

Das Thema „Datenschutz“ hat viele Unternehmer eiskalt erwischt. Längst ist es kein Thema mehr allein für die Großen. Wer es nicht tut, muss mit empfindlichen Strafen bis zu 4% des weltweiten Jahresumsatzes seines Unternehmens rechnen. Und trotzdem: Eine im September 2020 von Bitkom durchgeführte Umfrage zur DSGVO ergab, dass nur 20 Prozent der 504 befragten Unternehmen mit 20 oder mehr Mitarbeitern die Verordnung vollständig umgesetzt haben. Die größten Hürden bestehen weiterhin bei der Rechtsunsicherheit und dem unklaren Aufwand, der mit der Umsetzung der DSGVO einhergeht 🗨

Früher war es so schön einfach – sowohl für den Vertrieb wie auch für das Marketing. Die vielen Kundendaten, egal ob auf dem PC, in der Schreibtischschublade oder sogar im Handschuhfach. Unbegrenzte Möglichkeiten, die Welt da draußen über seine Angebote zu informieren. Der Geburtstag des Geschäftspartners im Outlook-Kalender war stets ein probates Mittel, sich mit Geburtstagsgrüßen dezent in Erinnerung zu rufen und einen eingeschlafenen Kontakt wieder aufleben zu lassen.

Doch seit der Einführung der DSGVO und dem Ende der Übergangsfrist am 25. Mai 2018 wurde den Unternehmen die Kommunikation mit Geschäftspartnern immens erschwert.

Ein Beispiel aus meiner Berater-Praxis:

Mein Kunde hat bis zur Einführung der DSGVO eine Vielzahl von Bestandskunden aufgebaut, die allesamt aus dem B2C-Bereich stammen. Diese hat er seit Jahren beliefert, wodurch deren Kontaktdaten für die Rechnungs-/Lieferadresse natürlich im ERP-System gespeichert waren.

Durch die Einführung der DSGVO war mein Kunde gezwungen, quasi über Nacht von jedem seiner B2C-Kunden eine Datenschutzerklärung einzuholen, bevor er auch nur noch einen weiteren Auftrag an den Kunden ausliefern durfte. Der Unternehmer stellte sich eine Frage: Warum darf ich das auf einmal nicht mehr?

Die Antwort: Die DSGVO führt u.a den Grundsatz der „**Anforderungen an eine Einwilligung**“ für die Verarbeitung personenbezogener Daten auf. Diese Anforderung an eine Einwilligung hat dadurch meinen Kunden zur unverzüglichen Handlung gezwungen.

Der Unternehmer hatte somit 3 Probleme:

- 1.) Was muss in so eine Datenschutzerklärung überhaupt rein?
- 2.) Wie hole ich innerhalb kürzester Zeit die Erklärungen ein, ohne einen immensen zeitlichen und finanziellen Aufwand zu betreiben?
- 3.) Wie verhindere ich zukünftig, dass gegen die geltende DSGVO möglicherweise verstoßen wird?

Meine Lösung:

Zu Punkt 1: Ich erstellte für meinem Kunden eine auf seine speziell im Unternehmen vorherrschende Datenverarbeitung zugeschnittene Datenschutzerklärung, die ihn DSGVO-konform weiter handlungsfähig machte.

Zu Punkt 2: Wir unterteilten die Einholung der Datenschutzerklärungen in 2 Stufen:

Stufe 1: Erweiterung des Order-Prozesses um eine manuelle Einholung der unterzeichneten Erklärung im Original, um bereits vorliegende Bestellungen schnellstmöglich zur Auslieferung zu bringen.

Stufe 2: Präventive Einholung der Einverständniserklärung beim Gro des bestehenden Kundenkreises.

Zu Punkt 3: Ein von mir durchgeführter Workshop, in dem alle Data-Owner mit den für ihren Bereich notwendigen Informationen zur Einhaltung der DSGVO geschult wurden, sorgte für ein grundlegendes Verständnis und eine Sensibilisierung im gesamten Unternehmen.

Sie stehen vor demselben Problem und suchen eine kurzfristige, Ressourcen-schonende aber absolut sichere Lösung für Ihre Geschäftstätigkeit?

✉ Dann schreiben Sie mir gerne ✉

und wir sprechen drüber!