

DATATREE
YOUR COMPLIANCE PROVIDER

Datenschutz 2014

**Welche Daten dürfen Contact Center aus Facebook
& Co. nutzen?**



DATATREE
YOUR COMPLIANCE PROVIDER

Ansätze. Rechtsfragen. Verantwortlichkeiten.



1. **Vorstellung DATATREE AG**
2. **Social Media - Einführung**
3. **Social Media - Vor- und Nachteile**
4. **Datenschutz in Social Media**
5. **Handlungshilfen**



1. Vorstellung DATATREE AG

2. Social Media - Einführung

3. Social Media- Vor- und Nachteile

4. Datenschutz in Social Media

5. Handlungshilfen



DATATREE
YOUR COMPLIANCE PROVIDER

Expertise

Informatiker
Betriebswirte
Marketingexperten
Auditoren



**interdisziplinäres
Team**

Leistungsportfolio: ein Auszug

- Stellung externer Datenschutzbeauftragter (TÜV cert. / GDD cert.)
- Begleitung von Unternehmen bei der Durchführung von Zertifizierungen
- Penetrationstest der Online-Anwendungen sowie Social Engineering
- Aufbau und Prüfung von Compliance-Strukturen in Unternehmensorganisationen
- Individuelle Entwicklung von Compliance-Produkte insbesondere für Marketing und Datenschutz



1. Vorstellung DATATREE AG
2. Social Media - Einführung
3. Social Media – Vor- und Nachteile
4. Datenschutz in Social Media
5. Handlungshilfen



Social Media - Einführung

Social Media und andere neue Formen der Medien erreichen in immer kürzeren Intervallen mehr User und erhöhen somit die personenbezogenen Datenmengen exponentiell:

Radio	TV	Internet	iPod	Social Media	Apple
					
38 Jahre um 50 Millionen User zu erreichen	13 Jahre um 50 Millionen User zu erreichen	4 Jahre um 50 Millionen User zu erreichen	3 Jahre um 50 Millionen User zu erreichen.	100 Millionen User in weniger als 9 Monaten!	1 Milliarde Downloads in nur 9 Monaten!

*Zeitraum um 50 Millionen User zu erreichen!



Social Media – Einführung

Social Media bzw. Soziale Medien bezeichnen:

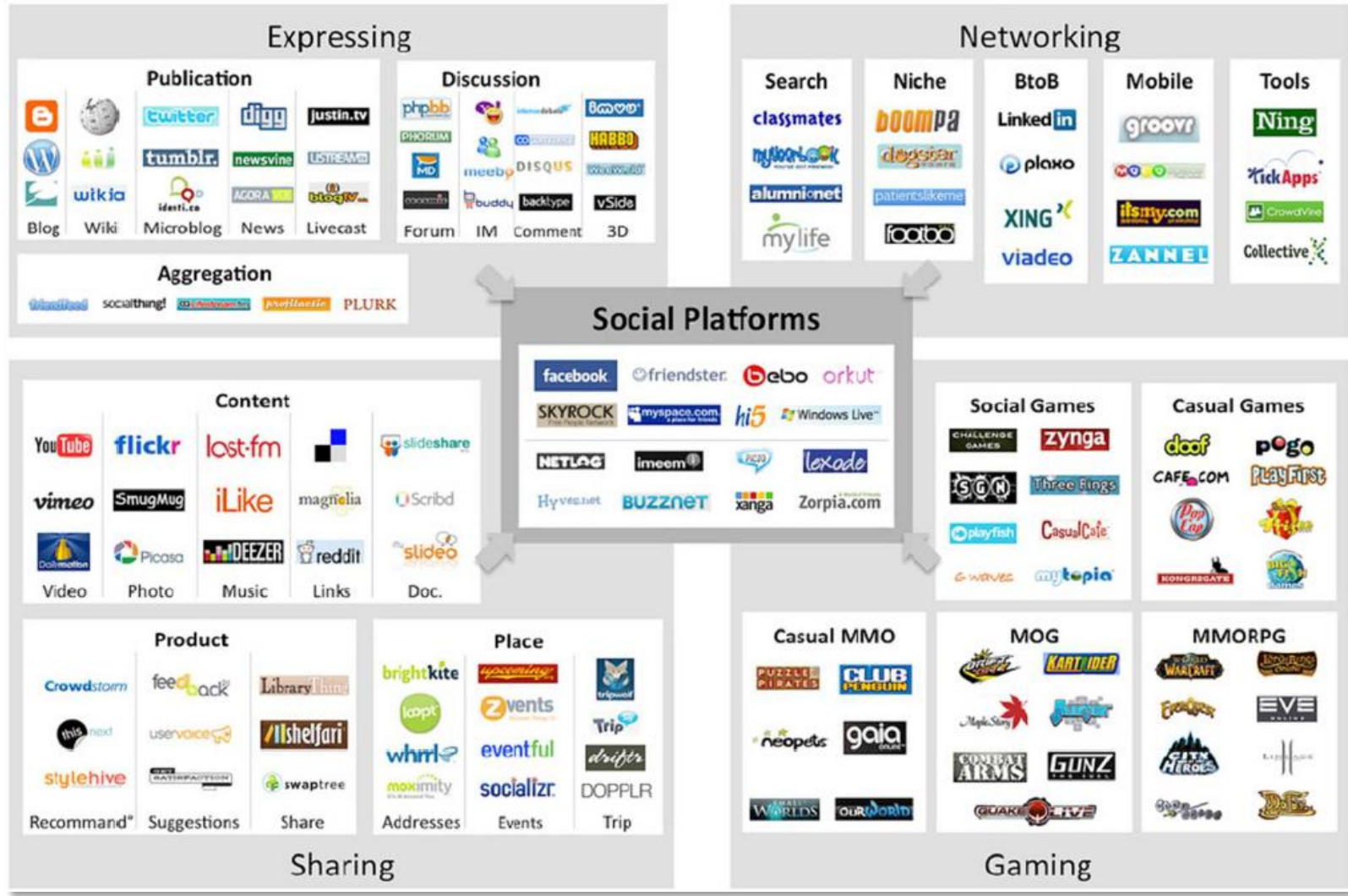
Digitale Medien und Technologien, die es Nutzern ermöglichen, sich untereinander auszutauschen und mediale Inhalte einzeln oder in Gemeinschaft zu gestalten.

- Social Media ist in erster Linie freizeitorientiert
- In zweiter Stufe mit einem berufsbezogenen Focus (z. B. LinkedIn oder Xing)
- Mit wachsender Bedeutung werden rein berufsbezogene Nutzungen angeboten z. B. Online-Recruiting



DATATREE
YOUR COMPLIANCE PROVIDER

Social Media - Einführung





1. Vorstellung DATATREE AG
2. Social Media - Einführung
- 3. Social Media - Vor- und Nachteile**
4. Datenschutz in Social Media
5. Handlungshilfen



Social Media – mehr Vorteile ... ?

Vorteile der Nutzung von Social Media für Unternehmen:

– Marketing

- Steigerung der Bekanntheit eines Unternehmens
- Verbesserung des Unternehmens- oder Markenimages
- Verbesserung der Suchmaschinenergebnisse
- Steigerung der Besucherzahlen auf der Webseite
- Zusammenarbeit mit Kunden zur Verbesserung und Erneuerung des Leistungsportfolios
- Akquise neuer und das Halten alter Kunden
- Umsatzsteigerung

– Online-Recruiting (Employer-Branding, Image)



Zur Info:

Laut einer aktuellen Studie der BITKOM sind vier von fünf Internetnutzer in sozialen Netzwerken angemeldet, 66% nutzen diese aktiv (Oktober 2013)





Social Media – ... oder mehr Nachteile?

Nachteile bei der Nutzung von Social Media für Unternehmen:

- Keine Filterung oder Steuerung von negativen Bewertungen möglich
- Unsichere Rechtslage: Einzelfallentscheidung der Gerichte statt gesetzlicher Regelung
- Teilweise sehr schwierige Erfolgsmessung
- Mangelndes (Sicherheits-) Bewusstsein der Mitarbeiter
- Kommunikation erfolgt über soziale Netzwerke statt über das hauseigene Mailsystem mit der Folge fehlender Überprüfbarkeit
- Keine Beschränkbarkeit der außerdienstlichen Nutzung
- Plattform zur aktiven und passiven Jobsuche für Konkurrenten und Mitarbeiter



Zur Info:

Dennoch verbringen die Menschen 22,6 % ihrer Onlinezeit in sozialen Netzwerken – Studie der BITKOM





1. Vorstellung DATATREE AG
2. Social Media - Einführung
3. Social Media – Vor und Nachteile
4. **Datenschutz in Social Media**
5. Handlungshilfen



Datenschutz in Social Media

Verschiedene Rechtsvorschriften

enthalten Vorgaben zur Nutzung personenbezogener Daten

§ 4 a BDSG

- Regelt generell den Umgang mit personenbezogenen Daten („lex generalis“)

§ 93 TKG

- Regelt den Umgang mit Daten, die Auskunft über die Nutzung der Kommunikationswege geben:

Wer hat wann mit wem eine Netzwerkverbindung aufgebaut?

§ 13 TMG

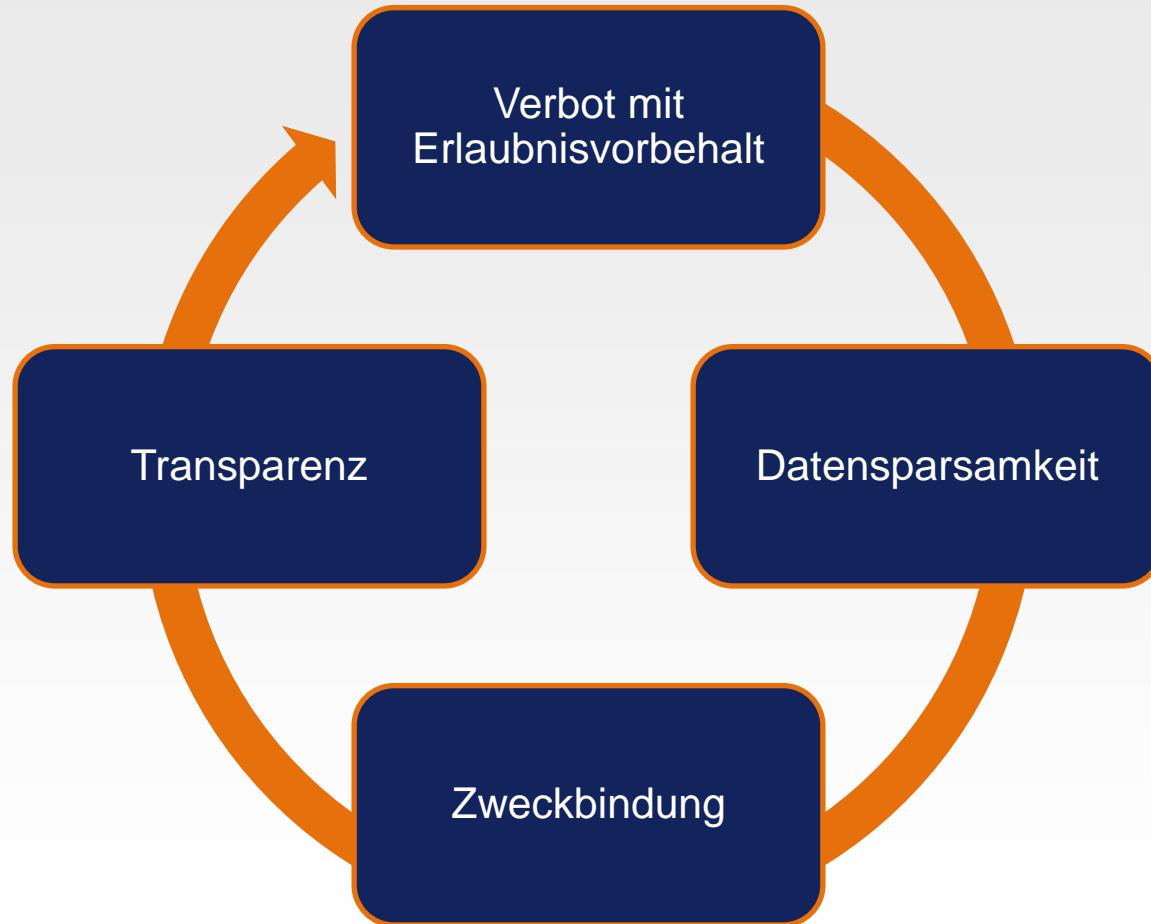
- Regelt den Umgang mit Daten bei der Nutzung von Tele- und Mediendiensten:

Wer hat welche Webseite oder Datendienste abgerufen?

Für alle gilt: Transparenz, Widerruf und Nachweisbarkeit!

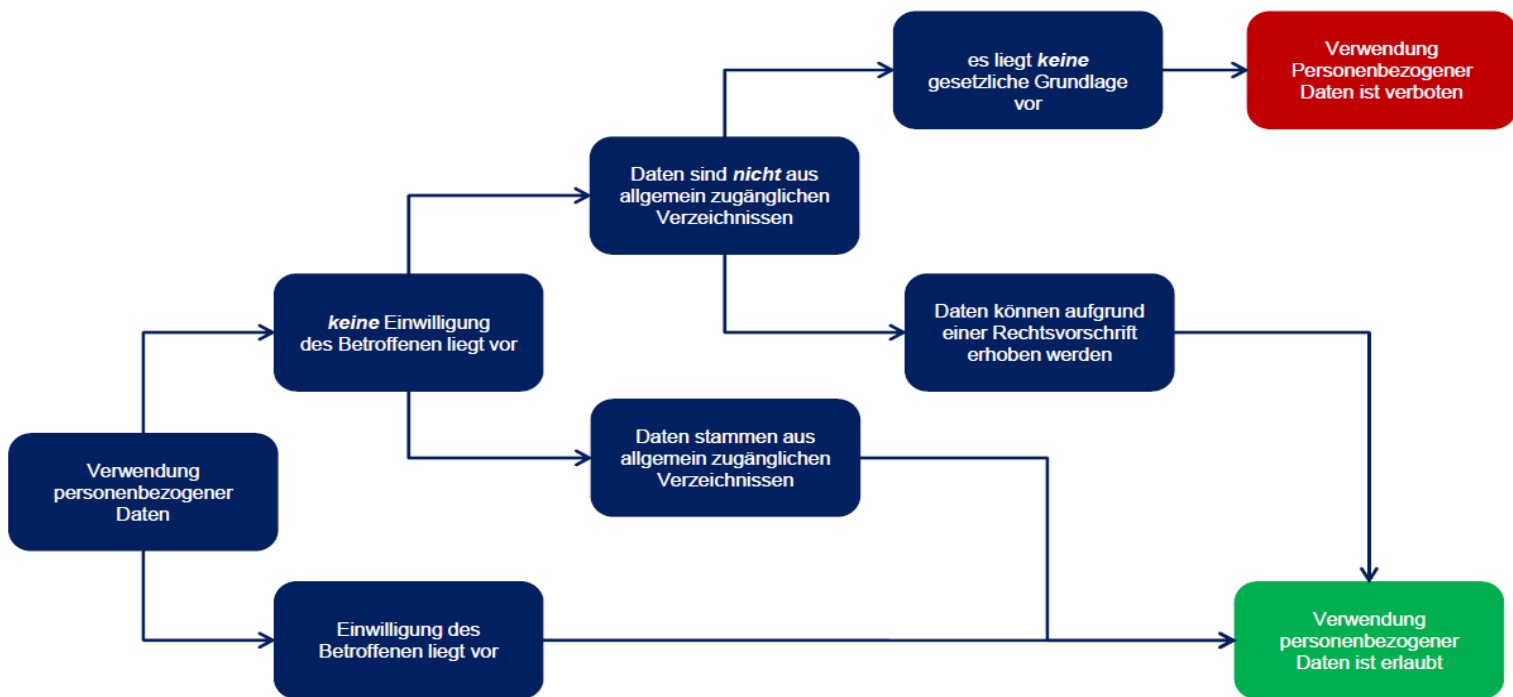


Datenschutz in Social Media





Datenschutz in Social Media





Datenschutz in Social Media

Das Bundesdatenschutzgesetz ist nur eine Auffangvorschrift

Vorrang hat das TMG: „Dieses Gesetz gilt für alle elektronischen Informations- und Kommunikationsdienste“

Die entsprechenden Datenschutzregelungen finden sich in § 11 bis 15 a TMG

Besonders wichtig: elektronische Einwilligung gemäß § 13 TMG

- ✓ Bewusst und eindeutig erteilt
- ✓ Protokollierung
- ✓ Abrufbarkeit und Einwilligung
- ✓ Widerrufsmöglichkeit und Hinweis darauf





Datenschutz in Social Media

Soziale Netzwerke erheben eine Vielzahl von Daten

Bei der Registrierung z. B. die E-Mail Adresse, Name und weitere „freiwillige“ Angaben

Bei der Nutzung

Das System ist auf den Datenzuwachs ausgelegt

Beim Surfen im Web

User können auf ihrem Weg durch das Netz verfolgt werden

Ziel ist es die Daten möglichst umfangreich zu Werbezwecken nutzen zu können bzw. zu monetarisieren!!



Kundenrecherche im Sozialen Netz

Anwendung von § 4 BDSG und § 28 BDSG



Vorherige, explizite Zustimmung des Betroffenen

Ausnahme „öffentlich-zugängliche Daten“ gilt für öffentliche Netzwerke wie Tweets, Blogeinträge, Suchmaschinen ...

Umstritten:
Netzwerke, die eine Anmeldung voraussetzen: Dies gilt besonders für Netzwerke, die dem Privatleben zuzuordnen sind (Facebook!)





Kundenansprache im Sozialen Netz

Anwendung von § 7 UWG



Vorherige, explizite Zustimmung des Betroffenen

Es reicht nicht, wenn sich ein Adressat als „Follower“ oder „Fan“ eingetragen hat.

„Tell-a-Friend“ Funktion gilt als wettbewerbswidrig, wenn sie weitere Werbeinformationen enthält

Keine Verschleierung des Werbecharakters!
Auch hier gilt die Impressumspflicht.

Verbot von SPAMs oder der kommerziellen Nutzung
durch Social-Media-Anbieter/Forenbetreiber





Neue Medien – neue Gesetze?

Der Gesetzgeber sieht einen Handlungsbedarf bei der Unterscheidung von privaten und beruflichen Netzwerken!

Novellierung des § 32 BDSG

„Bei Daten aus sozialen Netzwerken, die der elektronischen Kommunikation dienen, überwiegt das schutzwürdige Interesse des Beschäftigten, dies gilt nicht für soziale Netzwerke, die zur Darstellung der beruflichen Qualifikation ihrer Mitglieder bestimmt sind“



Umkehrschluss: die Recherche auf Facebook ist in Zukunft untersagt (heute umstritten)!



Für die Praxis – was ist erlaubt?

„Auf XING vernetzen sich Berufstätige aller Branchen, sie suchen und finden Jobs, Mitarbeiter, Aufträge, Kooperationspartner, fachlichen Rat oder Geschäftsideen“

Erlaubt sind natürlich Kontaktanfragen und Postings auf den eigenen, offizielle Fanseiten/Firmenprofilen

Gruppenbenachrichtigung/Werbung in einer Gruppe: wer sich zu einer bestimmten Gruppe anmeldet, willigt ein, Nachrichten von dieser zu erhalten

Bei einer gemeinsamen Schnittmenge (Ich suche/Ich biete) ist es zulässig, ein konkretes Angebot zu schicken

Keine Rechtsprechung zu Versand von Werbung an bestehende Kontakte





Pflege von Geschäftsbeziehungen über Social Media Accounts

- ▶ Wird der Account dienstlich genutzt, kann er als Arbeitsmittel qualifiziert werden und ist an den Arbeitgeber zurückzugeben, ggf. ist dies eine Einzelfallentscheidung
- ▶ Anhaltspunkte für einen dienstlich genutzten Account:
 - Verknüpfung Firmen - E-Mail
 - Bezahlung durch AG
 - Nutzung während der Arbeitszeit
- ▶ Bei dienstlichen Accounts ist der MA zur Herausgabe der Login-Daten verpflichtet
- ▶ Mischformen von privaten und dienstlichen Accounts werden als private Accounts gesehen – die Zugriffsmöglichkeiten des Arbeitgeber sind grundsätzlich nicht möglich



1. **Vorstellung DATATREE AG**
2. **Social Media - Einführung**
3. **Social Media – Vor und Nachteile**
4. **Datenschutz in Social Media**
5. **Handlungshilfen**



DATATREE
YOUR COMPLIANCE PROVIDER



REVOLVERMÄNNER
ONLINE STRATEGIES

Login

The screenshot shows a Facebook page for a page named 'Callcenter'. The profile picture is a yellow rotary telephone. The cover photo shows two women wearing headsets. The page has 724 likes and 12 people have spoken about it. The page is categorized as 'Unterhaltungswebseite'. Below the page information, there is a navigation bar with 'Home > Simulator' and a notification bell icon. The main content area shows 'Letzte Aktivitäten' with a text input field that says 'Was denkst Du gerade...'. There are also buttons for 'TEILEN', 'Status', 'Fotos', and 'Videos'.

Szenarios die trainiert werden können, sind individuell gestaltbar. Beispielhaft:

- Unzufriedene Kunden
- Verärgerte Mitarbeiter
- Angriffe auf Mitarbeiter (private Accounts)
- Aggressive NGOs
- Unpopuläre Unternehmensentscheidungen

**Individuelle
Szenario-Gestaltung**



Schulung und Training von normalen und kritischen Fragestellungen:

Wie beantworte ich Fragen aus der Community richtig?

Wie reagiere ich auf welche Kritik?

Wie gehe ich in einer Shitstorm-Situation vor?

Sind die Prozesse im Unternehmen optimal für den Online-Dialog aufgestellt?

Es entsteht echter Stress bei den Teilnehmern. Der Simulator ermöglicht das Erleben des Shitstorms ohne Risiko. Durch eine Auswertung der Simulation können die Teilnehmer den Umgang mit dem Shitstorm lernen und ihr Verhalten optimieren.



Ein Beispiel aus dem Shitstormsimulator

Letzte Aktivitäten



TEILEN **Status** Fotos Videos

Was denkst Du gerade...

Registrierte Mitglieder▲

Teilen

[Zeige alle](#) | [Ich & Freunde](#)



Horst Baumbach

Mein WLAN-Router nimmt den Netzwerkschlüssel nicht an. Was nun? Habe schon bei Euch am Service angerufen... konnte aber leider keine kompetente Auskunft bekommen. Könnt Ihr mir helfen? Meine Kundennummer KNR0123456789 und meine E-Mail Adresse horst.baumbach@mail.de

Vor 24 Sekunden · Gefällt mir · Kommentar



Bewertungsforen - Rechte und Pflichten eines Unternehmen

Grundsätzlich besteht kein Anspruch auf Löschung aus einem Bewertungsforum, Suchmaschine u.a.

Kritik muss anhand sachlicher Kriterien erfolgen:

- Keine generelle Warnung vor Geschäften mit einem Verkäufer
- Keine Beleidigungen und Schmähkritik
- Nur dann Beschwerde, wenn der Mangel dem Verkäufer zuvor mitgeteilt wurde und er die Chance hatte, ihn zu beheben

Keine Verpflichtung der Forenbetreiber,

- selbst nach negativen Einträgen zu suchen
- einem schlecht bewerteten Dienstleister u.a. Auskunft über den Nutzer zu geben
- die Richtigkeit der Bewertung vor Veröffentlichung zu prüfen



Bewertungsforen - Rechte und Pflichten eines Unternehmen

Grundsätzlich besteht kein Anspruch auf Löschung aus einem Bewertungsforum, Suchmaschine u.a.

Kritik muss anhand sachlicher Kriterien erfolgen:

- Keine generelle Warnung vor Geschäften mit einem Verkäufer
- Keine Beleidigungen und Schmähkritik
- Nur dann Beschwerde, wenn der Mangel dem Verkäufer zuvor mitgeteilt wurde und er die Chance hatte, ihn zu beheben

Keine Verpflichtung der Forenbetreiber,

- selbst nach negativen Einträgen zu suchen
- einem schlecht bewerteten Dienstleister u.a. Auskunft über den Nutzer zu geben
- die Richtigkeit der Bewertung vor Veröffentlichung zu prüfen



Rechte und Pflichten des Forenbetreibers

Virtuelles Hausrecht:

Grundsätzlich dürfen Betreiber von Foren, Chats und Blogs bei Verstößen gegen die Nutzungsbedingungen die weitere Teilnahme dauerhaft untersagen. Da auch Forenbetreiber für Beiträge ihrer Mitglieder als Mitstörer haften können, ergibt sich daraus ein nicht unerhebliches Haftungsrisiko.

Dies gilt auch bei „anormalen“ Nutzerverhalten, dass der Betreiber als „sicherheitsgefährdend“ einstuft.

Vorsicht

Vorsicht ist geboten bei „virtuellen Hausverboten“, die gegen das AGG verstoßen könnten





Handlungsempfehlungen gegen den „Shitsorm“

- ✓ Schnelle Reaktion auf Negativkritik
- ✓ Ernst nehmen, nicht leugnen!
- ✓ Authentisch und ehrlich bleiben, wenn ein Fehler nicht schnell behoben werden kann
- ✓ Offen kommunizieren, dass Sie geäußerte Kritik verifizieren möchten
- ✓ Mißstandbeseitigung: den Worten Taten folgen lassen
- ✓ Keine Fake-Meinungen kaufen – illegal!

Präventivmaßnahmen ergreifen:

Investieren Sie Zeit und Geld in ein gutes Webmonitoring
Engagieren Sie eine professionelle Social Media Agentur
Sensibilisierung der Mitarbeiter durch Social Media Guidelines



DATATREE
YOUR COMPLIANCE PROVIDER

**Vielen Dank
für Ihre
Aufmerksamkeit!**



DATATREE AG
Bernd Fuhlert
Heubesstraße 10
40597 Düsseldorf
Telefon +49 (211) 598947 -50
Fax +49 (211) 598947 - 80