

UNISERV STUDIE

EU-DSGVO READINESS

SIND SIE BEREIT?

Ist Ihr Unternehmen
vorbereitet und den
verschärften **Auskunfts-
und Löschpflichten**
gewachsen?



Inhalt

Einführung

Technische Daten

Vorwort

Auf einen Blick

Ergebnisse

Angaben zu Umfrageteilnehmern

EU-DSGVO-Readiness –
Aktueller Status

Auskunfts- und Löschanforderungen – Maßnahmen
und Reaktionszeit

Interview

Welche Rolle spielt ein umfassendes Datenmanagement bei der Umsetzung der neuen Regelungen und welche Chancen können dadurch entstehen?

Ein Interview mit
Roland Pfeiffer
CEO, Uniserv GmbH



Copyright und Haftungsausschluss

Die vorliegende Studie wurde von der Firma GROHMANN BUSINESS CONSULTING im Auftrag der Firma Uniserv GmbH erhoben. Die darin enthaltenen Daten und Informationen wurden mit größter Sorgfalt ermittelt. Für deren Vollständigkeit und Richtigkeit kann dennoch keine Haftung übernommen werden. Alle Rechte am Inhalt der Studie liegen bei der Uniserv GmbH. Vervielfältigungen und Veröffentlichungen – auch auszugsweise – sind nur mit schriftlicher Genehmigung der Firma Uniserv GmbH gestattet.



Disclaimer

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen etc. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften. In diesem Werk gemachte Referenzen zu irgendeinem spezifischen kommerziellen Produkt, Prozess oder Dienst durch Markenname, Handelsmarke, Herstellerbezeichnung etc. bedeutet in keiner Weise eine Empfehlung oder Bevorzugung.



Technische Daten

An der Online-Umfrage beteiligten sich 104 Teilnehmer aus deutschen Unternehmen durch Ausfüllen eines Online-Fragebogens. Die Beteiligung erfolgte anonymisiert in den Monaten April und Mai 2018. Nach Auswertung wurden alle Fragebögen und Auswertungsunterlagen vernichtet bzw. gelöscht. Alle Ergebnisse wurden auf ganze Prozentzahlen gerundet. Deshalb kann es unter Umständen dazu kommen, dass sich die angegebenen Prozentwerte nicht auf genau 100 Prozent aufaddieren lassen.

Vorwort

EU-DSGVO: MEHR ALS EINE REIN JURISTISCHE HERAUSFORDERUNG

Am 25.05.2018 trat die EU-Datenschutz-Grundverordnung in Kraft. Im Vorfeld gab es eine ganze Reihe von Umfragen, die versuchten zu klären, wie es um die „EU-DSGVO-Readiness“ deutscher Unternehmen bestellt ist. In der Regel lag der Fokus dieser Umfragen auf den rein juristischen Folgen bzw. Aspekten der EU-DSGVO: Verantwortlichkeiten, Dokumente und Vertragsunterlagen, etc. Allerdings stellt die EU-DSGVO an Unternehmen nicht nur juristische Herausforderungen. Es werden auch und vor allem Anforderungen an die unternehmensweiten Prozesse und Workflows gestellt, wenn es um den Umgang mit personenbezogenen Kunden-, Interessenten- bzw. Geschäftspartner-Daten, geht. Im Mittelpunkt stehen dabei vor allem die durch die EU-DSGVO neu geregelte Auskunftspflicht und das so genannte „Recht auf Vergessen werden“.

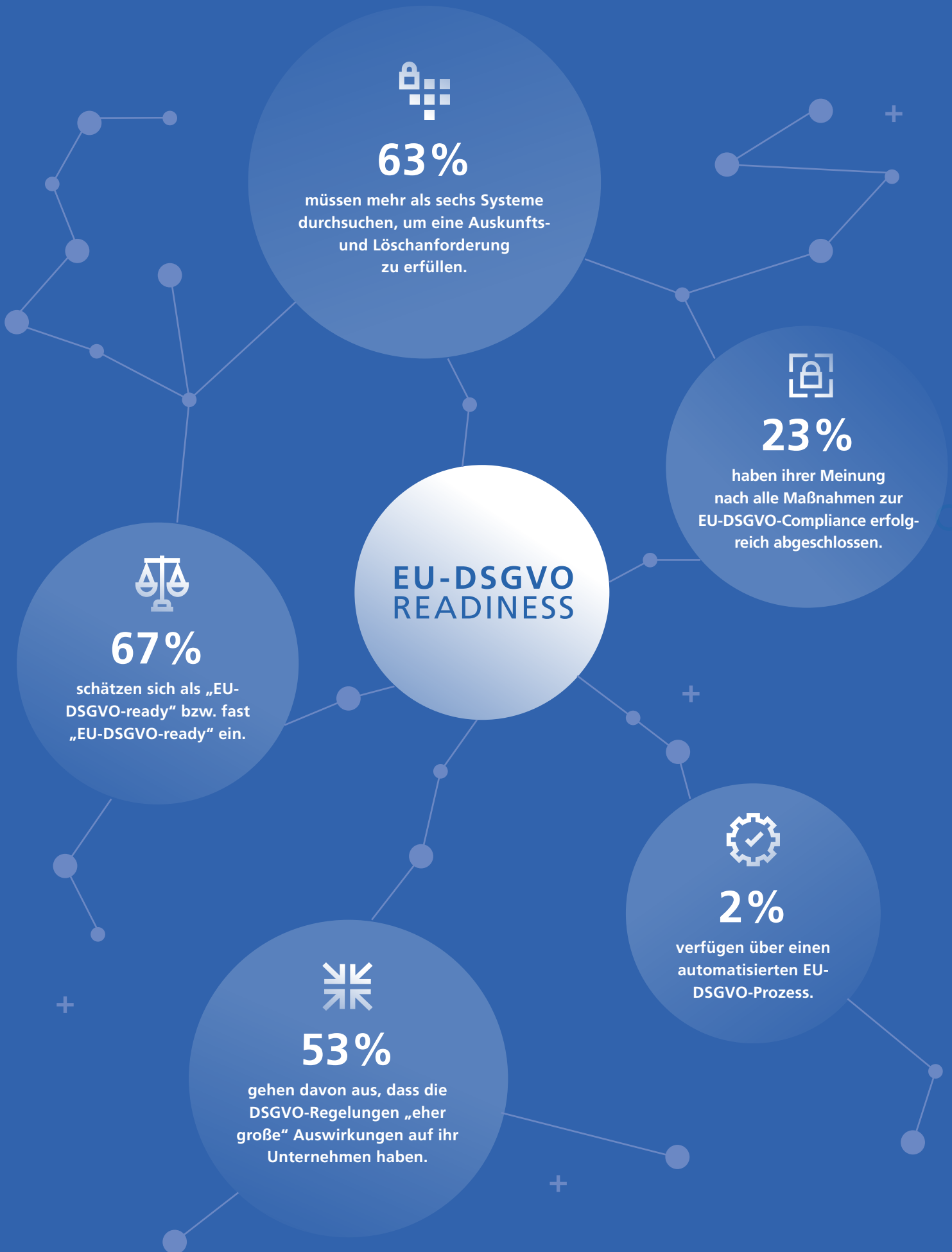
Die EU-DSGVO (Art. 15) sieht vor, dass Unternehmen in der Lage sein müssen, unverzüglich, in jedem Fall aber innerhalb eines Monats nach Eingang einer Anfrage Auskunft zu geben, ob und welche Daten sie über eine Person gespeichert haben. Unternehmen müssen außerdem in der Lage sein, personenbezogene Daten unverzüglich zu löschen (Artikel 17 Abs. 1 EU-DSGVO). Damit stellt sich die entscheidende Frage:

Sind Unternehmen vor dem Hintergrund vielschichtiger Systemlandschaften und gewachsener Inselsysteme überhaupt in der Lage und darauf vorbereitet, diese Pflichten fristgerecht zu erfüllen?



Die meisten Unternehmen haben heute eine Vielzahl von IT-Systemen im Einsatz, in denen auch personenbezogene Daten verarbeitet werden. Im Zeitalter von Big Data, Cross- und Multi-Channel-Kampagnen, agilen Prozessen und vielschichtigen Konzernstrukturen wird es für diese Unternehmen immer schwieriger, den Überblick über ihre Daten zu behalten. Allerdings ist genau dieser Überblick zwingend erforderlich, um den oben genannten Anforderungen der EU-DSGVO (Auskunftspflicht, Löschanfrage) nachzukommen. Gelingt dies nicht, drohen unter Umständen saftige Strafen und Bußgelder bis in Millionenhöhe! Die Frage nach der EU-DSGVO-Readiness hinsichtlich der nicht-juristischen Aspekte stand im Mittelpunkt der Online-Umfrage. An dieser Stelle ein herzliches Dankeschön an alle, die uns mit ihrer Teilnahme an der Online-Umfrage unterstützt haben

www.uniserv.com



Ergebnisse auf einen Blick

Nachfolgend eine kurze Zusammenfassung der wichtigsten Umfrageergebnisse:

- + Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen (53%) gehen davon aus, dass die DSGVO-Regelungen „eher große“ bzw. sogar „große“ (13%) Auswirkungen auf ihr Unternehmen haben werden.
- + Genau zwei Drittel (67%) der Umfrageteilnehmer schätzen ihr Unternehmen als „EU-DSGVO-ready“ bzw. „fast EU-DSGVO-ready“ ein.
- + 23 Prozent der Unternehmen haben ihrer Meinung nach alle Maßnahmen zur EU-DSGVO-Compliance erfolgreich abgeschlossen.
- + Fast zwei Drittel (63%) der befragten Unternehmen müssen mehr als sechs Systeme durchsuchen, um eine Auskunft- und/oder Löschanforderung auf Grundlage der EU-DSGVO zu bearbeiten und ordnungsgemäß zu erfüllen.
- + Bei fast der Hälfte (43%) der befragten Unternehmen liegt die Verantwortung für das Bearbeiten von EU-DSGVO-relevanten Anfragen beim Datenschutzbeauftragten, bei weiteren 16 Prozent bei der Geschäftsleitung.
- + Lediglich zwei Prozent der befragten Unternehmen verfügen über einen automatisierten Prozess, der eine vollautomatische Suche ermöglicht, um Auskunft- und Löschanfragen im Rahmen der EU-DSGVO zu bearbeiten. In 57 Prozent der Unternehmen erfolgt die Suche/Recherche manuell in jedem einzelnen System.
- + Gerade einmal sieben Prozent der Befragten schätzen das Risiko einer Bestrafung auf Grund eines Verstoßes gegen die EU-DSGVO als „eher hoch“ oder „hoch“ ein.

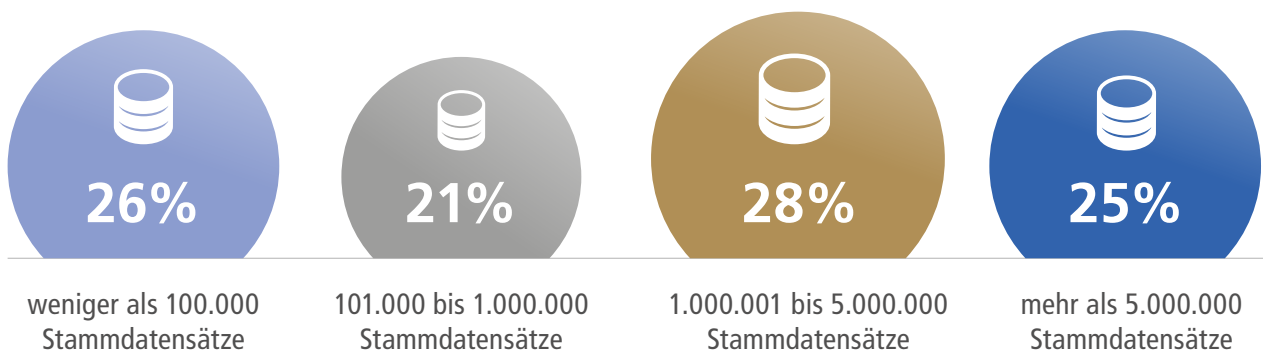
+ **Die große Herausforderung:**
alle Datensätze einer Person in allen Systemen finden

The background image shows two men in business attire. The man on the left is wearing a light blue shirt, a dark tie, and glasses, and is gesturing with his hands while speaking. The man on the right is wearing a dark suit, a striped tie, and glasses, and is holding a coffee cup. The background is a blurred bokeh of lights in various colors (blue, white, red, orange).

Angaben zu den Umfrageteilnehmern

Zu Beginn der Umfrage wurden die wichtigsten Parameter zum Unternehmen und zum Umfrageteilnehmer abgefragt. Dazu zählen die Anzahl der Geschäftspartnerdaten, das Geschäftsmodell (B2C, B2B, beides) und die Branche.

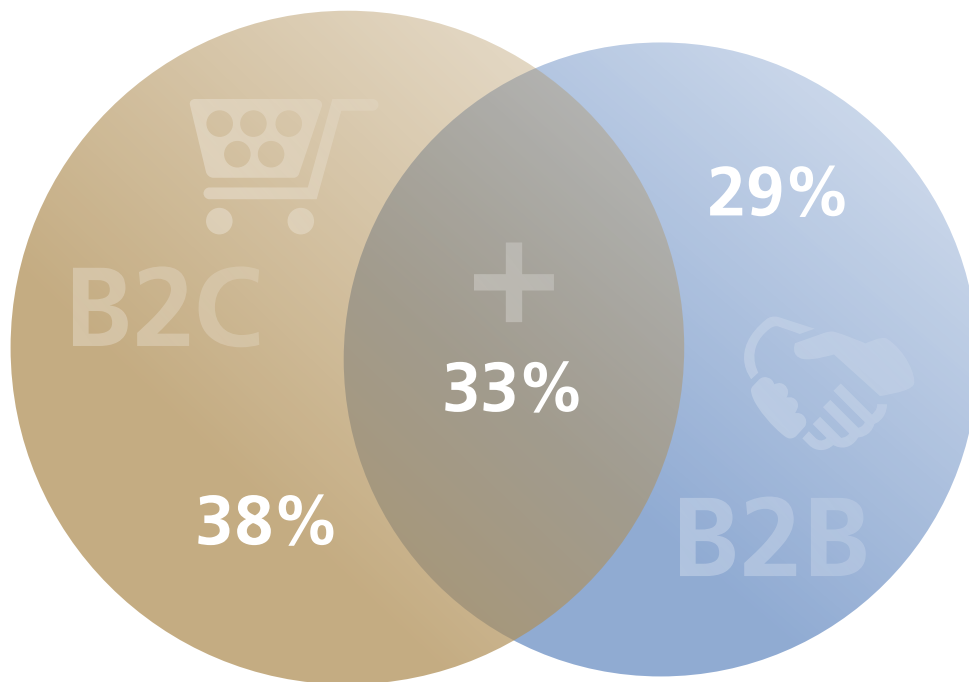
Anzahl der Stammdatensätze



Fast drei Viertel der befragten Unternehmen (74%) verfügen über mehr als 100.000 Geschäftspartnerdaten, fast 30 Prozent (28%) sogar über mehr als eine Million Stammdatensätze. Es kann also davon ausgegangen werden, dass die neuen Regelungen

der EU-DSGVO (Auskunftsfrist, Löschanfrage) für diese Unternehmen allein schon auf Grund des Datenvolumens eine besondere Herausforderung darstellen.

Geschäftsmodell

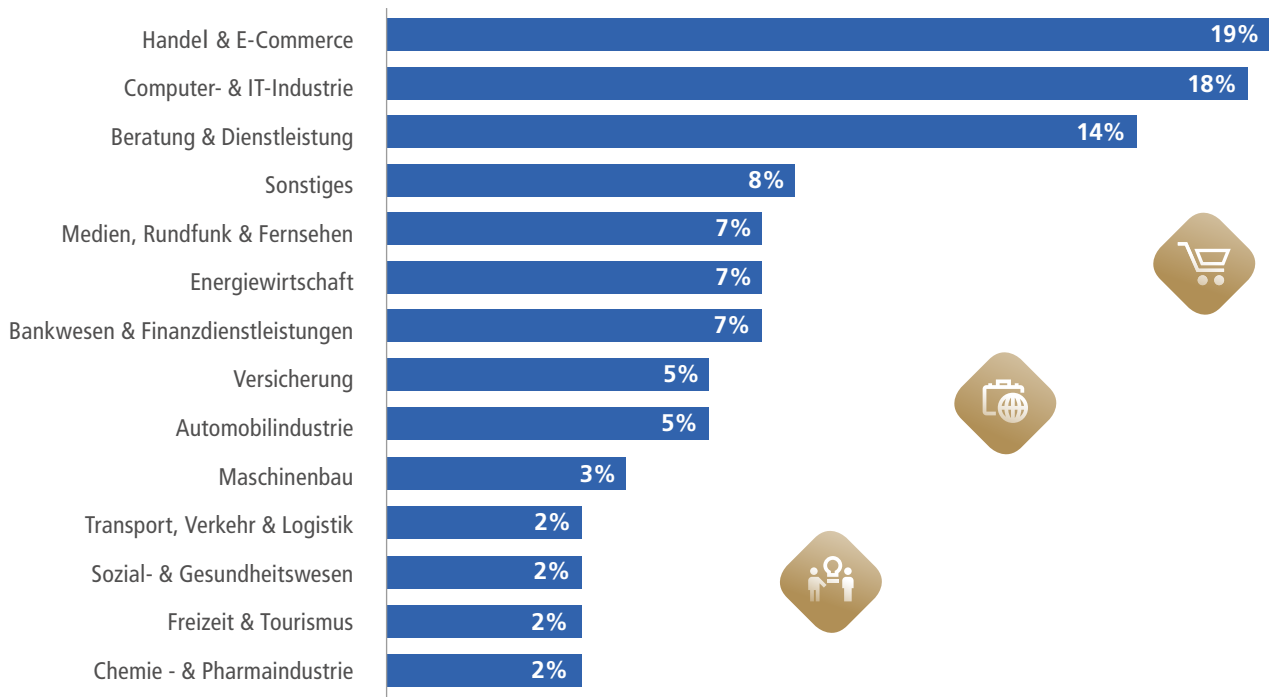


In der nächsten Frage wurden die Teilnehmer gefragt, ob ihr Unternehmen schwerpunktmäßig im Business-to-Consumer-Bereich tätig ist und damit Daten von Privatpersonen erfasst und verarbeitet, oder im Business-to-Business-Bereich, in dem neben den Unternehmensdaten in den meisten Fällen auch die Kontaktdaten von Ansprechpartnern gespeichert werden.

29 Prozent der befragten Unternehmen sind primär im Business-to-Business-Bereich tätig, 38 Pro-

zent primär im Business-to-Consumer-Bereich. 33 Prozent der Unternehmen bewegen sich sowohl im B2B- als auch im B2C-Bereich. Hier ergibt sich also ein recht ausgeglichenes Bild der Umfrageteilnehmer. Wobei es dann natürlich immer noch darauf ankommt, wie sensibel die personenbezogenen Daten sind. Handelt es sich rein um die klassischen Stammdaten wie Name und Anschrift? Oder werden z. B. sensible Daten verarbeitet wie zum Beispiel Kaufhistorie, Finanzdaten, Zahlungsmoral und und und?

Branchen



Unternehmen aus dem Bereich Handel & E-Commerce sind mit fast 20 Prozent (19%) am häufigsten vertreten, gefolgt von der Computer- & IT-Industrie sowie der Branche Beratung & Dienstleistungen.

Gerade im E-Commerce spielt das Thema Kunden-datenmanagement und die damit verbundenen Anforderungen im Zuge der DSGVO-Neuregelungen sicher eine zentrale Rolle, denn mit jeder neuen Bestellung wächst die Anzahl der Kundendaten weiter an. Und gerade hier laufen immer mehr sogenannte Bewegungsdaten auf, nämlich Transaktions- und Interaktionsdaten, die für Unternehmen hoch interessant sind, jedoch nach der DSGVO sehr

behutsam zu behandeln sind und nach bestimmten Fristen automatisch gelöscht werden müssen.

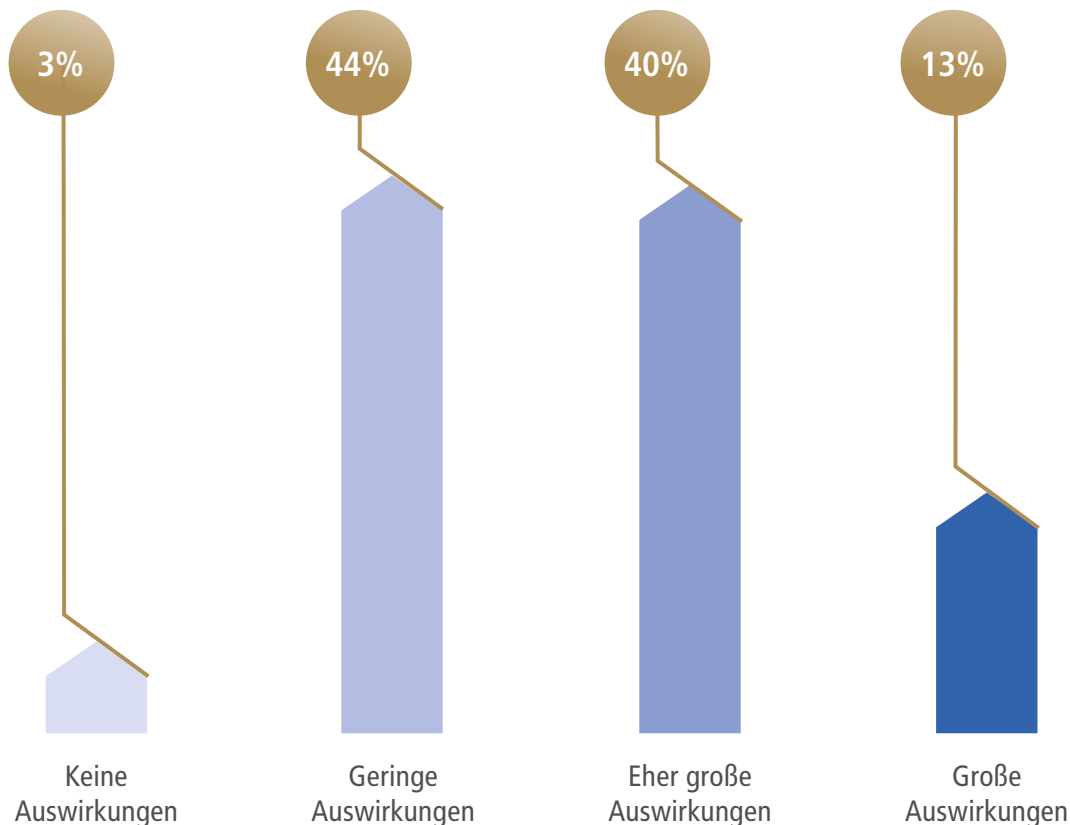
Wie Umfragen in der Vergangenheit immer wieder zeigten, spielt der seriöse und gesetzeskonforme Umgang mit Kunden- & Interessentendaten eine zentrale Rolle für das Vertrauen, dass Konsumenten beispielsweise E-Commerce-Portalen entgegenbringen. Dasselbe gilt für die Computer- & IT-Branche, wenn man beispielsweise Cloud-basierte Software-Angebote (Software-as-a-Service) berücksichtigt, bei denen personenbezogene Daten auf der Plattform des Providers gespeichert und verarbeitet werden. Dabei spielt die Auftragsverarbeitung nach Art. 28 DSGVO eine wichtige Rolle.



EU-DSGVO-Readiness: **Aktueller Status**

Der erste Themenbereich der Online-Umfrage beschäftigte sich mit der Einschätzung der eigenen EU-DSGVO-Readiness zum Zeitpunkt der Umfrage im April/Mai 2018.

Auswirkungen der neuen EU-DSGVO-Regelungen

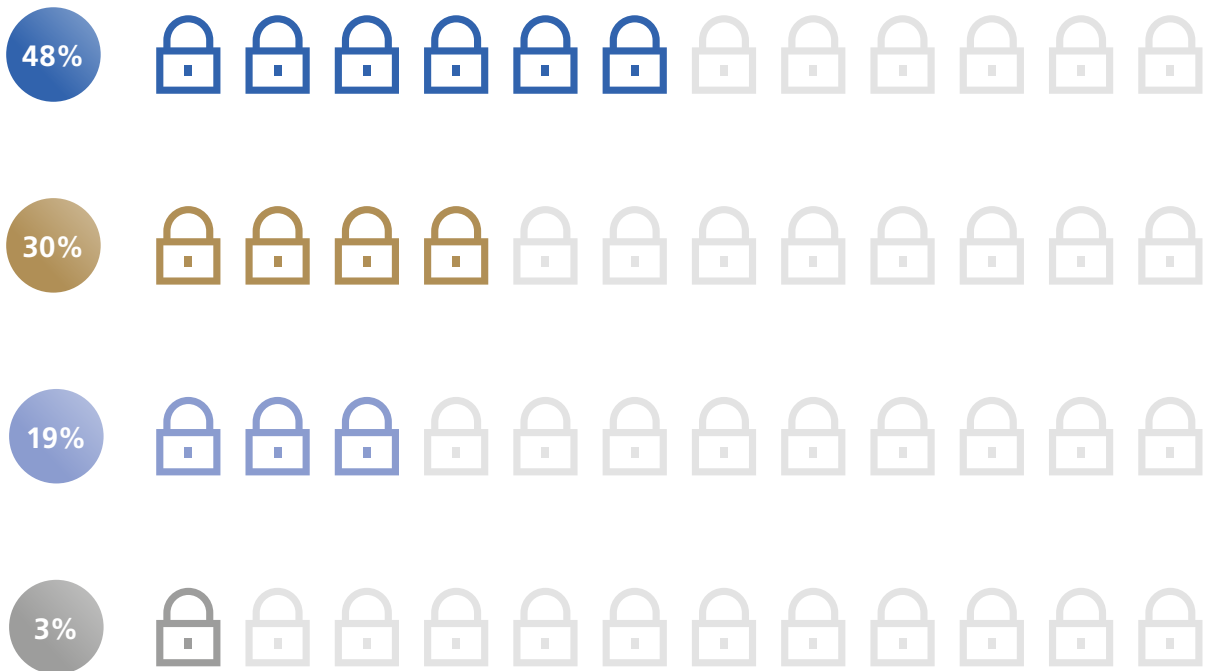


In der ersten Frage wurden die Teilnehmer um eine Einschätzung gebeten, welche Auswirkungen die neuen Regelungen der EU-DSGVO für ihr Unternehmen haben werden. Mehr als die Hälfte der befragten Unternehmen (53%) gehen davon aus, dass die EU-DSGVO-Regelungen „eher große“ bzw. sogar „große“ Auswirkungen auf ihr Unternehmen haben werden. Etwas weniger als die Hälfte der Unternehmen gehen von „eher geringen“ oder „geringen“ Auswirkungen der EU-DSGVO auf ihr Unternehmen aus.

Es ist zu hoffen, dass die Einschätzung dieser Unternehmen auf der Grundlage der Gewissheit erfolgt,

gut auf die neuen Regelungen vorbereitet zu sein und nicht aus Unwissenheit. Im Umkehrschluss ist natürlich auch die Frage zu stellen, ob die Unternehmen, die von eher geringen bis geringen Auswirkungen ausgehen, die DSGVO nicht doch auf die leichte Schulter nehmen. Zugegebenermaßen muss natürlich jetzt die DSGVO wirklich mit Leben gefüllt werden, da kommt den Juristen und Gerichten sowie natürlich auch der Aufsichtsbehörde eine wichtige Rolle zu. Aber es heißt ja auch deutlich, dass die Regelung ohne Übergangsfrist gilt. Und wenn man sich die mediale Rezeption anschaut, kann sich im Fall des Falles wirklich niemand mehr herausreden und sagen, er oder sie hätte es nicht gewusst.

EU-DSGVO-Readiness



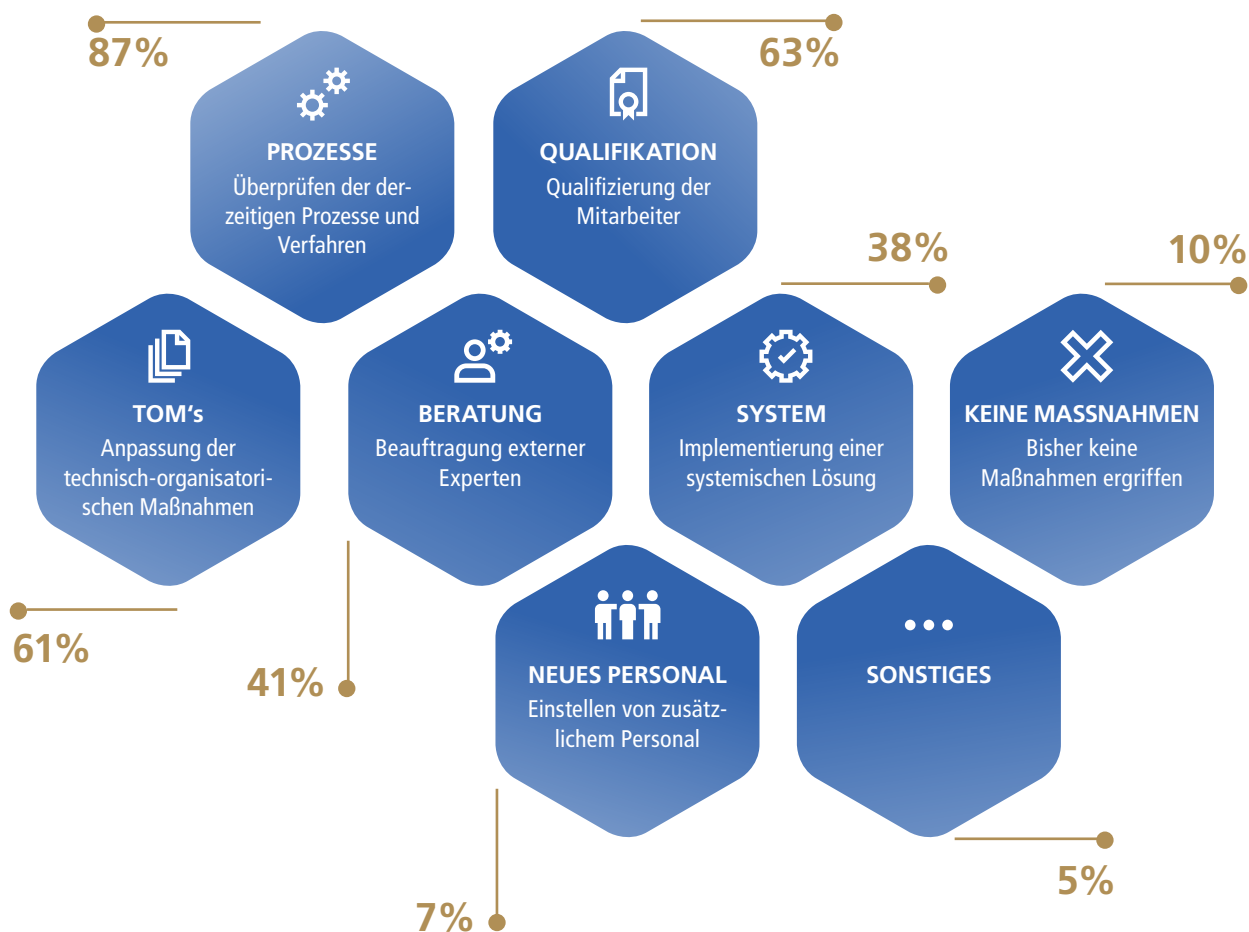
■ Fast EU-DSGVO-ready
 ■ Eher nicht EU-DSGVO-ready
 ■ EU-DSGVO-ready
 ■ Nicht EU-DSGVO-ready

Um dies genauer zu hinterfragen, wurde in der nächsten Frage um eine Einschätzung der eigenen „EU-DSGVO-Readiness“ gebeten. Genau zwei Drittel (67%) schätzen sich selbst als „EU-DSGVO-ready“ bzw. „fast EU-DSGVO-ready“ ein. Ein Drittel scheint in diesem Bereich dagegen noch Nachholbedarf zu haben. Und das ist schon ein recht großer Anteil.

Wenn man bedenkt, dass es für die Regelungen – und damit auch für die Sanktionsmöglichkeiten

(Bußgelder) weder Übergangsfristen noch Karenzzeiten gibt – gehen doch ein Drittel der befragten Unternehmen ein hohes Risiko ein. Diesen Unternehmen muss es nun schnellstmöglich gelingen, die noch fehlenden Maßnahmen zur „EU-DSGVO-Readiness“ aufzuholen. Um noch tiefer in die Analyse der EU-DSGVO-Readiness der befragten Unternehmen einzusteigen, wurde danach gefragt, welche Maßnahmen die befragten Unternehmen bereits ergriffen haben, um ihre EU-DSGVO-Readiness zu verbessern.

Bereits ergriffene Maßnahmen

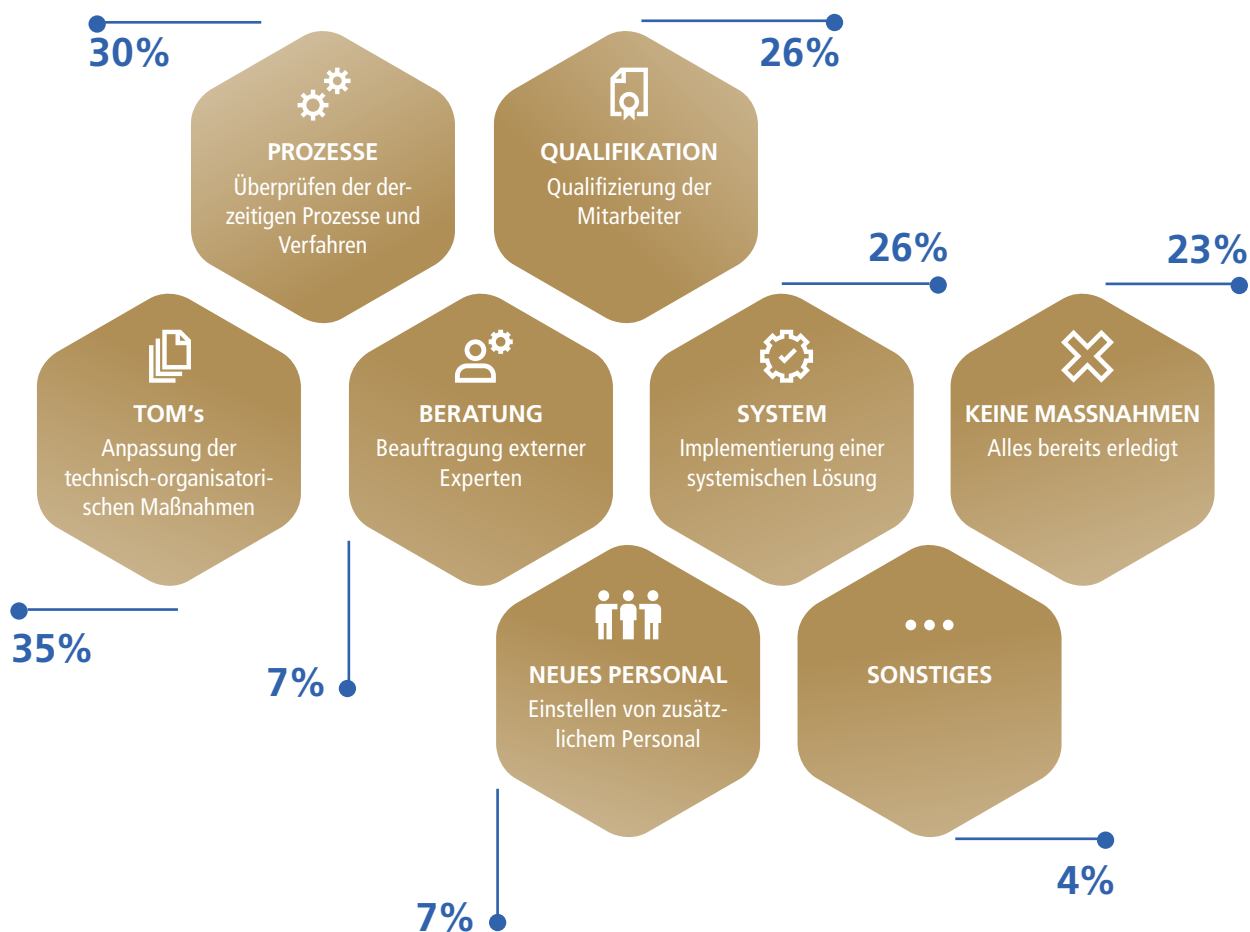


Die Überprüfung der bestehenden Prozesse und Verfahren auf EU-DSGVO-Compliance stand bei den meisten Unternehmen im Vordergrund. Darüber hinaus legten fast zwei Drittel der Unternehmen Wert auf eine EU-DSGVO-Qualifizierung ihrer Mitarbeiter, was sicher ein wichtiger Aspekt ist, wenn es darum geht, sich zukünftig EU-DSGVO-konform zu verhalten und zukünftige EU-DSGVO-relevante Anfragen korrekt zu bearbeiten. Auch das Anpassen der so genannten TOMs, der technisch-organisatorischen Maßnahmen, scheint für viele Unternehmen eine wichtige Maßnahme im Zusam-

menhang mit der Überprüfung bzw. Verbesserung der eigenen EU-DSGVO-Readiness zu sein.

Ein Wermutstropfen bleibt: Zehn Prozent der befragten Unternehmen gaben an, dass sie bisher keine Maßnahmen zur Verbesserung ihrer EU-DSGVO-Readiness ergriffen haben. Über die Gründe kann nur spekuliert werden. Dass bei diesen Unternehmen bereits alles „EU-DSGVO-ready“ war und damit überhaupt keine Maßnahmen erforderlich waren oder noch sind, ist nur schwer vorstellbar.

Geplante zukünftige Maßnahmen



Die nächste Frage beschäftigte sich mit den Maßnahmen, die die befragten Unternehmen zukünftig noch ergreifen werden, um ihre EU-DSGVO-Readiness zu verbessern. Denn auch wenn der 25. Mai 2018 einen Fixtermin für das Inkrafttreten der Verordnung markierte, bedeutet dies ja nicht, dass ab diesem Zeitpunkt alles „zu spät“ ist. Vielmehr gilt es seit dem Inkrafttreten der EU-DSGVO umso mehr, Versäumnisse der Vergangenheit auszugleichen und Defizite aufzuholen. Auch bei den zukünftigen Maßnahmen liegt der Fokus ganz klar auf den Bereichen

- + Anpassen der technisch-organisatorischen Maßnahmen (TOMs),
- + Überprüfung der bestehenden Prozesse und Verfahren auf EU-DSGVO-Compliance,

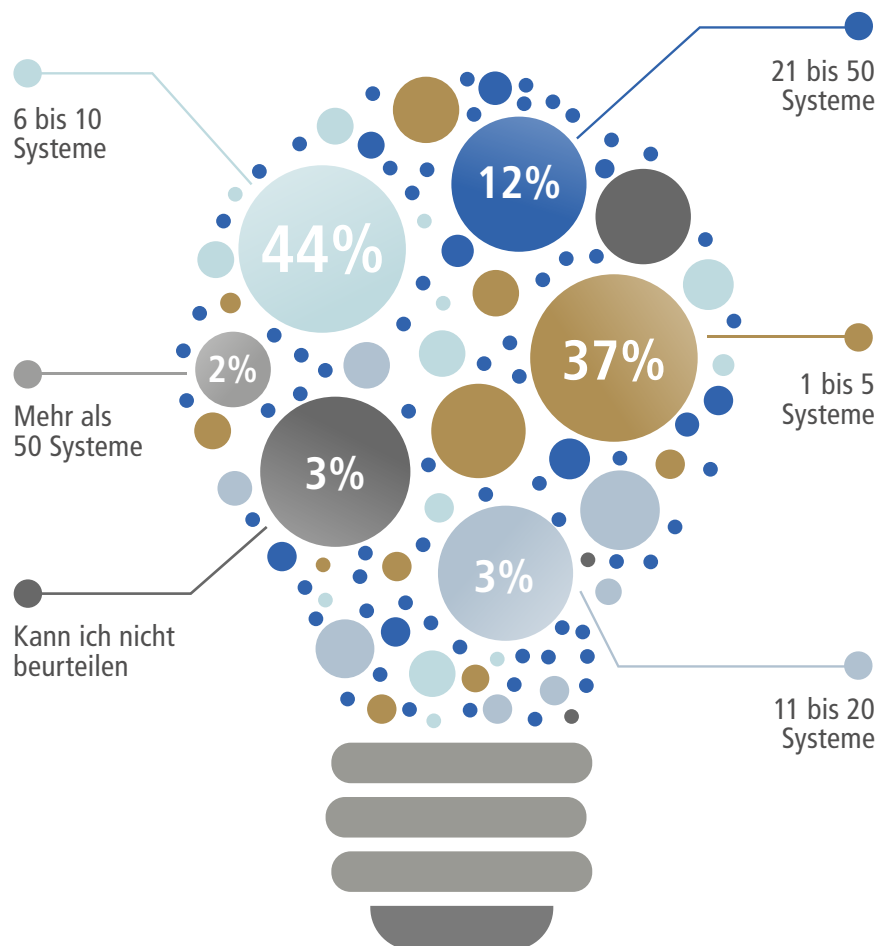
- + Implementierung einer systemischen Lösung sowie
- + EU-DSGVO-Qualifizierung der Mitarbeiter.

Gratulieren kann man dem knapp ein Viertel (23%) der Unternehmen, die angaben, dass keine Maßnahmen mehr ergriffen werden müssen und alles bereits erledigt ist. Allerdings ist gerade hier zu beachten, dass eine EU-DSGVO-Compliance sicher kein „One Time Hot Fix“ ist, der einmal durchgeführt wird – und dann ist alles in Ordnung. Das Kundendatenmanagement und die davon betroffenen Systeme unterliegen einem kontinuierlichen Wandel und deshalb ist es unerlässlich, auch deren EU-DSGVO-Compliance kontinuierlich zu überprüfen und anzupassen. Zurücklehnen verboten!

Auskunfts- und Löschanforderungen

Wie wichtig eine kontinuierliche Revision der EU-DSGVO-Compliance ist, zeigt sich allein schon, wenn man die eingangs beschriebene Neuregelung der Auskunfts- und Löschanforderungen bei personenbezogenen Daten in den Mittelpunkt rückt und sich fragt, ob und wie schnell es Unternehmen gelingt, diese Anforderungen zu erfüllen. Teil 3 der Online-Umfrage beschäftigt sich daher genau mit diesem Thema.

Anzahl der betroffenen Systeme

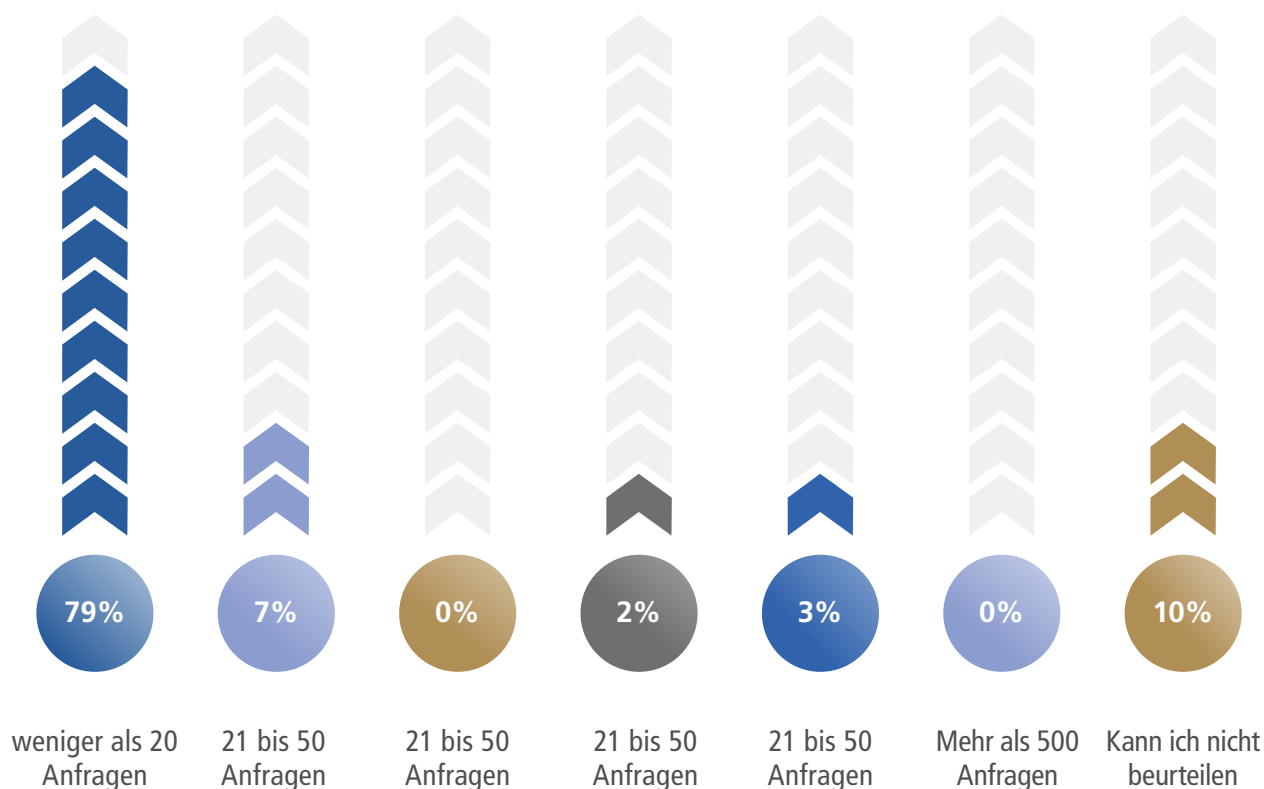


Die erste Frage stellt die Anzahl der Systeme in den Mittelpunkt, die bearbeitet werden müssen, um eine Auskunfts- oder Löschanforderung zu erfüllen. Fast zwei Drittel (63%) der befragten Unternehmen müssen mehr als sechs Systeme durchsuchen, um eine Auskunfts- und/oder Löschanforderung zu bearbeiten. Ein „Löschen auf Knopfdruck“ ist damit in weiter Ferne.

Wenn man darüber hinaus berücksichtigt, dass 15 Prozent der Umfrageteilnehmer in ihren Unternehmen sogar mehr als zehn Systeme und dabei

zwölf Prozent sogar mehr als 20 Systeme durchsuchen müssen, wird der Aufwand deutlich, der mit so einer Anfrage verbunden ist. Hier verstecken sich einerseits enorme Kosten. Es muss entsprechend und eventuell sogar zusätzliches Personal bereitgestellt werden. Es entsteht ein hoher zeitlicher Aufwand. Hinzu kommen die organisatorischen und regulatorischen Risiken, einerseits, wenn das Zeitfenster für die Auskunft nicht eingehalten werden kann, andererseits die relative Unsicherheit, ob wirklich alle gespeicherten Daten zu einer Person für die Auskunft aufgelistet wurden.

Anfragen vor Inkrafttreten



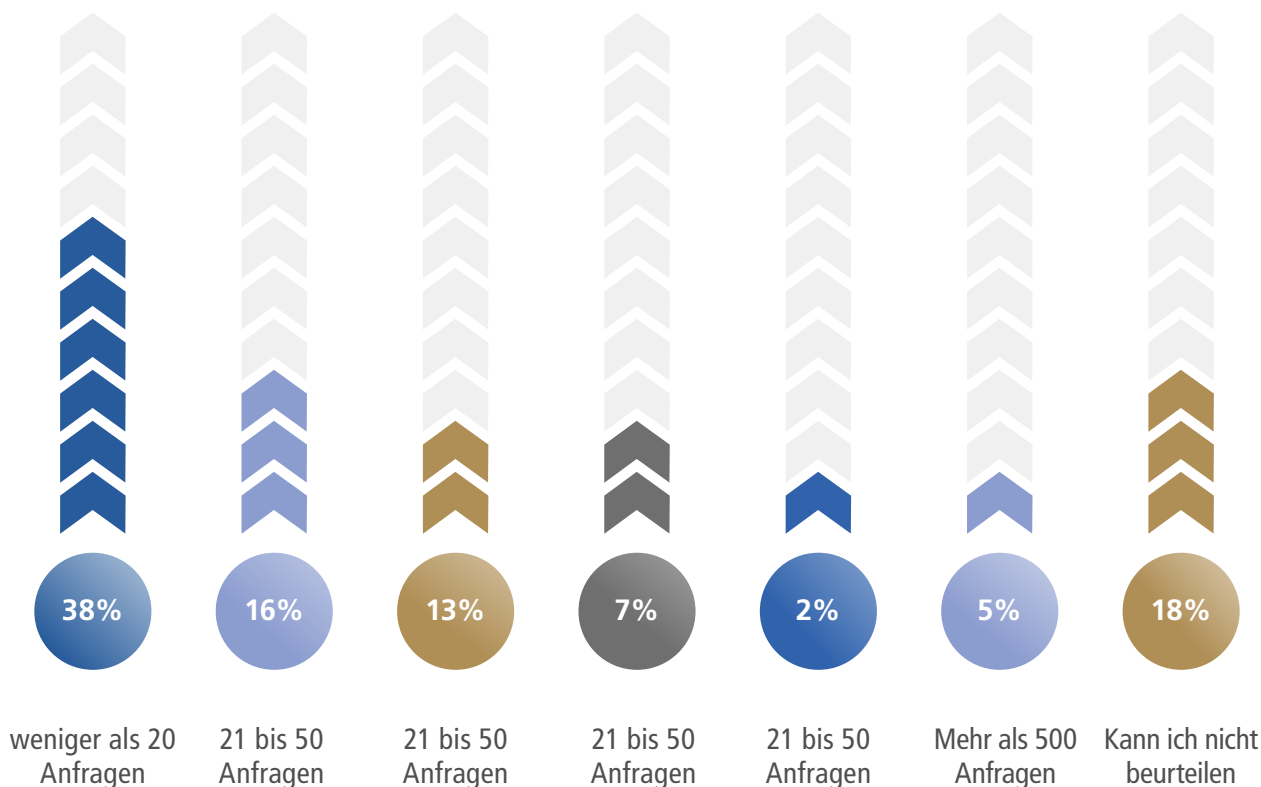
vorher ...

Um die Frage des Aufwands noch detaillierter zu analysieren, wurden die Umfrageteilnehmer gefragt, wie viele EU-DSGVO-relevante Anfragen sie bereits vor Inkrafttreten der Verordnung pro Monat erhielten.

Wie die Grafik zeigt, scheint die Anzahl der Anfragen vor Inkrafttreten der EU-DSGVO in den meisten

Unternehmen „überschaubar“ gewesen zu sein. Alarmierend ist allein der Anteil von zehn Prozent der Umfrageteilnehmer, die dazu überhaupt keine Aussage treffen können. Vielleicht weil Anfragen bisher gar nicht bearbeitet wurden. Oder weil die Ergebnisse nicht nachvollziehbar und revisionssicher dokumentiert sind? Sei es wie es ist – all das geht jetzt mit der neuen DSGVO nicht mehr.

Anfragen nach Inkrafttreten

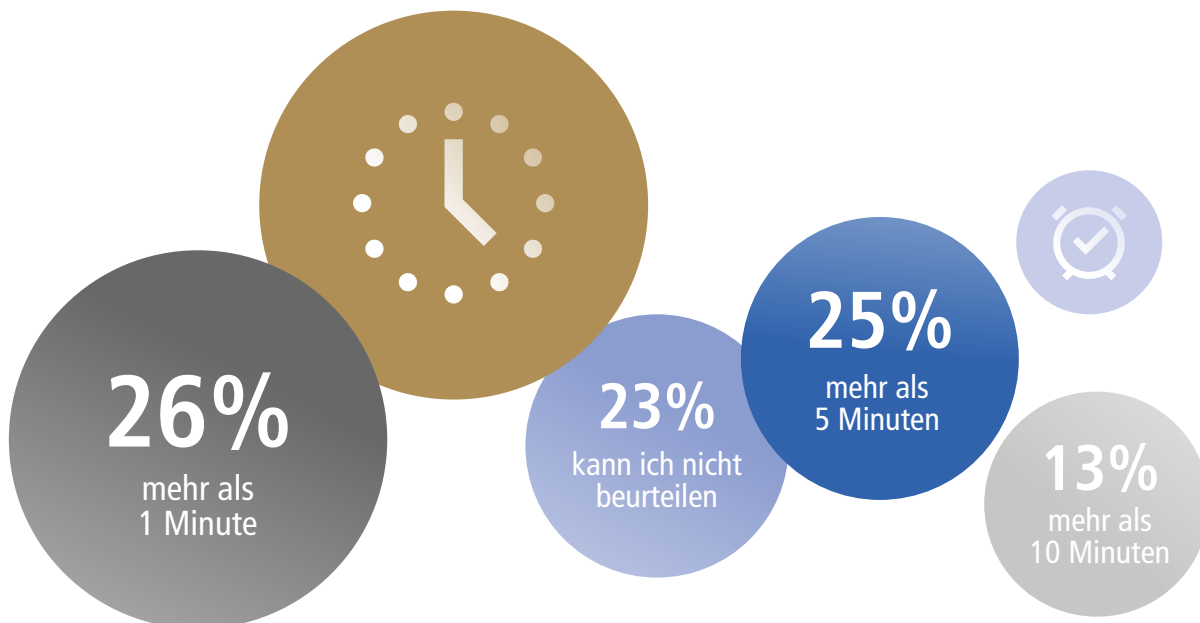


... nachher

Vergleicht man dieses Ergebnis allerdings mit der nächsten Frage, in der danach gefragt wurde, wie viele Anfragen die befragten Unternehmen NACH Inkrafttreten der EU-DSGVO erwarten, so wird doch eine deutliche Veränderung erkennbar.

Die Anzahl der Umfrageteilnehmer, die von einer gleichbleibenden Anzahl an Anfragen ausgehen, ist auf fast die Hälfte gesunken, die andere Hälfte geht von einer steigenden Anzahl von Anfragen – und damit auch von einem höheren Aufwand – aus.

Bearbeitungszeit der Anfragen



Nachdem nach der Anzahl der Systeme gefragt wurde, die bei einer EU-DSGVO-relevanten Anfrage durchsucht werden müssen und der Anzahl der Anfragen, die die an der Umfrage beteiligten Unternehmen erwarten, war es nur logisch, abschließend auch noch nach der Zeit zu fragen, die die Unternehmen für die Bearbeitung einer EU-DSGVO-relevanten Anfrage benötigen.

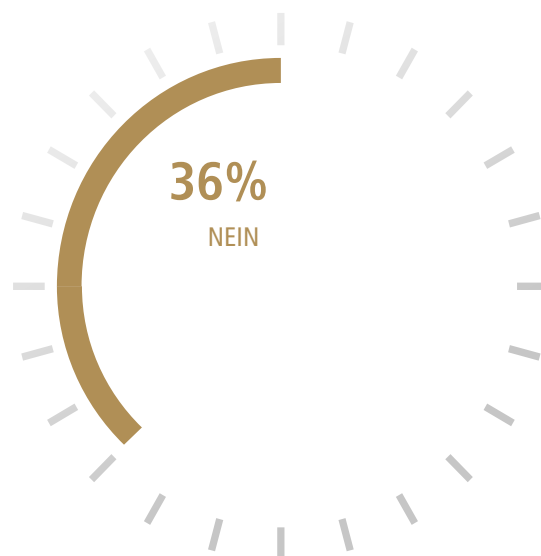
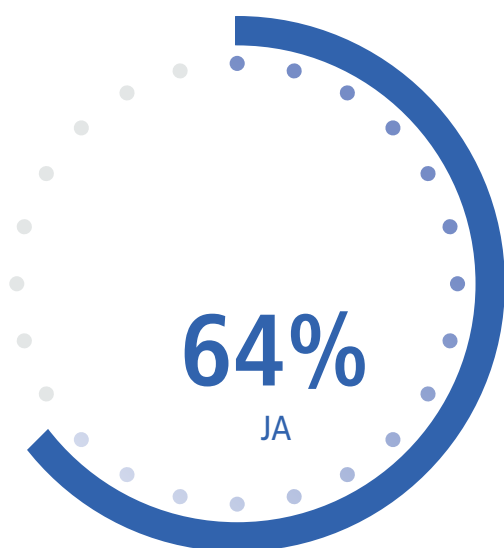
Die konkrete Frage lautete: Wie lange benötigen Sie ca. für die Abfrage in einem Ihrer Systeme im Schnitt, um in diesem alle relevanten personenbezogenen Daten zu identifizieren (Erfahrungswert/Schätzung)?

Fast zwei Drittel der Umfrageteilnehmer benötigen für die Abfrage in einem ihrer Systeme mehr

als eine Minute, ein Viertel sogar mehr als fünf Minuten. Ein weiteres Viertel kann dagegen keine Aussage treffen, wie lange eine Bearbeitung einer Anfrage dauert.

Eine konkrete Aussage zum zusätzlichen Zeitaufwand für die Bearbeitung DSGVO-relevanter Anfragen kann auf Grund der Fragestellung nicht getroffen werden. Es wird aber deutlich, dass die Unternehmen mit Inkrafttreten der EU-DSGVO mit zusätzlichem Arbeitsaufwand rechnen müssen. Die Anzahl der Anfragen wird steigen, eine Auskunft oder das Löschen „auf Knopfdruck“ ist in den meisten Unternehmen nicht möglich, da es mehr als ein System gibt, in dem personenbezogene Daten von Kunden und Interessenten gespeichert sein können.

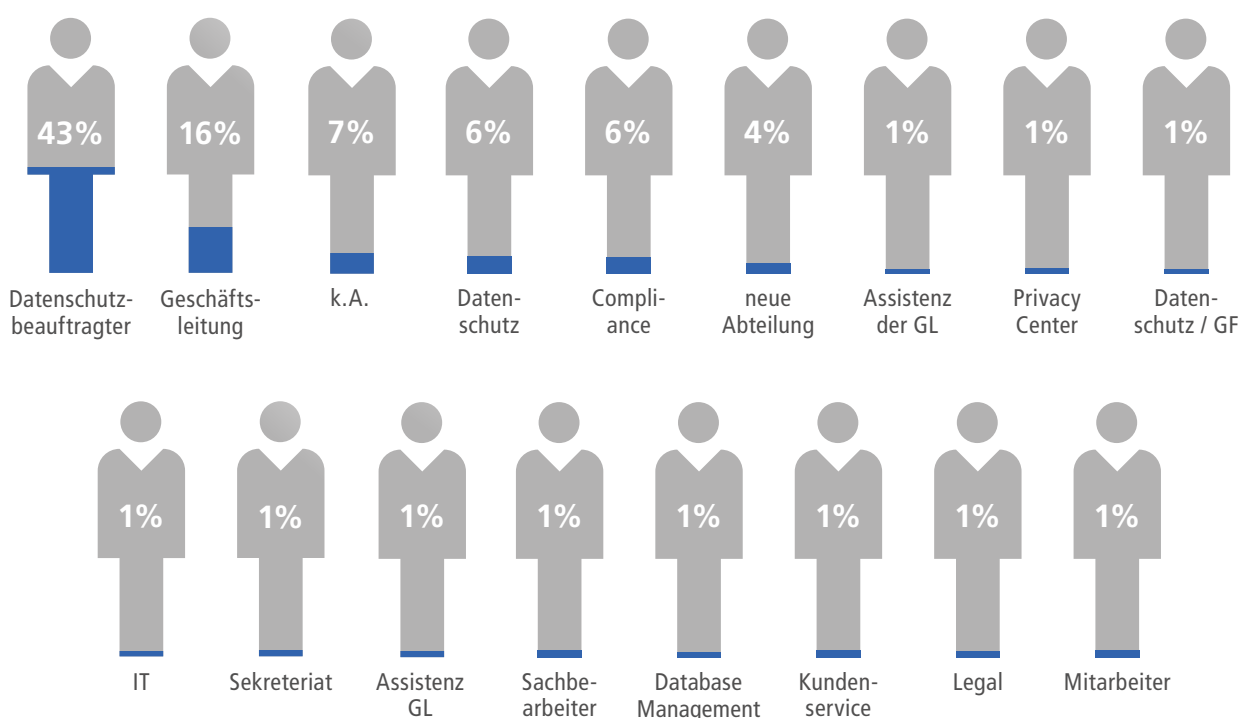
Verantwortlichkeit im Unternehmen für die Bearbeitung der Anfragen



Neben dem rein technischen Aufwand für die Beantwortung EU-DSGVO-relevanter Anfragen spielt natürlich auch die Verantwortlichkeit im Unternehmen für die Bearbeitung dieser Anfragen eine Rolle. Denn nur wenn diese geregelt ist, ist eine umfassende und zeitnahe Bearbeitung überhaupt erst möglich. Frage: Ist in Ihrem Unternehmen

die Verantwortlichkeit für die Beantwortung der Auskunftsanfragen klar und überschneidungsfrei geregelt? Immerhin zwei Drittel der Umfrageteilnehmer beantworteten diese Frage mit „ja“. Diese Teilnehmer wurden dann noch danach gefragt, bei wem diese Verantwortung liegt.

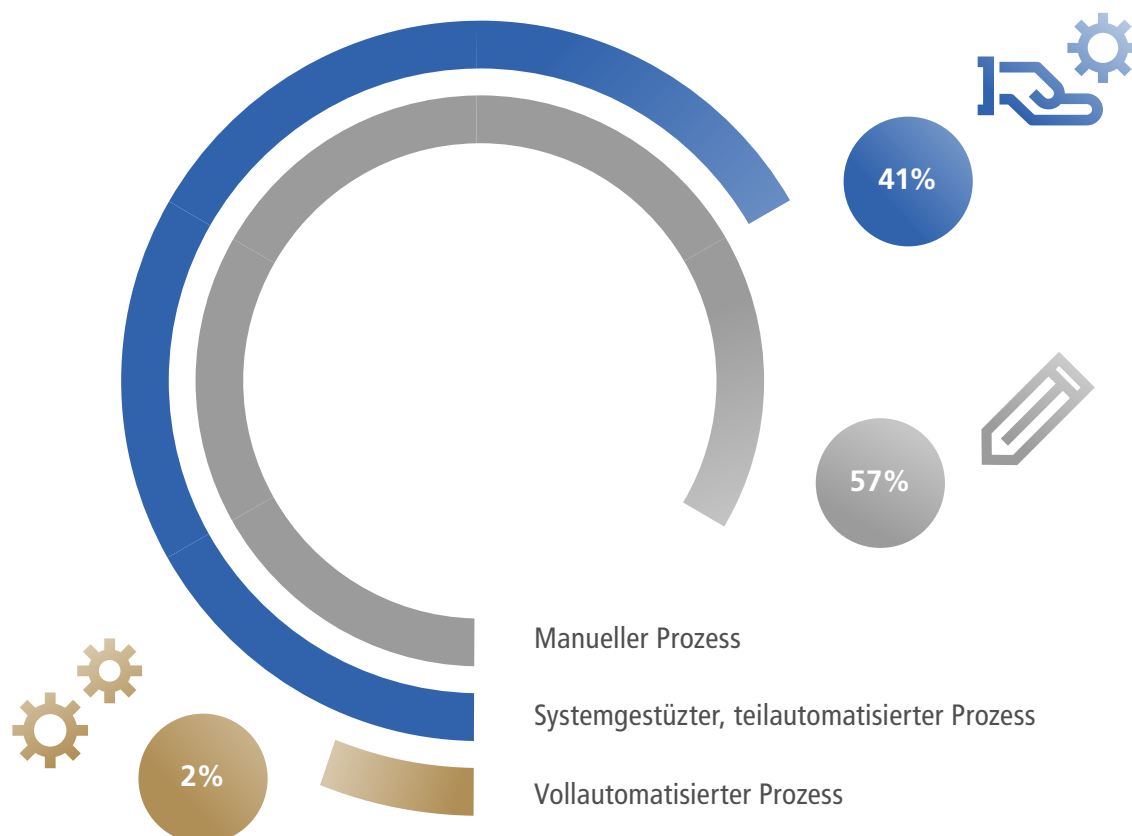
Rolle der Verantwortlichkeit für die Bearbeitung der Anfragen



Bei fast der Hälfte der befragten Unternehmen liegt die Verantwortung für das Bearbeiten von EU-DSGVO-relevanten Anfragen beim Datenschutzbeauftragten, bei weiteren 16 Prozent bei der Geschäftsleitung. Keine Angabe, bei wem die Verantwortung liegt, machten sieben Prozent der Umfrageteilnehmer. Selbst wenn die Verantwortung in vielen Unternehmen beim Datenschutzbeauftragten des Unternehmens liegt, stellt sich natürlich die

Frage, wie dieser mit dieser Verantwortung umgeht. Es ist davon auszugehen, dass er die Anfragen nicht selbst bearbeitet. Es ist also zu hoffen, dass neben der Regelung der Verantwortlichkeit auch ein Prozess festgelegt wurde, wie der Datenschutzbeauftragte sicherstellen kann, dass die Bearbeitung auch durchgeführt wird. Denn nur so kann er dies gegenüber dem Antragsteller bzw. der Aufsichtsbehörde dokumentieren und nachweisen.

Prozess für die Anfragen-Bearbeitung

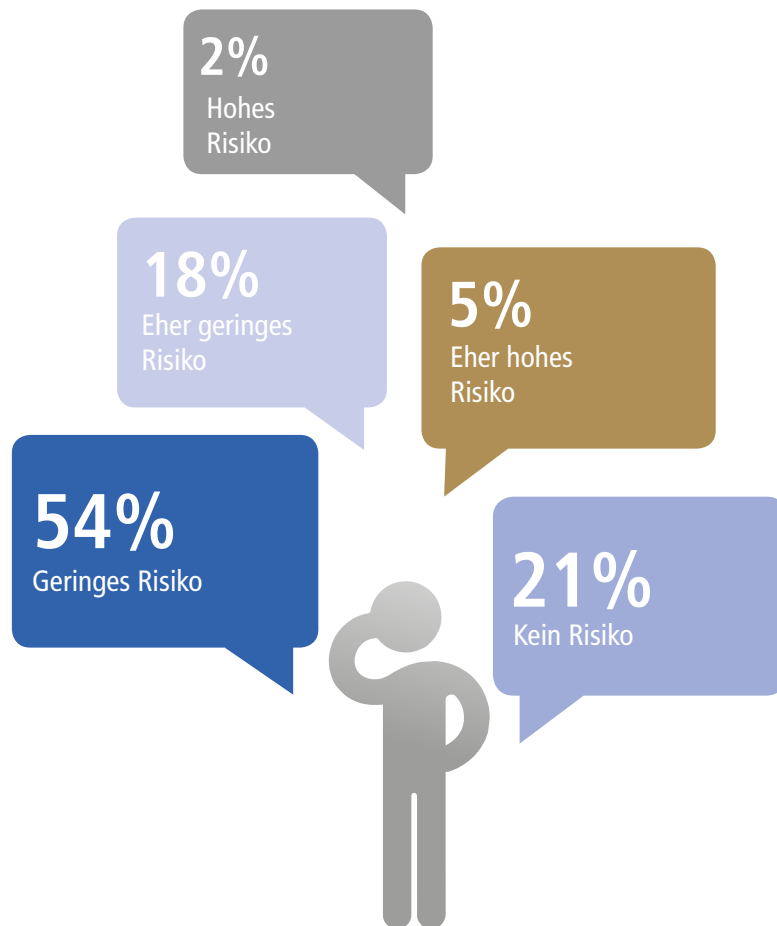


Aus diesem Grund wurde nochmals nachgefragt, welche Prozesse in den Unternehmen für die Bearbeitung dieser Anfragen etabliert sind. Lediglich zwei Prozent der befragten Unternehmen verfügen über einen automatisierten Prozess, der eine vollautomatische Suche ermöglicht. Immerhin sind bei mehr als 40 Prozent (41%) der Umfrageteilnehmer zumindest teilautomatisierte Prozesse implementiert. In 57 Prozent der Unternehmen erfolgt die Suche/Recherche manuell in jedem einzelnen System.

Daraus ergibt sich die bei manuellen Prozessen übliche Fehleranfälligkeit des „Faktor Mensch“ sowie das Problem, dass auch der Nachweis und die Dokumentation der durchgeführten Bearbeitung der Anfrage allenfalls manuell erfolgen kann.

In diesen Unternehmen sollten möglichst zeitnah Maßnahmen zur Automatisierung dieser Such-/Recherche-Prozesse ergriffen werden, alles andere gleicht einem „Tanz auf dem Vulkan“.

Risikoeinschätzung einer Bestrafung



Zum Abschluss der Umfrage wurden die Teilnehmer danach gefragt, wie hoch sie das Risiko einschätzen, mit einer der in der EU-DSGVO festgelegten Strafen belegt zu werden. Die „saftigen“ Bußgelder, die bis in Millionenhöhe gehen können, werden bereits seit längerem als das „Damoklesschwert“ bezeichnet, das seit Inkrafttreten der EU-DSGVO über allen in der EU tätigen Unternehmen hängt. Für die Teilnehmer der Online-Umfrage „Sind Sie DSGVO-ready?“ scheint dieses „Damoklesschwert“ an Schrecken verloren zu haben. Gerade einmal sieben Prozent der Befragten schätzen das Risiko einer Bestrafung auf Grund eines Verstoßes gegen die EU-DSGVO als

„eher hoch“ oder „hoch“ ein. Bei den restlichen 93 Prozent erfolgte die Einschätzung hoffentlich auf der Grundlage der im Unternehmen erfolgten Maßnahmen und etablierten Prozesse zum Einhalten der EU-DSGVO.

Bringt man diese Einschätzung allein mit den Antworten auf die vorherige Frage nach den Prozessen zur Bearbeitung von EU-DSGVO-Anfragen in Verbindung, so bleibt doch ein Restzweifel bestehen. Gerade wenn man berücksichtigt, dass die DSGVO ja nach dem 25.05.2018 in ihre Handhabung und auch Auslegung noch mit Leben gefüllt werden muss.

Interview zu den Ergebnissen der Studie

Als Anbieter von Softwarelösungen für das Kundendatenmanagement beschäftigt sich die Firma Uniserv seit längerem intensiv mit den Neuregelungen der EU-DSGVO. In dem nachfolgenden Interview nimmt Roland Pfeiffer, Geschäftsführer der Uniserv GmbH, zu den Ergebnissen der Online-Umfrage Stellung.



ROLAND PFEIFFER

Chief Executive Officer,
Uniserv GmbH

Seit dem 25. Mai 2018 muss die neue EU-Datenschutzgrundverordnung in allen 28 Mitgliedsstaaten verbindlich eingehalten werden. Zu beachten sind allein 99 Artikel und 173 Erwägungsgründe, die schon aus rechtlicher Sicht eine Mammutherausforderung darstellen. Die EU-DSGVO stärkt einerseits massiv die Rechte auf informationelle Selbstbestimmung von Konsumenten und schränkt dadurch andererseits die Möglichkeiten zur Verarbeitung personenbezogener Daten durch Unternehmen deutlich ein. Auch wird die Verarbeitung dieser Daten unter strengere Auflagen gestellt.

Als Anbieter von Softwarelösungen für das Kundendatenmanagement beschäftigt sich die Firma Uniserv seit längerem intensiv mit den Neueregungen der EU-DSGVO.

In dem nachfolgenden Interview nimmt Roland Pfeiffer, Geschäftsführer der Uniserv GmbH, zu den Ergebnissen der Online-Umfrage Stellung.

Kurz vor Inkrafttreten der EU-DSGVO haben Sie noch eine Online-Umfrage zur EU-DSGVO-Readiness deutscher Unternehmen durchgeführt. Welche Ziele haben Sie damit verfolgt?

Pfeiffer: Im Vorfeld unserer Umfrage haben wir festgestellt, dass sich die Berichterstattung und in diesem Zusammenhang natürlich auch der überwiegende Teil der Umfragen im Schwerpunkt auf juristische Aspekte der DSGVO fokussiert. Prozessuale Gesichtspunkte, gerade was eben die beiden zentralen Elemente Auskunft und Löschen angeht, wurden bzw. werden zwar beleuchtet, jedoch nicht von ihrer Umsetzung her.

Mit der Umfrage wollten wir einerseits erheben, wie es genau hier aussieht, den Finger quasi in die Wunde legen, den Blick für das Wesentliche schärfen und einen bescheidenen Beitrag zur Aufklärung leisten. Vor diesem Hintergrund ist es unser Ziel, Handreichungen zu geben, wie Firmen mit den richtigen Entscheidungen und Mitteln die DSGVO in punkto Auskunft und Löschen gut umsetzen und damit letztlich Schaden vom eigenen Unternehmen abwenden.

Beobachtet man die aktuelle Berichterstattung zur EU-DSGVO, so stellt man fest, dass eigentlich jedes

Unternehmen von der Neuregelung betroffen ist. Dennoch geben in der Online-Umfrage nur etwas mehr als die Hälfte (53%) der befragten Unternehmen an, dass die Datenschutzgrundverordnung für Sie „eher große“ oder „große“ Auswirkungen haben wird. Wie kann das sein?

Pfeiffer: Zum einen müssen wir, denke ich, berücksichtigen, dass die DSGVO ja erst seit kurzem in Kraft ist und nun mit Leben gefüllt werden muss. Hier kommt es dann vor allem auf die Aufsichtsbehörden an sowie auf die Rechtsprechung. Denn das haben wir ja oft, auf der einen Seite das Gesetz, auf der anderen die Handhabung anhand von beispielsweise Präzedenzfällen, an denen man sich orientieren kann.

„Es scheint so zu sein, dass viele Unternehmen das Thema noch nicht so ganz auf dem Radar haben. Und das birgt natürlich erhebliche Risiken, doch einmal eiskalt erwischt zu werden.“



Da herrscht momentan noch viel Unsicherheit, damit auch Orientierungslosigkeit und: Abwarten. Es scheint aber auch so zu sein, dass viele Unternehmen das Thema noch nicht so ganz auf dem Radar haben. Und das birgt natürlich erhebliche Risiken, vor allem, doch einmal plötzlich eiskalt erwischt zu werden. Das ist quasi wie Auto zu fahren, jedoch ohne Sicherheitsgurt.


Sicherlich unterschätzen aber einige auch die Auswirkung, die die neuen Rechte der DSGVO auf Konsumenten und Verbraucherorganisationen haben könnten. Es bleibt somit spannend.

Zwei Drittel (67%) der Umfrageteilnehmer schätzen ihr Unternehmen als „EU-DSGVO-ready“ bzw. „fast EU-DSGVO-ready“ ein. Da scheint die Aufklärungsarbeit der vergangenen Monate also Früchte zu tragen. Deckt sich dieses Umfrageergebnis mit Ihren Erfahrungen aus der Praxis?

Pfeiffer: In der Tat deckt sich dieses Ergebnis mit unseren Erfahrungen bzw. wird auch aus anderen Studie und Umfragen zum Thema EU-DSGVO bestätigt, selbstverständlich mit Abweichungen nach oben oder unten, aber im Kern tendenziell auf jeden Fall.

Die Studie von Senzing* beispielsweise hat zum Jahresbeginn einen Anteil von DSGVO-bereiten Unternehmen von 40 Prozent festgestellt. Nun muss man natürlich sehen, dass hier über 1.000 Unternehmen aus mehreren europäischen Ländern befragt wurden. Setzt man dieses Ergebnis nun in Beziehung zu den 67 Prozent Readiness der Uniserv-Studie, zeigt sich doch eine deutliche Tendenz, dass Maßnahmen ergriffen wurden, immerhin reden wir von einer Verschiebung um rund ein Drittel in Richtung EU-DSGVO-Readiness.

Allerdings muss man bei der Betrachtung und Interpretation speziell dieses Aspektes immer hinterfragen, was genau unter „EU-DSGVO-ready“ subsummiert ist. Und wenn es um die juristischen Aspekte geht, so ist hier sicherlich von einem hohen Erfüllungsgrad auszugehen.



„Wie unsere Studie offenlegt, haben gerade mal zwei Prozent der Umfrageteilnehmer einem automatisierten Prozess für die Auskunfts- & Löschpflichten.“

Doch speziell was die Prozesse Auskunft und Löschen angeht, sind doch starke Zweifel angebracht. Denn wie unsere Studie offenlegt, haben ja gerade mal zwei Prozent der Umfrageteilnehmer einen automatisierten Prozess dafür. Da verwundert es dann auch nicht, warum lt. einer aktuellen Umfrage der bitkom zum DSGVO-Status der deutschen Wirtschaft das Umsetzen der Betroffenenrechte und der Löschkonzepte als mit das Aufwändigste betrachtet wird.

Besonders interessant ist da wiederum die Senzing-Studie, die zeigt, dass zwei Drittel der großen Unternehmen, wie man so schön sagt, eine offene Flanke haben. Denn gerade diese Unternehmen haben heute oft ein Problem, dem Auskunfts- und Löschantrag der Betroffenen zuverlässig nachzukommen. Dies deckt sich auch mit unserer Erfahrung in den Projekten.

Warum haben denn insbesondere die großen Unternehmen ein Problem damit, die Auskunfts- und Löschanfragen im Rahmen der EU-DSGVO zu bearbeiten? Ist dies nicht ein Widerspruch zur weit verbreiteten Einschätzung einer „EU-DSGVO-Readiness“?

Pfeiffer: Ja und nein, wie wir ja eben gesehen haben. Juristisch mögen viele Unternehmen schon sehr weit sein oder sogar am Ziel. Aber hinsichtlich Daten und Prozessen und auch hinsichtlich der Systeme gibt es noch gerade bei großen Unternehmen viel aufzuholen bzw. nachzuarbeiten, um die viel beschworene 360-Grad-Kundensicht auch tatsächlich in der Realität darzustellen. Denn gerade große Unternehmen haben oft viele verschiedene spezialisierte „Inselsysteme“, in denen personenbezogene Daten gespeichert sind. Beispielsweise für ERP, CRM, Marketing, Service, Web-Shop etc. Jedes von diesen Systemen hat personenbezogene Daten gespeichert. In unseren Projekten finden wir oft bei großen Unternehmen zehn und mehr „Inselsystemen“ vor. Das wird auch durch die Umfrage belegt, in der 2/3 der Teilnehmer angegeben haben sechs oder mehr Systeme im Einsatz zu haben. Zwar sind bei einem Teil der Unternehmen Master-Data-Management-Systeme im Einsatz, die einen zentralen Abfragepunkt für die Stammdaten von Kunden / Interessenten bereitstellen. Aber diese Master-Data-Management-Systeme sind noch nicht bei allen Kunden mit mehreren „Inselsystemen“ im Einsatz und, selbst wenn, werden damit meist nur die wichtigsten zwei bis drei Systeme synchronisiert und nicht alle. Bleibt also nur die Lösung, Abfragen an den unterschiedlichen Systemen durchzuführen, die Ergebnisse (manuell) zusammenzutragen. Und zu hoffen, dass dabei nicht zu viele Fehler passieren.

Dabei liegen gerade hier bei der Umsetzung und damit Respektierung der Betroffenenrechte ganz

* Studie Senzing „Finding The Missing Link in GDPR Compliance“, befragt wurden 1.015 Unternehmen in UK, Deutschland, Frankreich, Spanien und Italien in der Zeit von 9. bis 15. Januar 2018, <https://senzing.com>

enorme Chancen für Unternehmen. So besagt eine aktuelle Studie von Capgemini beispielsweise, dass mehr als ein Drittel der Verbraucher mehr Geld bei einem Unternehmen ausgeben würde, das mit den persönlichen Daten entsprechend umsichtig vorgeht, also den Datenschutz ernst nimmt und ordentlich praktiziert. Gerade hier steckt also ein großes Potenzial für Unternehmen,



„Dabei liegen gerade bei der Umsetzung und damit Respektierung der Betroffenenrechte ganz enorme Chancen für Unternehmen.“

sich vom Wettbewerb zu differenzieren, gerade jetzt in der Anfangszeit, wo offensichtlich doch noch nicht so viele Unternehmen wirklich bereit sind.

Gerade einmal sieben Prozent der Befragten schätzen das Risiko einer Bestrafung auf Grund eines Verstoßes gegen die EU-DSGVO als „eher hoch“ oder „hoch“ ein. Wie schätzen Sie dies Aussage ein?

Pfeiffer: Das ist überraschend, vor allem, wenn man bedenkt, dass die Sanktionen doch „deftig“ sind, vier Prozent des weltweiten Jahresumsatzes oder bis zu 20 Millionen Euro. Und das kann doch schon die Unternehmensexistenz bedrohen. Wir empfehlen hier dringend, die eigene Haltung zu überprüfen.

Zitiert sei an dieser Stelle auch nochmals die Studie von Senzing, die mit 65 Prozent „Awareness Gap“ einen ähnlich hohen Wert ausweist, damit das Ergebnis der Uniserv-Studie unterstützt. Hier sprachen beachtliche 75 Prozent der Unternehmen von einem geringen bis keinem bzw. nicht vorhandenen Risiko. Aufgrund der doch teils massiven Datenschutzvorkommnisse der letzten Wochen und Monate, man denke z. B. an Facebook, gehen wir davon aus, dass die Aufsichtsbehörden zunächst vor allem bei den großen Unternehmen genauer hinschauen werden.

Was natürlich nicht bedeutet, dass man sich z. B. als KMU zurücklehnen kann. Bei der DSGVO muss man sich darüber im Klaren sein, dass es keine Übergangsfrist gibt. Seit 25.05.2018 um null Uhr gelten die Regeln.

Gehen wir mal konkret auf Auskunft und Löschen ein, die jetzt als Rechte in der DSGVO verankert sind. Was bedeutet das eigentlich konkret für die Unternehmen in Bezug auf die durchschnittliche Anzahl Anfragen, Anzahl Datenbanken / Systeme und damit verbundenen zeitlichen Aufwand?

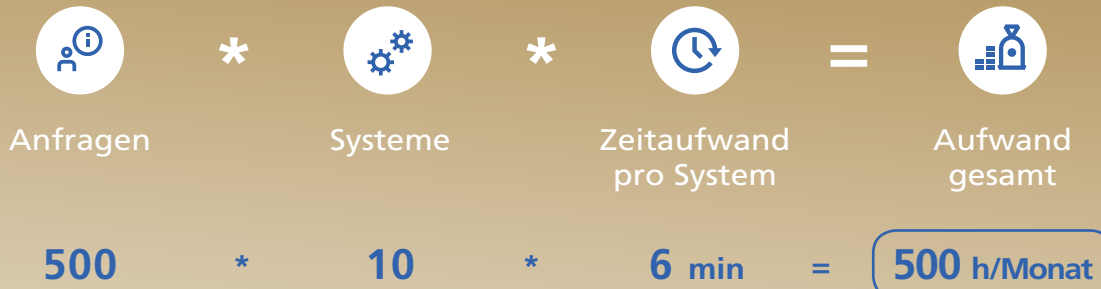
Pfeiffer: Hier sprechen Sie jetzt wirklich den zentralen Aspekt an. Denn Unternehmen müssen jetzt innerhalb von 30 Tagen Rede und Antwort stehen, welche Daten sie an welchen Stellen im Unternehmen gespeichert haben und diese auf Anforderung dann auch löschen können. Das bedeutet, dass jedes einzelne System bzw. jede einzelne Datenbank durchforstet werden muss. Das kostet im Falle manueller Arbeit enorm Zeit und ist fehleranfällig.

„Unternehmen müssen jetzt innerhalb von 30 Tagen Rede und Antwort stehen, welche Daten sie an welchen Stellen im Unternehmen gespeichert haben und diese auf Anforderung dann auch löschen können.“



Bei beispielsweise 500 Anfragen pro Monat bei durchschnittlich 10 Datenbanken / Systemen und einem Zeitaufwand von rund 6 Minuten je Datenbank / System sprechen wir hier von einem Zeitaufwand von rund 500 Arbeitsstunden pro Monat oder 4 FTE, um diese Anfragen zu erfüllen. Hier muss man also nicht lange rechnen, um zu erkennen, dass sich das Investment in die Prozess-Automatisierung sehr schnell rechnet. Ganz zu schweigen, wenn man bezüglich der Anfragen oder der Systeme noch andere Größenordnungen hat.

AUFWAND OHNE PROZESS-AUTOMATISIERUNG



Aus Erfahrung ist die Menge an Anfragen im B2C-Bereich deutlich höher als im B2B-Umfeld. Die Anfragen kommen oft auch von Konsumenten, die gar keinen direkten Anhaltspunkt haben, dass das Unternehmen etwas über sie gespeichert hat. Einfach weil es ja sein könnte und der Konsument nun auch ohne Anhaltspunkt das Recht hat, kostenlos anzufragen. Insbesondere nach Presseartikeln über das Unternehmen steigt die Anzahl dieser Anfragen. Auch darauf sollte man vorbereitet sein und die Anfragen innerhalb der 4 Wochen sicher und korrekt beantworten können.

Bei allem Optimismus über die EU-DSGVO-Readiness: Was raten Sie Unternehmen, die jetzt – nach Inkrafttreten der EU-DSGVO ihre „Readiness“ noch überprüfen möchten?

Pfeiffer: Es bietet sich in erster Linie nochmal an, hier einen Audit durchzuführen. Aber eben keinen juristischen Audit, sondern einen Audit auf Ebene der Daten und Prozesse, vor allem mit Blick auf Auskunft und Löschen. Ein solcher Audit ist keine große Sache und je nach gewünschtem Umfang innerhalb weniger Tage durchgeführt. Dann herrschen Klarheit und Transparenz. Handlungsempfehlungen zeigen Wege, sich ggfs. zu verbessern bzw. die regulatorischen Vorgaben korrekt zu erfüllen.

Wie wichtig ein solches Assessment ist oder auch sein kein, sei hier nochmal anhand einiger grundlegender Fakten verdeutlicht. Gesetzlich ist der Begriff der Datenqualität verankert.

„Ein Audit auf Ebene der Daten und Prozesse ist keine große Sache und kann je nach gewünschtem Umfang innerhalb weniger Tage durchgeführt werden. Dann herrschen Klarheit und Transparenz.“

Die Verarbeitung von Daten darf nur noch auf der Grundlage von berechtigtem Interesse und nachweisbarer Einwilligung erfolgen. Kunden haben jetzt ein vollumfängliches Auskunftsrecht, heißt, Unternehmen müssen in der Lage sein, vollständig über Art, Zweck und Umfang von teilweise oder vollständig automatisierter Datenverarbeitung zu informieren und die Daten zu löschen (Recht auf Vergessen werden).

Vielen Dank für das Gespräch!

WIR HABEN FÜR JEDE HERAUSFORDERUNG EINE LÖSUNG PARAT
– und sie ist nur einen Klick entfernt:

 *Klicken Sie auf die Felder und erfahren Sie mehr!*

Mit den Datenmanagement Lösungen von Uniserv integrieren Sie Ihre Unternehmensdaten unternehmensweit. Eine einheitliche, qualitativ hochwertige Datenbasis versetzt Ihre Anwender in die Lage, Daten schnell zu analysieren und so rechtzeitig auf Markttendenzen zu reagieren. Treffen Sie dank optimiertem Datenmanagement schnelle und fundierte Geschäftsentscheidungen.

CUSTOMER DATA MANAGEMENT

vom europäischen Marktführer

Uniserv ist Experte für erfolgreiches Kundendatenmanagement. In seinen Customer-Data-Management- und Data-Quality-Lösungen für Kundenstamm- und Bewegungsdaten vereint Uniserv Datenqualitätssicherung und Datenintegration zu einem ganzheitlichen Ansatz. Kundendaten stehen im Mittelpunkt von Initiativen für Master Data Management, Datenqualität, Datenmigration und Data Warehousing, beispielsweise im Umfeld von CRM-Anwendungen, eBusiness, Direct- und Database-Marketing, CDI/MDM-Anwendungen und Business Intelligence. Mit mehreren Tausend Installationen weltweit bedient Uniserv die Erwartungshaltung einer ganzheitlichen Lösung für alle Geschäfts- und Kundendaten über den gesamten Datenlebenszyklus hinweg.

Am Stammsitz in Pforzheim sowie in den Niederlassungen in Paris, Frankreich, und Amsterdam, Niederlande, beschäftigt

das Unternehmen über 130 Mitarbeiter und zählt branchenübergreifend und international zahlreiche renommierte Unternehmen wie beispielsweise Allianz, Deutsche Bank, eBay, EDEKA, E.ON, France Telecom, Lufthansa, Otto, Siemens, Time Warner sowie TUI und VOLKSWAGEN zu seinen Kunden. Der Landesdatenschutzbeauftragte für Baden-Württemberg hat kürzlich bestätigt, dass Uniserv seine Geschäftsprozesse datenschutzgerecht gestaltet. Zudem hat das Unternehmen kürzlich erneut das Qualitätssiegel Datenverarbeitung des Deutschen Dialogmarketing Verbandes e.V. für das Jahr 2018 erhalten.

Weitere Informationen erhalten Sie unter:
www.uniserv.com



UNISERV GmbH

Rastatter Str. 13, 75179 Pforzheim, Deutschland

T: +49 7231 936-0

F: +49 7231 936-3002

E: info@uniserv.com

www.uniserv.com

© Uniserv GmbH, Pforzheim, All rights reserved