

Neue *cobra*-Blitzumfrage

DSGVO-Umsetzung nach wie vor zu träge

Fast 20 Prozent der Unternehmen werden Ende 2019 immer noch nicht mit der Umsetzung der Europäischen Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) fertig sein, die bereits seit 25. Mai 2018 gilt. So lautet das Ergebnis der zweiten Blitzumfrage des CRM-Spezialisten *cobra* aus Konstanz. Die *cobra*-Umfrage hat die Ergebnisse der *BITKOM*-Studie „Vier Monate DSGVO – wie weit ist die deutsche Wirtschaft?“ aus dem September 2018 damit teilweise bestätigt und mit weiterführenden Ergebnissen ergänzt.

Das Softwareunternehmen *cobra* hat in zwei Blitz-Umfragen herausgefunden, was den Unternehmen bei der DSGVO-Umsetzung die größten Probleme bereitet und wie weit die Bemühungen zur Behebung dieser bereits fortgeschritten sind. Die erste Abfrage wurde im Frühjahr 2018 bei über 50 Unternehmen in Deutschland vorgenommen – und damit vor der tatsächlichen Umsetzungspflicht der neuen Richtlinien. Die zweite Umfragerunde führte *cobra* zum Jahreswechsel 2018/2019 bei insgesamt 51 Unternehmen durch, also etwa ein halbes Jahr nach dem Stichtag, an dem eigentlich alles funktionieren müsste – rein theoretisch zumindest. Denn die Ergebnisse zeigen, dass hier noch großer Nachholbedarf besteht.

***cobra*-Zahlen unterstreichen und ergänzen *BITKOM*-Studie**

Die in der *cobra*-Blitzumfrage gewonnenen Resultate bestätigen in einigen Teilen die Umfrage „Vier Monate DSGVO – wie weit ist die deutsche Wirtschaft?“ des *Bundesverbands Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e. V. (BITKOM)* aus dem September 2018. Laut der *cobra*-Erhebung sind beispielsweise nur 19,6 Prozent der befragten Unternehmen der Meinung, dass sie die DSGVO-Vorgaben bereits vollständig einhalten. Bei der *Bitkom*-Befragung gaben 24 Prozent der Unternehmen an, die Umsetzung bereits komplett abgeschlossen zu haben. Diese geringfügige Abweichung könnte dadurch zu erklären sein, dass *cobra* vor allem Unternehmen des Mittelstands befragt hat.

Viele Unternehmen haben begonnen, andere sind „irgendwann“ fertig

Nach dem Zeitpunkt der Fertigstellung befragt, bekannten sich über ein Drittel der Unternehmen (35 Prozent) bei der BITKOM-Umfrage zu ihrer bisherigen Lethargie in Sachen DSGVO-Umsetzung und haben noch gar nicht begonnen.

Bemerkenswert: Bei den von cobra befragten Unternehmen sahen sich fast 20 Prozent beim Fertigstellen der DSGVO-Bemühungen erst Ende 2019 auf der sicheren Seite. Optimistisch, die Aufgabe bis Mitte 2019 hinter sich gebracht zu haben, sind immerhin zwei Drittel bzw. 67 Prozent. Bei einer Fertigstellung bis Ende 2019 steigt dieser Wert auf fast 80 Prozent der Unternehmen an. Bis Ende 2018 konnten laut der cobra-Umfrage nur 31 Prozent der Unternehmen die Umstellung abschließen.

Gar keine oder nur einige DSGVO-Kenntnisse

Viele Unternehmen scheinen es nicht eilig zu haben, sich neue Kenntnisse bezüglich der DSGVO anzueignen. Anders lassen sich die Ergebnisse der beiden cobra-Blitzumfragen kaum erklären:

So gaben in der aktuellen Umfrage immer noch fast vier Prozent an „gar keine Kenntnisse“ zu besitzen. Das ist dennoch eine Verbesserung im Vergleich zum Frühjahr 2018. Zu diesem Zeitpunkt waren es noch ganze 17 Prozent. Über 35 Prozent der Unternehmen bzw. mehr als ein Drittel gaben zum Jahreswechsel 2018/2019 immer noch an, „keine Erkenntnisse“ oder nur „einige Kenntnisse“ zu haben (Frühjahr 2018: 39 Prozent).

Erfreulich: Der Rest, fast 65 Prozent bzw. fast zwei Drittel, können zurzeit aber zumindest gute oder sehr gute Kenntnisse vorweisen (Frühjahr 2018: 61 Prozent).

Unzureichende Berücksichtigung in IT-Systemen

Auch bei der IT besteht nicht unbedingt Grund zum Zurücklehnen: So gaben die Befragten an, dass ihre IT-Systeme bis dato lediglich zu 39,22 Prozent die Pflichtenforderungen erfüllten, zu 5,88 Prozent berücksichtigten die Systeme die Forderungen der DSGVO gar nicht, 9,8 Prozent nur unzureichend.

Immerhin: 45,1 Prozent betrachten die DSGVO-Features für sämtliche Stakeholder in ihrer IT-Landschaft schon jetzt als umfassend umgesetzt.

Viele Unternehmen versuchen den Alleingang

Erstaunlich ist, dass sich trotz der offenbar hohen Hürden bei der DSGVO-Umsetzung 41,18 Prozent der Unternehmen keine externe Unterstützung holen. Immerhin setzen 23,53 Prozent

sowohl auf IT-Dienstleister als auch auf einen Rechtsberater. 15,96 Prozent bauen nur auf die Unterstützung eines Rechtsberaters, ebenfalls 15,96 Prozent bauen ausschließlich auf ihren IT-Dienstleister. Hinsichtlich der Beratungsleistung haben die Unternehmen den Rechtsberatern zu 75 Prozent die Schulnote „gut“ erteilt, 25 Prozent gaben sogar ein „sehr gut“. IT-Dienstleister müssen sich hier jedoch nicht verstecken: Auch ihnen haben die befragten Unternehmen zu 25 Prozent die Note „sehr gut“ gegeben, was die Beratungsleistung betrifft. 62,5 Prozent der IT-Dienstleister erhielten ein „gut“ als Bewertung und 12,5 Prozent ein „befriedigend“.

Viele Unternehmen sehen keinen Vorteil in der Umsetzung

Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang auch, dass viele Unternehmen in der DSGVO-Umsetzung einfach keinen Kosten-Nutzen-Vorteil sehen.

Auf die Frage, wie sich die DSGVO-Umsetzung bis Ende 2020 auf den Erfolg auswirken wird, antworteten 66,67 Prozent mit „überhaupt nicht“. 19,61 Prozent gaben in der cobra-Umfrage sogar an, dass sich die DSGVO negativ auf den Erfolg auswirken wird. 1,96 Prozent der Befragten konnten oder wollten sich dazu nicht äußern. „Positiv“ sehen die Umsetzung nur 9,8 Prozent der Unternehmen, „sehr positiv“ gar nur 1,96 Prozent – **insgesamt also nicht einmal zwölf Prozent.**

Große Herausforderungen für die Werbetreibenden in Europa

Die *cobra*-Zahlen werden auch durch die Erkenntnisse anderer Studien gestützt. So ergab eine europaweite Untersuchung des Marktforschungsinstituts *Coleman Parkes* im Auftrag des Softwarekonzerns *Adobe*, dass insbesondere Schweizer Großunternehmen empfindliche Störungen in ihrem Marketing wahrnehmen, die der DSGVO-Umsetzung zugeordnet werden.

Auch der *Bundesverband Digitale Wirtschaft (BVDW) e.V.* kam im Sommer zu einer ähnlich kritischen Wahrnehmung für die digitale Werbewirtschaft. Mehr als die Hälfte (56 Prozent) der befragten Unternehmen gaben in der *BVDW*-Befragung an, dass sich die Datenschutzreform negativ bzw. sehr negativ auf die Umsatzentwicklung auswirken werde.

Positive DSGVO-Effekte mit spezialisierter CRM-Lösung

Mit den richtigen Hilfsmitteln umgesetzt, kann die DSGVO allerdings durchaus positive ökonomische Effekte mit sich bringen – insbesondere aus Sicht von mittelständischen Unternehmen. So ist es beispielsweise mit Hilfe einer geeigneten CRM-Software möglich, eine rechtskonforme Werbeeinwilligung einzuholen und zu dokumentieren, um die Kommunikation in einem neuen vertrauensvollen Rahmen fortzuführen. Zudem sind alle Informationen zum jeweiligen Kunden in einer zentralen Datenbank abgespeichert. So weiß

der Vertrieb beispielsweise genau, welche Mailings ein Kunde bereits vom Marketing erhalten hat oder was mit dem Kundenservice im Rahmen einer Reklamation besprochen wurde. Durch diese Vernetzung der Informationen ist eine kundenorientierte und zielgerichtete Gestaltung aller Kunden-Touchpoints möglich. Eine CRM-Software, die entsprechende DSGVO-Funktionalitäten vorhält, ermöglicht es außerdem, dass alle Daten zu einer Person per Knopfdruck herausgegeben werden, falls es z. B. von einem Kunden im Rahmen der Betroffenenrechte der DSGVO verlangt wird.

Weiterhelfen kann hier der CRM-Spezialist *cobra*. Das Konstanzer Software-Unternehmen hat sein Augenmerk in den vergangenen Jahren unter anderem auch intensiv dem Thema DSGVO-konformes Management personenbezogener Daten gewidmet. In enger Zusammenarbeit mit Fachanwälten für IT-Recht wurden die *cobra*-Lösungen diesbezüglich auch geprüft und werden kontinuierlich weiterentwickelt und verbessert.

Weitere Informationen zur Blitzumfrage finden Sie auch in diesem Whitepaper:

<http://www.cobra.de/Blitzumfrage>

Über *cobra*

Das Konstanzer Softwarehaus *cobra* ist einer der führenden Anbieter von Lösungen für das Kunden- und Kontaktmanagement. Als Pionier für CRM entwickelt und vertreibt *cobra* seit über 30 Jahren innovative CRM Lösungen made in Germany. Schneller erfolgreich im Vertrieb, Marketing, Service oder in der Geschäftsleitung: *cobra* stellt Kundeninformationen abteilungsübergreifend in den Mittelpunkt des unternehmerischen Handelns und unterstützt bei Kundenbetreuung, Kampagnen- und Leadmanagement sowie der Optimierung von Geschäftsprozessen. Auch mobil ist *cobra* via Smartphone, Tablet oder Laptop im Einsatz. Ein eigenes Hosting-Angebot sowie Mietmodelle bieten maximale Flexibilität. 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 fordert *cobra* Unternehmen auf, die Anforderungen der EU-DSGVO als Chance für eine zielgerichtete Kommunikation mit Kunden und Interessenten im rechtskonformen Rahmen wahrzunehmen.

Mit rund 250 Vertriebspartnern in Deutschland, Österreich und der Schweiz berät *cobra* kleine, mittelständische und große Unternehmen in allen Belangen rund um das Thema CRM. Zu den 18.000 Kunden zählen Unternehmen wie Continental, die Unimog Sparte der Daimler AG, Europa-Park oder Ergo direkt.

www.cobra.de

Presseinformationen:

Petra Bond

Marketingleiterin

cobra GmbH

E-Mail: Presse@cobra.de

Weberinnenstraße 7

Telefon: +49 7531 8101 14

D-78467 Konstanz

Telefax: +49 7531 8101 22

Diese und weitere Pressemitteilungen finden Sie auch unter www.cobra.de.

Auf Wunsch erhalten Sie gerne aussagefähige, ergänzende Grafiken aus der Umfrage.