

trend.

DAS WIRTSCHAFTSMAGAZIN

4. MAI

# trend

€ 3,90 / NR. 18 / 2018

**14 MILLIONEN  
FÜR EINEN CEO:  
Was dürfen  
Manager  
verdienen?  
**PORSCHE  
& PIÉCH****

**Generations-  
wechsel bei  
Österreichs  
reichsten  
Familien**

## DATENSCHUTZ GRUND VERORDNUNG

# DAS MONSTER! KOMMT!

**12 ÜBERLEBENSTIPPS für den  
richtigen Umgang mit dem Ungeheuer**

Österreichische Post AG WZ 182940245 W Verlagsgesellschaft m.b.H., Tabakstraße 1-3, 1020 Wien, Retouren an Postfach 100, 1050 Wien



# INHALT trend.

HEFT NR. 18 / 2018



**30**  
**COVER**

Am 25. Mai tritt die Datenschutz-Grundverordnung in Kraft. 12 Tipps, wie Sie mit dem Monster umgehen.

**// Sollte das Vergehen massiv sein, kann und wird auch die Strafe massiv ausfallen. //**

ANDREA JELINEK,  
LEITERIN DER ÖSTERREICHISCHEN  
DATENSCHUTZBEHÖRDE

**Der D-Day rückt näher:**

**M 25. Mai geteilt - wertvolle  
Datenschutzziele**

# DAS DATEN- MONSTER KOMMT

VON BARBARA STEININGER

**Viele Kleinunternehmen sind noch immer  
überfordert oder verunsichert, wie sie die  
DSGVO richtig umsetzen sollen.**

**Zwölf Tipps für Nachzügler - und wie es sie  
zumindest in Richtung Ziel schaffen könnten.**

# S

tellen Sie sich vor, eine Verordnung tritt in Kraft, und es passiert ... nichts. Vor exakt zwei Jahren, am 4. Mai 2016, wurde der Datenschutz EU-weit neu geregelt.

In knapp drei Wochen muss diese Verordnung von allen Betroffenen umgesetzt werden: Konzernen, Kleinunternehmern und Behörden – immer dann, wenn sie Daten von natürlichen Personen verarbeiten. Schützenswert sind dabei alle Daten, die eine Person identifizieren können. Und solche Daten fallen massenhaft und an immer mehr Orten an: vom Supermarkt, wo die Rabattkarte gezückt wird, über den Arbeitgeber, der Personalakten und Lohnverrechnungen durchführt, bis hin zum Webshop, der das Verhalten seiner Kunden genau beobachtet.

Und was ist bei einem Drittel der österreichischen Unternehmen in den vergangenen zwei Jahren passiert? Offensichtlich nichts. Ein Drittel der Unternehmer hat jedenfalls „keine einzige Maßnahme“ in Sachen Datenschutz gesetzt, wie eine aktuelle KSV-Umfrage ergibt. Das wären rund 100.000 Unternehmen, die sich damit dem potenziellen Risiko aussetzen, künftig bei etwaigen Vergehen empfindliche Bußgelder dafür zu kassieren.

Warum es so schwer ist, EU-Bürgern ein in der EU-Charta festgeschriebenes Grundrecht auch im Datenwirtschaftszeitalter zu garantieren, darüber lässt sich streiten; und auch darüber, ob die Datenschutzgrundverordnung DSGVO ein gelungener Wurf ist. Wenn sich gerade einmal 13 Prozent der Betroffenen für „sehr gut informiert“ halten, ist zumindest in der politischen Kommunikationsarbeit wohl einiges untergegangen.

Unbestritten geht es um eine komplexere Rechtsmaterie, die in Kombination mit notwendigen technischen Anpassungen bei vielen Unternehmen noch immer zu reflexhaften Abwehrreaktionen gegen ein „Bürokratiemonster aus Brüssel“ führt. Tatsache ist, das es nicht einfach ist, alle 99 Artikel der DSGVO zu berücksichtigen – aber es ist machbar.

Ungeplante PR brachte der DSGVO vor wenigen Wochen das Cambridge-Analytica-Gate von Facebook: Hier wurde der Weltöffentlichkeit zuletzt eindrucksvoll vorgeführt, welche Konsequenzen sorgloser Datenumgang nach sich zieht. Für solche Versäumnisse könnte Facebook künftig Milliarden Euro Strafe zahlen.

Angekommen ist die DSGVO mittlerweile aber auch beim Verbraucher. In den analogen und digitalen Briefkästen häufen sich seit Wochen mehr oder weniger verständliche Schreiben, in denen Kunden um Zustimmung zur Datenverarbeitung gebeten werden. Und die der Komplexität des Themas nicht immer gerecht werdende Berichterstattung schürt in oft unglücklicher Verknappung pure Panikmache.

### ALLGEMEINE VERUN-

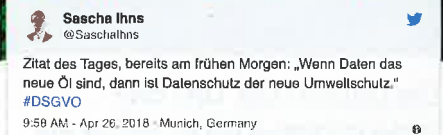
**SICHERUNG.** Wie die EU-Verordnung in Österreich umgesetzt wird, bestimmt das lokale Datenschutzgesetz. Das wurde aus gegebenem Anlass wiederholt novelliert – und beabsichtigte Klärungen führen in der öffentlichen Wahrnehmung leider zu noch mehr Verwirrung.

Als der Nationalrat Mitte April kleinere Korrekturen am Datenschutzgesetz beschließt, bleibt bei vielen Unternehmern nur die Erkenntnis hängen: Dass die Behörden „ausgenommen“ sind und Unternehmen in Österreich „eh nicht gestraft“ würden. Achtung: In dieser Verknappung sind das „Fake News“. Es wird gestraft werden, aber verhältnismäßig, wie Andrea Jelinek, Leiterin der Datenschutzbehörde, seit Monaten betont (siehe Interview auf der Folgeseite).

Bei aller medialer Präsenz und Kassandrarufer aus allen möglichen Ecken ist Panik nicht angebracht – nicht einmal für jene 100.000 vornehmlich Klein- und Mittelständler, die sich noch immer nicht mit der Verordnung auseinandergesetzt haben. trend beantwortet im Folgenden die wichtigsten Fragen, gibt Tipps und Anhaltspunkte und warnt vor den gern gemachten Fehlern.

**30%**  
**HABEN BISLANG KEINE MASSNAHMEN GESETZT\***

**13%**  
**HABEN IHR VERFAHRENS-VERZEICHNIS\***



**NETZDEBATTEN. Datenschutz ist gerade europaweit ein Thema, leidenschaftlich kommentiert natürlich auch auf Twitter.**

## 1 20 Millionen Euro oder vier Prozent vom weltweiten Jahresumsatz? Wie ist das nun mit den Strafen und Verwarnungen?

Aufsicht und Beschwerdestelle für Datenschutzbelange ist die nationale Datenschutzbehörde. Datenverlust, Cybereinbrüche und alle anderen Arten von Datensicherheitsverletzungen personenbezogener Daten sind von Behörden und Unternehmen an diese zu melden. Betroffene können bei der Behörde Beschwerden einreichen, falls Auskunfts- oder Löschungsersuchen nicht behandelt werden. Die Behörde führt die Verfahren, spricht Verwarnungen aus und verhängt Geldbußen. „Ver-

hältnismäßigkeit“ lautet die Losung der Behördenleiterin. Will heißen: Bei Versäumnissen oder kleineren Vorfällen bleibt es bei Verwarnungen, bei schwerwiegenden Verstößen oder wiederholter Fahrlässigkeit wird es Strafen geben. Die Verhältnismäßigkeit gilt aber auch hier: Ein kleiner Blogbetreiber, der die Richtlinien nicht einhält, wird keine 20 Millionen Euro zahlen.

## 2 Was kostet mich die DSGVO in der Umsetzung?

Die eigene Arbeitszeit, mehr oder weniger Geld für externe Hilfestellungen und fixe Ressourcen auch in weiterer Folge. Was Einzelkämpfer und Kleinfirmen mit Checklisten, der einen oder anderen Beraterstunde und einem Termin mit dem IT-Dienstleister erledigen können, ist bei großen Unternehmen – mit riesigen Kundendatenbanken und Hunderten Mitarbeitern – ein Großprojekt, dessen Organisation und Umsetzung je nach Ausgangslage Monate dauert – oder bereits gedauert hat. Mehr Ressourcen braucht die DSGVO auch mittelfristig: Die Maßnahmen müssen regelmäßig überprüft und angepasst werden. Die Großen haben ihre Hausaufgaben aber weitestgehend gemacht (siehe Kasten Seite 34).

## Die Leiterin der DATENSCHUTZBEHÖRDE räumt mit Missverständnissen auf.

**REND:** Die jüngsten Änderungen im Datenschutzgesetz haben in der breiten Öffentlichkeit zu vorschnellen Schlüssen – es würde ja eh nur „verarmt“ – geführt. Wollen Sie uns noch einmal erklären, was „Verhältnismäßigkeit“ bedeutet? **JELINEK:** Ich glaube, es bedarf keiner Aufklärung. Die Datenschutzbehörde wird sich jeden Fall einzeln anschauen. Verhältnismäßig kann eine Verwarnung sein, eine Einstellung, aber natürlich auch eine Strafe.

Was für Behörden keine Bußgelder verhängt werden, führt bei vielen zur irri- gen Annahme, dass Behörden nicht

„compliant“ sein müssen? Das ist kompletter Unsinn. Natürlich müssen auch die Behörden sich an die DSGVO halten, und wir haben genug juristische Instrumente, dies auch umzusetzen.

### Haben die Anfragen bei Ihnen kurz vor dem 25. Mai noch einmal zugenommen?

Es spitzt sich zu, ja. Aber ich denke, dass das eigentlich nicht notwendig wäre. Wer glaubt, nur in den nächsten vier Wochen etwas tun zu müssen, hat das Thema nicht verstanden. Der 25. Mai ist der Beginn eines neuen Datenschutzregimes, und nicht das Ende. Die Vorbereitungsarbeiten sollten am 25. Mai abgeschlossen sein. Wer schon vorher mit den Normen des österreichischen Datenschutzrechts vertraut war, wird mit der Compliance, die die DSGVO fordert, auch keine Probleme haben.

Das mag für die Großen stimmen, aber viele KMU sind noch immer rat- oder tatenlos. Gerade für die vielen Kleinen ist die Basisversorgung der WKO fantastisch. Die Kammer hat wirklich sehr viel gemacht. Und auch wir informieren wirklich viel und haben zahllose Vorträge gehalten. Ich verweise einmal mehr auf unsere Website [dsb.gv.at](http://dsb.gv.at), auf der auch ein Leitfaden zur DSGVO für Nichtjuristen zu finden ist.

Ist Ihr Mitarbeiterstand noch bei 28 Personen? Mit heute 29. Und wir haben noch Personal ausgeschrieben. Wir bekommen noch sieben Mitarbeiter, davon fünf Juristen und zwei im unterstützenden Bereich. Und ich habe mehr als genug bestens qualifizierte Bewerberinnen und Bewerber.

Wie DSGVO-fit ist unsere Wirtschaft im Vergleich zu anderen EU-Staaten? Das kann ich schwer einschätzen. In Deutschland gibt es etwa seit Jahrzehnten Datenschutzbeauftragte, bei uns ist das ein neues Profil. Hier können wir nicht Äpfel mit Birnen vergleichen.

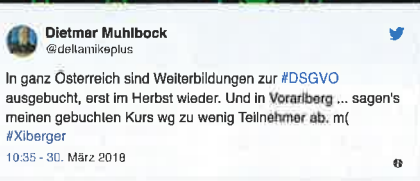
Retrospektiv betrachtet, hätte man die Verordnung auf politischer Ebene nicht besser kommunizieren müssen? Ich kommentiere doch nicht die politische Kommunikation. Das ist „none of my business“.

Mit welchen Unternehmen Sie am 25. Mai loslegen, werden Sie nicht verraten? Wir werden uns verschiedenste Fälle anschauen, Unternehmen, Behörden. So viel wird sich in unserer nationalen Vorgangsweise nicht ändern, denn so viel sensationelles Neues gibt es aus unserer Sicht nicht. Die Möglichkeit, zu strafen, gab es ja auch bisher schon, das hat die Bezirksverwaltungsbehörde gemacht – aber nicht in diesem Ausmaß. Sollte das Vergehen massiv sein, kann und wird auch die Strafe verhältnismäßig und massiv ausfallen. Die wirklich große Änderung wird durch das One-Stop-Shop Verfahren in grenzüberschreitenden Fällen (z. B. eine Facebook-Beschwerde kann nun bei der lokalen Behörde eingebracht werden; Anm.) eintreten und natürlich durch die Erweiterung der Rechte der Betroffenen. Die Errungenschaften der Datenschutzgrundverordnung – ein einheitliches Datenschutzregime in der EU zu schaffen – sollten nicht auf die Strafen reduziert werden. Das greift zu kurz!

## „Massive Strafe bei massivem Vergehen“



**ANDREA JELINEK.** Die Juristin leitet die österreichische Datenschutzbehörde und steht aktuell auch dem EU-Gremium (Art-29-Gruppe) vor.



**IMMENSER INFORMATIONSBEDARF.** Seminare sind auf Wochen hinaus ausgebucht, und das in fast ganz Österreich.

### 3 Was wird nach dem 25. Mai passieren? In Deutschland fürchten sich viele vor den berüchtigten „Abmahnwellen“.

Die Zeit nach dem Stichtag ist aus jetziger Sicht mit einigen Fragezeichen verbunden. Jedenfalls ist davon auszugehen, dass Datenschutzorganisationen sich stärker engagieren werden. Deren Ziel ist aller Voraussicht nach nicht der Österreich-typische Klein- und Mittelstand, sondern Unternehmen wie Facebook und Co., die extensive Datenbewirtschaftung betreiben. Ob die Auskunft- oder Löschbegehren Privater steigen werden, wird sich ebenso zeigen wie die Vorgangsweise der Behörden in der Praxis. In Deutschland fürchten sich viele Unternehmen vor „Abmahnwellen“ findiger Anwälte, die das Einmahnen von Versäumnissen zu ihrem Geschäftsmodell gemacht haben. Falls Sie einschlägige Post oder gar Zahlungsaufforderungen bekommen sollten, zahlen Sie nicht, sondern konsultieren Sie Ihren Anwalt.

### 4 Muss ich von meinen Kunden eine neue Zustimmung zur Datenverarbeitung einholen?

Nein, das müssen Sie nicht. Wenn eine aufrechte Kundenbeziehung besteht, darf man für die Vertragserfüllung die Daten ohne Zustimmung verarbeiten. Wenn man bestehende Kunden darauf aufmerksam gemacht hat und ihnen schon damals ein Opt-out angeboten hat, darf man ihnen auch Direktwerbung für eigene ähnliche Produkte oder Dienstleistungen schicken – aber nur per Post oder E-Mail. Werbeanrufe sind nur zulässig, wenn man eine Zustimmung dafür eingeholt hat. Aber das geht auch schon vor dem 25. Mai.

„Wenn Sie Visitenkarten bekommen, fragen Sie einfach nach, ob Sie die Person auf den Newsletter-Verteiler setzen dürfen, und dokumentieren Sie das auch“, sagt Datenschutzexperte und Anwalt Rainer Knyrim. Bei neuen Kundenmailings und Newslettern weisen Sie darauf hin, dass Sie Direktwerbung für eigene ähnliche Produkte schicken werden, und bieten Sie den Adressaten eine einfache Möglichkeit, Nachrichten abzubestellen. Haben Sie Adressen aus zweifelhaften Quellen, ist es besser, sie von solchen Verteilern zu löschen.

**11%**  
**HABEN VERTRÄGE UND BETRIEBSVEREINBARUNGEN ANGEPASST\***

Knyrim wird in seinen Seminaren oft von verunsicherten Teilnehmern bestürmt: „Natürlich können Sie auch nach dem 25. Mai noch ein Mitarbeiterfoto auf die Website stellen. Sie müssen den Mitarbeiter nur fragen. Normales Sozialverhalten macht einen meist schon ziemlich datenschutzkonform.“ Ergänzend sind aber künftig alle Mitarbeiter, Kunden und Lieferanten, deren Daten man ab 25. Mai erhebt, ausführlich darüber zu informieren, wie ihre Daten verarbeitet werden, wie lange sie gespeichert werden und welche Rechte die Betroffenen haben.

### 5 Brauche ich einen Datenschutzbeauftragten?

Behörden brauchen jedenfalls einen, Unternehmen in den allermeisten Fällen nicht. Erforderlich ist ein Datenschutzbeauftragter nur dann, wenn sehr viele personenbezogene Daten für Überwachungszwecke gesammelt werden oder Profiling (Gewinnen neuer Erkenntnisse über eine Person durch das Zusammenführen von Informationen aus unterschiedlichen Quellen)

betrieben wird. Wer in sensiblen Bereichen, etwa dem Gesundheitssektor, tätig ist, braucht ganz sicher einen. Datenschutzbeauftragte können auch Externe, etwa Anwälte oder Datenschutzspezialisten, sein. Intern empfiehlt sich aber in jedem Fall, zumindest einen Mitarbeiter mit dem Thema zu betrauen, damit Anfragen oder Aufgaben koordiniert abgewickelt werden können.

### 6 Betrifft die DSGVO auch das Internet, etwa meine Website?

Ja, Sie brauchen eine Datenschutzerklärung, die dem Besucher der Website erklärt, welche Daten (IP-Adressen etc.) sie beim Besuch abfragen, wie lange sie aufbewahrt werden und an wen Sie diese zu welchen Verarbeitungszwe-

cken weiterleiten. Für Datenverwendungen zu Werbezwecken ist eine Zustimmung nötig, genauso für den Einsatz von

Cookies. Eine Checkbox darf aber nicht vorangehakt sein, der Nutzer muss sie selbst aktiv anklicken.

### 7 Welche Beratung brauche ich wofür?

Datenschutzberatung ist eine zur Zeit massiv nachgefragte Dienstleistung. Um den immensen Bedarf zu stillen, wird Beratung angeboten, deren Qualität nicht immer über jeden Zweifel erhaben ist. Hinterfragen Sie die Expertise, den Wissensstand und die Motivation der Berater. Wie lange arbeiten sie schon in diesem Bereich? Sind sie unter Umständen sogar zertifiziert? Benötigen Sie tatsächlich massive Unterstützung oder doch nur einen juristischen Check Ihrer Lieferanten- und Zuliefererverträge?

Holen Sie sich alternative Angebote ein und lassen Sie sich auch nicht mit dem Verweis auf den 25. Mai unter Druck setzen. Wer komplett ahnungslos ist, läuft natürlich eher Gefahr, DSGVO-Dienstleistungen oder Produkte zu kaufen, die er vielleicht gar nicht braucht.

### 8 Was hat die DSGVO eigentlich mit der IT-Sicherheit zu tun?

Ein Thema, das in den aktuellen Debatten etwas aus dem Fokus gerückt ist, ist die Datensicherheit. Rechner und Programme müssen nach dem aktuellen Stand der Technik gesichert sein – und die personenbezogenen Daten sicher vor fremden Zugriffen. Verschlüsselte Festplatten am Firmennotebook sollten ebenso Standard sein wie ein sicherer Zugriff auf Kundendatenbanken am Mitarbeiterhandy. Cyber-einbrüche und Datenverlust müssen der Datenschutzbehörde binnen 48 Stunden gemeldet werden. Wird einem Mitarbeiter das Firmenhandy mit Kundendaten gestohlen, ist das meldepflichtig. Datenverlust

ist mit Strafen bedroht! Beachten Sie: Immer mehr Versicherungen offerieren Unternehmen sogenannte „Cyberpolizzen“. Hier müssen Datenschutzprobleme

**20%**  
**HABEN RISIKOANALYSEN ZU DATEN- UND IT-SICHERHEIT DURCHGEFÜHRT\***

FOTOS: SHUTTERSTOCK, LUKAS ILGNER

\*) ERGEBNISSE EINER KSV-UMFRAGE, AN DER MEHR ALS 1.000 UNTERNEHMEN TEILGENOMMEN HABEN. STAND MÄRZ 2018

► aber dezidiert abgedeckt sein – was nicht immer der Fall ist. Aber auch mit einer Polizza kann man sich nicht von einem verantwortungslosen Umgang mit Daten freikaufen.

## 9 Wenn Kunden Auskunft wollen, welche Informationen muss das Unternehmen geben?

Wenn sich ein Betroffener meldet und sich ausgewiesen hat, müssen Sie in der Lage sein, ihm zu sagen, welche Daten Sie über ihn verarbeiten und, gegebenenfalls, woher Sie diese haben (Adressverlag, Netzwerke etc.). Sie müssen ihm aber auch darstellen können, warum: Entweder hat der Betroffene seine Einwilligung gegeben, oder es besteht eine aktuelle Geschäftsbeziehung oder eine sonstige

**INVENTUR.** Die DSGVO führt auch den Verbrauchern vor, wo sie ihre Daten eigentlich hinterlassen, wie ein Twitter-User süffisant bemerkt.

## 10 Als eine der neuen Pflichten wird immer wieder das Verfahrensverzeichnis genannt. Was hat es damit auf sich?

Grob gesagt, müssen Unternehmen einen Überblick haben, welche personen-

Rechtsgrundlage. Die Auskunft ist binnen eines Monats und grundsätzlich kostenlos zu geben.

## → Entspannt blicken große Unternehmen auf den Stichtag.

Stolze 84 Prozent fühlten sich in der KSV-Umfrage für die fristgerechte Umsetzung „gerüstet“. KSV-Geschäftsführer Ricardo-José Vybiral führt das auch auf die Ressourcen zurück. „Die Kosten für die DSGVO können große Unternehmen besser abfedern.“ Nachdem Datenschutz an sich keine neue Compliance ist, gab es vielfach Strukturen, die nur angepasst werden mussten. Externe Anwälte oder die eigene Legal-Abteilungen schafften auch früher als bei so manchem KMU Bewusstsein für das heikle Thema. Dazu kommen hauseigene IT-Abteilungen, die sich um technische Umsetzung, etwa die Verwaltung von Zustimmungserklärungen oder Löschrouten, kümmern. Dennoch: Je nach Ausgangslage beanspruchen diese Projekte Wochen und Monate, kosteten Hunderttausende Euro – von der Mitarbeiterschulung bis hin zur Neuanschaffung von Software.

Vorbildlich früh war Mobilfunkanbieter Drei dran: „Wir haben schon im Juni 2016 mit einer ersten Bestandsaufnahme begonnen“, berichtet Natalie Ségur-Cabanac, Head of Regulatory bei Drei. Wo

## Großteil der Großen hat die Hausaufgaben gemacht

Die meisten KONZERNE sind auf den 25. Mai vorbereitet, eine andere Ausgangslage, mehr Ressourcen und Zugriff auf Experten machen es möglich.

stehen wir? Wo müssen wir hin? Welche rechtlichen und technischen Maßnahmen müssen wir setzen? „Wir haben drei Hauptgruppen an Betroffenen definiert – Kunden, Lieferanten und Mitarbeiter – und systematisch alle Datenverarbeitungsprozesse durchforstet, dokumentiert sowie den Anpassungsbedarf festgelegt“, sagt sie. Drei

startete nicht von null, sondern musste vor allem Richtlinien und Prozesse „updaten“. Ein Kernteam von 15 Mitarbeitern war und ist mit der DSGVO beschäftigt. Nach einem Jahr wurde aus dem „Projekt ein Programm, das Schritt für Schritt allen 1.500 Mitarbeitern nähergebracht wurde“, so die Konzernjuristin. „Jeder Mitarbeiter muss abgeholt

werden. Wir haben Schulungen, und Datenschutzsprechstunden.“ Dass die Umsetzung „ein ziemlicher Kraftakt“ gewesen sei, betont die Juristin genauso wie die Chancen, die alle DSGVO-konformen Umsetzer früher oder später bemerken: „Mit der Umsetzung sind Strukturen, Prozesse und Datenbestände definitiv aufgeräumt.“

Mittlerweile ist auch der im Sommer 2017 übernommene Mobilfunkanbieter Drei Teil der DSGVO-Maßnahmen. „Beim Onboarden der Drei-Prozesse konnten wir von unserem bisherigen Umsetzungsprojekt profitieren und die neuen Kollegen mit fertigen Templates und ausgereiften Prozessvorgaben unterstützen.“ Zu den Kosten will sich der Mobilfunkanbieter nicht äußern. Bei Drei hat das Projekt sogar so früh begonnen, dass viel von dem gegenwärtig verfügbaren DSGVO-Know-how noch gar nicht am Markt präsent war. Ségur-Cabanac: „Wir sind bei der DSGVO sicher Pioniere gewesen. Regelmäßig werden wir zu Vorträgen eingeladen, um unser Know-how weiterzugeben.“ Schon seit eineinhalb Jahren DSGVO-konform zu sein, können definitiv wenige von sich behaupten.



DREI-KONZERNJURISTIN SÉGUR-CABANAC. „DSGVO bringt Chancen, die früher oder später alle erkennen.“

11

### Was geht sich bis zum Stichtag realistischerweise noch aus?

Vor dem 25. Mai noch schnell einen Anwalts- oder Beratertermin zu bekommen, ist vermutlich ebenso illusorisch, wie ein Seminar zu besuchen. Wenn Sie sich nicht selbst darum kümmern können, bestimmen Sie jemanden im Unternehmen, der das Projekt übernimmt. Der auch für Laien verständliche 40-seitige Leitfaden auf der Website der Datenschutzbehörde ist ein guter Einstieg.

Einen kleinen Vorteil haben die Spätstarter hier sogar – mehr Informationen und viele Referenzen: Die WKO-Website hat mittlerweile ein ausgezeichnetes Informationsangebot mit Videos, Checklisten und Informationen für die jeweiligen Sparten und umfangreiche Frage-

19%

WISSEN, WIE SIE DATENAUSKUNFT GEBEN\*

Antwort-Listen. Wer in die Lektüre dieses Angebots ein paar Stunden investiert, kann sich danach besser orientieren. Experte Knyrim rät: „Überlegen Sie sich, ob Sie tatsächlich einen externen Berater brauchen oder nur bedarfsweise fachlichen Rat.“ Und: „Viele haben falsche Er-

wartungen an die Seminare. Sie glauben, dass mit dem Besuch das Thema erledigt ist.“ Hier fängt die Arbeit aber eigentlich erst an.

12

### Was bringt mir das Ganze außer Mühe und Kosten?

Wer sich mit der Verordnung beschäftigt und seine Datenverarbeitung, wo notwendig, angepasst hat, weiß in der Regel durchaus Positives zu berichten. Das Ausmisten und Hinterfragen eingeschlif-

fener Abläufe stößt nicht zuletzt bei den eigenen Mitarbeitern auf gute Resonanz. Mit personenbezogenen Daten verantwortungsvoll umzugehen, zählt zum guten Ruf, und am engagiertesten sind oft die eigenen Mitarbeiter, wenn sie für das Thema sensibilisiert wurden.

Petra Heidegger, Assistentin der Geschäftsführung beim Industriezulieferer Danube Robotics, bekam die verantwortungsvolle Aufgabe gleich an ihrem dritten Arbeitstag vom Chef übertragen: „Ich habe mehrere Workshops besucht. Dann habe ich mir Fachliteratur besorgt und Newsletter abonniert.“ Nach der Bestandsaufnahme legte sie ein Verfahrensverzeichnis an und schulte die 24 Mitarbeiter in Eigenregie.

Viel Arbeitszeit und ein paar Tausend Euro für externe Dienstleister sind auch hier hineingeflossen, aber mit gesundem Pragmatismus und kühlem Kopf lässt sich auch dieses Bürokratiemonster besiegen – und die neue Ordnung im Unternehmen sogar ein bisschen genießen. ■

\*) ERGEBNISSE EINER KSV-UMFRAGE, AN DER MEHR ALS 1.000 UNTERNEHMEN TEILGENOMMEN HABEN. STAND MÄRZ 2018

## Die neue BP Mautbox für EETS

### Sparen Sie Zeit und Geld mit der BP Mautlösung für ganz Europa

2018 ist ein Jahr des Wandels für internationale Transportunternehmen, denn die Einführung des European Electronic Toll Services (EETS) ermöglicht die europaweite Mautbegleichung mit nur einer einzigen On-Board-Unit (OBU). Profitieren Sie von unserem bisher umfangreichsten Angebot mit der neuen BP Mautbox für EETS in Kombination mit der BP + Aral Tankkarte.

Reduzieren Sie Komplexität mit nur einer einzigen europaweiten OBU und behalten Sie mit unserem flexiblen Preismodell und intelligenten Flottenmanagement-Tools Ihre Kosten im Blick.

Fordern Sie noch heute Ihr individuelles EETS-Angebot an.

Mehr dazu unter [bp.at/EETS](http://bp.at/EETS)

