



FAQ zur Datenschutzgrundverordnung



1. Wann genau tritt die DSGVO in Kraft?

Die DSGVO ist seit dem 25. Mai 2016 in Kraft. Wirksam wird sie ab dem 25. Mai 2018.

2. Gibt es eine Übergangsfrist?

Wir befinden uns eigentlich schon in der Übergangsphase. Deshalb sollten sich Online-Händler schon heute mit den notwendigen Maßnahmen zur Einhaltung der DSGVO befassen, um gut vorbereitet zu sein, wenn die DSGVO am 25. Mai wirksam wird.

3. Ändert sich das Datenschutzrecht grundlegend im Vergleich zu heute?

Nein, die Grundprinzipien, wie sie bisher schon im europäischen Datenschutzrecht durch die Richtlinie 95/46/EG festgelegt waren, bleiben auch unter der DSGVO weiter bestehen. Dies sind zum Beispiel das Prinzip der Datensparsamkeit oder das Prinzip der Zweckbindung. Hinzu kommen neue Grundsätze, wie die datenschutzfreundliche Voreinstellung („Privacy by default“) und Datenschutz durch Technikgestaltung („Privacy by design“).

4. Was ändert sich für den Online-Händler konkret?

Eine grundlegende Änderung ist die Einführung der Rechenschaftspflicht: Danach sind Unternehmen dazu verpflichtet, die Einhaltung der DSGVO nachzuweisen. Daraus ergeben sich verstärkte Dokumentations- und Nachweispflichten: Die Führung eines Verzeichnisses von Verarbeitungstätigkeiten, die Durchführung von Datenschutz-Folgenabschätzungen sowie die Dokumentation von Datenschutzvorfällen.

Zudem ist das Risiko bei der Nichteinhaltung der datenschutzrechtlichen Vorschriften deutlich gestiegen: Verstöße können mit Bußgeldern von bis zu 20 Millionen Euro oder von bis zu 4 % des gesamten weltweit erzielten Jahresumsatzes geahndet werden.

Weitere Änderungen sind folgende:

- ▶ Die Informationspflichten gegenüber Betroffenen (z.B. die Datenschutzerklärung) sind umfangreicher,
- ▶ das Recht auf Datenportabilität sowie die Fristen für die Bearbeitung der Anträge zur Ausübung der Rechte der Betroffenen sind zu beachten.
- ▶ Die Nutzung von Cookies & Werbetoole kann in der Regel künftig über eine Interessenabwägung gerechtfertigt werden – vorbehaltlich einer abweichenden Regelung durch die kommende ePrivacy Verordnung;
- ▶ Verträge mit Dienstleistern zur Auftragsverarbeitung müssen strengere Anforderungen erfüllen;



5. Welche Änderungen muss der Online-Händler vornehmen?

Folgende Änderungen sind vorzunehmen:

- ▶ Die Prozesse, bei denen personenbezogene Daten verarbeitet werden, sind in einem Verzeichnis von Verarbeitungstätigkeiten zu dokumentieren
- ▶ Die Datenschutzerklärung ist zu aktualisieren
- ▶ Die bislang nach französischem Recht zulässigen Einwilligungserklärungen sind weiterhin wirksam, sofern sie die strengeren Anforderungen an die Freiwilligkeit erfüllen. Andernfalls müssen sie überarbeitet werden.
- ▶ Verträge zur Auftragsverarbeitung sind zu prüfen und gegebenenfalls zu überarbeiten;
- ▶ Datenschutz-Folgenabschätzungen sind durchzuführen, wenn der Verantwortliche Datenverarbeitungen vornimmt, welche ein hohes Risiko für die Rechte und Freiheiten der Betroffenen mit sich bringen
- ▶ Interne Prozesse müssen angepasst werden, um die Rechte auf Auskunft, Berichtigung, Löschung, Widerspruch sowie das neue Recht auf Datenportabilität zu gewährleisten. Hierbei müssen Anträge der Betroffenen in der Regel innerhalb eines Monats bearbeitet werden;
- ▶ Einführung eines Reaktionsplans für Datenpannen, um der Aufsichtsbehörde die Panne innerhalb 72 Stunden nach Kenntnisnahme zu melden.

6. Ein Online-Shop trägt das Trusted Shops Gütesiegel – erfüllt er damit die Kriterien der DSGVO heute schon?

Nein, da nicht alle Anforderungen der DSGVO im Rahmen der Vergabe des Gütesiegels überprüft werden. So enthält die Prüfung für das Gütesiegel beispielsweise nicht auch eine Überprüfung der internen Dokumentation, wie zum Beispiel des Verfahrensverzeichnisses.

7. Wird das Gütesiegel aberkannt, wenn der Online-Shop die Änderungen zum Stichtag nicht erfüllt?

Eine Aberkennung des Gütesiegels erfolgt nicht automatisch. Wir empfehlen jedoch, die entsprechenden Anpassungen im Vorfeld eigenständig bereits so vorzubereiten, dass diese zum Stichtag direkt in den Shop eingepflegt werden können.

Bitte beachten Sie, dass Sie Ihren Shop auch nach dem erfolgreichen Abschluss der Zertifizierung durch Trusted Shops stets an die aktuellen rechtlichen Rahmenbedingungen sowie die TS-Qualitätskriterien anpassen sollten.

8. Braucht der Online-Shop jetzt einen Datenschutzbeauftragten?

Online-Händler müssen nach Art. 37 Abs. 1 lit c DSGVO einen Datenschutzbeauftragten bestellen, wenn ihre Kerntätigkeit in der umfangreichen Verarbeitung besonderer Kategorien von Daten besteht.



9. Auf was muss ein Online-Händler bei seinen Dienstleistern (Newsletter Versandtool, Shopsoftware, Paymentanbieter, Trackingtools...) achten?

Dienstleister müssen hinreichende Garantien dafür bieten, dass die Einhaltung der Anforderungen der DSGVO durch geeignete technische und organisatorische Maßnahmen gewährleistet ist.

Wenn Sie einen geeigneten Dienstleister finden, müssen Sie mit ihm einen Vertrag zur Auftragsverarbeitung schließen, welcher die inhaltlichen Anforderungen von Art. 28 Abs.3 DSGVO erfüllen muss.

10. Welche Fragen muss der Online-Händler seinem Dienstleister stellen?

Sie müssen herausfinden, ob der Dienstleister hinreichende Garantien für die Einhaltung der Anforderungen der DSGVO bietet. Die Auszeichnung durch eine Datenschutzzertifizierung ist ein wichtiger Indikator dafür, dass der Anbieter die Anforderungen der DSGVO erfüllt.

Zudem müssen Sie sicherstellen, dass Sie mit dem Dienstleister einen Vertrag zur Auftragsverarbeitung schließen, welcher die nach Art. 28 Abs. 3 DSGVO erforderlichen Pflichtinformationen enthält. Zum Beispiel muss im Vertrag zur Auftragsverarbeitung festgehalten sein, ob und unter welchen Bedingungen die Beauftragung von Subunternehmern möglich ist.

Ein weiterer Punkt ist die Übermittlung personenbezogener Daten in Staaten außerhalb der EU: Bleiben die Daten in der EU oder werden sie in einen oder mehrere Drittstaaten übermittelt? Bei internationalen Datenübermittlungen müssen Sie überprüfen, ob Garantien vorliegen, um ein angemessenes Datenschutzniveau zu gewährleisten.

11. Wie prüft ein Online-Shop, ob seine Datenschutzerklärung ausreicht?

Zu aller erst benötigen Sie eine Bestandsaufnahme der aktuell vorgenommenen Datenverarbeitungen in Ihrem Online-Shop (Tracking Tools, Newsletters, Bonitätsprüfung, Datenübermittlungen an Dritte). Die Datenschutzerklärung muss über diese Datenverarbeitungen informieren. Dabei müssen folgende Pflichtangaben über die Verarbeitungen angegeben werden:

- ▶ Name und Kontaktdaten des Verantwortlichen und ggf. des Datenschutzbeauftragten
- ▶ Beabsichtigte Rechtsgrundlage
- ▶ Berechtigte Interesse des Verantwortlichen
- ▶ Datenempfänger oder Kategorien von Datenempfänger
- ▶ Angaben zur Übermittlung in Drittländer
- ▶ Löschrufen oder die Kriterien für deren Festlegung
- ▶ Information über die Rechte auf Auskunft, Berichtigung, Sperrung, Löschung, Widerspruch und Datenübertragbarkeit
- ▶ Beschwerderecht bei Aufsichtsbehörden
- ▶ Hinweis auf das jederzeitige Widerrufsrecht erteilten Einwilligungen
- ▶ Das Bestehen eines Beschwerderechts bei einer Aufsichtsbehörde
- ▶ Bei automatisierten Entscheidungsfindungen einschl. Profiling die involvierte Logik sowie die Tragweite und die angestrebten Auswirkungen der Verarbeitung
- ▶ Wenn Daten nicht beim Betroffenen erhoben werden (z.B. aus einer öffentlichen Quelle), die Datenquelle woher sie stammen.



12. Ist Scoring noch zulässig?

Scoring ist weiterhin unter bestimmten Voraussetzungen zulässig. Die für Online-Händler relevanten Erlaubnistatbestände bleiben dieselben: Scoring darf mit ausdrücklicher Einwilligung des Betroffenen stattfinden oder wenn das Scoring für den Abschluss oder die Erfüllung des Vertrags erforderlich ist. Letzteres ist zum Beispiel der Fall, wenn der Kunde die Zahlungsmethode „Kauf auf Rechnung“ oder „Ratenzahlung“ auswählt. Als Neuerung muss der Betroffene über die involvierte Logik sowie die Tragweite und die angestrebten Auswirkungen der Verarbeitung informiert werden.

13. Wie sieht die Bußgeldpraxis künftig genau aus?

Art. 83 DSGVO sieht wesentliche höhere Bußgelder als vor. So sind bei bestimmten Rechtsverstößen Bußgelder von bis zu 20 Mio. Euro bzw. 4 % des Jahresumsatzes eines Unternehmens vorgesehen. Inwiefern die Aufsichtsbehörden in der Praxis von diesen Befugnissen Gebrauch machen werden, ist schwer vorauszusehen. Eine deutliche Steigerung der Bußgelder bei Datenschutzverstößen ist aber zu erwarten.

14. Gelten für Kinder besondere Datenschutzrechte?

Kinder sind besonders schutzwürdig, daher gibt es besondere Regelungen in der DSGVO für Kinder. Demnach ist die Verarbeitung personenbezogener Daten von Kinder unter 16 Jahren nur rechtmäßig, sofern und soweit diese Einwilligung durch den Träger der elterlichen Verantwortung für das Kind oder mit dessen Zustimmung erteilt wird.



FAQ zur Datenschutzgrundverordnung und Trusted Shops-Produkten



1. Muss sich Trusted Shops beim Thema Datenschutz auch anpassen? Und wenn ja, was genau?

Wie alle europäischen Unternehmen arbeitet auch Trusted Shops bereits daran, die Anforderungen der DSGVO für die eigenen Tätigkeiten umzusetzen. Hierzu gehören neben der Überarbeitung des Verarbeitungsverzeichnisses und anderer Dokumentationen auch die Anpassung der Datenschutzerklärungen auf den eigenen Webseiten und die Aktualisierung der Schulung für die eigenen Mitarbeiter im Hinblick auf die DSGVO.

2. Bietet Trusted Shops den Abschluss einer Vereinbarung zur Auftragsverarbeitung an?

Mit Start der DSGVO und im Zusammenhang mit den entsprechenden Änderungen der gesetzlichen Anforderungen wird Trusted Shops anbieten, mit Online-Shops, die die Trusted Shops Produkte einsetzen, eine Vereinbarung zur Auftragsverarbeitung abzuschließen.

Aktuell arbeiten wir an der Erstellung eines Standard-Entwurfs, den wir noch vor dem Wirksamwerden der DSGVO interessierten Kunden zur Verfügung stellen werden. Bitte haben Sie Verständnis, dass Trusted Shops in Anbetracht der Anzahl seiner Kunden und der Umstellung nicht anbieten kann, die individuellen Vertragsentwürfe aller Kunden zu prüfen und abzuschließen.

Selbstverständlich wird sich jedoch auch der von Trusted Shops angebotene Entwurf an die gesetzlichen Vorgaben halten und die Interessen unserer Kunden angemessen berücksichtigen.

3. Muss ein Online-Händler über den Einsatz von Trusted Shops Produkten in seiner Datenschutzerklärung informieren?

Da durch die Gesetzesänderung auch die Informationspflichten der Webseitenbetreiber steigen, muss ein Online-Shop künftig auch in seiner Datenschutzerklärung darüber informieren, wenn er – aufgrund einer Einwilligung des Käufers oder im Rahmen der Vereinbarung zur Auftragsverarbeitung mit Trusted Shops – personenbezogene Daten an Trusted Shops übermittelt oder zulässt, dass Trusted Shops solche Daten auf der Webseite des Online-Shops erhebt.

Die Information in der Datenschutzerklärung sollte die Erhebung und Verarbeitung der Daten beschreiben und die Kategorien der Daten nennen, die erhoben werden. Dabei sollte die Trusted Shops GmbH ausdrücklich als Auftragsverarbeiter des Online-Shops erwähnt werden. Darüber hinaus sollte die Datenschutzerklärung den Zweck der Verarbeitung sowie die Rechtsgrundlage, auf der die Verarbeitung beruht, erläutern. Erfolgt die Übermittlung der personenbezogenen Daten an Trusted Shops aufgrund einer Einwilligung, so ist außerdem über das Widerrufsrecht, ansonsten gegebenenfalls über ein Widerspruchsrecht zu informieren.



4. Welche Daten werden bei Einsatz der Trusted Shops Produkte erhoben?

A. Ein Online-Shop, der Trusted Shops Produkte über die angebotenen API nutzt:

Nutzt ein Online-Shop die Trusted Shops Produkte unter Einsatz der Trusted Shops API, so hängt es von den individuellen Einstellungen der API ab, welche personenbezogenen Daten eines Käufers zu welchem Zeitpunkt an Trusted Shops übermittelt werden.

Daher kann keine abschließende Aussage darüber getroffen werden, welche Daten bei Einsatz einer Trusted Shops API zwischen dem Online-Shop und Trusted Shops übermittelt werden. Details zu den von Trusted Shops bereitgestellten API erhalten sie unter api.trustedshops.com.

Bitte beachten Sie, dass die Übermittlung personenbezogener Daten von Käufern an Trusted Shops auch über die API grundsätzlich einer vorherigen Einwilligung der Betroffenen bedarf, da es sich um eine Übermittlung personenbezogener Daten zu Marketingzwecken handelt. Der Online-Shop ist daher verpflichtet, die entsprechenden Einwilligungen vorab einzuholen.

B. Ein Online-Shop, der das Trustbadge integriert hat:

a) Datenübermittlung beim Besuch des Online-Shops mit eingebundenem Trustbadge

Wie bei dem Aufruf einer Internetseite erzeugt auch der Abruf des in einem Shop eingebauten Trustbadge durch einen Browser-Client (also gleichzeitig mit Aufruf der Shopseite) automatisch einen Webserver Log-Eintrag. Nachdem es sich dabei um ein Standard Format handelt, finden sich dort Informationen über den abrufenden Browser-Client (Datum, Uhrzeit, Referrer, IP-Adresse des Clients, User-Agent, ...). Bei diesen Daten handelt es sich um Nutzungsdaten, die bei jeglicher Datenübertragung im Internet anfallen. Insbesondere bei jeder Einbindung von Drittinhalten kommt es zu einer solchen Übertragung dieser Daten.

Aus diesen Nutzungsdaten werden durch Trusted Shops keine Nutzungsprofile erstellt und keine Rückschlüsse auf die Person des Webseitenbesuchers gezogen. Diese Daten werden ausschließlich zur Sicherstellung eines störungsfreien Betriebs ausgewertet.

Darüber hinaus werden allein durch den Besuch einer Shopseite, auf der das Trustbadge eingebunden ist, keine personenbezogene Bestandsdaten (z.B. Name, E-Mail Adresse etc.) automatisch an uns übertragen oder gespeichert.

b) Datenübermittlung bei einer Bestellung im Online-Shop

Nutzt der Käufer die Produkte von Trusted Shops selbst nicht, wird bei Einbindung des Trustbadge lediglich die Bestellnummer an Trusted Shops übermittelt. Dies dient insbesondere der Verifizierung von späteren Garantien oder Bewertungen.

Weitere Daten – insbesondere personenbezogene Daten - werden nur übertragen, wenn die Trusted Shops Produkte für Käufer durch den Shopkunden aktiv genutzt werden und er der Datenübermittlung entsprechend zustimmt, bzw. dies in der Vergangenheit für künftige Einkäufe getan hat.



Dabei werden nur die Daten erhoben, die zur Nutzung unserer Produkte minimal erforderlich sind. Dies sind in der Regel bei Nutzung des Trusted Shops Käuferschutzes mit Shopbewertung Bestelldatum, die Bestellnummer, eine ggf. bestehende Kundennummer, die Bestellsumme, die Währung, ggf. das erwartete Lieferdatum, die Zahlungsart und die E-Mail-Adresse des Käufers. Bei Einbindung von Produktbewertungen durch den Shop werden außerdem die URL des Produkts und des Produktbildes, die Produktbezeichnung, die Produkt SKU, GTIN und MPN sowie der Hersteller erhoben. Wird ohne Trusted Shops Käuferschutz eine Bewertungserinnerung versendet, werden lediglich die Bestellnummer und die E-Mail Adresse benötigt. Weitere persönliche Daten von Nutzern erhält Trusted Shops auf diesem Wege nicht.

Ob der Käufer bereits für eine Produktnutzung registriert ist, wird anhand eines neutralen Parameters, der per kryptologischer Einwegfunktion gehashten E-Mail-Adresse (MD 5 Verfahren), automatisiert überprüft. Die E-Mail Adresse wird vor der Übermittlung in diesen für Trusted Shops nicht zu entschlüsselndes Hash-Wert umgerechnet. Gibt es keinen Match, wird der Parameter verworfen. Die E-Mail-Adresse wird dann nur erhoben, soweit sich der Käufer für die Nutzung von Trusted Shops Produkten entscheidet. Die E-Mail Adresse des Käufers in Klarschrift oder weitere Daten werden bei der automatischen Übermittlung nicht übertragen.

Die erhaltenen Daten werden ausschließlich für die Abwicklung der geschlossenen Verträge verwendet und für die Dauer der gegenseitigen Vertragserfüllung intern gespeichert. Danach werden die Daten für die weitere Verwendung gesperrt und nach Ablauf aller etwaigen handels- und steuerrechtlichen Aufbewahrungsfristen endgültig gelöscht.

Entscheidet sich der Käufer nicht für eine Nutzung der Trusted Shops Produkte für Käufer und verlässt die Seite, werden weder Daten an Trusted Shops übermittelt noch durch Trusted Shops gespeichert oder verarbeitet.

5. Was muss beim Versand von Bewertungsaufforderungen beachtet werden?

Bewertungsaufforderung ist Werbung

Bei dem Versand einer E-Mail zur Bewertungserinnerung müssen datenschutzrechtliche und wettbewerbsrechtliche Bestimmungen beachtet werden, da es sich um eine Verwendung personenbezogener Daten zu Werbezwecken handelt. Die versendete Bewertungserinnerung ist Werbung.

Es gibt inzwischen zahlreiche Urteile (*LG Hamburg, Urt. v. 30.6.2006 – 309 S 276/05 - Umfragen zu Marktforschungszwecken stellen Werbung dar; AG Hannover, Urt. v. 3.4.2013 – 550 C 13442/12 sowie AG Düsseldorf, Urt. v. 27.10.2014 – 20 C 6875/14 sowie LG Leipzig, Urt. v. 13.11.2015 – 02 HK O 888/15 - Feedbackanfragen sind Werbung; OLG Dresden, Urt. v. 24.04.2016 - Az.: 14 U 1773/13 - Kundenzufriedenheitsanfragen sind unerlaubte E-Mail-Werbung*) die klarstellen, dass es sich bei Feedback- oder Bewertungsanfragen um Werbung im Sinne des § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG handelt. Diese belästigten den Kläger in gleicher Form wie jede andere Werbemail.



Einholung einer Einwilligung

Daher setzt der Versand einer Bewertungsanfrage stets die Einholung einer ausdrücklichen Einwilligung voraus. Allein das Vorliegen der E-Mail Adresse reicht nicht aus. Dies gilt auch dann, wenn die E-Mail-Adresse an einen Dritten weitergegeben wird, damit dieser die Bewertungserinnerung versendet. Dies ist zum Beispiel bei Nutzung des Review Collectors oder des Automatischen Sammelns von Trusted Shops der Fall. Trusted Shops verpflichtet den Online-Händler vertraglich in den Allgemeinen Mitgliedschaftsbedingungen zur dementsprechenden Einholung wirksamer Einwilligungen. Erfolgt eine Übermittlung ohne vorherige Einholung von Einwilligungen, liegt hierin nicht nur eine vertragliche Pflichtverletzung des Onlinehändlers, Trusted Shops kann sich daneben im Falle etwaiger Schäden auch an dem Onlinehändler schadlos halten.

Daher wird bei Aktivierung der Funktion ausdrücklich auf diese Voraussetzung hingewiesen.

Für eine wirksame Einwilligung nach § 7 Abs. 2 Nr. 3 UWG ist eine gesonderte Erklärung des Käufers notwendig. Die Einwilligungserklärung darf also nicht mit anderen Erklärungen verbunden werden. Außerdem ist eine aktive Handlung des Kunden erforderlich: Dies kann nur mit einer Checkbox oder mit einer separaten Schaltfläche für die Zustimmung in den Erhalt einer Bewertungserinnerung bzw. einer anderen aktiven Handlung, z.B. Ausfüllen eines Feldes, welches nur für die Anmeldung zur Bewertungserinnerung benötigt wird, verwirklicht werden.

Umfang und Reichweite

Der Umfang und die Reichweite der Einwilligung müssen eindeutig sein: welche Daten, werden an wen weitergegeben, von wem verwendet, für welchen Zweck, regelmäßig oder nur einmalig etc. Soll ein Dritter die Bewertungsanfrage versenden, so muss die Einwilligungserklärung auch die Weitergabe der E-Mail Adresse zum Zweck des Versands einer Bewertungsanfrage an den Dritten umfassen. Wenn die Bewertungserinnerung also durch Trusted Shops versendet wird, muss gegenüber dem Online-Shop darin eingewilligt werden, dass die E-Mail Adresse zum Zwecke des Versands der Bewertungserinnerung an Trusted Shops übermittelt wird.

Eine Einwilligung könnte zum Beispiel über eine Checkbox im Kundenkonto geschehen:

Einwilligung mit Checkbox

Ich möchte stets nach meinen Einkäufen einmalig per E-Mail an die Abgabe einer Bewertung erinnert werden und bin einverstanden, dass meine E-Mail-Adresse zu diesem Zweck an die Trusted Shops GmbH übermittelt wird.

oder (bei Versand der Bewertungserinnerung durch den Online-Shop selbst)

Ich will meine Einkäufe bewerten. Bitte schickt mir hierfür nach meinen Einkäufen immer eine E-Mail.

Einen weiteren Vorschlag enthält auch der Trusted Shops [Rechtstexter](#) im Praxishinweis zu der Frage nach dem Versand von Bewertungsaufforderungen.



Hierbei bietet die Einholung der Einwilligung im Login-Bereich oder durch einen Link in der Bestellbestätigungsmail den Vorteil, dass im ersten Fall die E-Mail Adresse ggf. bereits bestätigt wurde, bzw. im zweiten Fall nur der Inhaber der E-Mail Adresse an den Link kommt. In beiden Fällen wäre ein sog. Double Opt-In zum Nachweis dann überflüssig.

Bewertungspostkarten

Das Beilegen einer Bewertungspostkarte ist unbedenklich. Es könnte sich z. B. auch um einen Flyer mit Shortlink zum Bewertungsprofil handeln. Die strengen Regeln für E-Mail Werbung gelten auf diesem Versandweg nicht.

Auch im persönlichen Kontakt kann ein Kunde unmittelbar um die Abgabe einer Bewertung gebeten werden. Da in diesem Fall keine E-Mail für diesen Zweck verwendet wird, ist eine vorherige Einwilligung nicht erforderlich.

Trusted Shops ist Europas
Vertrauensmarke im E-Commerce.



Sie haben weitere Fragen zu den Trusted Shops Vertrauenslösungen?
Das Trusted Shops Team hilft Ihnen gerne weiter.

 +49 221 77536 58

members@trustedshops.com