

Datenschutz: Hohe Bußgelder drohen

Ab 25. Mai gelten für Unternehmen in der ganzen EU deutlich schärfere Regeln – Verstöße können mit bis zu 20 Millionen Euro belangt werden

BAYREUTH
Von Stefan Schreiberlmaier

Der 25. Mai ist ein ganz wichtiger Stichtag für Unternehmen, denn dann verschärft sich das Datenschutzrecht deutlich – und zwar in der ganzen EU. Doch viele fühlen sich noch nicht genug vorbereitet oder haben sich noch gar nicht mit dem Thema befasst. Dabei drohen hohe Schadenersatzforderungen und Bußgelder.

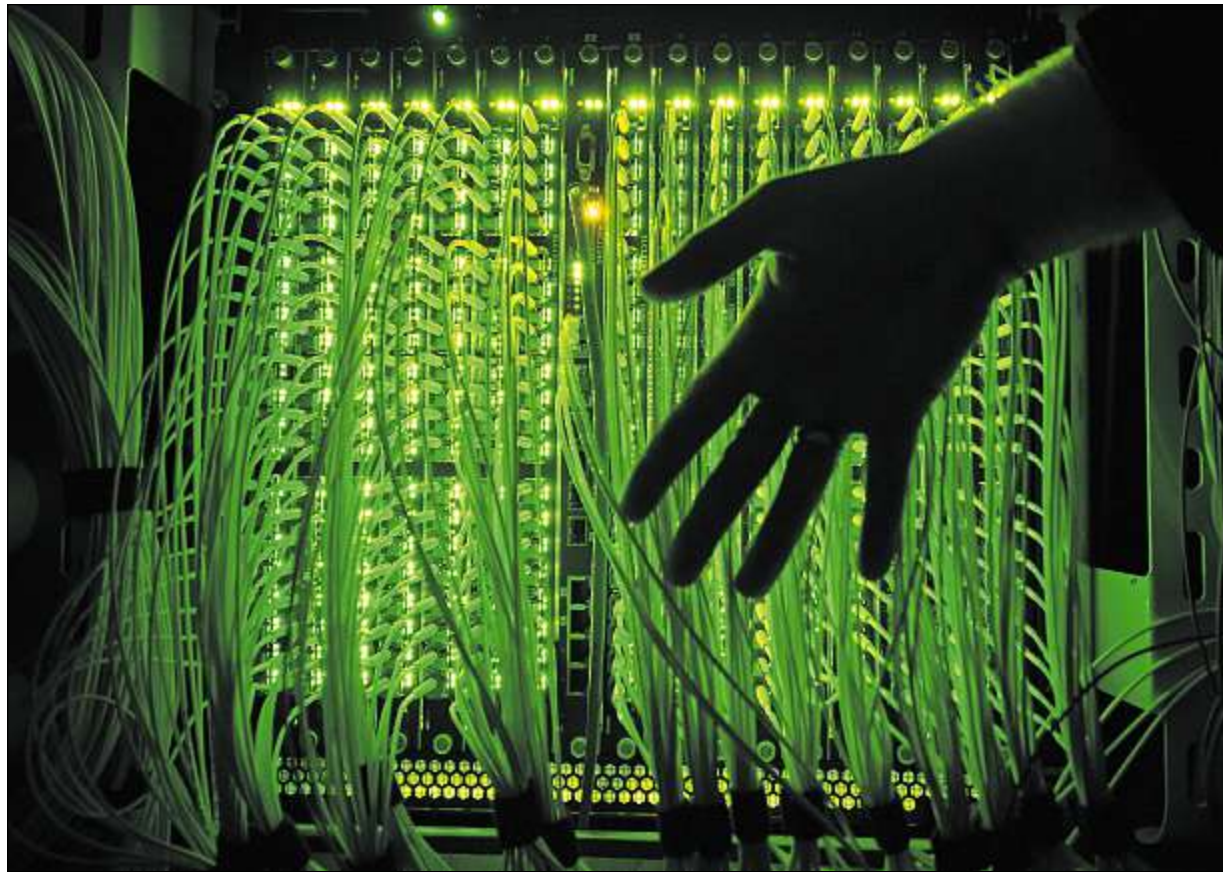
EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) – ein Wort, an dem sich wohl nur Juristen erfreuen können. Und noch nicht mal die. Denn Gabriele Hohenner ist Juristin, und selbst die IHK-Hauptgeschäftsführerin sprach bei der Begrüßung zu einer entsprechenden Informationsveranstaltung in Bayreuth von einem „trockenen Thema“ – und das gleich mehrmals. Umso erstaunter war sie über die Resonanz. Gut 180 Firmenvertreter waren gekommen. „Mehr ist hier sonst nur beim IHK-Neujahrsempfang los“, sagte sie.



Norbert Rauch

Dabei ist das alles andere als erstaunlich. Denn nahezu jedes Unternehmen ist von der strengeren Neuregelung betroffen. Erstaunlich ist da schon eher, dass sich laut einer Studie des IT-Branchenverbands Bitkom 20 Prozent der Firmen noch gar nicht mit dem Thema beschäftigt haben, obwohl die Regelung eigentlich schon seit 2016 in Kraft ist und die EU lediglich eine zweijährige Übergangsfrist gewährt. „Außerst fahrlässig“ nennt das Norbert Rauch, Datenschützer und Inhaber der entsprechenden Agentur Atarax. Dabei helfe es nichts, den Kopf in den Sand zu stecken und zu hoffen, „dass ich schon nicht betroffen bin“. Wer erst jetzt damit beginne, an der Umsetzung der DSGVO zu arbeiten, habe ein ehrgeiziges Programm vor sich: „Eigentlich sollte man jetzt im Endspurt sein.“

Denn 80 Prozent aller in einem Unternehmen anfallenden Daten haben Personenbezug und fallen deshalb



Wo kommen Daten her, wo gehen sie hin und wie werden sie gesichert? Auf Unternehmen kommen mit der EU-Datenschutz-Grundverordnung deutlich strengere Pflichten zu.

Foto: Daniel Reinhardt/dpa

unter die neuen Vorschriften, sagt Expertin und Rechtsanwältin Susanna Beß. Dass es dabei neben Offensichtlichem wie etwa Stammdaten von Mitarbeitern, Bewerbern oder Kunden auch um Dinge gehen kann, an die auf den ersten Blick kaum jemand denkt, erläuterte Beß an einem Beispiel. Selbst wenn an einem Maschinenprüfstand eigentlich nur statistische Daten über ein Produkt erhoben werden, werde es schon dann problematisch, wenn die-

ser Prüfstand immer vom selben Mitarbeiter bedient wird. Etwa in Kombination mit dessen Arbeitszeiten entstünden personenbezogene Daten.

Je sensibler die Daten sind, desto besser müssen sie gesichert werden. Hinzu kommen für die Unternehmen umfassende Auskunft- und Rechenschaftspflichten unter anderem gegenüber denen, die die Daten betreffen. Vereinfacht gesagt, müssen Unternehmen wissen, wo bei ihnen personen-

bezogene Daten anfallen, wo sie hingehen, wie sie gesichert werden und wann sie wieder gelöscht werden – und das auch jederzeit darstellen können. Denn das sogenannte Recht auf Vergessen ist ein zentraler Baustein der neuen Regelungen. Und das gilt nicht nur für die Unternehmen, in denen diese Daten anfallen, sondern auch für die, die sie weiterverarbeiten, etwa IT-Dienstleister. „Alle, mit denen man zusammenarbeitet und mit denen es zu

Datenaustausch kommt, müssen vertraglich verpflichtet werden, mit den Daten sensibel umzugehen“, betont Datenschützer Rauch.

Nicht leichter wird die Sache dadurch, dass in Zeiten zunehmender Digitalisierung immer mehr Daten anfallen und sich die Unternehmen in diesem Zusammenhang gerade erst selber finden und neu aufstellen müssen. Ein Argument, das im Fall der Fälle wohl kaum Gehör bei Gerichten und Aufsichtsbehörden finden dürfte, glaubt Rechtsanwältin Beß. Es drohen hohe Schadenersatzforderungen und Geldbußen. Letztere können bis zu 20 Millionen Euro oder vier Prozent des Jahresumsatzes betragen. Dabei gilt eine Beweislastumkehr, sagt Beß. Das Unternehmen muss beweisen, dass es alle Pflichten aus der DSGVO erfüllt hat. Dafür geradestehen muss die Geschäftsleitung.

Umso wichtiger sei es, den Ernstfall gar nicht erst eintreten zu lassen. Der Aufsichtsbehörde, also dem Bayerischen Landesamt für Datenschutzaufsicht (BayLDA) in Ansbach, gehe es bei entsprechenden Prüfungen darum, möglichst konkret zu erfahren, wie im Unternehmen mit den Daten umgegangen wird. Kein Ausweg sei es, Betroffene auf ihre Datenschutzrechte verzichten zu lassen, etwa im Arbeitsvertrag. Oder darauf zu verweisen, dass man bei Technik und IT nicht auf dem neuesten Stand sei und deshalb zum Beispiel Löschungspflichten nicht nachkommen könne, sagt Rauch. Dann müsse eben investiert werden.

Dass am 25. Mai der Hammer fällt und die Aufsichtsbehörden rigoros gegen jede kleine Verfehlung vorgehen werden, glaubt Rauch übrigens nicht – aber: „Sie werden sich ganz genau anschauen, ob sich ein Unternehmen eingehend mit dem Thema beschäftigt hat oder nicht.“ Bei kleineren Versäumnissen werde das BayLDA wohl eher einen beratenden Ansatz verfolgen. Wer sich aber nicht um das Thema kümmere, werde mit hohen Bußgeldern rechnen müssen.



Susanna Beß

INFO

Weitere Informationen gibt es auf der Internetseite des **Bayerischen Landesamts** für Datenschutzaufsicht unter www.la.da.bayern.de. Dort kann unter anderem ein Fragebogen abgerufen werden. Ist dieser durchgearbeitet, kennt man die wichtigsten Punkte der DSGVO und weiß,

was die Behörde bei einer Prüfung hören und sehen will.

Ansprechpartner bei der **IHK Oberfranken** (Bayreuth) sind Stefan Cordes (Telefon: 0921/886217; E-Mail: cordes@bayreuth.ihk.de) und Susanne Göller (0921/886218; goeller@bayreuth.ihk.de).

HWK-Mitglieder können sich an Hans-Karl Bauer wenden (09561/51718; hans-karl.bauer@hwk-oberfranken.de). Außerdem veranstaltet die HWK noch zwei Informationsveranstaltungen: am 7. März im Kongresshaus Coburg und am 8. März im Porzellanikon in Selb, jeweils um 18 Uhr. sts

Sporthandel schwächelt

Die großen Ketten melden nur wenig Wachstum – Warum lassen die Kunden nicht mehr Geld bei ihnen?

MÜNCHEN

Fitnessboom und Kauflaune helfen dem deutschen Sporthandel nicht auf die Sprünge: Die zwei großen Ketten Intersport und Sport 2000 verbuchten im vergangenen Jahr nur ein mageres Umsatzwachstum von jeweils einem Prozent – obwohl der Einzelhandel insgesamt florierende Fitness und Outdoorsport nach wie vor große Freizeittrends sind. Intersport-Chef Kim Roether machte dafür bei der Sportartikelmesse Ispo in München ein geändertes Konsumverhalten verantwortlich: „Der Endverbraucher gibt in anderen Bereichen sein Geld aus.“ Anstelle von Sportartikeln kauften viele Menschen eher Lifestyleprodukte oder verwendeten ihr Geld für Reisen.

Und auch der Trend zum Leihen macht den Geschäften zu schaffen. Ein Beispiel: Von den geschätzt über sechs

Millionen Skifahrern in Deutschland leihen sich laut Intersport inzwischen gut zwei Drittel ihre Ausrüstung. Nur zwei Millionen kaufen sich demnach noch ihre Brettl, und das im statistischen Schnitt auch nur alle sechs bis acht Jahre. Auch bei Fahrrädern und E-Bikes steigen die Verleihzahlen.

Die knapp 1500 Intersport-Geschäfte in Deutschland setzten im vergangenen Jahr gut 2,9 Milliarden Euro um, ein Prozent mehr als im Vorjahr. Bei der Konkurrenzkette Sport 2000 mit 1300 Geschäften sah es ganz ähnlich aus: Die Umsätze stiegen ebenfalls um ein Prozent auf knapp 1,9 Milliarden Euro.

Der deutsche Einzelhandel insgesamt aber hat 2017 nach einer ersten Schätzung des Statistischen Bundesamts ein Rekordwachstum von knapp fünf Prozent hingelegt. Die Geschäfte der Sporthändler sind stark vom



Auf der Sportartikelmesse Ispo in München zeigen mehr als 2800 Aussteller ihre neuesten Produkte.

Foto: Matthias Balk/dpa

Wetter abhängig: Ist der Sommer nass, kaufen die Bürger weniger Badehosen; in warmen Wintern gehen weniger Ski über die Ladentische.

„Wir haben einen ganz neuen Kunden, der deutlich spontaner ist“, sagte Roether. 2018 könnte besser werden – dank der Fußball-Weltmeisterschaft in Russland. „Eine EM oder eine WM hat immer gleich einen Niederschlag in unseren Umsatzzahlen“, betonte Roether.

Auf der Ispo präsentieren mehr als 2800 Aussteller – die meisten davon aus dem Ausland – bis zum Mittwoch in 16 Messehallen Neuheiten. Hauptthema der Schau ist die Digitalisierung, die die Branche in zweierlei Hinsicht trifft: Online-Händler machen Sportgeschäften zunehmend zu schaffen. Gleichzeitig sind digitale Produkte wie Fitness-Armbänder oder GPS-Geräte ein großer Trend. dpa

Löhne in Bierbranche sollen steigen

BAYREUTH. Für die Beschäftigten in den 173 oberfränkischen Brauereien fordert die Gewerkschaft Nahrungsgenuss-Gaststätten (NGG) eine Lohnerhöhung von 5,5 Prozent. Auszubildende sollen 50 Euro mehr pro Monat und Lehrjahr bekommen. Michael Grundl von der NGG Oberfranken wird in einer Mitteilung zitiert, steigende Löhne seien enorm wichtig, um Fachkräfte und Qualität in der Branche zu halten. Dabei könne sich die Branche und ihre „Bier-Leistung“ sehen lassen. Die NGG verweist auf Zahlen des Bayerischen Brauerbundes, wonach in Nordbayern zwischen Januar und September vergangenen Jahres rund fünf Millionen Hektoliter produziert wurden. Grundl sagte, die Arbeit sei hart. „Jetzt ist es an der Zeit, dass die Beschäftigten für gute Arbeit auch einen soliden Aufschlag beim Lohn bekommen“, fordert Grundl. Die Tarifrunde für die bayerische Brauwirtschaft beginnt am 5. Februar in München. red

Geschäfte mit Drachen und Geisterjägern

Es läuft gut bei Playmobil – Lukrative Lizenzen aus Filmen – Fränkische Firma mit hohen Zielen

ZIRNDORF

Das Lizenzgeschäft mit Spielfiguren aus beliebten Kinofilmen und der digitale Ausbau halten den Playmobil-Hersteller Brandstätter auf Wachstumskurs. Mit der Marke Playmobil erzielte das fränkische Unternehmen 2017 weltweit einen Umsatz von 679 Millionen Euro – ein Plus von elf Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Der gesamte Umsatz lag bei 741 Millionen Euro, wie die Brandstätter-Gruppe am Montag zwei Tage vor der Spielwarenmesse in Nürn-

berg mitteilte. Angaben zum Ergebnis wurden nicht gemacht. Zu dem Unternehmen gehört auch der Pflanzengieß-Hersteller Lechuza.

Im vergangenen Jahr sei es gelungen, Playmobil breiter und digitaler aufzustellen, sagte Vorstandssprecher Steffen Höpfner. Impulsgeber seien dabei Lizenzprodukte aus dem Actionfilm-Klassiker „Ghostbusters“ und der Animationsfilm-Reihe „Drachenzähmen leicht gemacht“ gewesen.

Auch 2018 will das Unternehmen auf Lizenzpartnerschaften setzen. Unter

anderem werde das Sortiment um eine Serienlizenz für die Pferde-Animationsserie „Spirit: wild und frei“ ergänzt. Und in der Firmenzentrale in Zirndorf denke man über rein digitale Produkte und Dienstleistungen nach.

Das Unternehmen will zudem neue Märkte erschließen. Interessant sei dabei etwa der asiatische Raum, erklärte Höpfner. 2017 habe die Gruppe begonnen, dort Vertriebsstrukturen aufzubauen. Nordamerika bleibe zudem ein wichtiger Zielmarkt. Zur Frage, ob sich die Insolvenz der US-Spielwaren-

kette Toys R Us auch auf Brandstätter ausgewirkt habe, wollte sich Höpfner nicht näher äußern. Man setze auch weiterhin auf die Zusammenarbeit mit Toys R Us, hieß es.

Der Spielwarenhersteller war nach dem Tod von Firmengründer Horst Brandstätter im Jahr 2015 in ein Stiftungsmodell überführt worden. Nach einer Führungskrise wird das Unternehmen seit Dezember 2016 von Höpfner geleitet. Weltweit beschäftigt die Gruppe bei der Marke Playmobil mehr als 4400 Mitarbeiter. dpa

Sixt verkauft Drive-Now-Anteile

MÜNCHEN. Der Autobauer BMW kauft dem Partner Sixt dessen Anteile an gemeinsamen Carsharing-Anbieter Drive Now ab. Der Münchener Dax-Konzern zahlt für rund die Hälfte an dem bisherigen Gemeinschaftsunternehmen rund 209 Millionen Euro, wie die Unternehmen am Montag mitteilten. Die Aufsichtsbehörden müssen der Transaktion zustimmen, die Freigabe wird im zweiten Quartal erwartet. Seit Längerem wird spekuliert, dass BMW sein eigenes Carsharing-Angebot mit Car 2 Go vom Rivalen Daimler zusammenlegen will. Dabei galt die Beteiligung von Sixt bisher als Hürde. dpa