

## Öffentlichkeitsarbeit des Datenschutzbeauftragten

# Public Relations in eigener Sache

Im eigenen Unternehmen führt der Datenschutzbeauftragte oft ein Schattendasein. Doch dagegen können Sie etwas tun. Was hindert Sie daran, Ihre Tätigkeit und Aufgaben durch Öffentlichkeitsarbeit im Unternehmen einem breiten Publikum kundzutun? Scheuen Sie sich nicht. Denn Klappern gehört auch hier zum Handwerk!

▷ Sie sind nach der schriftlichen Bestellung zum DSB voll Enthusiasmus an die neue Aufgabe herangegangen. Konnten Ausbildungslehrgänge besuchen, nahmen Kontakt zu den entscheidenden Stellen im Unternehmen auf, führten Schulungen für Ihre Kollegen durch, um den gesetzlichen Anforderungen zu entsprechen.

Eine Zeitlang waren Sie vermutlich noch mit den Verfahrensübersichten beschäftigt oder haben versucht, die internen Regelungen und Richtlinien zu ergänzen. Und dann?

### Strohfeuer Datenschutz

Ist einmal die erste Euphorie verfliegen, stellt sich schnell Ernüchterung ein. In der Anfangsphase hatten Sie noch das Gefühl, die verantwortliche Stelle, also der Geschäftsführer, steht voll hinter Ihnen. Aber mit der Zeit nehmen die alltäglichen Arbeiten Ihrer Hauptbeschäftigung überhand, sofern Sie das Mandat als betrieblicher Datenschutzbeauftragter nicht in Vollzeit ausüben.

### Vergessener Datenschutzbeauftragter?

Natürlich wäre es schön, wenn sich ein einmal erreichter Status quo im Datenschutz halten ließe. Aber die Hoffnung trägt. Dass sich später keiner der Mitarbeiter mehr für Datenschutz interessiert, liegt nicht zuletzt an Ihnen.

### Datenschutz muss „köcheln“!

Unternehmensprozesse sind nie statisch. Wenn Sie also als DSB ernst genommen werden möchten, müssen Sie dafür sorgen, dass das Thema Datenschutz ebenso permanent köchelt.

### Das Zauberwort „Public Relations“

Öffentlichkeitsarbeit oder neudeutsch „Public Relations“ ist der Schlüssel, der Ihnen zur notwendigen Publicity verhilft. Sinnvoll und vor allem kontinuierlich eingesetzt dringt sie in alle Bereiche des Unternehmens ein.

### Werden Sie aber nicht überaktiv!

Publizieren Sie jetzt aber nicht auf einen Schlag alle Aktivitäten und Informationen aus Ihren Tätigkeiten der letzten Jahre. Der Stroheffekt verpufft auch hier und würde die Zielgruppe mit Informationen erschlagen, sodass vermutlich das Interesse schnell wieder erlahmt.

### Betreiben Sie kontinuierliche Öffentlichkeitsarbeit

Besser ist es, eine Informationsdatenbank regelmäßig zu pflegen und etwa alle ein bis zwei Wochen einen neuen Beitrag einzustellen. Nur wenn Ihre Kollegen merken, dass es regelmäßig

### Auffrischung durch E-Mail-News

Leider stöbert nicht jeder Mitarbeiter in Ihrem Datenschutzarchiv und hält sich regelmäßig auf dem Laufenden. Als probates Mittel hat es sich erwiesen, alle drei bis vier Monate die Themen aus den letzten Veröffentlichungen in Schlagzeilen zusammenzufassen und als E-Mail zu versenden.

So halten Sie auf jeden Fall das Interesse wach, und Ihre Informationspolitik gerät nicht so schnell in Vergessenheit.

etwas Neues gibt, sind sie auch bereit, öfter mal vorbeizuschauen.

### Bieten Sie Informationshäppchen statt Riesenportionen

Vor seitenlangen Abhandlungen, die wenig Informatives oder Neues für die Mitarbeiter bringen, sei gewarnt. Verstricken Sie sich auch nicht in theoretischen Themen, die für Ihr Unternehmen belanglos sind. Der Nutzer will kurz informiert werden und durch leicht verständliche Texte einen schnellen Überblick gewinnen.

Idealerweise bieten Sie in Ihren Informationshäppchen jedoch vertiefende Informationen über Links oder Verweise, falls der eine oder andere sich doch intensiver mit der beschriebenen Materie befassen möchte.

### Planen Sie Ihre Datenschutzplattform von Anfang an sorgfältig

Beginnen Sie die Vorbereitungen für eine Datenschutzplattform mit einer strukturierten Planung. Eruieren Sie, was das beste Veröffentlichungs- oder Kommunikationsmedium in Ihrem Unternehmen ist. Ideal eignen sich z.B.:

- eine Datenbank unter Lotus Notes
- das Publikverzeichnis in Exchange
- eine öffentliche Verzeichnisstruktur auf dem Server
- schlicht und einfach E-Mail

Achten Sie bei Ihrer Planung darauf, dass Sie auch eventuelle Außendienstmitarbeiter oder Angestellte in Zweigstellen erreichen.

### Arbeiten Sie mit Kategorien

Um sich nicht in den Tiefen der Informationen zu verlieren, bieten sich Themengebiete als Oberbegriffe an. Bewährt haben sich beispielsweise folgende Kategorien:

- Datenschutz, was ist das?
- Datenschutz im Unternehmen
- Privater Datenschutz

**Strukturieren Sie die Informationen**

Die oben genannte Grobstruktur gilt es nun mit Leben zu füllen. Es ist ratsam, weitere Unterteilungen zu schaffen, damit die Inhalte möglichst einfach aufgenommen und vor allem später wiedergefunden werden.

**„Datenschutz, was ist das?“**

In diesen Oberbegriff empfiehlt es sich, Informationen einzubringen, die zur allgemeinen Aufklärung des Themas beitragen. Möglich wären:

- Info
  - Europäische Datenschutzrichtlinie
- Gesetze
  - BDSG Bundesdatenschutzgesetz
  - TKG Telekommunikationsgesetz
- Begriffserklärungen
  - Betroffener
  - Informationelle Selbstbestimmung
  - Gebot der Zweckbindung

Bei den Begriffserklärungen können Sie sich z.B. an den Datenschutz-Begriff des Monats aus der Datenschutz PRAXIS anlehnen.

**„Datenschutz im Unternehmen“**

Oberstes Ziel Ihrer Publikationen sollte natürlich die Vertretung der Interessen Ihres Unternehmens sein. Dass diese Kategorie den breitesten Raum einnehmen wird, versteht sich daher von selbst.

Umso wichtiger ist es, eine sinnvolle Struktur zu schaffen, um die Belange des Unternehmens und somit auch Ihrer Tätigkeit als DSB abzudecken. Als Anhaltspunkte eignen sich z.B.:

- Info
  - Vorwort der Geschäftsleitung
  - Kontaktdaten zum DSB
- Interne Richtlinien und Regelungen
  - Richtlinie zur E-Mail-Nutzung
  - Anleitung für TK und Mobilfunk
- Musterformulare
  - Mitarbeiterverpflichtung nach § 5 BDSG

Thema	Autor
<b>Datenschutz - was ist das?</b>	
<b>Begriffe</b>	
informationelle Selbstbestimmung	Hermann Keck
Betroffener	Hermann Keck
<b>Gesetze</b>	
BDSG (Bundesdatenschutzgesetz) / German Federal Data Protection Act - deutsch/englisch	Hermann Keck
TKG Telekommunikationsgesetz	Hermann Keck
<b>Info</b>	
Datenschutz in der europäischen Union	Hermann Keck
Total transparent - Zukunft der informationellen Selbstbestimmung?	Hermann Keck
<b>Datenschutz im Unternehmen</b>	
<b>Info</b>	
Vorwort der Geschäftsleitung zum Datenschutz im Unternehmen	Hermann Keck
Kontaktdaten zum betrieblichen Datenschutzbeauftragten	Hermann Keck
<b>Interne Richtlinien und Regelungen</b>	
E-Mail-Richtlinie	Hermann Keck
Nutzung von TK und Mobilfunk	Hermann Keck
<b>Musterformulare</b>	
Mitarbeiterverpflichtung nach § 5 BDSG	Hermann Keck
<b>Tipps und Informationen</b>	
sicheres Passwort / leichtfertiger Umgang in Unternehmen	Hermann Keck
ist Ihr Passwort stark genug? (Passwortcheck)	Hermann Keck
<b>privater Datenschutz</b>	
<b>GEZ</b>	
Verunsicherung: Beispiel Gebühreneinzugszentrale (GEZ)	Hermann Keck
<b>RFID</b>	
RFID - Tags im Büstenhalter	Hermann Keck
Funkchips für jede Gelegenheit (Faltblatt)	Hermann Keck
<b>Urlaub</b>	
Datenschutz-Tipps für Urlaubsreisende	Hermann Keck

**Beispielstruktur einer Notes-Datenbank**

- Jährliche Mitarbeiterbeurteilung
- Tipps und Informationen
  - Datenschutzgerechter Umgang mit PDAs
  - Verhalten bei vertraulichen Telefongesprächen in öffentlicher Umgebung

Ein Vorwort Ihrer Geschäftsleitung ist in jedem Fall sehr zu empfehlen. Ebenso sollten Sie unbedingt Ihre Kontaktdaten publizieren.

**„Privater Datenschutz“**

Vergessen Sie nicht, auch auf private Themen einzugehen. Publikumswirksame Themen gibt es in den Medien zur Genüge. Auch aktuelle Diskussionen im Zuge der Gesetzgebung bieten ausreichend Gesprächsstoff bzw. liefern Ihnen hinreichendes Material zur internen Veröffentlichung.

Einige Beispiele der Vergangenheit zeigen die Vielfalt der Diskussionen:

- Kontenzugriff
- Videoüberwachung auf öffentlichen Plätzen
- RFID
- Telefondatenspeicherung

**Klappern gehört zum Handwerk**

Idealzustand wäre, wenn sich die Mitarbeiter mit den Zielen des Datenschutzes identifizieren würden. Durch Information und Aufklärung stärken Sie auf jeden Fall das Datenschutzbewusstsein. Ein aufgeklärter Mitarbeiter ist gelebter Datenschutz.

*Hermann Keck*

**Hermann Keck ist externer Datenschutzbeauftragter ([www.keck-dsb.de](http://www.keck-dsb.de)).**