



Datenschutz-Grundsätze im Marketing



Chantal Lutz
Senior Associate

Bern, Schweiz

25. Mai 2023



Einordnung





Trans-
parenz?

CRM: Welche
Personen-
daten sind
erlaub?

Nutzung
öffentlicher /
gekaufter
Personen-
daten?

Cookie-
Banner?

Wie hole ich
Einwilligungen
(unbemerkt) ein?

Daten mit
Dritten
teilen? Wie
(Hashing)?

Auswertungen:
Wie weit darf ich
gehen?



Was sind Personendaten?

Personenstammdaten, Kontakt Daten, Finanzdaten

Name, Geburtsdatum, Adresse,
Zivilstand, Telefon, AHV-
Nummer, IBAN-Nummer etc.



Profiling

Auswertungen über
persönliche Interessen,
Vorlieben, Leistung



Massnahmen und Sanktionen

Informationen über
verwaltungs- und
strafrechtliche Verfolgung und
Sanktionen, Daten über
Sozialhilfemassnahmen



Aussehen, Identität, Körper und Gesundheit

Ethnie, Gesundheitsdaten,
Intimsphäre, genetische und
biometrische Daten



Bewegungsdaten

Überwachung, Standort,
Tracking (physisch oder online)



Weltanschauung

Politische und
gewerkschaftliche Tätigkeit
und Überzeugung, Religion





Was muss der Werbende beachten?



- **Bearbeitungsgrundsätze** einhalten
- **Risikoabwägung** und Massnahmen bei Datenübermittlung an Drittstaaten
- **Informationspflicht** gegenüber betroffenen Personen
- Wahrung der **Rechte der betroffenen Personen**
 - Einholen der **Einwilligung** (insbes. bei besonders schützenswerten Daten)?
 - Erstellung einer **Datenschutz-Folgeabschätzung?**



Bearbeitungsgrundsätze



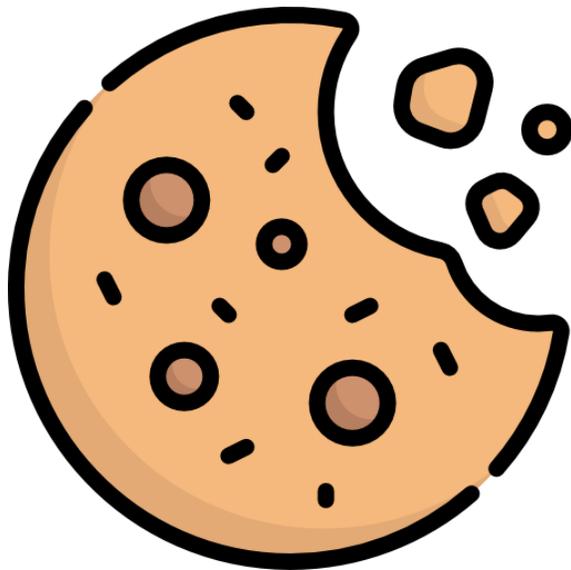
- **Transparenz**
- **Zweckgebundenheit**
- **Verhältnismässigkeit**

Bei Nichteinhaltung Rechtfertigungsgrund nötig:

- Einwilligung
- Überwiegende Interessen
- Gesetzliche Grundlage



Cookies



- Mit Cookies werden Personendaten auf dem Gerät der Webseitenbesuchenden bearbeitet
- DSGVO: Consent-Banner (Opt-In), setzt Cookies erst, wenn der Nutzer zugestimmt hat
- **In der Schweiz reicht ein Cookie-Hinweis bzw. die Datenschutzerklärung aus**
- **Risiko:**
 - Ordnungsbusse von max. CHF 5'000.00 (FMG)
 - Busse von max. CHF 250'000 (DSG)



Vergleich DSG / DSGVO

	DSG	DSGVO
Rechtsgrundlage	Nur wenn Bearbeitungsgrundsätze nicht eingehalten	Immer
Einwilligung	Widerruf der Einwilligung darf eingeschränkt werden, weil bspw. berechnigte Interessen vorliegen (muss aber kommuniziert werden)	Hervorheben in AGB (Klarheit) Koppelungsverbot beachten (Freiwilligkeit) Widerrufshinweis zwingend!
Datenschutz- erklärung	Pflicht, aber weniger Inhalt als unter DSGVO	Pflicht (umfassende Information: bspw. auch über Rechte der betroffenen Personen)
Dokumentations- pflicht	Sehr eingeschränkt	Ausgedehnte Rechenschaftspflichten (bspw. Nachweis der Rechtsgrundlage)
Strafen	Max. CHF 250'000 gegen natürliche Person (bspw. Chief Marketing Officer), insbesondere bei mangelhafter Information, nur Vorsatz!	Max. 4% des weltweiten Jahresumsatzes gegen Unternehmen, Fahrlässigkeit ausreichend

— DSGVO Bussen

 Datum ▾	€ Bußgeld ⬆️⬆️	 Empfänger ⬆️⬆️	 Land ⬆️⬆️	 Vergehen
17.05.2023	5.000 €	AD735 DATA MEDIA ADVERTISING SL	 ES	Unerwünschte Direktmarketing-Nachrichten ohne Nachweis einer Zustimmung. »Details
10.05.2023	75.000 €	MARKETING ACCOMMODATION SOLUTIONS FZ, L.L.C..	 ES	Übermäßiges Sammeln von Daten bei der Buchung einer Airbnb-Wohnung. »Details
17.04.2023	300.000 €	Ediscom SpA	 IT	Unrechtmäßige Verarbeitung von personenbezogenen Daten für Marketingzwecke. »Details
22.02.2023	2.450.000 €	Edison Energia spa	 IT	Diverse Verstöße im Zusammenhang mit Direktmarketing. »Details

<https://www.dsgvo-portal.de/dsgvo-bussgeld-datenbank/>, Suchbegriff: «Marketing»



Bierakquise



- Neue Kontakte ins CRM einspielen?
- Aushändigung Visitenkarte = konkludente Einwilligung zur Kontaktaufnahme
- Opt-In für Newsletter?
 - Transparenzverletzung: Datenweitergabe an Mailchimp / Reichweitenmessung?
 - Zweckentfremdung?
 - Noch verhältnismässig?
- Empfehlung: Kategorisierung von Kontakten im CRM (bspw. Bierakquise, Datum, Mitarbeiter)

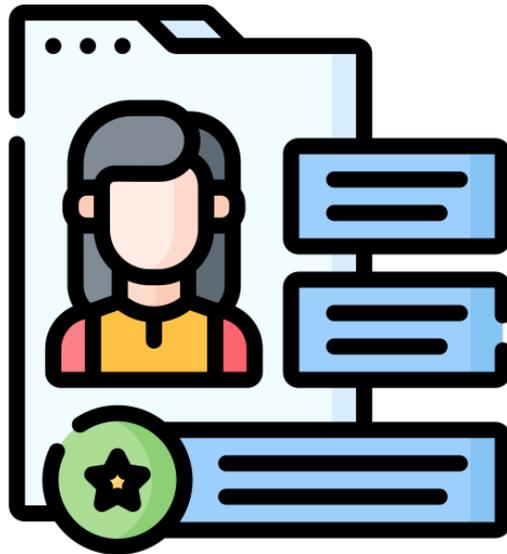


Newsletter / Massenwerbung



- Massenwerbung = automatisiert
- Bestehende Geschäftsbeziehung oder (konkludente) Einwilligung
- Double-Opt-In: Richtigkeit der Personendaten
- Angabe korrekter Absender
- Einfache Opt-Out Möglichkeit
- Übertragung Opt-Out in das CRM sicherstellen
- **Risiko bei vorsätzlicher Verletzung:**
Freiheitsstrafe oder Geldstrafe (UWG)

Profiling



- Profiling = Auswertungen, die Vorhersagen über Personen zulassen
- Profiling mit hohem Risiko = Persönlichkeitsprofil
- Tracking (Cookies, Devices, Freiwilligkeit)
- Scraping öffentlicher Daten
- Datensätze aus dem Dark Web
 - **Ab wann Einwilligung nötig?**
 - **Transparenz, die nicht abschreckt?**



Internet of Behavior



- Internet of Behavior: IoT / Devices / Vernetzung lässt Schluss über unsere Gewohnheiten zu
- Teilen der (pseudonymisierten) Daten mit Dritten
- Datenschutzfreundliche Voreinstellungen / Privacy by Design
 - **Information über Auswertung / Anonymisierung zwecks Weiterverarbeitung**
 - **Ab wann Einwilligung nötig?**



Takeaways



- ✓ **Bestandesaufnahme:** Prüfen Sie, welche Daten Sie haben und an wen Sie diese weitergeben
- ✓ **Grundsatzprüfung:** Transparenz, Zweckbindung und Verhältnismässigkeit erfüllt?
 - ✓ **Nein:** Rechtfertigung vorhanden?
- ✓ **Einwilligung:** Freiwillig und ggf. ausdrücklich?
- ✓ **Datenschutz-Folgenabschätzung / Drittstaaten-Übermittlung:** Dokumentieren Sie Risiken & Massnahmen
- ✓ **Vertragliche Absicherung:** Nehmen Sie Datenempfänger in die Pflicht
- ✓ **Daten-Lifecycle:** Löschen / anonymisieren Sie nicht mehr benötigte Personendaten

Weiterführende Literatur



- › **Zahlreiche Praxisbeispiele und eine detaillierte Checkliste** helfen bei der **Umsetzung**
- › **DSG in der Praxis: Auf diese Punkte müssen Sie achten!**



Unser Blog zum Datenschutz
www.datenschutz.law

Tipps und Hilfestellungen zum
Thema Datensicherheit:
www.ncsc.admin.ch



Benjamin Domenig/Christian
Mitscherlich/Chantal Lutz,
Datenschutzrecht für Schweizer
Unternehmen, Stiftungen und
Vereine, Stämpfli Verlag, 2. Aufl.,
Bern 2022