MANAGEMENT UND PRAXIS
ALLGEMEINE HOTEL- UND GASTRONOMIE-ZEITUNG
16. Juni 2007 • Nr. 24 • Seite 17

Finger weg von Gästedaten

Datenschutz wird im Gastgewerbe vielfach noch vernachlässigt. Gäste müssen einer Verwendung schriftlich zustimmen

Unerlaubter Zugriff: Für den Umgang mit sensiblen Kundendaten ist der Hotelmanager oder der Datenschutzbeauftragte verantwortlich Foto: Imago

STUTTGART. Jahrelang hat sich das Gastgewerbe dem Thema verweigert. Kein Wunder. Denn sich mit dem Datenschutz zu befassen, kostet Zeit und Geld. Doch spätestens seit die ersten Hotels Besuch von der Aufsichtsbehörde erhalten haben, sollte jedem klar sein, dass die Zeit des Augenverschließens vorbei ist.

Spricht man Hotelmanager auf den Datenschutz an, so erhält man von den meisten nach wie vor entweder gar keine Antwort, oder man bekommt Aussagen zu hören wie: „Die anderen machen doch auch nichts" oder „Unsere Zentrale kümmert sich darum". Doch auch im Datenschutz gilt der allgemeine Grundsatz „keine Gleichheit im Unrecht", sprich Gesetze gelten für alle. Nur weil andere sich nicht daran halten, heißt das nicht, dass man sich selber auch nicht daran halten muss.

Datenschutz gilt für alle

Der Datenschutz gilt für alle Unternehmen, egal wie groß. Bei mehr als neun Beschäftigten, die mit personenbezogenen Daten in Kontakt kommen, ist darüber hinaus ein Datenschutzbeauftragter (DSB) gesetzlich vorgeschrieben. Oft wird dann der Einfachheit halber der IT-Leiter oder der Geschäftsführer als DSB bestellt. Dies führt das System jedoch ad absurdum und ist nicht möglich, da eine der Hauptfunktionen des DSB die Kontrolle ist und sich beispielsweise der Geschäftsführer nicht selbst kontrollieren kann.

Der Begriff Datenschutz wird gerne mit dem der Datensicherheit verwechselt. Letzteres dreht sich um Begriffe wie Passwörter oder Firewalls, also um technische oder organisatorische Maßnahmen, die die Sicherheit der Daten gewährleisten. Der Datenschutz hingegen behandelt den Schutz der Personen, über welche Daten vorliegen, also in erster Linie Daten der Gäste sowie der Mitarbeiter.

> „Die Schwierigkeit liegt darin, dass es keine allgemeine Richtlinie für die Unternehmen gibt"
> Michael Toedt, Datenschutz-Experte

Die Schwierigkeit beim Datenschutz liegt darin, dass eine Vielzahl von Gesetzen und Verordnungen zu beachten sind, die teilweise in Konkurrenz zueinander stehen. Dies und der Zwang, sich ständig fortzubilden, macht es einem Nicht-Juristen fast unmöglich das Thema umfassend zu behandeln. Was die Sache noch erschwert: Es gibt keine allgemeine Richtlinie, die ein Unternehmer einfach übernehmen könnte. Zu stark sind die individuellen Besonderheiten, also Fragen wie: Welche Gesellschaftsform liegt vor? Gibt es einen Betriebsrat? Was soll mit den Daten gemacht werden? Welch hohe Bedeutung der Gesetzgeber dem Datenschutz beimisst, zeigt die Tatsache, dass dieser aus dem Grundgesetz Artikel 2 abgeleitet ist. Dem zu Folge hat jeder das Recht zur informationellen Selbstbestimmung. Das heißt, jeder soll selbst entscheiden dürfen, was mit seinen Daten geschieht. Um dies zu kontrollieren, gibt es das sogenannte Informationsrecht, welches dem Betroffenen die Möglichkeit einräumt nachzufragen, welche Daten über ihn vorliegen. Das Hotel muss zwingend Auskunft geben und auf Verlagen die Daten löschen. Daneben gibt es die Pflicht zur Verfahrensübersicht. Dieses Dokument muss auf Nachfrage vorgelegt werden können. Es soll dem Interessenten die datenschutzrechtlichen Vorgänge im Unternehmen rudimentär beschreiben.

Auch wenn bisher kaum etwas passiert ist, wenn ein Hotel sich dem Thema Datenschutz nicht angenommen hat, so gibt es speziell ein Thema, bei dem die Nichtbeachtung im hohen Grade fahrlässig ist – bei Multi-Property-Lösungen. Nicht selten werden hier sechs- und siebenstellige Investments getätigt, die unter Umständen wertlos sein können, weil das Management die datenschutzrechtlichen Voraussetzungen nicht geschaffen hat.

Einwilligung ist Pflicht

Im Datenschutz gilt der Grundsatz der Einwilligung. Dies bedeutet, der Gast muss zustimmen, ob seine Daten erhoben, verarbeitet und genutzt werden dürfen. Eine fehlende Einwilligung führt zwangsläufig dazu, dass die Daten unrechtmäßig erhoben wurden. Ein Irrglauben vieler Manager ist es, das sie diesen Missstand nachträglich korrigieren könnten. Denn einwilligen bedeutet schriftlich, freiwillig und vorher.

Das Thema Datenschutz ist hoch komplex und ein Manager sollte sich zumindest über die Vorgaben und Gefahren, die auch ihn persönlich betreffen können, im Klaren sein. Einen umfassendes Überblick über das Thema gibt ein für den September geplantes Seminar des Hotelverbands IHA unter dem Thema „Datenschutz in der Hotellerie". *Michael Toedt*

Der Autor ist geschäftsführender Gesellschafter der Toedt, Dr. Selk & Coll. GmbH, die spezialisiert ist auf die Bereiche Marketing-Technologie, Beratung und Datenschutz für Tourismusunternehmen
▸ **www.hotellerie.de**
▸ **michael.toedt@ts-and-c.com**