



VORBEREITUNG AUF DIE DSGVO: EIN 5-SCHRITTE- LEITFADEN

SO BEREITEN SIE SICH AUF DIE DSGVO VOR: IN 5 SCHRITTEN ZUM ERFOLG

Falls Ihr Unternehmen gesetzlich verpflichtet ist, die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) ganz oder teilweise zu beachten, sollten Sie sich umgehend mit diesem Thema befassen.

Aufgrund der enormen Tragweite dieser neuen Verordnung und ihrem Inkrafttreten im Mai 2018 sollten Sie keine Zeit verlieren. Dieses E-Book zeigt Ihnen, wie Sie Ihr Unternehmen in fünf greifbaren Schritten darauf vorbereiten können, Compliance sicherzustellen - das gilt für Datenverantwortliche ebenso wie für Datenverarbeiter.

Hier die einzelnen Schritte:

1

Entwickeln Sie ein DSGVO-Business-szenario.

2

Bestimmen Sie einen DSGVO-Verantwortlichen.

3

Machen Sie Ihre Datenlandschaft transparent.

4

Erstellen Sie eine Lückenanalyse und den entsprechenden Maßnahmenplan.

5

Holen Sie sich externe Hilfe an Bord.

**SCHRITT 1:
ENTWICKELN SIE EIN
DSGVO-BUSINESS-
SZENARIO.**

1

ENTWICKELN SIE EIN DSGVO-BUSINESSSZENARIO.

Die Anforderungen der DSGVO lassen sich nicht über Nacht oder durch eine einzige Person bzw. Abteilung in die Abläufe Ihres Unternehmens implementieren. Nur wenn das Managementteam und/oder der Vorstand voll und ganz hinter der Sache stehen und ein entsprechendes Budget sowie die nötigen Ressourcen bereitstellen, lässt sich die Implementierung im gesamten Unternehmen zum Erfolg führen.

Präsentieren Sie die DSGVO im Gesamtzusammenhang: Was ist das? Welche Teile davon werden voraussichtlich Ihr Unternehmen betreffen? Wie wird sich die Verordnung auf Sie auswirken? Weitere Informationen hierzu finden Sie in unserem Solution Brief „Die DSGVO – Was ist das, wen betrifft sie und wie wirkt sie sich aus?“

Aus diesem Grund sollten Sie im ersten Schritt die DSGVO und ihre Tragweite den entsprechenden Entscheidern vorstellen. Wir empfehlen hier die Erstellung einer schriftlichen Ausarbeitung und einer darauf aufbauenden Präsentation.

In der Regel ist die Erstellung eines solchen Szenarios ein gleichermaßen zeitintensives und komplexes Unterfangen. In diesem Fall ist die Zeit jedoch knapp und die Argumente für eine Implementierung sprechen eine deutliche Sprache. Zum Glück dürften die meisten Top-Manager inzwischen bereits von der DSGVO gehört haben.



1

ENTWICKELN SIE EIN DSGVO-BUSINESSSZENARIO.

Beginnen Sie, indem Sie die Personen im Unternehmen identifizieren, die voraussichtlich am stärksten von der DSGVO betroffen sein werden. Neben dem CRM-Verantwortlichen und dem Marketingleiter sind das vor allem die Personal-, IT- und Rechtsabteilung. Involvieren Sie diese Personen und Abteilungen in den Prozess, indem Sie ihre Problempunkte und Bedenken herausarbeiten und diese in Ihre Argumentation einfließen lassen.

Die meisten Experten und Umfrageergebnisse stimmen darin überein, dass die Implementierung der DSGVO die Unternehmen einiges an Geld kosten wird.

Beim Aufbau eines Businessplans arbeiten Sie normalerweise einen Projektrahmen aus und belegen diesen mit einer Budgetschätzung. Das ist zu diesem Zeitpunkt nicht ganz einfach, da Sie noch nicht abschätzen können, welche Auswirkungen die Implementierung der DSGVO auf Ihr Unternehmen haben wird. Die meisten Experten und Umfrageergebnisse stimmen jedoch darin überein, dass die Implementierung der DSGVO die Unternehmen einiges kosten wird.



1

ENTWICKELN SIE EIN DSGVO-BUSINESSSZENARIO.

Natürlich hängt die Höhe Ihres Budgets von der Größe Ihres Unternehmens, der Menge der genutzten persönlichen Daten, den Nutzungsarten, den bereits vorhandenen Systemen und anderen Faktoren ab. Entscheidend ist jedoch, bereits im ersten Schritt ein Budget zu definieren, das der Größe des Unternehmens gerecht wird, und die Beteiligten darauf einzuschwören, dass dieses Budget zu einem späteren Zeitpunkt möglicherweise aufgestockt werden muss (natürlich untermauert durch ein entsprechend angepasstes Szenario).

Bedenkt man, welche finanziellen Sanktionen seitens der EU-Kommission drohen, wenn die DSGVO nicht termingerecht umgesetzt wird oder wenn ein Unternehmen keinen korrekten Compliance-Nachweis führen kann, ist eine Kosten-Nutzen-Analyse hier nicht von großem Wert. Können Sie es sich wirklich leisten, 4 % des gesamten Jahresumsatzes bzw. 20 Mio. Euro zu bezahlen, je nachdem, welcher Wert höher ist?

Die bei Nichteinhaltung der DSGVO zu erwartenden Strafen sind ein so starkes Argument, dass Sie vermutlich gar keine weiteren benötigen werden.

Neben diesen finanziellen Sanktionen ist ebenfalls zu bedenken, dass Kunden und Verbraucher Unternehmen oder Marken, die der Verordnung nicht entsprechen, mit Misstrauen begegnen könnten. Kurz gesagt: Die bei Nichteinhaltung der DSGVO zu erwartenden Strafen sind ein so starkes Argument, dass Sie vermutlich gar keine weiteren benötigen werden.



**SCHRITT 2:
BESTIMMEN SIE EINEN
VERANTWORTLICHEN
FÜR DIE DSGVO.**

2

BESTIMMEN SIE EINEN DSGVO- VERANTWORTLICHEN.



Ihr Unternehmen auf die DSGVO vorzubereiten, ist eine potenziell sehr arbeitsintensive Aufgabe. Deshalb sollten Sie diesen Bereich im nächsten Schritt an eine bestimmte Person oder ein Team übertragen.

Falls bereits klar ist, dass Sie einen Datenschutzbeauftragten benötigen werden, ist jetzt der Zeitpunkt, eine geeignete Person mit dieser Aufgabe zu betrauen. Laut DSGVO ist es eine der zentralen Aufgaben des Datenschutzbeauftragten, den Datenverantwortlichen/ Datenverarbeiter über seine Pflichten hinsichtlich der Verordnung zu informieren und ihn entsprechend zu beraten. Umso besser, wenn Sie Ihren neuen Datenschutzbeauftragten schon während der Implementierung mit an Bord nehmen.

Die DSGVO gestattet die Ausführung der Aufgaben des Datenschutzbeauftragten durch einen Mitarbeiter ebenso wie durch externe Dienstleister wie z. B. eine Anwaltskanzlei – vorausgesetzt, diese verfügt über entsprechendes Fachwissen im Bereich der Datenschutzgesetzgebung.

Ihr DSGVO-Team sollte aus Personen bestehen, die sich mit den Datenprozessen Ihres Unternehmens auskennen. Idealerweise verfügen Sie dabei über einen Hauptverantwortlichen, der von Kollegen aus den verschiedenen Abteilungen unterstützt wird, wie z. B. IT, Marketing, Vertrieb und Personalwesen. Dabei ist es wichtig, dass Ihr Team die DSGVO-Anforderungen wirklich versteht. Holen Sie sich, falls nötig, juristische Unterstützung von außen.

**SCHRITT 3: MACHEN
SIE IHRE
DATENLANDSCHAFT
TRANSPARENT.**

3

MACHEN SIE IHRE DATENLANDSCHAFT TRANSPARENT.

Nun sollte Ihr DSGVO-Team die Datenlandschaft des Unternehmens transparent machen und identifizieren, wo die Daten vorgehalten und wie sie verwaltet werden.

Folgende Fragen sollten Sie beantworten können:

- ◇ *Wo speichern Sie persönliche Daten? (Zur Erinnerung: Persönliche Daten sind alle Angaben, die dazu beitragen können, eine Person zu identifizieren. Demnach fallen auch Ihre Mitarbeiterdaten unter diesen Begriff.)*
- ◇ *Sind die Daten auf verschiedene Abteilungen und/oder Systeme verteilt?*
- ◇ *Wer hat Zugriff auf die Daten und wer ist für die Datenqualität verantwortlich?*
- ◇ *Wer aktualisiert die Daten und welche Workflows sind damit verbunden?*
- ◇ *Wofür werden die Daten genutzt und wie lange werden sie vorgehalten?*
- ◇ *Wie kommunizieren Sie die Datennutzung an die Verbraucher und was besagen Ihre Datenschutzrichtlinien?*
- ◇ *Wie schulen Sie Ihre Mitarbeiter im Umgang mit persönlichen Daten?*

All diese Fragen zu beantworten, dürfte nicht ganz einfach sein. Deshalb sollten hier alle internen Abteilungen unter Federführung des DSGVO-Teams involviert werden.



**SCHRITT 4:
ERSTELLEN SIE EINE
LÜCKENANALYSE MIT
ENTSPRECHENDEM
MASSNAHMEN-
PLAN.**

4

ERSTELLEN SIE EINE LÜCKENANALYSE UND DEN ENTSPRECHENDEN MASSNAHMENPLAN.

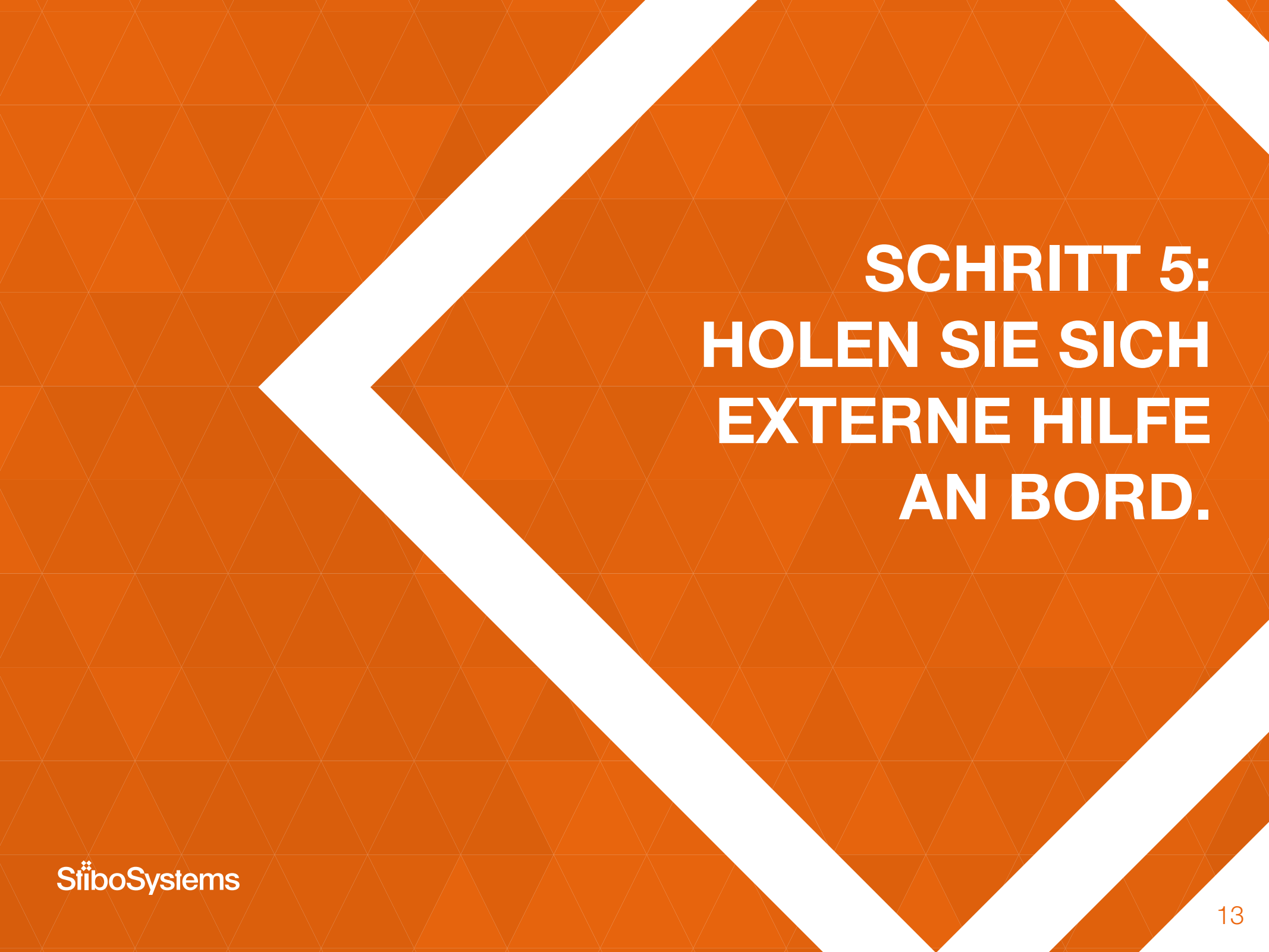


Haben Sie sich erstmal einen Überblick darüber verschafft, wie in Ihrem Unternehmen derzeit Daten genutzt werden, sollten Sie die bestehenden Richtlinien, Prozesse und Systeme mit den Anforderungen der DSGVO abgleichen, um alle nicht konformen Bereiche zu identifizieren. Mithilfe dieser Lückenanalyse können Sie bestimmen, welche Maßnahmen erforderlich sind, um Compliance sicherzustellen. Wie sich die DSGVO auswirkt, hängt dabei weitgehend von der Art Ihres Unternehmens ab.

Hier die wichtigsten Fragen in diesem Zusammenhang:

- ◇ *Sind Sie Datenverantwortlicher oder Datenverarbeiter?*
- ◇ *Verarbeiten Sie spezielle Datenkategorien oder ausschließlich „normale“ Daten?*
- ◇ *Beobachten Sie Ihre Kunden oder führen Sie Profiling-Maßnahmen durch?*
- ◇ *Geben Sie Daten an externe Dienstleister weiter?*

Nachdem Ihr Team mithilfe der Lückenanalyse alle nicht konformen Bereiche identifiziert hat, wissen Sie, wo der Hebel anzusetzen ist und können einen entsprechenden Maßnahmenplan erstellen. Priorisieren Sie dabei alles, was zur Risikominderung dient und vergessen Sie nicht, die nötigen Ressourcen (Zeit/Budget) einzuplanen.



**SCHRITT 5:
HOLEN SIE SICH
EXTERNE HILFE
AN BORD.**

5

HOLEN SIE SICH EXTERNE HILFE AN BORD.

Jetzt können Sie die nötigen Änderungen implementieren. Einige werden sich recht einfach und risikoarm umsetzen lassen. So können vermutlich Ihre Rechtsabteilung und das Kommunikationsteam gemeinsam die Datenschutzrichtlinie überarbeiten, was die Kosten niedrig hält und die Abläufe beschleunigt. Um den neuen Vorgaben für die Zustimmung der Kunden/Verbraucher gerecht zu werden, müssen allerdings höchstwahrscheinlich Prozesse, Systeme und die entsprechenden Marketingstrategien geändert werden. Dies ist weniger risikoarm und kann ins Geld gehen.

Zudem können Sie nicht alle Bereiche intern abdecken. Um robuste Daten-Workflows sowie eine zentrale Quelle für all Ihre Kunden- und Mitarbeiterdaten zu implementieren, ist mit ziemlicher Sicherheit externe Hilfe oder sogar die Einführung einer komplett neuen Software vonnöten.

Zwar steht der Punkt „Holen Sie sich externe Hilfe an Bord“ ganz am Ende der Liste, es kann aber sinnvoll sein, schon eher auf Partner von außen zu setzen, gerade wenn sich Probleme abzeichnen.

Zwar steht der Punkt „Holen Sie sich externe Hilfe an Bord“ ganz am Ende der Liste, es kann aber sinnvoll sein, schon eher auf Partner von außen zu setzen, gerade wenn sich Probleme abzeichnen. Wenn Sie sich z. B. gleich zu Projektbeginn juristisch beraten lassen, kann sich dies zeitsparend auswirken, da Sie die DSGVO dadurch später garantiert nicht fehlinterpretieren.



FAZIT

Auf den ersten Blick mag es wie eine Mammutaufgabe aussehen, das Unternehmen auf die DSGVO vorzubereiten, aber wenn Sie die Sache sofort in Angriff nehmen, lässt sich die Aufgabe lösen. Sehen Sie die DSGVO am besten nicht als Bürde, sondern als eine Chance für Ihr Unternehmen, die Daten in Ordnung zu bringen und den Datenschutz zu stärken.

1

Entwickeln Sie ein DSGVO-Business-szenario.

2

Bestimmen Sie einen DSGVO-Verantwortlichen.

3

Machen Sie Ihre Datenlandschaft transparent.

4

Erstellen Sie eine Lückenanalyse und den entsprechenden Maßnahmenplan.

5

Holen Sie sich externe Hilfe an Bord.

Über Stibo Systems

Stibo Systems ist der weltweit führende Anbieter für Multidomain Master Data Management (MDM) Lösungen. Branchenführer vertrauen auf Stibo Systems bei der Verbindung von Produkt-, Kunden-, Lieferanten- und anderen Unternehmensdaten für eine kanalübergreifende Konsistenz. Dies ermöglicht Unternehmen effektivere Entscheidungen, Umsatzsteigerungen und eine Mehrwertgenerierung. In den vergangenen 30 Jahren hat Stibo Systems internationale führende Unternehmen dabei unterstützt, eine einzige vertrauenswürdige Quelle für strategische Informationen zu schaffen. Stibo Systems ist Teil des 1794 gegründeten Privatkonzerns Stibo A/S mit der Konzernzentrale in Aarhus, Dänemark.

Weitere Informationen finden Sie auf www.stibosystems.de