

The background of the slide features a man with a beard and dark hair, wearing a white shirt, pointing with a pen at a large digital screen. The screen displays a line graph with several data points. An orange circle highlights one of the data points on the screen, with a line extending from it towards the text area. The overall scene is brightly lit, suggesting a modern office or meeting room.

Die Reaktion des Konsumenten auf die Datenschutz-Grundverordnung (GDPR)

Die wichtigsten Insights aus Konsumentensicht für mehr Planungssicherheit!

GfK Austria | April 2018

The background of the slide is a photograph of a person's hands using a tablet computer. The person is wearing a red headband. The tablet screen is lit up and shows a grid of icons. The person's fingers are touching the screen. The background is blurred, showing what appears to be a desk with some papers and a keyboard.

Profitieren Sie von unseren **Handlungsempfehlungen** für eine **optimale Kommunikation** und einen erfolgreichen Umgang mit Ihren Kunden und potentiellen Kunden hinsichtlich wichtiger **GDPR Themen**.

Wir beantworten Ihnen die wichtigsten **Key-Business Questions** in Bezug auf das Konsumentenverhalten

Die neue Datenschutz-Grundverordnung der EU tritt mit **25. Mai 2018** in Kraft und regelt die Nutzung bzw. Verarbeitung von personenbezogenen Daten.

Die Umsetzung hat **massive Auswirkungen** auf sämtliche Prozesse in Unternehmen und könnte auch bei Konsumenten eine **Verhaltensänderung** herbeiführen. Genau zu diesen Themen stehen wir Ihnen mit unserer Studie zur Verfügung.

Die zentralen
Fragestellungen
sind dabei



Welche **Auswirkungen** hat GDPR auf das Konsumentenverhalten?

Wird der Konsument seine **Einstellung** gegenüber Datenschutz bzw. sein **Verhalten** ändern?

Mit welchen **Folgen** muss man als Unternehmen rechnen?

Wie kann Ihr Unternehmen die Situation **positiv nutzen**?

Wir geben **Ihnen**
Planungssicherheit!



Geschäfts-
führung

Was müssen wir im Unternehmen noch umsetzen damit uns unsere Kunden weiterhin ihre **Daten anvertrauen** und unserem Unternehmen vertrauen? Welche **Anforderungen aus Konsumentensicht** gibt es?



Marketing-
Manager

Wie sieht die ideale **Ansprache der Kunden** in den verschiedensten Kommunikationskanälen aus?
Welche **Schlagwörter** sollte man in der Kommunikation einsetzen?



Vetriebs-
Manager

Wie erlange ich die **Erlaubnis**, Kundendaten weiter zu verarbeiten um bspw. **Cross-Selling** zu ermöglichen?
Wie viele meiner Kundendaten kann ich aus Konsumentensicht ab Mai 2018 noch nutzen?

Wir gehen **Ihnen**
Planungssicherheit!



Wie muss ich die **Außenkommunikation** gestalten um die gewünschte Wahrnehmung zu erhalten?



Mit **wie vielen Anfragen** zur Datennutzung/-änderung/-löschung etc. muss meine Abteilung rechnen?



Haben wir neben Umstellung sämtlicher Prozesse auch ausreichend die **Meinung und Anforderungen** aus Konsumentensicht beachtet?
Müssen noch weitere **Maßnahmen** gesetzt werden?

Auf diese wichtigen
Fragen erhalten Sie
 Antworten aus Sicht
 der Konsumenten
 (1/2)



Welche **Rolle** spielt Datenschutz für den Konsumenten im täglichen Leben?

Welchen **Branchen** vertraut man besonders?

Wie **beurteilen** Konsumenten die neue Regelungen insgesamt?

Welche allgemeine **Einstellung** haben Konsumenten gegenüber Datenschutz?

Wie wird das derzeitigen **Datenschutzniveau in Österreich** insgesamt bzw. für einzelne Branchen beurteilt?

Hat man von der neuen Datenschutzrichtlinie schon **gehört**?

Wie werden die **einzelnen Elemente** der Datenschutzrichtlinie beurteilt?

Auf diese wichtigen Fragen erhalten Sie Antworten aus Sicht der Konsumenten (2/2)



Haben Unternehmen bereits aktiv auf die Änderungen und deren Auswirkungen **hingewiesen**?

In welchem **Ausmaß** kann man mit Anträgen zur Löschung bzw. Änderung von Daten rechnen?

Welche Form der **Zustimmung** zur Nutzung von Daten wäre für den Konsumenten praktikabel. Wo liegt die **Schmerzgrenze** aus Konsumentensicht?

- Inwieweit fühlt man sich durch die neue Datenschutzrichtlinie **besser geschützt**? Wird Unternehmen mehr vertraut?
- Wird man sein aktuelles **Verhalten** aufgrund der Datenschutzrichtlinie ändern? Welche **Verhaltensänderung** ist zu erwarten?
- Unter welchen **Voraussetzungen** ist man bereit seine Daten weiterhin zur Verfügung zu stellen?
- Etc.



Ihr Return
on Investment
**Sehen Sie GDPR
als Chance!**

Wir zeigen Ihnen mit Hilfe unserer Studie nicht nur den **Status Quo** des Wissens in der Bevölkerung, sondern auch die **Anforderungen von Konsumenten**, vor die Sie als Unternehmen gestellt werden.

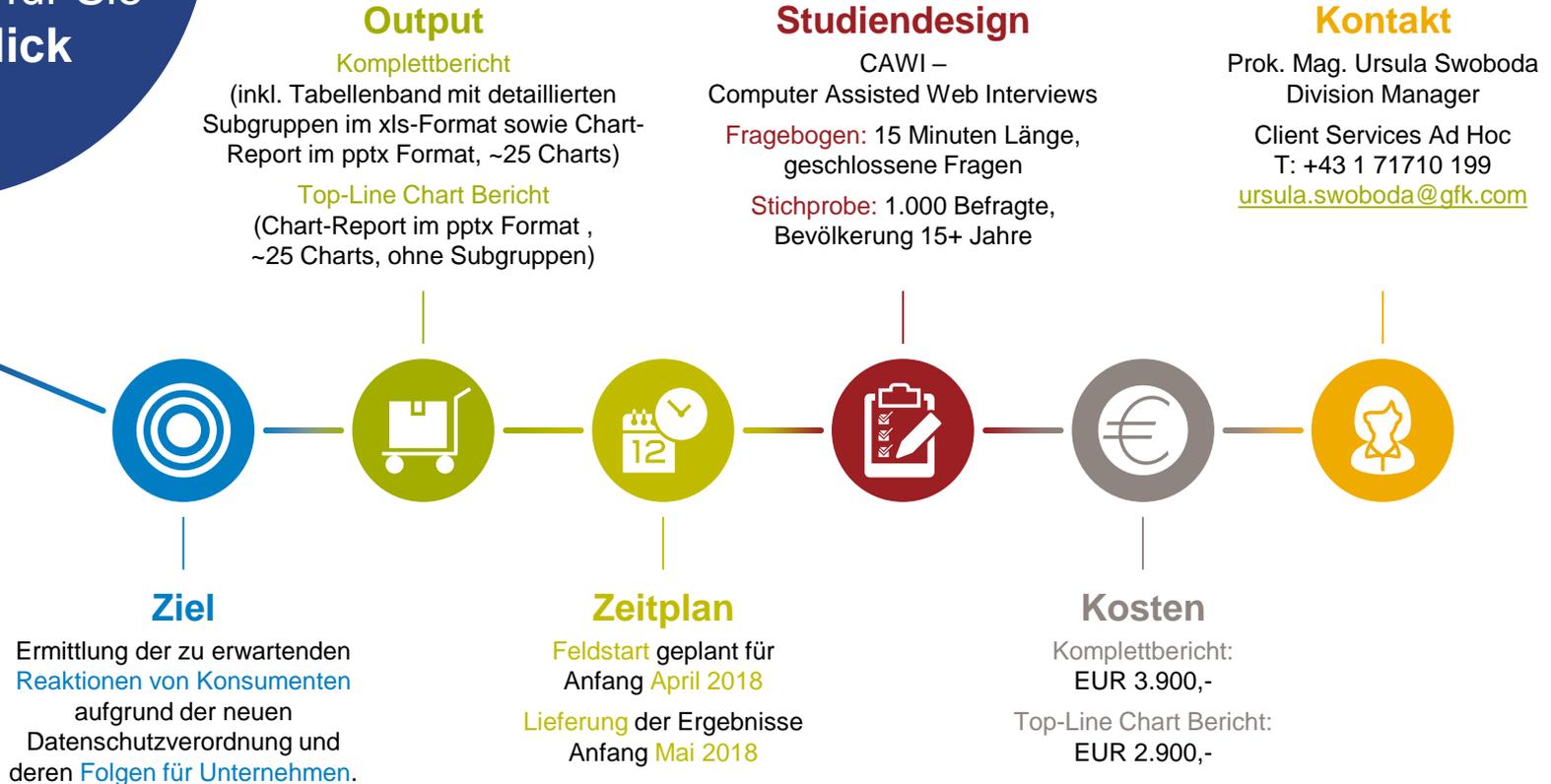
Wir leiten erste **Handlungsempfehlungen** für Sie ab!

Wie können Sie in Zukunft Ihre Kunden bzw. potentiellen Kunden ansprechen?

Wie können Sie weiterhin vertrauensvoll mit sensiblen Daten Ihrer Kunden umgehen?

Wie können Sie Ihre vertrauenden Kunden weiterhin erfolgreich an Sie binden?

Der Kern unseres Angebots für Sie im Überblick





Prok. Mag.
Ursula Swoboda
Division Manager



GfK
Ungargasse 37 |
1030 Vienna | Austria
at@gfk.com
T +43 1 71710-0
www.gfk.com/at

KONTAKT

GfK Austria

