

„Die Händler sollten rasch handeln“



Warum sich heimische Händler jetzt besonders um ihre Kundendaten kümmern sollten, erklärt Johannes Juranek, Commercial- und Datenschutz-Experte der Anwaltskanzlei CMS Reich-Rohrwig Hainz.

retail: Im Sommer geht es im Handel traditionell etwas ruhiger zu. Gilt das auch für Ihre Kanzlei?

Johannes Juranek: Ganz im Gegenteil. Uns macht die Branche gerade viel Arbeit. Besonders die neue Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) der EU, die im Mai 2018 in Kraft tritt, hat uns einen Zustrom neuer Klienten aus dem Einzelhandel beschert.

Inwieweit ist die Handelsbranche davon betroffen?

Die DSGVO bringt Unternehmen, die mehr als 250 Mitarbeiter beschäftigen oder kleineren, die etwa Gesundheitsdaten verarbeiten oder nicht nur gelegentlich personenbezogene Daten zum Beispiel für Kundenbindungsprogramme erheben, eine ganze Reihe von Änderungen. Bislang ist für jede Verarbeitung von Kundendaten eine Registermeldung verpflichtend, soweit nicht die Standardverordnung wie jene für Marketingdatenbanken anwendbar ist. Die Übermittlung der Daten ins EU-Ausland - beispielsweise an die Muttergesellschaft - ist grundsätzlich nur nach Genehmigung der Datenschutzbehörde möglich, es sei denn, das Schutzniveau im Empfängerstaat ist gleichwertig. Letzteres ist im Falle des Bestehens von zwischenstaatlichen Abkommen oder bei Privacy-Shield-zertifizierten US-Firmen der Fall. Ab Mai 2018 fällt die Melde- und Genehmigungspflicht zwar weg, das bringt der Branche aber nur auf den ersten Blick eine Erleichterung. Denn statt der Meldung bei der Behörde muss ein Verzeichnis der Verarbei-

tungstätigkeiten geführt werden. Da bei Verstößen gegen die Compliance-Regeln hohe Strafen drohen, sollten die Händler rasch handeln.

Wozu sind die Unternehmen genau verpflichtet?

Die Händler müssen ein detailliertes Verzeichnis der Verarbeitungstätigkeiten erstellen, das etwa Art, Zweck und Dauer der Datenspeicherung, Datenkategorien sowie den Ort der Speicherung und Empfänger der Daten dokumentiert. Für größere Unternehmen gibt es dafür mittlerweile schon Computerprogramme zur Unterstützung, kleine Händler können hier durchaus mit Excel-Tabellen arbeiten. Sollen Daten außerhalb der EU übermittelt werden, muss das Unternehmen künftig selbst überprüfen, ob dies rechtlich zulässig ist. Gibt es mit dem betreffenden Staat ein Abkommen oder sind die empfangenden US-Unternehmen Privacy-Shield-zertifiziert, ist der Datentransfer in das Ausland gerechtfertigt, soweit der Empfänger auch ein rechtliches Interesse hat, die Daten zu verarbeiten, oder wenn bei reinen Datenverarbeitungsdienstleistungen entsprechende Verträge wie die EU-Musterklauseln abgeschlossen wurden. Eines ist ganz wichtig: Wer einen Webshop hat, muss eine Datenschutzerklärung haben und bestehende Erklärungen an die neue Rechtslage anpassen. Diese muss von den AGBs getrennt annehmbar sein.

Trifft die neue Rechtslage auch den stationären Handel?

Ja, davon ist nicht nur der E-Commerce betroffen. Datenschutz ist besonders

für jene Händler ein großes Thema, die Teil eines internationalen Konzerns sind oder Produkte verkaufen, die selbst Daten sammeln. Denken Sie an Autos oder Handys. Für kleine Offline-Händler wird der Aufwand für das Verzeichnis der Verarbeitungstätigkeiten bei einem Arbeitstag liegen und die regelmäßige Aktualisierung lediglich ein paar Stunden im Monat beanspruchen. Im Onlinebereich oder für Händler, die Teil eines internationalen Konzerns sind, ist der Aufwand ein Vielfaches höher.

■ Christiane Kaiser-Neubauer



Foto: Michael Szarel

Johannes Juranek ist Partner bei CMS in Wien. Die Rechtsanwaltskanzlei ist neuer Partner des Handelsverbandes.

CMS Reich-Rohrwig Hainz Rechtsanwälte

► Gesamtumsatz CMS gesamt

(13 Partnerkanzleien):

1,05 Milliarden Euro

► Mitarbeiter in Wien: **160**

► Kontakt:

CMS Reich-Rohrwig Hainz

Gauermannsgasse 2

1010 Wien

T: +43 1 40443-2450 (J. Juranek)

johannes.juranek@cms-rrh.com

cms.law