

Neue Datenschutzverordnung beachten!

Zum 25. Mai 2018 treten die neue EU-Datenschutzverordnung (DSGVO) sowie das bereits verabschiedete neue Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) in Kraft. Schon jetzt ist klar: Das neue Datenschutzrecht ist umfangreicher und stellt höhere Anforderungen als bisher. Und da es die Erhebung und Verarbeitung von persönlichen Daten – und zwar von Kunden sowie Mitarbeitern – betrifft, sind so gut wie alle Lederwarenhändler davon betroffen und müssen die neuen Regelungen beachten!

So gibt es eine Reihe von neuen Vorschriften, die bei Werbung und Vertrieb vor allem im Hinblick auf Kundendaten unbedingt beachtet werden sollten. Ansonsten drohen bei Prüfung durch die Datenschutzbehörden empfindliche Bußgelder. Schließlich werden Verstöße gegen das Datenschutzrecht künftig stärker sanktioniert.

Grundsätzlich gilt: Datenbestände, -flüsse und -verarbeitungsprozesse müssen ermittelt, dokumentiert und angepasst werden. Für jede Online-Präsenz wie z.B. eine Webseite braucht es eine detaillierte Datenschutzerklärung, die u.a. die Kontaktdaten eines Datenschutzbeauftragten enthalten

muss. Auch bei dessen Auswahl gibt es künftig strengere Vorgaben. Weitere neue Bestimmungen:

1. FÜHREN EINES VERFAHRENSVERZEICHNISSES

Online-Shops (und Unternehmen ab 250 Mitarbeitern) müssen künftig alle Systeme und Verfahren in einem „Verzeichnis von Verarbeitungstätigkeiten“ auflisten, mit denen personenbezogene Daten verarbeitet werden. Hier muss u.a. aufgeführt sein, welche Kategorien von betroffenen Personen es gibt (z.B. Kunden-Cluster), welche Fristen für die Löschung der Daten vorgesehen sind und mit welchen Maßnahmen die Datensicherheit gewährleistet wird.

2. ANPASSEN DER AUFTRAGS-DATENVERARBEITUNGSVERTRÄGE

Schon nach heutigem Recht muss nach § 11 des BDSG ein Auftragsdatenverarbeitungsvertrag abgeschlossen werden, wenn die eigenen Kundendaten zur Verarbeitung an Dritte weitergegeben werden. Dies betrifft u.a. auch die Nutzung von Cloud-Anwendungen, z.B. für das CRM-System oder für Mailing-systeme oder die Nutzung von Google Analytics. Das neue Recht bringt außer-

dem neue Pflichten für die Auftragsverarbeiter mit sich, so dass die bisherigen Verträge aktualisiert werden müssen.

3. ANPASSUNG DER RECHTSTEXTE

Es bestehen teilweise neue, umfangreichere Informationspflichten für Betreiber von Online-Shops, die eine Umformulierung der Werbe-Einwilligungstexte, der Datenschutzhinweise, der Allgemeinen Geschäftsbedingungen und der sonstigen Informationstexte im Shop erforderlich machen.

HINWEISE:

■ Mitglieder im Einzelhandelsverband können diverse Merkblätter zum neuen Datenschutzrecht im geschützten Bereich (Login erforderlich) unter www.einzelhandel.de/dsgvo herunterladen.

■ Wer einen externen Datenschutzbeauftragten bestellen will, kann dazu u.a. die Gesellschaft für Personaldienstleistungen (GfP) in Kassel, eine Einrichtung der Handels- und Dienstleistungsverbände, nutzen. Mitglieder im Einzelhandelsverband erhalten dort Sonderkonditionen. Kontakt: GfP, Tel. 0561/78968-93 und -94, E-Mail: info@gfp24.de, Internet www.gfp24.de.

Abmahnungen für „Gutachten für Gepäckschäden“

Die Begutachtung von Gepäckschäden gehört zu den branchenüblichen Serviceleistungen von Lederwarenfachgeschäften. Doch aktuell wurden mindestens zwei Unternehmen von der Wettbewerbszentrale München abgemahnt, weil sie diese Dienstleistung auf ihrer Website mit dem Begriff „Gutachten“ bewerben.

Tatsache ist: Es gibt mehrere Gerichts-Urteile, die eine Verbindung von Gutachten auf der einen Seite und von

Verkauf oder Reparatur der Ware auf der anderen Seite als unzulässig einstufen. Selbst vereidigte Sachverständige müssen diesen Bereich werblich und räumlich trennen.

Der BLE hat mit der Wettbewerbszentrale über mögliche Auswege für den Lederwarenfachhandel gesprochen. Danach ist es unproblematisch, Kostenvorschläge für Reparaturen von beschädigtem Gepäck anzubieten und zu bewerben. Alle Begriffe, die den

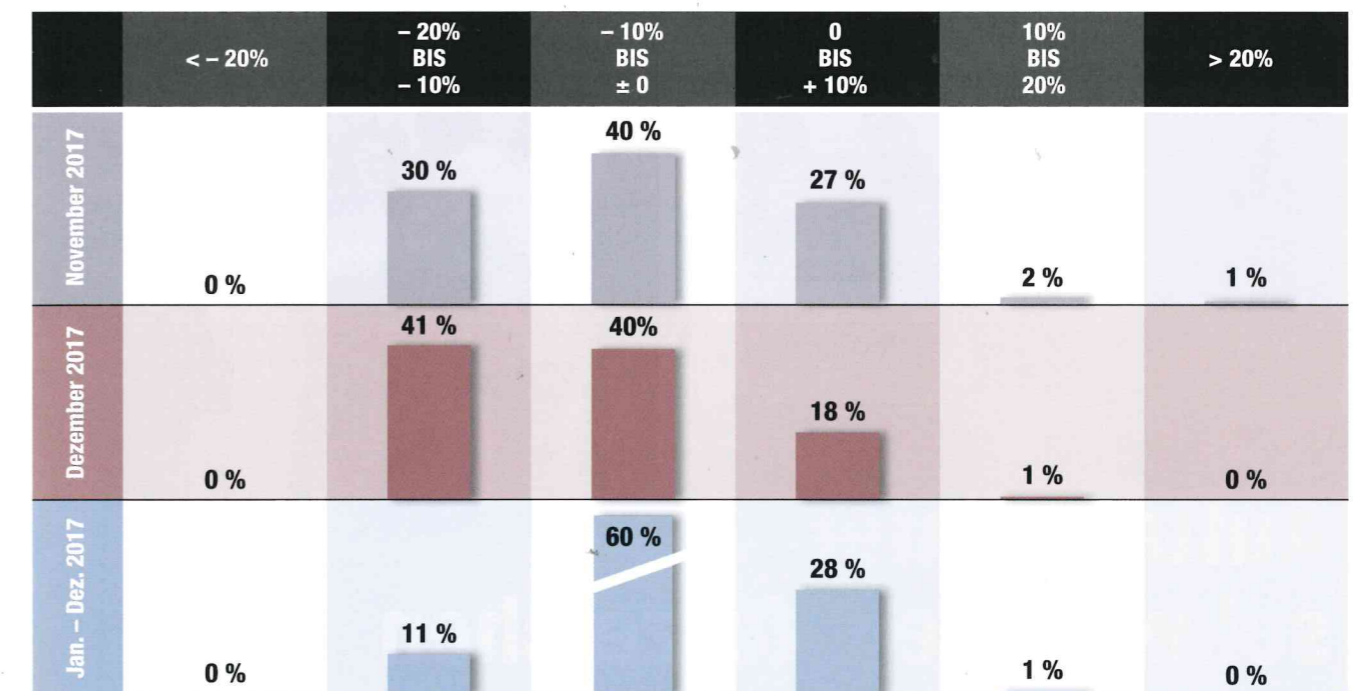
Begriff des Gutachtens nur umschreiben (z.B. Bewertung), sind allerdings ebenfalls unzulässig.

BLE-Empfehlung: Das Angebot von „Gutachten“ sollte unbedingt von allen Websites und anderen Werbemitteln (z.B. Schaufenster) gelöscht und ggf. durch Begriffe wie „Kostenvorschlag für Gepäckreparaturen“ ersetzt werden. Zur Sicherheit sollten auch die entsprechenden Formulare umbenannt werden.

JANUAR 2018: +1% (VORJAHR -4%) / DEZEMBER 2017: -6% (+/- 0%) / NOVEMBER 2017: -6% (+/- 0%)

Schwaches Ende

Die Teilnehmer an der Umsatzumfrage von LR haben das Jahr zumeist schlecht abgeschlossen.



Durchschnittlich erzielten die Teilnehmer an der Umsatzumfrage im November und Dezember jeweils ein Minus von 6%. Das Jahr 2017 endete mit ein Minus von 4%. Das Jahr 2018 startete mit plus einem Prozent.

Das Weihnachtsgeschäft ist bei vielen Lederwarenfachhändler enttäuschend gelaufen. Dieser Einbruch hinterließ Spuren in der Jahresbilanz: Im Schnitt gingen die Umsätze 2017 um 4 Prozent im Vergleich zu 2016 zurück.

Der Beginn des Jahres 2018 mit einem Plus von 1% im Januar lässt sich daher nur als kleines Trostpflaster bezeichnen; zumal die Vorgabe mit -4% nicht allzu hoch gelegen hatte. Hoffentlich klappt der Start in die F/S-Saison.

