



Modernes Bewerbermanagement mit KI

KI-Systeme dringen zunehmend in den Alltag und das Bewerbermanagement von Unternehmen vor. Eine zentrale Rolle in der Personalabteilung z.B. spielen Applicant Tracking Systeme (ATS), die digitale Bewerbungsprozesse steuern. KI-gestützte Funktionen im ATS übernehmen das automatische Screening von Lebensläufen, prüfen von social Media Kanälen und übernehmen das Ranking von Kandidaten oder das Matching mit Stellenanforderungen. Dies beschleunigt Prozesse und entlastet Personalressourcen.

In der DSGVO ist die Verarbeitung personenbezogener Daten klar geregelt, oft basierend auf vorvertraglichen Maßnahmen. Bei KI-basierten Entscheidungen mit rechtlicher Wirkung ist Art. 22 DSGVO relevant. Bewerber müssen transparent über den Technologieeinsatz informiert werden, auch bei Daten aus öffentlich zugänglichen Quellen wie beruflichen Netzwerken.

Zudem sind die Anforderungen der KI-Verordnung einzuhalten. Da KI im Personalwesen meist als Hochrisiko-KI eingestuft wird, gelten die Pflichten aus Art. 50 AI Act. Ethisch steht die Fairness im Fokus, da KI diskriminierende Muster verstärken kann. Entscheidungen müssen daher nachvollziehbar bleiben und regelmäßig überprüft werden. Eine menschliche Kontrolle sollte stets gewährleistet sein, um Fehlentscheidungen zu korrigieren. Zusammenfassend bieten ATS mit KI erhebliche Effizienzgewinne.

Thema 1

**Modernes
Bewerber-
management mit
KI**

Thema 2

**Elektronische
Termin-
bestätigung /
Erinnerung**

Thema 3

**Monokultur in der
SEO-Marketing
Branche**





Elektronische Terminbestätigung / Erinnerung

Trotz moderner Kommunikationsmittel greift man gewöhnlich zum Telefon, um einen Termin beim Arzt anzufragen. Dabei kommt es neuerdings immer häufiger vor, dass wir nach der E-Mail-Adresse gefragt werden, sofern diese beim Arzt noch nicht vorliegt. An dieser Stelle stellt sich der Datenschützer die Frage nach der Notwendigkeit der Bereitstellung der E-Mail-Adresse? Spätestens wenn im Anschluss eine Terminbestätigung im eigenen elektronischen Postfach landet, taucht im Kopf des Datenschützers die zweite Frage auf, wurde ich im Laufe des Telefonates, um eine Einwilligung der Weitergabe an einen Dienstleister gebeten?

Die elektronische Terminbestätigung und -erinnerung ist im Gesundheitswesen ein zentraler Bestandteil moderner Patientenkommunikation geworden. Anbieter wie Doctolib, Samedi oder Jameda ermöglichen es Praxen und Kliniken, Termine effizient zu verwalten und Patienten automatisiert per E-Mail oder / und SMS zu informieren. Datenschutzrechtliche Anforderungen geraten dabei schnell ins Hintertreffen.

Ein zentrales Prinzip der DSGVO ist die Transparenz. Dieses Gebot ist auch bei der Erhebung der E-Mail-Adresse am Telefon zu beachten.

Das bedeutet, dass Praxen und Kliniken Anrufern vor der Frage nach der E-Mail-Adresse, z.B. per Bandansage, über die vorstehende Erhebung zu informieren haben. Erfolgt dies nicht, liegt bereits hier ein Verstoß gegen die DSGVO vor.

Darüber hinaus müssen technische und organisatorische Maßnahmen gemäß Art. 32 DSGVO umgesetzt werden. Dazu gehört insbesondere eine verschlüsselte Datenübertragung. Diese hat nicht nur zum Serviceanbieter verschlüsselt zu erfolgen, sondern ebenfalls zum Empfänger der Information. Der Short Message Service (SMS) der Telekommunikationsanbieter z.B. ist nicht verschlüsselt. Der 1984 entwickelte Dienst wurde nicht für die Übertragung sensibler Daten konzipiert und die 160 erlaubten Zeichen werden laut Statistik auf Postkarten verwendet. Das Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik (BSI) weist explizit darauf hin, dass die allermeisten E-Mail-Anbieter die Daten verschlüsseln, aber eben nicht alle.

Es sollte sich deshalb Patienten und Patientinnen die Frage stellen, ob es ratsam ist, wenn die Terminbestätigung für die jährliche proktologische Untersuchung per Postkarte ins Haus käme.

Mehr dazu: https://www.bsi.bund.de/DE/Themen/Verbraucherinnen-und-Verbraucher/Informationen-und-Empfehlungen/Onlinekommunikation/Verschluesst-kommunizieren/verschluesst-kommunizieren_node.html

Monokultur in der SEO-Marketing Branche

Klassisches Web-Tracking funktioniert so: man öffnet einen Browser, ruft aus der Reihe der Suchergebnisse eine Webseite auf, und dabei werden Cookies gesetzt und JavaScript-Tracker geladen (z.B. Google Analytics, META-Pixel usw.). Die IP-Adresse wird geloggt und das Klickverhalten wird aufgezeichnet. All das passiert im Browser, auf der Webseite des Anbieters.

Die meistgenutzte Suchmaschine „Google“ bietet seit einiger Zeit einen KI-Modus an. Die Suchanfrage wird im selben Fenster direkt von der Künstlichen Intelligenz (KI) beantwortet. Ein Besuch der Webseite ist dann meist nicht mehr nötig, um die Information zu erhalten. Eine bequeme Sache. Doch was passiert im Hintergrund?

Die Künstliche Intelligenz besucht – oder wie es in Fachkreisen heißt – „crawl“ die Seite(n). Keine Webseite öffnet sich, es werden keine Cookies gesetzt, weder notwendige noch für Marketingzwecke oder zur Verbesserung der Webseite. Google und META erhalten keine Informationen und Session-Cookies bleiben aus. Die SEO-Marketing-Branche nennt das „Zero-Click“. Der Webseitenbetreiber sieht allenfalls einen Bot-Zugriff, den User-Agent des „Crawlers“ – wenn überhaupt.

Was bedeutet das? Für Webseitenbetreiber und ihre Marketingabteilungen bricht ein Kernmechanismus weg. Sie wissen nicht mehr, wie viele „echte“ Menschen Ihre Inhalte konsumieren. Analyse-Tools wie GA4 zeigen dann schlicht weniger „Traffic“, obwohl die Nutzung der Webseiteninhalte vielleicht sogar gestiegen ist.

Dieser „Zero-Click“-Trend durch KI-Antworten reduziert die gewohnte Arbeit mit den Analyse-Tools deutlich. Werden Tracking- und Analyse-Tools somit obsolet? Datenschützer würden sagen: „Ein Risiko weniger.“

Impressum

complimant AG, Edt 4, 84558 Kirchweidach

Vorstand: Franz Obermayer, Ann-Karina Wrede

Vorsitzender des Aufsichtsrates: Christian Volkmer

Telefon: +49 8683 99390-40

E-Mail: info@complimant.de / datenschutz@complimant.de

www.complimant.de

Eintragung im Handelsregister: Amtsgericht: Traunstein

Registernummer: HRB 20500 Steuernummer: 141/120/07009

Umsatzsteuer-Identifikationsnummer gemäß §27a

Umsatzsteuergesetz: DE274380239

Verantwortlich für den Inhalt nach §18 Abs. 2 MStV Franz Obermayer