören aktuell rund 8.600 überwiegend kleine und mittelständische Betriebe mit etwa 139.000 Beschäftigten.

Der bvdm bedankt sich für die Möglichkeit, zum Entwurf des Datenschutz-Anpassungs- und -Umsetzungsgesetz EU Stellung nehmen zu können. Die Stellungnahme beschränkt sich auf die Regelungen in Artikel 1 (Bundesdatenschutzgesetz – BDSG), Teil 2.

Bei der Anpassung des nationalen Datenschutzrechts sollte insbesondere im Hinblick auf die bestehenden Möglichkeiten der Datenverarbeitung zu Werbezwecken im Rahmen der Öffnungsklauseln besonderes Augenmerk auf die Sicherung bestehender Geschäftsmodelle gelegt werden. Die deutsche Druckindustrie ist zu über 40 % ihres Umsatzes werbeabhängig und daher besorgt über etwaige Auswirkungen der Änderungen des Datenschutzrechts auf das bewährte Modell des postalischen Direktmarketings. Folgende Punkte halten wir für besonders entscheidend:

I. § 23 Verarbeitung zu anderen Zwecken

1. Wahrung berechtigter Interessen

Die Regelung des § 23 Abs. 2 Nr. 3 BDSG-neu wird grundsätzlich begrüßt. Sie sollte jedoch wie folgt ergänzt werden:

„... sie zur Wahrung berechtigter Interessen des Verantwortlichen oder eines Dritten erforderlich ist.“

Es ist kein Grund ersichtlich, warum von den bisher bewährten Datenschutzvorschriften an dieser Stelle abgewichen werden soll. Dies würde allein zu weiteren Rechtsunsicherheiten im Rechtsverkehr führen, was gerade kleine und mittelständische Unternehmen besonders benachteiligt. Auch Art. 23

Abs. 1 i) der DSGVO nimmt nicht nur auf den Schutz der betroffenen Person, sondern auch auf die Rechte und Freiheiten anderer Personen Bezug.

In diesem Sinne hat auch der Referentenentwurf vom August 2016 in § 6 i die Zulässigkeit der Verarbeitung zu anderen Zwecken konsequenterweise bejaht, soweit sie erforderlich ist zu Zwecken des Schutzes der betroffenen Person oder der Rechte und Freiheiten anderer Personen.

Schließlich nennt der vorliegende Entwurf als Bezugsnorm zu § 23 Abs. 2 Nr. 3 BDSG-neu den § 28 Abs. 2 Nr. 1 BDSG i.V.m. § 28 Abs. 1 Satz 1 Nr. 2 BDSG. § 28 Abs. 2 Nr. 2 BDSG indes nennt zwei weitere berechnigte Interessen bzw. Empfänger zu übermittelnder Daten. Relevant sein kann danach das berechnigte Interesse eines Dritten oder das allgemeine Interesse der Abwehr von Gefahren für die staatliche oder öffentliche Sicherheit sowie zur Verfolgung von Straftaten. Auch der Entwurf des BDSG-neu nimmt in § 23 Abs. 2 Nr. 1 (mit Verweis auf die Bezugsnorm des § 28 BDSG) auf die Abwehr von Gefahren für die staatliche oder öffentliche Sicherheit oder die Verfolgung von Straftaten Bezug. In dem vorliegenden Referentenentwurf fehlt somit allein die Bezugnahme auf die Wahrung berechnigter Interessen eines Dritten, die noch aufgenommen werden sollte.

2. Postalisches Direktmarketing

Zur Gewährleistung von Rechtssicherheit für bestehende Geschäftsmodelle auf der einen, und der Informationsvielfalt auf der anderen Seite, sollte auf Grundlage des Art. 6 Abs. 4 i.V.m. 23 Abs. 1 i) der DSGVO klargestellt werden, dass die adressierte Briefwerbung (auch) in den Fällen der Verarbeitung zu anderen Zwecken grundsätzlich weiterhin ohne Einwilligung zulässig sein soll, solange der Betroffene nicht widersprochen hat (so nach derzeitiger Rechtslage unter den Voraussetzungen des § 28 Abs. 3 BDSG). Zur Aufrechterhaltung der Wettbewerbsfähigkeit der deutschen Unternehmen sollte dabei jedoch sichergestellt werden, dass hiermit keine Beschränkung der Werbemöglichkeiten – insbesondere der nutzbaren Datenkategorien – nach der DSGVO einhergeht.

II. § 30 Informationspflicht bei Erhebung von personenbezogenen Daten bei der betroffenen Person

Die DSGVO sieht neue Informationspflichten vor. Unter Berücksichtigung der Datenverarbeitungen in der Praxis, sind hierbei jedoch angemessene Ausnahmen notwendig. Vor diesem Hintergrund wird die Regelung in § 30 Abs. 1 BDSG-neu ausdrücklich begrüßt. Die Aufnahme einer Verhältnismäßigkeits- und Unmöglichkeitsklausel, vergleichbar dem Ausnahmetatbestand des Art. 14 Abs. 5 b) Halbsatz 1 der DSGVO, ist systematisch konsequent und praxisnah.

Zu begrüßen ist des Weiteren die Klarstellung in der Gesetzesbegründung zu § 30 Abs. 2 BDSG-neu (unter Verweis auf Erwägungsgrund 58 Satz 2 der DSGVO), wonach eine Veröffentlichung in allgemein zugänglicher Form, etwa die Bereitstellung der Information auf einer allgemein zugänglichen Webseite des Verantwortlichen sein kann. Dadurch werden die in der Praxis teils

begrenzten Darstellungsmöglichkeiten von Informationsträgern sachgerecht berücksichtigt.

Allerdings sollte die in § 30 BDSG-neu vorgesehene Ausnahmeregelung für Art. 13 Abs. 1-3 DSGVO, und nicht nur für die in Art. 13 Abs. 3 DSGVO vorgesehene Fallgruppe gelten. So kann sich beispielsweise gerade die Problematik der begrenzten Darstellungsmöglichkeiten von Informationsträgern (wie z.B. Coupons auf Produktverpackungen) auch in anderen Fallkonstellationen ergeben.

Schließlich sollte § 30 Abs. 3 Satz 1 BDSG-neu klarstellend dahingehend umformuliert werden, dass der Verantwortliche der Informationspflicht innerhalb einer angemessenen Frist von maximal zwei Wochen nach Fortfall des Hinderungsgrundes nachkommen muss. Andernfalls könnte die Regelung dahingehend missverstanden werden, dass die Information spätestens zwei Wochen nach Erhebung nachgeholt werden muss. Dies würde indessen keinen Sinn ergeben, wenn sich die Information später nicht nachholen lässt.

III. § 36 – Datenschutzbeauftragte nicht-öffentlicher Stellen

§ 36 BDSG-neu sieht, in Anlehnung an das geltende Recht, weiterhin eine Pflicht nicht-öffentlicher Stellen zur Benennung eines Datenschutzbeauftragten vor, wenn sie in der Regel mindestens zehn Personen ständig mit der Verarbeitung personenbezogener Daten beschäftigen. In der Praxis haben Mitarbeiter heutzutage jedoch selbst in kleinen Betrieben Zugriff auf elektronisch gespeicherte Kundendaten. Die Überarbeitung des Datenschutzrechts sollte daher zum Anlass genommen werden, die Personenzahl von zehn Mitarbeitern – als Voraussetzung der Benennungspflicht – vor dem Hintergrund der technischen Entwicklung und der typischen Abläufe in den Betrieben entsprechend anzuheben.

Bundesverband Druck und Medien e.V.
7. Dezember 2016