Aktuelle Informationen für den Mittelstand

Blitzumfrage EU-DSGVO

Ahnungslosigkeit dominiert in deutschen Unternehmen

Der Countdown läuft: Ab dem 25. Mai 2018 muss die EU-Datenschutz-Grundverordnung (EU-DSGVO) angewendet werden.

Eine Umfrage durchgeführt von:

KORB UND KOLLEGEN
BERATUNG I STRATEGIE I MARKTFORSCHUNG

cobra® CRM
schneller erfolgreich

cobra - 30 Jahre CRM-Expertise vom Bodensee

Die cobra – computer's brainware GmbH steht seit über 30 Jahren für innovative Lösungen rund um das Kundenbeziehungsmanagement.

In unserem Sitz in Konstanz am Bodensee entwickeln und vertreiben wir CRM-Software, die unsere Kunden in ihrer täglichen Arbeit erfolgreicher und effizienter machen.

Mit unserer Schweizer Schwesterfirma an der Seite zählen wir in Deutschland, Österreich und der Schweiz mittlerweile über 18.000 zufriedene Kunden in zahlreichen Branchen. Diese große Kundenbasis ist für uns Bestätigung und Herausforderung zugleich, denn kein Kunde ist wie der andere. Mit flexiblen Software-Lösungen und Know-how aus vielen tausenden Kundenprojekten wollen wir jedem Kunden eine maßgeschneiderte Lösung bieten, die genau die Anforderungen des jeweiligen Unternehmens trifft.

Unser erklärtes Ziel dabei ist, mit unseren Lösungen auch in Ihrem Unternehmen den Vertriebserfolg zu steigern und die Kundenbindung zu optimieren.

Unsere CRM-Software ist dabei das Werkzeug, mit dem Sie

- ✓ **Ihre Prozesse in Vertrieb, Marketing und Service optimieren,**
- ✓ **die Effizienz in allen Unternehmensbereichen steigern,**
- ✓ **dauerhaft die Datenqualität erhöhen und somit**
- ✓ **die Basis für aussagekräftige Analysen und Berichte bereitstellen.**

Beim Softwaredesign achten unsere cobra-Entwickler besonders auf einfache Bedienbarkeit und strukturierte Oberflächen für den Anwender. Übersichtlich und schnell auffindbar werden alle Kundendaten, Umsatzzahlen, Verträge, Servicefälle, Marketingaktionen, etc. dargestellt. Die Administratoren finden vielfältige Assistenten, die eine einfache Anpassung von Datenbank, Masken, Druck- und Ausgabeformaten sowie von Zugriffsrechten ermöglichen.

»Als Vorreiter der Branche gehört cobra zu den ersten Anbietern, die Datenschutzmanagement und CRM vereinen. Somit werden Unternehmen bei der Einhaltung der strengen Anforderungen der EU-Datenschutz-Grundverordnung komfortabel unterstützt. In diesem Zusammenhang fordern wir Unternehmen auf, die Anforderungen der EU-DSGVO als Chance für eine zielgerichtete Kommunikation mit Kunden und Interessenten im rechtskonformen Rahmen wahrzunehmen.«

Jürgen Litz, Geschäftsführer cobra GmbH

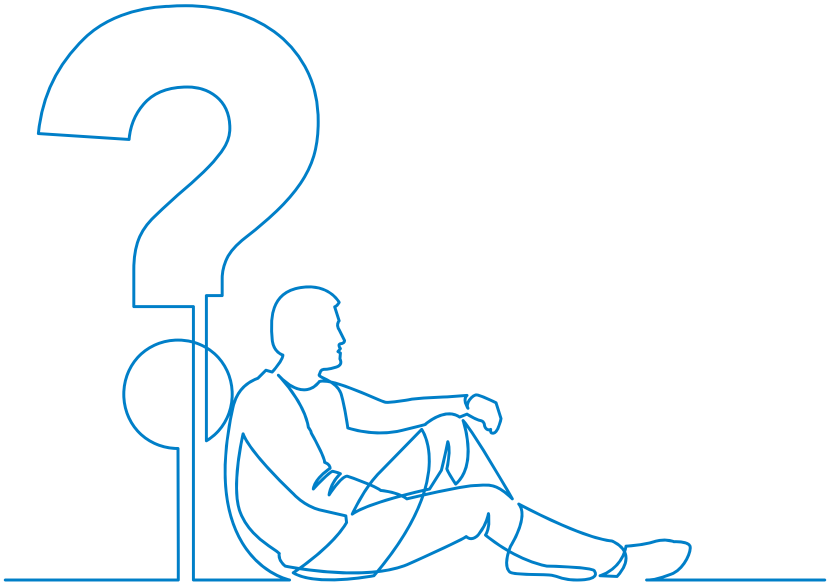
EU-DSGVO: Ahnungslosigkeit dominiert in deutschen Unternehmen

Selbst Bußgelder in Millionenhöhe scheinen nicht abzuschrecken. Dabei läuft die Zeit ab, die Verarbeitung personenbezogener Daten im eigenen Unternehmen auf rechtskonforme Beine zu stellen. Denn der Countdown läuft: Ab dem 25. Mai 2018 muss die EU-Datenschutz-Grundverordnung angewendet werden. Und laut einer Umfrage, die vom CRM-Spezialisten cobra gemeinsam mit Korb und Kollegen durchgeführt wurde, sind zurzeit nur zehn Prozent der Unternehmen der Meinung, dass sie die neuen gesetzlichen Vorgaben einhalten.

Die EU-DSGVO betrifft unter anderem Unternehmen, Behörden und Einrichtungen, die innerhalb der Europäischen Union personenbezogene Daten verarbeiten. Damit sollen die Persönlichkeitsrechte und die Privatsphäre von Bürgern innerhalb der Europäischen Union sichergestellt und der freie Datenverkehr im europäischen Binnenmarkt gewährleistet werden.

Das Konstanzer Softwareunternehmen cobra hat im Rahmen einer großangelegten deutschlandweiten Roadshow jedoch feststellen müssen, dass der Aufklärungsgrad und das Wissen um die Konsequenzen bezüglich dem Thema EU-DSGVO in vielen Unternehmen noch erschreckend niedrig ist. Diese ernüchternde Erkenntnis hat Jürgen Litz, Geschäftsführer der cobra GmbH, und sein Team bewogen, eine dezidierte Studie zu initiieren. In dieser werden Unternehmen zurzeit über ihren Kenntnisstand der EU-DSGVO befragt. Erste Teilergebnisse der Umfrage, die seit Februar läuft und auch über den Mai 2018 hinaus fortgesetzt wird, liegen nun vor.

Die bisherige Bilanz ist erschreckend: 39 Prozent der bisher insgesamt 41 befragten deutschen Unternehmen gaben in der Umfrage an, kaum bzw. gar keine Kenntnisse bezüglich der EU-DSGVO aufweisen zu können. Diese Laissez-faire-Einstellung ist angesichts der drohenden Geldstrafen in Millionenhöhe kaum nachzuvollziehen. Denn die neuen Anforderungen haben es in sich: Die EU-DSGVO ist mit ihren 99 Artikeln und 173 Erwägungsgründen im Vergleich zum bisherigen geltenden Datenschutzgesetz nur schwer greifbar und beinahe unüberschaubar. Das Handling personenbezogener Kundendaten wird stark eingeschränkt.



So dürfen Unternehmen beispielsweise in Zukunft nicht mehr automatisch davon ausgehen, dass Kunden, die etwas gekauft haben, im Anschluss daran auch Werbung bekommen möchten. Um Werbung zu verschicken, wird nämlich die **ausdrückliche Einwilligung** des Kunden benötigt, welche er auch jederzeit widerrufen kann. Auch auf dieses **Widerrufsrecht** muss der Kunde stets hingewiesen werden – egal ob das im Verkaufsgespräch, bei einer Online-Bestellung oder dem Herunterladen einer Informationsbroschüre ist.

Aufgrund des **Datensparsamkeitsgebots** dürfen nun außerdem nur noch diejenigen Daten erhoben werden, die für die **Erfüllung des Zwecks** notwendig sind. Zum Beispiel ist für den Download eines Whitepapers eigentlich lediglich eine die E-Mail-Adresse nötig. Weitere Daten, wie die Telefonnummer oder Adresse, werden zur Zweckerfüllung nicht gebraucht und dürfen nicht mehr mit einem Pflichtfeld erhoben werden.

Auch zu welchem Zweck die Daten erhoben werden, sollte so genau wie möglich beschrieben sein, d. h. welche Produkte oder Dienstleitungen werden beworben? Wie oft wird geworben? Erfolgt die Werbung per E-Mail, telefonisch oder per Post?

Dies sind nur einige der EU-DSGVO-Stolpersteine, die werbetreibenden Unternehmen das Leben künftig schwerer machen werden. Die Mehrzahl ist darauf momentan noch kaum vorbereitet. Offensichtlich gibt es bei der Umsetzung der neuen Richtlinien noch einiges zu tun, wie die aktuelle cobra-Erhebung zeigt.

» Die Blitzumfrage und Ihr Ergebnis hat uns doch sehr nachdenklich gemacht. Die Überforderung der Betroffenen, die Hilflosigkeit die Aufgabe alleine zu lösen und oft auch leider die Ahnungslosigkeit, was konkret zu tun ist, hat uns betroffen. Oft sind trotz guter Bewerbung und Information in einigen Bundesländern andere immer noch in der Phase des Nicht Wissens und der Hoffnung, nicht getroffen zu werden. Die existierende Verunsicherung ist leider sehr groß. Kurzfristige Textänderungen des Gesetzestextes im engl. relevanten Original sind wenig hilfreich, diese Situation der Unsicherheit zu klären. Die Verunsicherung steigt zur Zeit an. «

Ralf Korb, Geschäftsführer Korb & Kollegen

Ralf Korb verfügt über 30 Jahre Praxiserfahrung. Mit seinem Unternehmen Korb & Kollegen, als auch seiner Partnerschaft mit der INtem Gruppe als Trainer, Berater und Coach begleitet er Unternehmen aller Größen und Branchen. Seit 2014 ist er auch bei der BARC GmbH in Würzburg als Senior Analyst tätig, wo er die Bereiche CRM, ERP und Data Security unterstützt. Als Speaker, Dozent und Autor verschiedener Expertenportale sowie Zeitschriften, hat der Unternehmer und BARC - Analyst den Markt im DACH Raum maßgeblich seit 1999 mitgeprägt.

Die Ergebnisse im Einzelnen

1. Fast 40 Prozent der Unternehmen haben kaum Kenntnisse

Die vergangenen beiden Jahre waren eigentlich als Umsetzungsphase der neuen Richtlinien gedacht. Denn in Kraft getreten ist die EU-DSGVO bereits am 24. Mai 2016 in allen EU-Mitgliedstaaten. Dadurch sollten die Persönlichkeitsrechte und die Privatsphäre von Bürgern innerhalb der Europäischen Union sichergestellt und der freie Datenverkehr im europäischen Binnenmarkt gewährleistet werden. Privatpersonen haben also künftig das Recht zu erfahren, welche Daten Unternehmen, aber auch Behörden und Kommunen von ihnen erhoben haben und was damit gemacht wird.

Aber viele Unternehmen scheinen die neuen Vorschriften offensichtlich einfach nicht mitbekommen zu haben oder haben diese vielleicht auch bis kurz vor knapp ignoriert bzw. ignorieren diese immer noch. Anders lassen sich die beinahe schon haarsträubenden Ergebnisse der aktuellen cobra-Umfrage hinsichtlich der EU-DSGVO-Umsetzung kaum erklären: So gaben ganze **39 Prozent** der Befragten an, **lediglich „einige Kenntnisse“ bzw. sogar „keine Kenntnisse“ über die EU-DSGVO-Umsetzung zu haben.** Immerhin 51 Prozent bezeichnen ihre Kenntnisse als „gut“, aber lediglich zehn Prozent als „sehr gut“.

2. Unwissenheit schützt vor Strafe nicht

Die künftigen **Sanktionen für Datenschutzverstöße** sollten Unternehmen durchaus Anlass zur Sorge geben: Die Strafen werden drastisch erhöht und wohl auch stärker als sonst verfolgt. Dass zurzeit wieder ein Datenskandal den nächsten jagt, wird sicher nicht zur Entspannung der Situation beitragen. Die Bürger sind nicht gut darauf zu sprechen, was das Handling von Unternehmen mit ihren persönlichen Informationen anbelangt.

Nach dem aktuellen Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) wurden bisher „lediglich“ Bußgelder zwischen 50.000 und 300.000 Euro für Verstöße verhängt. Höhere Strafen setzten voraus, dass der Verantwortliche einen wirtschaftlichen Vorteil durch den Datenschutzverstoß erlangte.

Während bisher jedoch recht selten hohe Bußgelder verhängt wurden, muss in Zukunft tief in die Tasche gegriffen werden. Denn Art. 83 der EU-DSGVO besagt nun unter anderem: *„Jede Aufsichtsbehörde stellt sicher, dass die Verhängung von Geldbußen gemäß diesem Artikel für Verstöße gegen diese Verordnung gemäß den Absätzen 5 und 6 in jedem Einzelfall wirksam, verhältnismäßig und abschreckend ist.“*

Und „abschreckend“ ist die drohende Summe allemal, denn im Art. 83 heißt es weiter: *„Bei Verstößen gegen die folgenden Bestimmungen werden im Einklang mit Absatz 2 Geldbußen von bis zu 10.000.000 Euro oder im Fall eines Unternehmens von bis zu zwei Prozent seines gesamten weltweit erzielten Jahresumsatzes des vorangegangenen Geschäftsjahrs verhängt, je nachdem, welcher der Beträge höher ist.“*

Diese **rigorosen Konsequenzen** scheinen vielen deutschen Unternehmen jedoch noch **nicht bewusst** zu sein, wie die cobra-Umfrage zeigt: Knapp **20 Prozent der Befragten haben keinerlei Kenntnis** von den hohen drohenden Strafen bei Verstößen gegen die EU-DSGVO. **34 Prozent geben an, zumindest „einige Kenntnisse“** über die drohenden Auswirkungen zu haben. Noch einmal **34 Prozent bezeichnen das Bewusstsein als „gut“** und immerhin **zwölf Prozent sogar als „sehr gut“.**

3. Nur gut 20 Prozent der Unternehmen sind bis dato auf der sicheren Seite

Die EU-DSGVO legt das Level in punkto Datenschutz für Unternehmen um einiges höher. Strengere Verordnungen und Auflagen gibt es praktisch in jedem Bereich, der irgendetwas mit dem Handling von Kundeninformationen zu tun hat. Neu ist, neben den bereits erwähnten umfassenden Informationspflichten gegenüber den Kunden, nun beispielsweise die **Pflicht zur Datenschutz-Folgenabschätzung.** Diese ist immer dann durchzuführen, wenn besonders **sensible Daten** verarbeitet werden oder deren Verarbeitung dazu bestimmt war, die Persönlichkeit des Betroffenen, einschließlich seiner Fähigkeiten, Leistungen oder seines Verhaltens zu bewerten. In diesen Fällen prüft der **Datenschutzbeauftragte** die besonderen Risiken für die Rechte und Freiheiten des Betroffenen und gibt am Ende dieser Prüfung eine Stellungnahme zur Rechtmäßigkeit der Datenverarbeitung ab. Außerdem wird neu eingeführt, dass auch der Auftragsverarbeiter ein „Verzeichnis der Verarbeitungstätigkeiten“ führen muss. Zudem werden die Gründe für die Benennung eines Datenschutzbeauftragten erweitert.

Vor diesem Kontext wird deutlich, dass die rechtskonforme Umsetzung der gesetzlichen Anforderungen eine intensive Prüfung und einen relativ großen Aufwand erfordert. All das wird zweifelsohne zu einem vermehrten Maß an Bürokratie in den Unternehmen führen. Welche Auswirkungen die EU-DSGVO am Ende wirklich haben wird, ist derzeit noch kaum abzuschätzen.

Aber auch darüber scheinen sich nur wenige deutsche Unternehmen momentan Gedanken zu machen. Laut der cobra-Erhebung sind in Bezug auf die **Sicherstellung** der neuen **gesetzlichen Vorgaben** der EU-DSGVO nur **21 Prozent der befragten Unternehmen** der Meinung, dass sie diese **bereits einhalten,** 67 Prozent halten es immerhin noch für „ziemlich wahrscheinlich“. Zwölf Prozent der Unternehmen können die Anforderungen allerdings „wahrscheinlich nicht“ bzw. „keinesfalls“ bis zum 25. Mai 2018 umsetzen. Die verbleibende Zeit ist allerdings reichlich knapp. Zu bedenken ist, dass die notwendigen Maßnahmen einen hohen konzeptionellen und technischen Aufwand sowie deren dauerhafte Anwendung meist einen höheren Personalbedarf nach sich ziehen.

4. Nur 10 Prozent der Unternehmen fühlen sich sehr gut beraten

Der Status-Quo der cobra-Umfrage zeigt, dass Unternehmen – egal welcher Größe – extreme Schwierigkeiten mit der Umsetzung der EU-DSGVO haben. Jetzt sind schlichtweg Prioritäten gefragt, was in den nächsten Wochen noch angegangen werden muss und kann, bevor die ersten Abmahnungen ins Haus flattern.

Fehlen interne Ressourcen für solch ein wichtiges Projekt, sind Outsourcing von Aufgaben und Insourcing von Kompetenzen die beiden Wege der Wahl. So können Unternehmen auf dem Markt externe Datenschutz-Dienstleister und Beratungshäuser, Schulungen oder spezielle Tools finden, die bei der Umsetzung der gesetzlichen Anforderungen helfen. Allerdings fühlen sich laut der cobra-Erhebung lediglich knapp zehn Prozent durch ihren IT-Dienstleister „sehr gut“ beraten, ebenfalls zehn Prozent verteilten die Note „gut“. 40 Prozent verteilten die Noten „befriedigend“ und „ausreichend“ für die Beratung durch ihren IT-Dienstleister. Ein Viertel der Unternehmen bewertete die Beratungsleistung jedoch mit der Note „mangelhaft“ bzw. sogar als „ungenügend“. 15 % der Unternehmen machten dazu keine Angaben.

Dabei kann vor allem durch eine Anpassung und Optimierung der Software-Landschaft ein großer Schritt zur rechtskonformen Umsetzung der EU-DSGVO-Vorgaben getan werden. Macht ein Kunde beispielweise von seinem neuen Recht der Datenportabilität Gebrauch, müssen ihm alle über ihn gespeicherten Daten in einem gängigen und maschinenlesbaren Format ausgegeben werden. Sind diese Informationen im Unternehmen nun weit verstreut und werden im schlimmsten Fall in verschiedenen abteilungsinternen Listen gepflegt, ist das ein zeitraubendes, manchmal nicht lösbares Unterfangen. Bei einer Anfrage

mag das vielleicht noch funktionieren, aber was, wenn es sich um 50 Anfragen im Monat handelt?

Mit einer CRM-Software werden alle Informationen in einer zentralen Datenbank abgespeichert. So weiß z. B. der Vertrieb genau Bescheid, welche Mailings ein Kunde bereits vom Marketing erhalten hat oder was mit dem Kundenservice im Rahmen einer Reklamation besprochen wurde. Eine CRM-Software ermöglicht es außerdem, alle Daten zu einer Person an einem Ort zu speichern. Diese können somit auch per Knopfdruck herausgegeben werden, falls es von einem Kunden verlangt wird. Auch beim Einholen einer rechtskonformen Werbeeinwilligung kann ein CRM-System unterstützen.

cobra® WHITEPAPER

Rechtskonforme Werbeeinwilligung nach EU-DSGVO

Der Haken mit dem Häkchen - praxisorientierte Informationen und Rechtsgrundlagen für Geschäftsführer und Entscheider im Marketing.

Kostenloser Download unter

www.cobra.de/Datenschutz-WP

cobra bietet Hilfe bei der rechtskonformen Umsetzung der EU-DSGVO

Der CRM-Hersteller cobra hat sein Augenmerk in den vergangenen beiden Jahren unter anderem auch intensiv dem Thema EU-DSGVO-Umsetzung gewidmet.

In enger Zusammenarbeit mit IT-Fachanwälten wurde die CRM-Software diesbezüglich kontinuierlich weiterentwickelt und verbessert. cobra CRM bietet den anwendenden Unternehmen maximale Flexibilität bei der Gestaltung der Datenstruktur und damit vielfältige Möglichkeiten, um den Grundsätzen der EU-DSGVO in jeder Hinsicht gerecht zu werden.

So ist es mit cobra CRM beispielsweise möglich, anhand eines Dashboards zu erfahren, wie viele Adressen zur Löschung vorgemerkt sind, zu wie vielen Adressen eine Werbeeinwilligung vorliegt oder auch, wie viele Adressen mit einem Sperrvermerk hinterlegt sind. Durch solche Auswertungen kann der Datenschutzbeauftragte Probleme oder Herausforderungen schnell und einfach identifizieren und diesen entgegenwirken.

Mit dem Zusatzmodul cobra WEB PRO, das auf das Double-Opt-in-Verfahren spezialisiert ist, können Unternehmen z. B. ohne viel Aufwand ein Formular für die Newsletter-Anmeldung erstellen. Füllt der Interessent dieses aus, bekommt er automatisiert eine E-Mail mit einem Bestätigungslink zugesendet. Klickt die Person darauf, wird die E-Mail-Adresse verifiziert und es liegt ein rechtskonformes Double-Opt-in vor. Die bereits eingegebenen Daten werden automatisch in die Datenbank übertragen. Der Nachweis zur Einwilligung wird auf diese Weise gleich personenbezogen hinterlegt, sodass dieser bei Bedarf leicht auffindbar ist.

cobra 2018 „DATENSCHUTZ-ready“ enthält zahlreiche Datenschutz-Komfortfunktionen, die das CRM-System in Sachen EU-DSGVO gezielt unterstützen und so vor drohenden Bußgeldern schützt.

Die Version 2018 wurde zudem in einem monatelangen Prozess geprüft und wurde als geprüfte Software zur Umsetzung der Vorgaben der EU-DSGVO ausgezeichnet. Sie profitieren bei der CRM Software und Beratung von maximaler Kompetenz im Datenschutz 2018.

Fazit

Die Blitzumfrage hat gezeigt, dass die Umsetzung der neuen gesetzlichen Vorgaben der EU-DSGVO in den meisten Unternehmen noch nicht sehr weit fortgeschritten ist bzw. noch überhaupt nicht angegangen wurde. Das ein oder andere Unternehmen ist sich zwar der hohen Strafen, die bei Verstößen drohen, bewusst, aber offensichtlich nicht dem Ernst der Lage. Denn die Zeit bis zum 25. Mai 2018 ist knapp und die neuen gesetzlichen Anforderungen sind komplex.

Leider finden Unternehmen offenbar bei nur wenigen Dienstleistern eine kompetente Beratung. Dabei wären diese eigentlich eine der wichtigsten Anlaufstellen, um die technischen Anforderungen, die sich aus der EU-DSGVO ergeben, auch im Unternehmen zu implementieren.

NEU!

cobra® 2018
DATENSCHUTZ-ready

Computer Bild TRUSTED SOLUTIONS ★★★★★ 2018
ANWENDER- UND EXPERTENBEFRAGUNG
Ausgabe 4/2018
cobra
IN DER KATEGORIE VERTRIEBS-/ CRM-SOFTWARE

Vertrauen: sehr hoch
Weiterempfehlung: sehr hoch

EU-DSGVO 2018 konform

Personenbezogene Daten
Datenschutz-Komfortfunktionen unterstützen die rechtskonforme Erhebung, Verarbeitung und Ausgabe personenbezogener Daten.

Löschplan
Der cobra Löschplan sorgt für die automatisierte, zeitgesteuerte Löschung personenbezogener Daten.

cobra Sperrliste
Neben der E-Mail-Blacklist verhindert die cobra Sperrliste, dass bereits gelöschte Adressen wieder im System erfasst werden.

Double-Opt-in
Ein modernes Web-Frontend für Newsletter- und Downloadverwaltung automatisiert das Double-Opt-in-Verfahren und den Einwilligungsprozess.

Datenschutz-Cockpit
Durch professionelle BI-Funktionalitäten mit Dashboards und Drill-Downs sind Sie jederzeit aktuell über den Status Ihrer Daten informiert.

www.cobra.de/Datenschutz2018

Telefon +49 7531 8101-66
kundenberatung@cobra.de

cobra®
schneller erfolgreich

cobra - computer's brainware GmbH
Weberinnenstraße 7
D-78467 Konstanz

Telefon 07531 8101-0
Telefax 07531 8101-22
info@cobra.de

www.cobra.de