Ausgabe 02 | 2019

Das Magazin für Sicherheit und Datenschutz im Gesundheitswesen

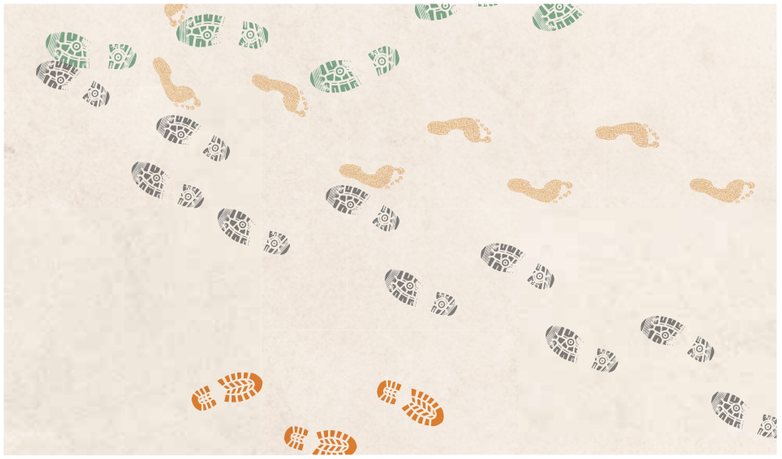
ExperSite

Status quo DSGVO?

Ansichts-sache!

Datenschutz ein Hemmschuh? 4

Wie wird man Datenschutzbeauftragter? 23



Die Spuren der DSGVO 12

EDITORIAL 3

PROFILING

Alles reine Kopfsache – Psychologische Aspekte des Datenschutzes 4

UNTERNEHMENSNEUIGKEITEN

Das bewegt die DATATREE AG 9

SCHWERPUNKT: 1 JAHR DSGVO

PERSPEKTIVEN, HELDEN UND IHRE GESCHICHTEN 12

Balancekünstler Aufsichtsbehörden - S. 14
Datenschutzberater: die Möglichmacher - S. 18
Unternehmen als Umdenker - S. 20
Wo Licht ist, ist auch Schatten. Ein Erfahrungsbericht - S. 22

DER DATENSCHUTZBEAUFTRAGTE 23

Freiwillige vor - Datenschutzbeauftragte gesucht

HOW-TO

So kommen Sie Ihren Informationspflichten nach 27

VORSCHAU 31

IMPRESSUM 32

ISDSG Institut für Sicherheit und Datenschutz im Gesundheitswesen

www.isdsg.de

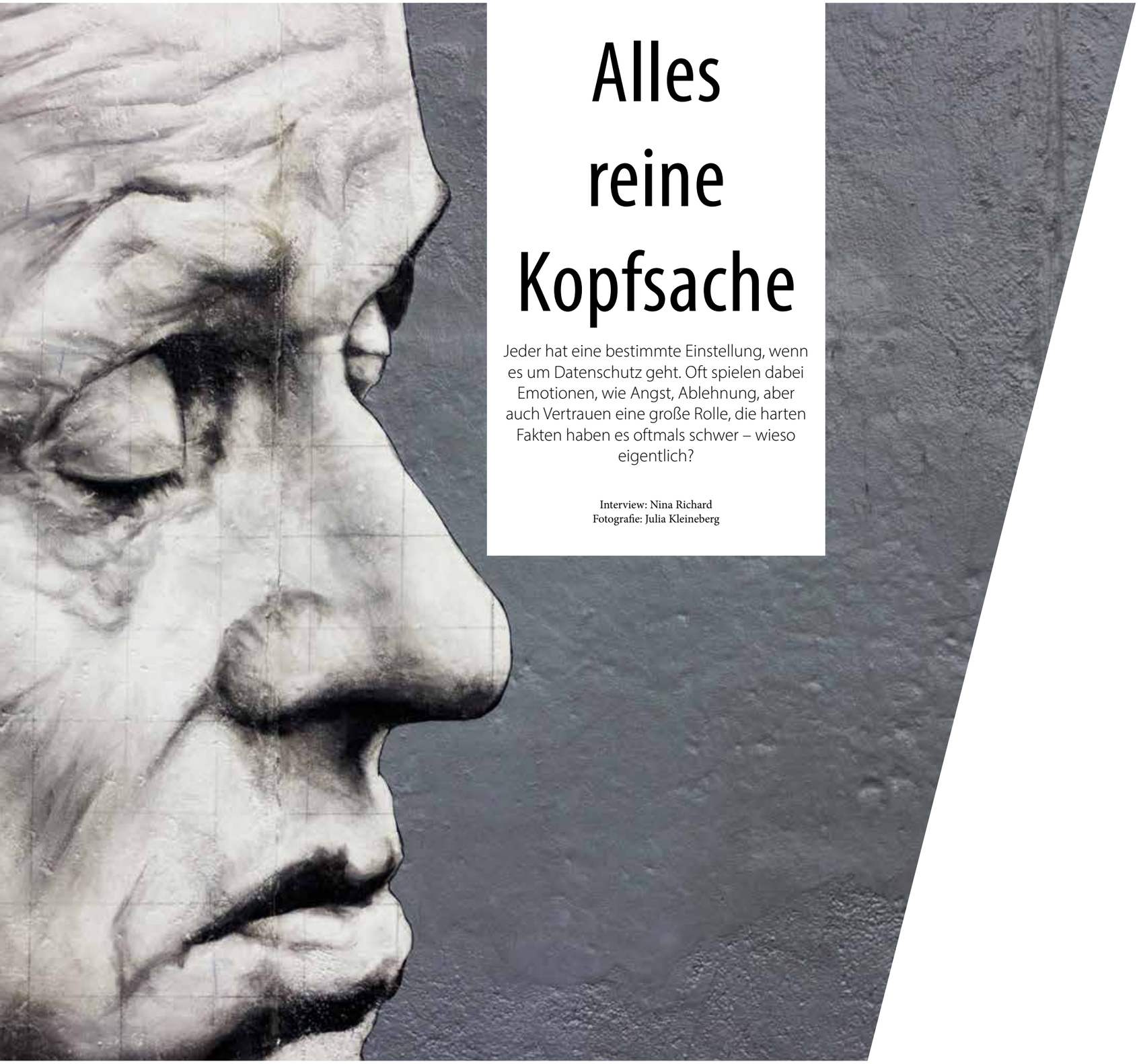
Die wahren Helden der DSGVO

Liebe Leserinnen,
liebe Leser,

wir schreiben Juni 2019 und damit einher geht der Geburtstag der DSGVO. Ein Thema, das wir aufgreifen müssen, ob wir wollen oder nicht. Doch haben wir im vergangenen Jahr nicht schon genug von der DSGVO gehört? Die Fronten scheinen sich, wenn wir der medialen Berichterstattung glauben schenken, beruhigt zu haben. So langsam, aber sicher scheint klar zu sein, was von der DSGVO gefordert wird und wie dies umzusetzen ist. Fast schon vergessen scheint der Aufwand, der Kampf gegen die sprichwörtlichen Windmühlen, der jeden Tag betrieben werden musste und der auch heute noch lange nicht vorbei ist. Ich spreche von den Personen, die Tag für Tag für den Datenschutz im Gesundheitswesen kämpfen: Mitarbeiter der Aufsichtsbehörden, Datenschutzbeauftragte, IT-Verantwortliche... Sie alle haben eins gemeinsam: Sie sind mit Herzblut dabei, haben Visionen und versuchen, Datenschutz als eine Selbstverständlichkeit in unserer Gesellschaft zu verankern. Warum dies am Ende doch nicht so problemlos funktioniert, beleuchten wir aus der psychologischen Perspektive (S. 4). Welche Unterschiede existieren in der Wahrnehmung seitens der Behörden und der Praxisvertreter, wenn wir das letzte Jahr betrachten (ab S. 12) und wie wird man eigentlich Datenschutzbeauftragter (S. 23)? Diesen und weiteren Fragen widmen wir uns in dieser Ausgabe.

Ich wünsche Ihnen viel Spaß bei der Lektüre.

Ihre Nina Richard
(Redaktionsleitung)



Alles reine Kopfsache

Jeder hat eine bestimmte Einstellung, wenn es um Datenschutz geht. Oft spielen dabei Emotionen, wie Angst, Ablehnung, aber auch Vertrauen eine große Rolle, die harten Fakten haben es oftmals schwer – wieso eigentlich?

Interview: Nina Richard
Fotografie: Julia Kleineberg

EMANUEL LUNGU

verantwortet bei der prolytics market research GmbH als Projektleiter die Durchführung von Mitarbeiterbefragungen zum Thema Datenschutz. Dabei werden quantitative und qualitative Methoden eingesetzt, um sowohl den Kenntnisstand und die Einstellung von Beschäftigten hinsichtlich Datenschutz zu messen als auch den Durchdringungsgrad dieses Themas in den Unternehmen zu erfassen.

Herr Lungu, Sie betreuen in Ihrem Institut die Durchführung quantitativer Mitarbeiterbefragungen zum Datenschutz. Warum denken Sie, dass eine psychologische/ qualitative Annäherung an dieses Thema ebenfalls notwendig ist?

Quantitative und qualitative Forschungsansätze ergänzen sich gerade auch bei diesem Thema ideal. Wo quantitative Daten an der Oberfläche bleiben, ermöglichen qualitative Methoden, die Sachverhalte richtig auszudeuten. Wo qualitative Methoden keine Potenzialeinschätzung zulassen, helfen die quantitativen Ansätze weiter. Immer wenn es um die Analyse sozialer Tatbestände geht, wozu auch das Thema Datenschutz in den Unternehmen gehört, müssen auch die psychologischen Hintergründe und Rahmenbedingungen berücksichtigt werden, was im Fokus qualitativer Forschung steht. Psychologie findet sich überall wieder. Sie beeinflusst nahezu alles und jeden, und ist in all unseren täglichen Entscheidungen und Handlungen – bewussten und unbewussten – wiederzufinden. Wie kleide ich mich? Welches Auto kaufe ich? Was für eine Zeitung lese ich? All das sind Ausdrucksformen, die Rückschlüsse zulassen und uns als Marktforschungsinstitut am Ende auch helfen, Daten besser zu verstehen und einzuordnen.

Wie würden Sie sich dem Thema Datenschutz psychologisch nähern?

Datenschutz mag zunächst für viele wenig emotional erscheinen, das ist aber ein Irrtum. Das Thema ist sogar hoch emotional. Datenschutz ist vergleichbar mit einer Versicherung. Wir alle streben nach Eigenständigkeit, müssen uns aber zugleich eingestehen, nicht alle Risiken allein tragen zu können. Für den Fall der Fälle versichern wir uns, was implizit mit

einer Einschränkung verbunden ist. Denn diese Versicherung steht dem Bedürfnis nach Autonomie im Weg – ein aus verhaltenspsychologischer Sicht wenig befriedigender Zustand.

Wie sieht das beim Datenschutz genauer aus?

Es scheint so, dass der Datenschutz aus Sicht der rein qualitativen Marktforschung ein bisher vernachlässigtes Feld darstellt. Zumindest liegt mir noch keine entsprechende Studie vor. Allerdings haben wir in unserem Institut eine Hypothese: Wir produzieren am Computer und Smartphone, ob privat oder beruflich, eine Unmenge an Daten. Die neue digitale Welt bietet uns dabei einen schier unendlichen Entfaltungsraum. Die Digitalisierung bietet zugleich unheimlich viele Möglichkeiten des Wachstums, und Wachstum ist nur natürlich. Der Datenschutz steht diesem Drang nach Wachstum nur auf den ersten Blick im Weg. Bei näherer Betrachtung sieht das allerdings ganz anders aus.

„Datenschutz steht dem Drang nach Wachstum auf den ersten Blick im Weg."

Inwiefern wandelt sich die Rolle des Datenschutzes?

Hier fällt mir ein Beispiel aus unserem beruflichen Netzwerk ein. Die Kollegen haben einmal eine Studie für eine Verkaufsgenossenschaft durchgeführt. Diese Genossenschaft organisierte den Verkauf verschiedenster landwirtschaftlicher Erzeugnisse. Die Zahlen stimmten, das Wachstum war außergewöhnlich. Dennoch machte sich unter den Mitgliedsbetrieben eine immer stärkere Unzufriedenheit breit. Es wurde also nach dem „Wieso" gefragt. Schließlich kam heraus, dass alle Mitglieder ein Bild von Wachstum lebten, das mit dem Wachstum der Genossenschaft nicht mehr kompatibel war. Der Obstbauer lässt seine Bäume sehr kontrolliert wachsen, nur so gelingen gute Erträge. Das Wachstum der Genossenschaft kam einigen so vor, als ob es ihnen langsam über den Kopf wachse. Es wurden dann Wege gesucht und gefunden, die Transparenz zu erhöhen und die Kontrolle für die Mitglieder zurückzuerlangen. Ich finde genau das zeichnet sich auch beim Datenschutz ab. Die Digitalisierung braucht ein gesundes Maß an Kontrolle und Eingrenzung.

„Die Digitalisierung braucht ein gesundes Maß an Kontrolle und Eingrenzung"

Der Datenschutz als Hilfe statt Hürde?

Genau, man müsste den Datenschutz als das bezeichnen was er ist – Schutz! Man könnte Datenschutz psychologisch so positionieren, dass die Menschen gefahrloser wachsen können in der digitalisierten Welt. So könnte man ein stärkeres Bewusstsein für die Notwendigkeit diverser Datenschutzthematiken schaffen und damit dann einen Anlass geben, sich aktiv mit dem Thema auseinanderzusetzen.

Wie kann es gelingen, dieses Bild weiter zu transportieren?

Wir Menschen lieben Geschichten und denken in Bildern. Wir müssten vielleicht ein wenig suchen, aber mit Sicherheit lassen sich auch für den Datenschutz starke Geschichten finden. Wie gesagt, sie werden noch nicht erzählt oder müssten erst noch erkannt und geschrieben werden.

In den letzten zwölf Monaten wurden durchaus einige Geschichten in den Medien erzählt. Stichwort DSGVO, haben Sie da eine persönliche Geschichte?

Ich kann mich gut daran erinnern, als auch unser Institut in die Situation kam, sich mit dem Thema DSGVO intensiver auseinanderzusetzen. Nichtsdestotrotz haben wir uns damit beschäftigt und sind auch zu einem Schluss gekommen: Sehr wahrscheinlich gibt es nicht DEN universellen Ansatz oder Weg bei diesem Thema. Wenn man dieses und jenes macht, dann ist man rundum sorglos abgesichert – nein, es bleiben immer noch ein paar Aspekte übrig! Das ist auch der Grund, wieso es so schwierig für einen selbst ist. Man ist schnell überfordert und dementsprechend froh, wenn man das Thema ablegen kann. Da sehen wir auch ein großes Potenzial für Dienstleister wie die DATATREE AG. Die verstehen sich ja ein Stück weit als Kümmerer. Ich als Kunde habe eine Sorge weniger, ich muss mich in die umfangreiche Thematik nicht bis ins letzte Detail einlesen. Ich bin also eine Menge Arbeit und Stress los.

„Als Berater bin ich auch zu einem großen Teil Kommunikator."

Im Beraterallltag muss allerdings oft Überzeugungsarbeit geleistet werden. Die Sehnsucht nach Hilfe ist teilweise nicht sehr ausgeprägt. Woran kann das denn liegen?

Berater fungieren zu einem großen Teil als Kommunikatoren. Dabei ist es von besonderer Bedeutung, sein Gegenüber mitzunehmen. Im Rahmen unserer Projekte haben wir festgestellt, dass es, stark vereinfacht, zwei Kundentypen gibt: Der eine Typ ist der Delegierer und der andere Typ ist der Macher. Der Typ „Delegierer" möchte sich in das Thema einer Befragung nicht umfassend einarbeiten, sondern sich vor allen Dingen in guten Händen wissen. Hier ist Vertrauen der wichtigste Aspekt. Er möchte wissen, da ist jemand, der kümmert sich und hat die Expertise. Beim Macher sieht es anders aus. Das ist einer, der aktiv dabei sein will. Der hat sich ein Stück weit in das Thema eingelesen. Ihn muss man als Berater dann eher als Partner sehen und ihn stärker in die Projektprozesse einbinden. Natürlich ist das eine sehr starke Vereinfachung. Dennoch, diese beiden Grundmuster existieren in vielen geschäftlichen Märkten. Dies zu berücksichti-

Exkurs

Mitarbeiterbefragungen zum Thema Datenschutz

MaBIS ist die von der prolytics GmbH zusammen mit der DATATREE AG entwickelte Mitarbeiterbefragung für Unternehmen zum Thema Datenschutz. Im Fokus dieses Tools steht nicht nur der organisatorische Umsetzungsgrad von Datenschutz im Unternehmen, sondern insbesondere auch, wie die Menschen in den Unternehmen dieses Thema in ihrem beruflichen und privaten Alltag leben.

gen, kann helfen, das Thema seinem Gegenüber richtig oder falsch zu vermitteln. Ohne Kommunikation geht es nicht! Die Startbedingungen sind erst einmal nicht optimal. Ein grundlegender Aspekt, der dem Datenschutz auch generell im Weg steht, ist die Bequemlichkeit. Wir wollen den Aufwand so gering wie möglich halten, immer und überall. Gerade im Fall der Digitalisierung sind wir zu sehr großen Kompromissen bereit, die wir so in anderen Situationen nicht akzeptieren würden.

Reden hilft?

Viele Menschen sind noch nicht einmal bereit, an einer staatlichen Umfrage (Volkszählung) mitzumachen. Die gleichen Menschen teilen aber bereitwillig persönliche Daten mit privaten Dienstleistern. Da hat offensichtlich eine atemberaubende Entwicklung stattgefunden. Hier müsste aber möglicherweise eine Sensibilisierung stattfinden. Datenschutz sollte in der Digitalisierung eine herausragende Rolle spielen, mit ihm kann ein gesundes Maß definiert werden. Dieses gesunde Maß halte ich für existenziell für den weiteren Erfolg der Digitalisierung – allerdings herrscht hier noch Nachholbedarf.

Was herrscht denn stattdessen im Moment?

Ich habe das Gefühl, dass momentan noch viele das Thema verdrängen. Wir haben noch viel Arbeit in Bezug auf die Sensibilisierung für den Datenschutz vor uns, um diesen als hilfreiches Korrektiv, wie den Sicherheitsgurt im Auto, in den Köpfen zu platzieren. Nur so kann die digitale Transformation gelingen. //

Anzeige

Wichtiges Datenschutzwissen für Ihre Kollegen

Mitarbeiterinformation zum Datenschutz

Grundlagenwissen für all Ihre Mitarbeiter

PRIVACYXPERTS

Kommen Sie Ihrer Verpflichtung zum Datenschutz nach und schulen Sie Ihre Mitarbeiter mit der kompakten Infobroschüre.

Profitieren Sie von unseren Staffelpreisen:
(Bei den angegebenen Preisen handelt es sich um Einzelpreise.)

→ Bis 9 Stück	9,98 €
→ 10-50 Stück	6,95 €
→ 51-100 Stück	5,90 €
→ 101-500 Stück	3,80 €
→ ab 500 Exemplare	3,10 €

Alle Preise verstehen sich zzgl. MwSt. und Versandkosten

INDIVIDUALISIEREN
Sie Ihre Infobroschüre mit Ihrem eigenen Firmenlogo und bestellen Sie einfach per Mail: mib@datenschutz-aktuell.de

Jetzt **HIER** persönliches Angebot anfordern:
mib@datenschutz-aktuell.de
oder unter **www.datenschutz-aktuell.de/mib**

Datenschutzrechtlicher Pflichthinweis: Verantwortlicher ist: Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG, Theodor-Heuss-Str. 2-4, 53177 Bonn, Tel: 0228 – 8205-0, E-Mail: info@vnr.de. Unseren Datenschutzbeauftragten erreichen Sie unter der o.g. Anschrift sowie unter Tel: 0228 – 9550 66004, E-Mail: Datenschutzbeauftragter@vnr.de. Weitere Informationen zum Datenschutz erhalten Sie auf unserer Internetseite www.vnrag.de/datenschutz oder auf Nachfrage von uns. Wir halten Sie zu eigenen ähnlichen Produkten per E-Mail auf dem Laufenden (Art. 6 (1) (f) DS-GVO, § 7 Abs. 3 UWG. Wenn Sie das nicht wünschen, können Sie der Zusendung jederzeit (z.B. an die genannten E-Mail-Adressen) widersprechen.

_Digitalisierung im Krankenhaus

Im ältesten Seebadeort Deutschlands findet einmal jährlich das „Meeting am Meer“ statt.

IT-Leiter und Geschäftsführer aus Deutschlands Krankenhäusern treffen sich in Heiligendamm, um gemeinsam mit Beratern und Softwareanbietern über Branchenentwicklungen zu sprechen und sich über Umsetzungskonzepte auszutauschen. Die Agenda im März 2019 beschäftigte sich mit dem Thema „Digitalisierungsstrategien“.

Digitalisierungsstrategie ist nicht gleich Digitalisierungsstrategie

Wie unterschiedlich die Schwerpunkte innerhalb der Zielsetzung, Konzeptentwicklung und der Maßnahmenumsetzung sind, wurde schnell deutlich. „90 % der Kliniken geben an, eine Digitalisierungsstrategie zu haben. Eine Niederschrift in dem Bereich haben allerdings nur rund 10 %“, erörterte Dr. Magunia vom Beratungsunternehmen Roland Berger. Aber auch in Bezug auf die Digitalisierungsstrategie gibt es glücklicherweise Pioniere. Unter anderem das Klinikum Itzehoe, das DRK Krankenhaus Teterow und das Universitätsklinikum Heidelberg zeigten funktionierende Beispiele aus der Praxis auf. Die Bedeutung eines verantortlichen Chief Digital Officers für die Förderung der digitalen Transformation machte Prof. Dr. Jäschke deutlich. //

_1 Jahr DSGVO – wie wurde sie angenommen?

Sonderveranstaltung BildungsCentrum der Wirtschaft

Ein Jahr ist es her, dass die europäische Datenschutzgrundverordnung in Kraft trat und sowohl große Rechtsunsicherheiten als auch vielfältige Herausforderungen mit sich brachte. Was hat sich seitdem getan? Nina Richard, Leiterin Kommunikation und Marketing bei der DATATREE AG, stellt in ihrem Vortrag die Ergebnisse der Studie „Ein Jahr DSGVO – Wie wurde die neue Grundverordnung angenommen?“ vor und gibt Handlungsempfehlungen für Unternehmen. //

_MedMen

Im Rausch der Tiefe

Nachdem Doccheck mit seinem Veranstaltungsformat MedMen in den letzten Jahren den Schwerpunkt auf Kommunikationstrends in der Medizin gesetzt hat, ging der Veranstalter dieses Jahr den Themen Marktforschung und Big Data auf den Grund. Ein erfrischend neues Veranstaltungsformat. Podiumsdiskussionen, um die Thementiefe zu begreifen, Sessions in entspannter Hotelzimmeratmosphäre – mal etwas anderes und inhaltlich hoch spannend. Als Podiumsgäste nahmen wir die Perspektive des Datenschutzes ein. //

_Europäische Standards für die Datenschutzausbildung

Europäische Studie

Die Weiterentwicklung von Bildungsangeboten, um den aktuellen Herausforderungen der DSGVO gerecht werden zu können, ist ein wichtiges Thema auf europäischer Ebene. Das Erasmus+ Projekt GDPR4H führt deshalb eine Analyse durch, die die aktuellen Bedürfnisse im Umgang mit dem Thema benennt und auf dieser Grundlage einen Beitrag zur Weiterentwicklung von Bildungsangeboten für das Gesundheitswesen leisten will.

An dem zweijährigen Projekt, das von der EU gefördert wird, beteiligen sich acht Organisationen aus vier Ländern: Deutschland, Belgien, Rumänien, Griechenland. Die Analyse wird national vorgenommen und dann in einem transnationalen Bericht zusammengeführt. Alle Bildungsmaterialien werden in vier Sprachen zur Verfügung stehen: Englisch, Deutsch, Rumänisch, Griechisch.
Diese Analyse gliedert sich auf in:

- eine Online-Umfrage in Englisch und den drei Landessprachen Deutsch, Rumänisch und Griechisch,
- 20 Interviews pro Land
- drei Workshops pro Land
- und die Desk-Analyse von bereits existierenden Weiterbildungen im Bereich Datenschutz.

Die Studie richtet sich an Personen,

- die im Gesundheitswesen arbeiten
- Entscheider auf politischer Ebene sind.

Sie können diese Studie unterstützen, in dem Sie:

- den Fragebogen (bitte QR-Code scannen) ausfüllen und verbreiten; die Dauer beträgt circa fünf Minuten.
- an einem unserer kostenfreien Pilottrainings teilnehmen (wenn Sie in Berlin wohnen).

Weitere Informationen finden Sie auf der Internetseite unseres Projekts:
https://gdpr4h-project.eu/

Ansprechpartnerinnen an der Steinbeis-Hochschule-Berlin:
Dr. Gudrun Voggenreiter
gudrun.voggenreiter@stw.de
016094441170 //

Elisabeth Grunwald
elisabeth.grunwald@stw.de

_Neue Gesichter: Inga Wasenauer

Das Team stellt sich vor...

„Ich freue mich jedes Mal aufs Neue, Projekte von der ersten Idee bis zur finalen Umsetzung zu begleiten.“

Inga behält als verantwortliche Projektkoordinatorin die Übersicht. Sie weiß wer was wann bei der DATATREE AG gerade macht und kümmert sich um die Terminplanung jedes noch so umfangreichen Projekts, behält das Tagesgeschäft dabei im Auge und kontrolliert die Budgetplanungen. Sie fungiert als Schnittstelle zwischen Vertrieb, Marketing und operativem Geschäft der DATATREE AG. Damit ist sie für unsere Kunden die perfekte Ansprechpartnerin.

Für das Studium verschlug es Inga aus dem Münsterland an die Ruhr-Universität in Bochum. Als Medienwissenschaftlerin sammelte sie anschließend berufliche Erfahrungen im In- und Ausland. Dabei entwickelte sie als Projektmanagerin ein feines Gespür für das große Ganze. Inga verbringt einen Großteil ihrer Freizeit mit ihrer Stute Flori. In Dortmund und Umgebung trifft man sie aber auch regelmäßig in einem der zahlreichen Theater. Wir von der DATATREE AG freuen uns sehr, gemeinsam mit Inga neue spannende Projekte umzusetzen. //

_Die digitale Transformation im Krankenhaus läuft

Buchprojekt

Der aktuelle Entwicklungsstand der Digitalisierung von Krankenhäusern ist äußerst heterogen. Insbesondere an der elektronischen Unterstützung und Einbindung der verschiedenen Ressourcen wie Mitarbeiter, OP-Kapazitäten oder Ausrüstung mangelt es vielerorts. Zudem fehlt regelmäßig eine Gesamtstrategie zur Entwicklung eines digitalen Krankenhauses.

Das Buch, geschrieben von circa 30 Autorinnen und Autoren unterschiedlicher Professionen, unterstützt Leserinnen und Leser dabei, eine hausspezifische Digitalisierungsstrategie für ihr Krankenhaus zu entwickeln. Hierfür zeigt es beispielhaft Ansätze und Konzepte erfolgreicher Projekte auf und dokumentiert den derzeitigen Digitalisierungsgrad der Branche. //

Es geschah an einem Freitag im Mai

Inzwischen sind mehr als zwölf Monate vergangen, seitdem die DSGVO in Kraft getreten ist. Höchste Zeit für eine erste Bilanz. Wir haben nachgefragt bei Landesdatenschutzbeauftragten, Datenschutzberatern und Unternehmen.

Text: Jörg Fecke

2018 war für alle, die sich mit dem Thema Datenschutz beschäftigten, ein absolutes Ausnahmejahr, denn am 25. Mai des Jahres trat die DSGVO endgültig in Kraft. Jeder Beteiligte hatte mit seinen ganz eigenen Herausforderungen zu kämpfen. Dies merken Landesdatenschutzbeauftragte am enorm gestiegenen Beschwerdeaufkommen, dies merken aber auch Berater und Unternehmen bei den völlig neuen Anforderungen, die plötzlich an sie gestellt wurden. Die DSGVO ist auf einem guten Weg, aber noch lange nicht am Ziel. Dafür müssen weiterhin alle Beteiligten ihren eigenen Weg gehen.

Am Limit!

Ob erhöhtes Beschwerdeaufkommen, gestiegener Beratungsbedarf oder eine Vervielfachung der gemeldeten Datenpannen; über zu wenig Arbeit konnten sich die Aufsichtsbehörden in den letzten zwölf Monaten nicht beklagen.

Text: Jörg Fecke

Ob in Flächenländern wie Bayern und Baden-Württemberg oder Stadtstaaten wie Bremen und Berlin: Überall ist das Beschwerdeaufkommen gestiegen, teilweise um das 10-Fache. Die Anzeige von Datenschutzpannen stieg sogar teilweise um das 14-Fache. „An manchen Tagen kamen so viele Anrufe bei uns an, dass alleine das Zählen der Beratungsanfragen gar nicht mehr geordnet möglich war“, sagt Thomas Kranig, Präsident des Bayerischen Landesamts für Datenschutzaufsicht (BayLDA). Das alles zeigt: Datenschutz ist seit zwölf Monaten ein Dauerthema und wird es auch in absehbarer Zeit bleiben.

Positiv fällt nach einem Jahr auf: Die Menschen sind sensibilisiert. Viel mehr Mitarbeiter, Patienten, ja Bürger fragen nach und werden sich immer stärker bewusst, dass eine aktive Auseinandersetzung mit dem Thema geboten ist. Hier entstehen automatisch Konflikte und das ist auch gut so. Die DSGVO hat auf vielen Ebenen einen Veränderungsprozess in Gang gesetzt. Dieser Prozess sorgt für Unruhe, bringt neue Herausforderungen und kostet nicht zuletzt auch Geld und zwar auf vielen Ebenen. Dass dieses Geld nicht unnötig zum Fenster rausgeworfen wird, sieht man nicht zuletzt auch an den Landesbehörden. Diese sahen sich auf einmal in einer völlig neuen Situation. Abertausende Anfragen gingen ein und tun dies noch immer. In den Amtsstuben geraten die Beamten an ihre Grenzen. Oft fahren die Landesdatenschutzbeauftragten selbst durch ihre Länder und veranstalten Dutzende Informationsabende, die sich einer großen Beliebtheit erfreuen – ein ausgeprägtes und von vielen gar nicht für möglich gehaltenes Serviceverhalten wurde und wird da an den Tag gelegt.

Eine Option: die Beratung einstellen

Allerdings geraten gerade die Behörden inzwischen an einen kritischen Punkt. Das Pensum kann mit den vorhandenen Arbeitskräften in den meisten Fällen schlicht nicht mehr geleistet werden. Im Gegenteil. „Derzeit befinden wir uns in einer schier aussichtslosen Lage: Täglich gehen deutlich mehr Eingaben und Mel-

Beschwerdeaufkommen 2017 / 2018

gestiegen um das...

BW	1,91-Fache
Niedersachsen	2,12-Fache
Bayern	2,16-Fache
Sachsen	2,35-Fache
NRW	2,72-Fache

Wie haben Sie dieses eine Jahr empfunden?

Marit Hansen
Landesbeauftragte für Datenschutz Schleswig-Holstein

„Als anstrengend, aber auch als sehr spannend! Ich bin erfreut darüber, dass Datenschutz mit neuem Schwung vorangebracht werden kann – nicht nur in Deutschland, sondern mit wichtigen Impulsen für die globale Datenverarbeitung .“

Prof. Dr. Thomas Petri
Der Bayerische Landesbeauftragte für den Datenschutz

„Ein äußerst intensives Jahr der Beratungen liegt hinter uns. Neben Tausenden von Einzelberatungen haben wir mehr als 200 Fortbildungsveranstaltungen mit mehr als 20.000 Teilnehmern angeboten.“

Dr. Imke Sommer
Die Landesbeauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit (Bremen)

„Wir sind als kleinste deutsche Aufsichtsbehörde ob des unglaublichen Arbeitsanstiegs glücklich, aber ein wenig erschöpft. Unsere Motivation, die DSGVO mit den uns zur Verfügung stehenden Mitteln durchzusetzen, ist dadurch aber ungebrochen.“

Monika Grethel
Die Landesbeauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit (Saarland)

„Bereits jetzt erkennen Algorithmen und künstliche Intelligenz Gesichter, erstellen medizinische Diagnosen und treffen Personalentscheidungen. Den technischen Möglichkeiten sind kaum noch Grenzen gesetzt[...] Die Belange der jeweiligen Individuen dürfen dabei nicht aus dem Auge verloren werden; vielmehr muss bereits bei der Entwicklung sowie der Umsetzung innovativer Technologien immer das Recht des Einzelnen auf Datenschutz gewahrt werden.“

Was war für Sie persönlich die größte Herausforderung?

Dr. Stefan Brink
Der Landesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit Baden-Württemberg

„Der Beratungsbedarf bei den Bürgerinnen und Bürgern war und ist immens. So hat sich die Anzahl der Beratungen im Jahr 2018 mehr als verdoppelt. Zudem gingen deutlich mehr Beschwerden wegen Datenschutzverstößen bei meiner Behörde ein. Hier gab es gegenüber dem Jahr 2017 eine Steigerung um 30 %. Weiterhin hat sich die Anzahl der gemeldeten Datenpannen im selben Zeitraum verzehnfacht.

Sie sehen also, dass das Wirksamwerden der DSGVO am 25. Mai 2018 einen wahren Ansturm an Anfragen an uns ausgelöst hat. Diese Mengen müssen nun Stück für Stück abgearbeitet werden.“

Johannes Pepping
Pressesprecher bei der Landesbeauftragten für den Datenschutz Niedersachsen

„Es war für die gesamte Behörde eine große Herausforderung, die Arbeitsabläufe auf die neue Verordnung umzustellen und gleichzeitig den beschriebenen Beratungsaufwand zu betreiben.“

dungen von Datenschutzverletzungen ein, als wir abarbeiten können, von der enormen Anzahl von Beratungsanfragen ganz abgesehen.“, so Thomas Kranig.

Die Behörden haben durch die DSGVO deutlich mehr Befugnisse erhalten, die Beratung nimmt ungekannte Ausmaße an, doch die Personaldecke wird den geänderten Umständen aller Voraussicht nach nicht so angepasst wie es nötig wäre – das liebe Geld. Die bayerische Staatsregierung schlägt für den Doppelhaushalt zum Beispiel vor, dem BayLDA keine einzige zusätzliche Stelle zu gewähren. In Bayern wird ernsthaft darüber nachgedacht, in Zukunft die so gefragte und beliebte Beratung komplett einzustellen. Das kann aber nicht im Sinne aller Beteiligten sein. Jedes informierte Unternehmen, jede aufgeklärte Einrichtung und jeder unterrichteter Bürger leisten einen wichtigen Beitrag für einen funktionierenden Datenschutz, von den dadurch vermiedenen Schäden einmal ganz zu schweigen.

Anzahl gemeldeter Datenpannen 2017 / 2018

gestiegen um das...

Berlin	7,26-fache
Sachsen	13,48-fache
Bayern	18,16-fache
Niedersachsen	18,5-fache
Saarland	24,66-fache

Ulrich Kelber
Der Bundesbeauftragte für den Datenschutz und die Informationsfreiheit

„In der Regel ist Datenschutz aber nicht Hemmschuh, sondern eher Innovationsquelle, Beschleuniger und Alleinstellungsmerkmal für Produkte und Dienstleistungen. Wenn wir mit ‚privacy by default‘ und ‚privacy by design‘ in Europa und Deutschland Spitzenreiter bei datenschutzkonformen Dienstleistungen und Produkten werden, dann dient das nicht nur unseren Bürgerinnen und Bürgern, sondern ist auch ein wirtschaftlicher Vorteil.“

„Die große Zahl der Beratungswünsche sowie die expliziten Beschwerden deuten darauf hin, dass hier eine gesteigerte Sensibilisierung stattgefunden hat. Insofern kann man sagen, dass die DSGVO mit Blick auf die Betroffenen Wirkung gezeigt hat. Auch in den Unternehmen hat sich einiges verändert. Das Bewusstsein für den Datenschutz und das Verständnis für die eigene Verantwortung bei der Verarbeitung von Daten hat auch hier deutlich zugenommen.“

Martin Schemm
Pressesprecher beim Hamburgischen Beauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit

Was hat sich verändert?

Dr. Imke Sommer
Die Landesbeauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit (Bremen)

„Dass sich die Rolle der datenschutzrechtlichen Aufsichtsbehörden verändert hat, ist fast überall angekommen. Das zeigt sich beim Umgang mit Verantwortlichen.“

Was wünschen Sie sich für die Zukunft der DSGVO?

Maja Smoltczyk
Berliner Beauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit

„Ich wünsche mir ein breites Verständnis dafür, dass Datenschutz kein Hemmnis des Fortschritts ist, sondern ein wichtiges Korrektiv für die fortschreitende Digitalisierung.“

„Mit Blick auf global agierende Internetkonzerne muss es den Aufsichtsbehörden gelingen, den Datenschutz gemäß DSGVO durchzusetzen und dazu – wo nötig – schnelle und wirksame Verfahren einzuleiten und durchzuführen. Es wird sich hier zeigen, ob der Europäische Datenschutzausschuss und die darin vertretenen nationalen Behörden es schaffen, einen einheitlichen und effektiven Schutz der Rechte und Freiheiten Betroffener in diesem Bereich herzustellen. Dies ist eine ganz zentrale Frage, die über Erfolg oder Misserfolg der neuen Regelungen letztlich entscheidet.“

Martin Schemm
Pressesprecher beim Hamburgischen Beauftragten für Datenschutz und Informationsfreiheit

Marit Hansen
Landesbeauftragte für Datenschutz Schleswig-Holstein

„Dass die Hersteller und Anbieter nun zügig von Anfang an Datenschutz in ihre Produkte und Services einbauen und damit endlich gute, datenschutzkonforme und einfach benutzbare Alternativen auf dem Markt verfügbar sind. Denn leider dominieren in vielen Bereichen immer noch datengierige Produkte und ethisch und rechtlich problematische Geschäftsmodelle. Stattdessen brauchen wir Best Practices und vorbildliche Musterlösungen, damit nicht jeder kleine Anwender befürchtet, das Rad neu erfinden zu müssen.“

Dr. Harald von Bose
Landesbeauftragter für den Datenschutz Sachsen-Anhalt

„Der Einstieg in das neue europäische Datenschutzrecht ist weitgehend gelungen. Nun kommt es darauf an, Datenschutz als gelebte Routine im Alltag von Unternehmen und Behörden zu verwirklichen. Ein kluger Datenschutz ist für die Verantwortlichen Auftrag und Chance zugleich.“

Datenschutz neu gedacht

Der Beratungsbedarf von Unternehmen, Behörden und Vereinen ist um ein Vielfaches gestiegen. Für Unternehmensberatungen und freiberufliche Datenschutzbeauftragte begann im Mai 2018 eine neue Ära.

Text: Nina Richard

Externe Datenschutzbeauftragte existierten bereits vor Ende der Übergangsfrist der DSGVO. Nach diesem Datum allerdings konnte man sich vor Angeboten kaum noch retten. Der Wettbewerb am Markt erhöhte sich enorm. Wodurch es plötzlich klassische Niedrigpreisangebote an den Markt schafften. Mit Lockangeboten, wie „in nur fünf Schritten zur DSGVO“ oder „DSGVO-konform für nur 50 Euro im Monat“, wurde der Nachfrage Rechnung getragen. Welche Leistungen hier im Hintergrund standen oder wieviel Know-how die Anbieter hatten, schien zweitrangig.

Datenschutz war kein neues Thema

Viele Aspekte, die die DSGVO forderte, waren nicht neu. „Für uns schien der mediale Aufschrei, der kurz vor Mai 2018 auf uns einprallte, völlig überzogen“, erzählt Prof. Dr. Thomas Jäschke. „Bereits vorher hatten ich und mein Team einen sehr hohen Anspruch an datenschutzrelevante Thematiken.“

Die ungeklärten Aspekte und großen Fragezeichen in Bezug auf die rechtliche Auslegung und praktische Umsetzung, die Begrifflichkeiten wie „Stand der Technik“ oder Datenschutzfolgenabschätzung mit sich brachten, waren auch in der Beraterszene gegeben – und sind auch bis heute nicht final geklärt.

Auch die Erwartungen der Kunden waren groß. So erwartete der eine oder andere aufgrund solcher Angebote, dass sie tatsächlich in nur einer Woche komplett auf die DSGVO eingestellt wären. Doch die Prozesse, Dokumente und Aufwände, die im Hintergrund tatsächlich auf den Kunden warteten, bedeuten viel Arbeit.

Völlig unterschätzt wurde der dennoch plötzlich auftretende und exponentiell steigende Umfang innerhalb der Beratung. Kernthemen waren 2018 beispielsweise die Prüfung von Verträgen zur Auftragsverarbeitung, die Erstellung von Datenschutzerklärungen und die Unterstützung bzw. Beratung bei der Bearbeitung der Fälle „Inanspruchnahme von Betroffenenrechten“ unserer Kunden.

Hier gab es jeweils einen signifikanten Anstieg:

Erstellung Datenschutzerklärung: um das 6,5-Fache
Betroffenenrechte: um das 18,28-Fache
AV-Verträge: um das 5,06-Fache

Darüber hinaus kamen für Beratungsunternehmen die Anforderungen an ein Datenschutzmanagementsystem. Die Entwicklung eines neuen Managementansatzes, der alle Aspekte von der strategischen Ebene, bis hin zur Umsetzung abbildet, bindet enorme Ressourcen und muss nach und nach in der Praxis erprobt werden.

Datenschutzberater mussten Prozesse und Datenschutzmanagementsysteme entwickeln und Software bereitstellen. Ein langer Prozess – der bis heute andauert, aber noch lange nicht abgeschlossen ist. Förderlich ist allerdings die inzwischen eingetretene mediale Ruhe.

Softskills stehen plötzlich im Vordergrund

Darüber hinaus reicht es heute nicht mehr, wenn man als DSB Kenntnisse im juristischen Bereich vorweisen kann. Als Allrounder muss man in der Lage sein, seine Interessen vor der Geschäftsführung durchzusetzen, so viel Sensibilität an den Tag zu legen, dass man mit Einfühlungsvermögen ins operative Geschäft eingreifen kann und Expertenwissen in den Bereichen BWL, IT und Jura vorweisen.

Alexander Vogel
Berater Datenschutz
bei der DATATREE AG

Hanjo Tewes
Berater Datenschutz
und Datenschutzbeauftragter
bei der DATATREE AG

Ein Jahr DSGVO haben wir nun hinter uns. Wie haben Sie dieses empfunden?

Ich habe das vergangene Jahr als sehr intensiv und schnelllebig wahrgenommen. Häufig begegnete mir auch Unsicherheit in Bezug auf die Interpretation und Umsetzung des Datenschutzes, der ich entgegenwirken musste.

Dieses Jahr war sicherlich sehr hektisch, weil wir viel Arbeit und fast täglich neue Herausforderungen hatten. Andererseits hat dies innerhalb des Beraterteams auch gezeigt, wie wichtig ein interdisziplinäres Team ist.. Bei aller Hektik hat es sehr viel Spaß gemacht, neue Prozesse und Modelle zu entwickeln und einzusetzen. Die Synergie in diesem Team war und ist noch heute toll.

Was war für Sie persönlich die größte Herausforderung?

Eigentlich gab es zwei große Herausforderungen: Ich musste mit vielen Vorurteilen gegenüber der DSGVO aufräumen und darüber hinaus Unternehmen motivieren, Datenschutz als Gemeinschaftsthema zu sehen, welches auch in der Gemeinschaft umzusetzen ist.

Im letzten Jahr hatten wir zunächst eine unglaubliche Masse an Arbeit zu bewältigen, da natürlich bei allen Kunden viele Änderungen vorzunehmen waren. Gleichzeitig war dieses Jahr geprägt durch eine große Unsachlichkeit. Durch die mediale Berichterstattung und die hohen Strafen in der DSGVO sind im letzten Jahr viele pauschale und undifferenzierte Antworten für den Bereich Datenschutz propagiert worden.
In dieser Konstellation in Ruhe und sachlich die Themen mit den Kunden zu bearbeiten, bedurfte einer hohen Awareness.

Was hat sich verändert?

Das Thema Datenschutz wird inzwischen in vielen, insbesondere in größeren Unternehmen, vermehrt als Qualitätsmerkmal angesehen. In den letzten Monaten ist die Wahrnehmung signifikant gestiegen. Leider haftet dem Thema teilweise immer noch eine geringe Wertschätzung an.

Zunächst haben wir am 26. Mai festgestellt, dass die Welt sich immer noch weiterdreht und dass Lothar Matthäus immer noch Fußball moderiert. Entgegen mancher Aussagen ist die Welt nicht untergegangen.
Im Gesamtkontext habe ich das Gefühl, dass der Datenschutz eine andere Rolle eingenommen hat. Er wird inzwischen selbstverständlicher, egal ob im Einkaufsladen oder beim Arzt, inzwischen fällt eher derjenige auf, der seine Informationspflichten nicht erfüllt. Das war vor einem Jahr definitiv noch anders.

Wenn Sie in Bezug auf die Umsetzung der DSGVO einen Wunsch frei hätten – was würden Sie sich wünschen?

Ich würde mir wünschen, dass die bestehende Aufmerksamkeit für das Thema bei Unternehmen, wie auch Betroffenen bestehen bleibt, hier aber mehr Sachlichkeit in Datenschutzdiskussionen gebracht wird und dieser nicht mehr als Verhinderer gesehen wird.

Auch wenn ich keine konkrete Umsetzungsidee habe, eine sehr sehr starke Vereinfachung für kleine Vereine, das Ehrenamt und z. B. Kirchengemeinden. Diese Bereiche, die meiner Erfahrung nach häufig nur noch von wenigen stark engagierten Personen aufrechterhalten werden, erschlägt dieses Thema sehr häufig.

Mit dem bürokratischen Monster auf Tuchfühlung

Als Unternehmen kann man es sich inzwischen nicht mehr erlauben, sich nicht mit dem Thema Datenschutz zu beschäftigen. Das war unter dem alten BDSG anders. Die Pflicht bestand zwar, das Risiko negativ aufzufallen war aber definitiv geringer und das daraus resultierende wirtschaftliche Risiko besser kalkulierbar. Zum 25. Mai 2018 befürchteten viele Unternehmen, Vereine und Träger das völlige Chaos. Zu Recht? Viele Befürchtungen, die im Vorfeld zur Diskussion standen, waren unbegründet.

Text: Jörg Fecke

Die DSGVO hat sicherlich für die ein oder andere Überstunde gesorgt. Wenn man interne Datenschutzbeauftragte fragt, so kommt ein erstaunlich positives Feedback. Viele freuen sich über die gestiegene Aufmerksamkeit bei Mitarbeitern und Kollegen. Der Umgang mit Daten, egal ob von Kunden, Partnern oder Unternehmensinterna, ändert sich gerade signifikant. Nach wie vor gibt es viel zu tun. Die Umsetzung ist bei Weitem noch nicht überall vollständig abgeschlossen und wird es aller Voraussicht auch niemals werden. Zu organisch ist das Thema. Zu oft entstehen durch technische Innovationen neue Anforderungen an den Datenschutz. Dennoch, mit dem Inkrafttreten der DSGVO zeigt sich, dass man Hindernisse mit fortschrittlichen Denkansätzen bewältigt. So entstehen ständig neue innovative Lösungen, wie etwa der Online-Lerncampus des Landesverbandes Nordrhein des Deutschen Roten Kreuzes. //

Sascha Wiskandt
Senior Berater, CAS AG

„Man ist sensibler und vorsichtiger im internen und auch im externen Umgang mit Daten und deren Bedeutung für Kunden, Partner, Mitarbeiter oder sich selbst geworden. Die DSGVO hat somit für ein Umdenken bei den Beteiligten geführt.“

Frank Markowski
Beauftragter für Datenschutz und Informationssicherheit, DRK LV-Nordrhein

„Die größte Herausforderung war es, quasi aus dem nichts eine Organisation von Grund auf aufzubauen. Außerdem herrscht oft eine große Diskrepanz zwischen Theorie und Praxis. Was in der DSGVO steht, lässt sich auf den ersten Blick manchmal sehr schwer umsetzen.“

Jürgen Hirsch
Geschäftsführer, Qyde GmbH

„Das Thema Auftragsdatenverarbeitung erfordert heute ungleich höhere Voraussetzungen. Diese auch schon bei Pilotprojekten zu gewährleisten, steigert unsere internen Aufwände und Kosten beträchtlich.“

Vertauscht und abserviert!

Ein Erfahrungsbericht über vertauschte Identitäten und falsch verstandenen Datenschutz

Kommentar: Thomas Jäschke

Mit der DSGVO erhielten Betroffene ein wirksames Werkzeug zum Schutz ihrer eigenen Daten, besonders der digitalen Daten. Manchmal treibt dieser Schutz allerdings seltsame Blüten. Wie seltsam durfte ich vor einiger Zeit persönlich erfahren.

Kurz vor Ostern klingelt das Telefon. Mein Bankberater teilt mir in leicht aufgeregtem Ton mit: „Herr Jäschke, wir haben einen Eintrag einer Auskunftei vorliegen. Kredit in Abwicklung! Können Sie sich das erklären?“ Kann ich natürlich nicht, sollte

So macht der Datenschutz mich zum Opfer

ich aber. Die Kreditabteilung ist schon in heller Aufregung, ein weiteres Geldinstitut kündigt kurzerhand das Girokonto. Eher zufällig erfahre ich während einer Online-Bestellung von der Sperrung meiner Kreditkarte. Was ist passiert? Eine große Auskunftei hat über mich einen Eintrag angelegt. Auf den haben so ziemlich alle meiner Geschäftspartner Zugriff, ich werde allerdings nicht informiert.

Um es kurz zu machen: Es handelt sich um eine Verwechslung. Irgendein Thomas Jäschke aus einer anderen Stadt hat seine Rechnung in irgendeinem Onlineshop nicht bezahlt. Das geschädigte Unternehmen meldet sich bei einer Auskunftei. Thomas Jäschke hat den berühmten Eintrag in den Akten, der über Wohl und Wehe bei so ziemlich allem, was mit Geld zu tun hat, entscheidet. Dummerweise der falsche Thomas Jäschke, also ich.

Auf der Suche nach Antworten habe ich während und nach den Osterfeiertagen Stunden in diversen Hotlines verbracht, mit den Vorzimmerdamen hanseatischer Rechtsanwaltskanzleien telefoniert und einen neuen Rekord im Verbrauch blutdrucksenkender Mittel aufgestellt. Die häufigste Antwort während all der Telefonate: „Tut uns leid Herr Jäschke, das können wir Ihnen aus Datenschutzgründen nicht mitteilen. Es handelt sich ja offensichtlich nicht um Sie.“ Ihr habt aber meine Geldinstitute und Kreditkartenbetreiber in Panik versetzt. Das sitzt. Als Datenschutzbeauftragter für kleine, mittlere und große Unternehmen liegt mir das Thema Datenschutz wirklich am Herzen. Mein Verständnis hält sich aber in diesem Fall in sehr engen Grenzen. Wenn Täter geschützt und Opfer bei ihrem verzweifelten Versuch, ihre Unschuld zu beweisen im Namen des Datenschutzes keinen Schritt weiterkommen, dann ist etwas faul im Lande der DSGVO. So funktioniert Datenschutz eben nicht, sondern muss als Sündenbock für ungenügende Unternehmensprozesse herhalten.

Info

So erhalten Sie Auskunft über die von Ihnen gespeicherten Daten

Falls Ihnen einmal die Auskunft mit dem Hinweis „Das können wir aus Datenschutzgründen nicht!“ verweigert wird, stellen Sie ein Auskunftsersuchen gemäß Artikel 15 der DSGVO. Damit haben Sie das Recht auf Auskunft aller über Sie gespeicherten Daten. Eine mündliche Anfrage nach den Daten reicht völlig aus. Die Anfrage muss übrigens innerhalb eines Monats beantwortet werden. Was das in meinem Fall bedeutet? Ich halte Sie auf dem Laufenden.

Freiwillige vor – Datenschutzbeauftragte gesucht

Wieso wird man eigentlich Datenschutzbeauftragte? Und wie überhaupt? Kathrin Leister aus Gelsenkirchen zeigt ihren Weg und nennt Chancen und Herausforderungen ihrer neuen Rolle.

Text und Interview: Jörg Fecke

KATHRIN LEISTER

ist über den Bundesfreiwilligendienst zu ihrem jetzigen Arbeitgeber, dem Caritasverband Gelsenkirchen, gekommen. Nach der Ausbildung zur Kauffrau im Gesundheitswesen arbeitet die 23-Jährige seit Februar 2018 im Behindertenheim St. Rafael in Gelsenkirchen Horst. Nebenbei studiert sie an der FOM, der Hochschule für Berufstätige, Gesundheit & Soziales Management. Den Lehrgang zur Datenschutzbeauftragten schloss die junge Karrierefrau im Herbst 2018 ab.

Kathrin Leister an der Buttonmaschine.

Was wären wir nur ohne sie? Sie übernehmen Verantwortung, stellen Weichen und kämpfen gegen Windmühlen – unsere Datenschutzbeauftragten. Und doch haben sie es nicht immer leicht, müssen mit dem Budget, anderen Kerntätigkeiten und zu wenig Zeit balancieren. Der eine oder andere wurde von der neuen Position vielleicht sogar überrascht und bekommt nicht

Der allwissende Datenschutzbeauftragte

immer die Unterstützung, die er sich von Kollegen oder der Geschäftsführung wünscht. Die Datenschutzgrundverordnung verschärfte die Erwartungen. Zur optimalen Aufgabenerfüllung benötigen Datenschutzbeauftragte ganz bestimmte Kompetenzen und Fähigkeiten. Doch die haben es in sich. Betrachtet man das Berufsbild des BvD oder der GDD bekommt man schnell das Gefühl, Datenschutzbeauftragte müssen allwissend sein. Eine Art Eier legende Wollmilchsau, die Fachwissen im Datenschutzrecht hat, Branchen-Know-how mitbringt und sich darüber hinaus aber auch auf der IT-Ebene auskennt. Auch Softskills wie Organisationstalent, Projektmanagement, Kommunikations- und Präsentationstechniken sind von Vorteil. Eins wird dabei deutlich: Der Beruf des Datenschutzbeauftragten ist eine Herausforderung auf vielen Ebenen. Wer jetzt gerne lesen würde, dass die aufgeführten Fähigkeiten in der Praxis nicht relevant sind, dem muss an dieser Stelle der Zahn gezogen werden. Denn die Massen an Datenströmen, die bewältigt werden, sind in ihrer Komplexität kaum noch erfassbar. Auch wenn Datenschutzbeauftragte keine IT-Experten sein müssen, ein solides Grundlagenwissen ist unverzichtbar.

Gemeinsam mit der BCW-Gruppe, zu der auch die FOM Hochschule für Oekonomie & Management gehört, konzipierten die Experten der DATATREE AG den Lehrgang zum Datenschutzbeauftragten. Mit dem Lehrgang entsteht so ein Angebot, das es den Absolventen ermöglicht, souverän alle Aufgaben eines Datenschutzbeauftragten zu erfüllen. Ein erstes Fazit zieht Kathrin Leister. Die Kauffrau im Gesundheitswesen absolvierte den Lehrgang im BCW vor einigen Monaten und fungiert nun als Datenschutzbeauftragte des Caritasverbandes Gelsenkirchen.

Frau Leister, wieso haben Sie eigentlich die Ausbildung zur Datenschutzbeauftragten absolviert?

Na ja, letztes Jahr war das Thema ja bestimmend in den Medien. Ich arbeite bei der Caritas in Gelsenkirchen und bin für die Buchhaltung und organisatorischen Aufgaben eines Wohnheims mit 39 Bewohnern zuständig. Für Datenschutzfragen hatten wir bisher einen externen Berater. Durch mein berufsbegleitendes Studium an der FOM bin ich auf den Lehrgang aufmerksam geworden. Meine Vorgesetzten fanden die Idee, dort den Lehrgang zu absolvieren, ganz ausgezeichnet.

Vollzeit die Buchhaltung und sämtliche Organisation in einer Einrichtung mit 39 Bewohnern übernehmen, nebenbei studieren und zusätzlich noch einen Lehrgang absolvieren, klappt das reibungslos?

So komisch es klingt, das Studium hat mir wertvolle Dienste geleistet. Immerhin studiere ich seit sieben Semestern berufsbegleitend. Das heißt, nach der Arbeit ist nicht Feierabend, sondern es geht in die Uni. Das war am Anfang schon eine Herausforderung, ich hatte auch zwischenzeitlich ein wenig Sorge, dass das vielleicht zu viel wird. Mit ein bisschen Zeitmanagement habe ich das aber ganz gut hinbekommen. Die zehn Sitzungen zum Datenschutzbeauftragten in den Abendstunden wirkten daher nicht mehr ganz so abschreckend. Andere hatten es allerdings noch ein wenig schwerer. Ein Teilnehmer setzte sich nach Feierabend in den Zug nach Essen, besuchte den Kurs und fuhr anschließend nach Hause; nach Hannover. Fünf Stunden Zugfahrt ist schon ziemlich heftig.

„Ich hatte auch zwischenzeitlich ein wenig Sorge, dass das vielleicht zu viel wird."

Wie fällt denn das persönliche Fazit zu dem Kurs aus?

Durchweg positiv, ich habe den Kurs auch schon weiterempfohlen. Die Inhalte wurden sehr schlüssig vermittelt und je nach Thema gab es verschiedene Dozenten. Das war richtig gut, so kam nie Langeweile auf.

Gab es auch eine kritische Situation?

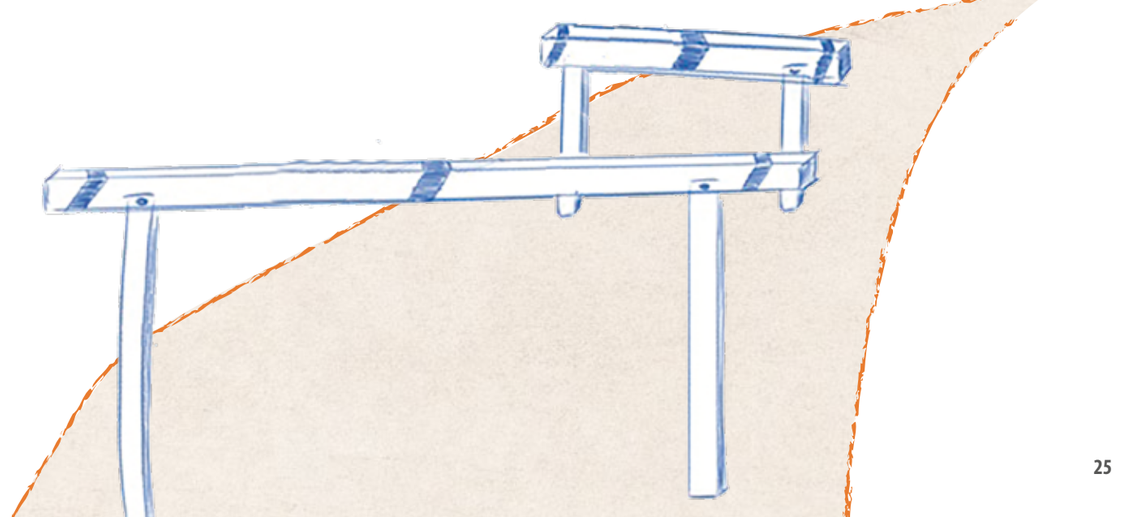
Ja, die gab es auf jeden Fall. Das Thema IT-Sicherheit war schon eine ziemliche Herausforderung. Ich benutze zwar täglich meinen PC, aber da ging es doch schon etwas tiefer in die Thematik. Da half nur lernen, hat am Ende aber auch funktioniert. Die Prüfung habe ich erfreulicherweise mit 89 von 95 Punkten abgeschlossen.

Was wird positiv in Erinnerung bleiben?

Mir hat besonders gut gefallen, dass ich mit Menschen aus ganz verschiedenen Bereichen über das Thema Datenschutz sprechen konnte. So bekam ich einzigartige Einblicke. Ich war auch mit Abstand die jüngste Teilnehmerin. Es ist durchaus sinnvoll, sich mit 23 Jahren und noch ziemlich am Beginn der eigenen Karriere mit Geschäftsführern auszutauschen.

Wie hat sich das Thema Datenschutz auf den Arbeitsalltag ausgewirkt?

Neben mir ist noch eine weitere Kollegin für den Datenschutz im Caritasverband Gelsenkirchen zuständig. Wir treffen uns jede Woche und setzen uns einige Stunden mit dem Thema Datenschutz auseinander. Einmal im Monat tauschen wir das weitere Vorgehen mit der Leitungsebene aus.



Wie kann man sich das konkret vorstellen?

In den ersten Monaten haben wir uns mit nichts anderem beschäftigt als einer Strategie zur Etablierung von Standards, die garantieren, dass der Datenschutz in jedem Fall bei uns gesichert ist. Inzwischen sind wir dabei, diese Standards in den Alltag zu integrieren. Hier stehen wir noch am Anfang. Immerhin hat der Datenschutz seit einem Jahr eine völlig neue Rolle bei uns eingenommen. Manch einer wünscht sich auch ein bisschen die alten sorglosen Zeiten zurück.

Wie geht man mit diesem Widerstand um?

Das geht nur, indem man auf die starken Änderungsprozesse in Bezug auf Daten und Datenschutz hinweist. Bei uns fallen in digitaler Form inzwischen immer mehr personenbezogene, also sensible Daten an. Das gab es in dieser Form vor ein paar Jahren noch nicht. Bestes Beispiel ist hierbei das Smartphone. Wenn wir heute Veranstaltungen haben, dann müssen wir die Leute darauf hinweisen, dass eben nicht jeder jeden fotografieren und in den sozialen Medien veröffentlichen darf. Das Recht am eigenen Bild gab es auch schon vor der DSGVO, allerdings sind die Missbrauchsmöglichkeiten heute viel zahlreicher. Da muss ein Stück weit einfach das Bewusstsein geschärft werden und ich bin sehr optimistisch, dass wir das auch schaffen.

„Da muss ein Stück weit einfach das Bewusstsein geschärft werden."

Wie ist denn die persönliche Meinung, hat sich die Ausbildung zum Datenschutzbeauftragten gelohnt?

Ich halte den Datenschutz gerade auch in unserem Kontext für sehr sinnvoll. Wir arbeiten mit Menschen zusammen, da fallen massenweise Daten an. Daten, die eben einen besonderen Schutz verdient haben. Darauf legen wir großen Wert. Nach wie vor holen wir uns auch noch Beratung von außen, zum Beispiel bei Themen wie der Auftragsvergabe. Mit unserem externen Berater stehe ich in regelmäßigem Kontakt.

DATATREE-AKADEMIE

Immer auf dem neuesten Stand – egal, ob es um Ihre Fachkompetenz innerhalb gesetzlicher Komponenten oder um branchen- und fächerübergreifendes Know-how geht.

LEHRGANG
August/September
Datenschutzbeauftragte/r
Standorte: Essen, Dortmund, Düsseldorf
Kompaktseminare oder Abendlehrgang

FACHTAGUNG
23. September
Datenschutz in der Medizin
Wiesbaden

EXPERTENKREIS - ARBEITSTREFFEN
2. Juli, 1. Oktober, 5. Dezember 2019
Treffen der Initiative für Informationssicherheit im Gesundheitswesen
für CISO, IT-Leiter, Geschäftsführer, Datenschutzbeauftragte
Dortmund oder Düsseldorf

Neue Termine für Datenschutzbeauftragte und Interessierte mit Basiswissen:

SEMINAR
3. Juni, 10. September, 11. November 2019
Datenschutz für Datenschützer
Dortmund oder Düsseldorf

KAMINABEND
24. September 2019
DSB-Kaminabend
Düsseldorf

Ihr direkter Kontakt zu uns: nina.richard@datatree.eu

Weitere Informationen finden Sie hier.

Informationspflichten in der DSGVO

Kaum ein Stichwort hat beim Thema DSGVO für so viel Aufmerksamkeit und gleichzeitig Verunsicherung gesorgt wie die Informationspflichten. Dies liegt vor allem an dem enorm gewachsenen Ausmaß. Doch der erste Eindruck täuscht. Wer einige einfache Regeln beachtet, ist in der Regel auf der sicheren Seite.

Text: Sina Rochow und Sinem Koca

Die wichtigste Frage, wer überhaupt Informationspflichten hat, lässt sich erfreulich leicht beantworten. Laut Bundesverfassungsgericht ist das „Wer was wann und bei welcher Gelegenheit über Sie weiß" (BVerfGE 65,1 – Volkszälungsurteil). Also eigentlich alle, die in ihrem Alltagsgeschäft personenbezogene Daten erheben, unter anderem auch Arztpraxen, Pflegeheime und Krankenhäuser. Viele fragen sich jetzt: „Warum dieser Aufwand?". Die Antwort ist einfach: Weil der betroffene Bürger ein Recht hat zu erfahren, was mit seinen Daten geschieht. Es geht also zu einem Großteil schlicht um Transparenz und Aufklärung.

Muss mit hohen Strafen gerechnet werden?

Seit Inkrafttreten der DSGVO und damit der aktuellen Informationspflichten kursieren wildeste Gerüchte zu dem Thema: Werden meterlange Aushänge in jeder Arztpraxis, für jeden immer gut einsehbar, zur Pflicht? Drohen bei Verstößen bis zu 20.000.000 € Strafe oder gar Haft? Müssen wir uns auf Auszüge von Gesetzestexten in jeder banalen Alltagssituation einstellen? Hier kann Entwarnung gegeben werden. So schlimm ist es bei Weitem nicht.

Streng genommen müssen alle Betroffenen über die Informationspflichten in Kenntnis gesetzt werden. In jeder Situation den kompletten Katalog mit Erläuterungen zur Verfügung zu stellen, ist nicht nur unpraktikabel, sondern auch nicht notwendig. Es reicht völlig aus, betroffene Personen darauf hinzuweisen, dass die Informationspflichten einsehbar sind. Dies muss allerdings ab dem Zeitpunkt der Datenerhebung geschehen. Das Gesetz lässt wenig Verhandlungsspielraum. Im schönsten Behördendeutsch heißt es: Informationen müssen in präziser, transparenter, verständlicher und leicht zugänglicher Form, in einer klaren und einfachen Sprache, mündlich, schriftlich oder elektronisch den betroffenen Personen zur Verfügung gestellt werden (Art. 12 Abs. 1 DSGVO).

Direkte vs. indirekte Datenerhebung

Die Datenschutzgrundverordnung unterscheidet zwischen direkter und indirekter Datenerhebung. Direkte Erhebungen führen Sie selbst durch, indirekte kommen dagegen von Dienstleistern. Wenn Sie auf Daten aus einer indirekten Datenerhebung zurückgreifen, müssen Sie Ihre Quellen offenlegen (Artikel 14, DSGVO) .

Vorsicht bei Fake-Abmahnungen

In regelmäßigen Abständen kursieren Abmahnungen per Mail. Diese berufen sich regelmäßig auf Verstöße gegen die DSGVO insbesondere die Informationspflichten. In den allermeisten Fällen handelt es sich dabei um Fakes mit einem unbekannten Anhang. In solchen Fällen den Anhang auf gar keinen Fall öffnen und die Mail schlicht ignorieren.

Diese Anforderungen müssen Sie erfüllen

Wie können die Informationspflichten übermittelt werden? Was müssen sie beinhalten? Was ist gar nicht zwingend erforderlich? Unsere Checklisten liefern Antworten.

Info

Je nach Situation und Verwendungszweck kann die Information zum Datenschutz den Betroffenen auf folgenden Wegen zur Verfügung gestellt werden:

- Aufsteller im Wartezimmer
- Aushang
- Vertragsanhang
- Angebotsanhang
- Kundenmappe
- Signatur
- Webseite
- Intranet
- Integration im Bestellprozess

Nutzen Sie für das Formular zur Informationspflicht eine kurze Einleitung, wie zum Beispiel:

Informationspflichten nach DSGVO

„Mit den nachfolgenden Angaben möchten wir unserer Verpflichtung nach einer transparenten Information über die Verarbeitung Ihrer Daten, Rechtsgrundlagen, Aufbewahrungsfristen und mögliche Empfänger von Daten nachkommen. Weiterhin informiert Sie dieses Schreiben über Ihre Rechte im Bereich des Datenschutzes."

Nun ist die betroffene Person schon einmal grundsätzlich informiert.

Folgende Checkliste soll Sie bei der Erstellung einer Information zum Datenschutz unterstüzen:

INFORMATIONS-PFLICHTEN – diese Punkte sind ein Muss

Datenschutzbeauftragte/r

Alle Fragen rund um den Datenschutz beantwortet der Datenschutzbeauftragte. Auch hier gilt: Kontaktdaten nicht vergessen, der Name allein ist keine ausreichende Information.

Verantwortliche/r

Verantwortliche für die Datenverarbeitung müssen in jedem Fall genannt werden. Ein Name allein reicht allerdings nicht. Der Name der Einrichtung und Kontaktdaten sind unerlässlich.

Zweck

Bei jeder Datenerhebung gilt die Informationspflicht über den Zweck der Verarbeitung. Bei der Verarbeitung personenbezogener Daten zur Wahrung eines berechtigten Interesses müssen die Gründe dafür ebenfalls genannt werden.

Speicherdauer

Nicht vergessen: Immer die Speicherdauer mitteilen!

Beschwerderecht

Die betroffene Person muss ausdrücklich auf ihr Beschwerderecht bei der zuständigen Aufsichtsbehörde hingewiesen werden.

Auskunft, Berichtigung, Löschung, Einschränkung

Die betroffenen Personen haben darüber hinaus das Recht auf Auskunft, Berichtigung, Löschung, Einschränkung der Verarbeitung und einen Widerspruch gegen die Verarbeitung. Ebenfalls muss auf das Widerspruchsrecht einer bereits erteilten Einwilligung hingewiesen werden.

WAS SIE NOCH PRÜFEN SOLLTEN...

Sie geben die personenbezogenen Daten zur Verarbeitung an Dritte weiter? Zum Beispiel an Ihren IT-Dienstleister? Prima, alles kein Problem, aber machen Sie auch dies transparent.
In manchen Fällen werden Daten in Drittstaaten vermittelt, auch in diesem Fall müssen die betroffenen Personen darüber informiert werden.

Greifen Sie rechtmäßig auf Profiling-Maßnahmen oder eine automatisierte Entscheidungsfindung zurück? Bitte berücksichtigen Sie, dass die betroffenen Personen auch über die Auswirkungen dieser Verfahren informiert gehören.

Fazit

Letztendlich stellen sich die Informationspflichten bedeutend harmloser dar, als sie in der allgemeinen Aufregung der letzten Monate diskutiert wurden. Was die Sache ungemein erleichtert: Es reicht, Betroffenen die Informationen zur Kenntnisnahme bereitzustellen. Und auch in diesem Fall gilt, den Patienten, Angehörigen oder Mitarbeiter nicht mit allen zwölf Pflichten direkt zu konfrontieren. Vielmehr sollte gezeigt werden, wo Betroffene sich informieren können, wenn sie wollen. Richtig und wichtig ist bei der Formulierung der Informationspflichten, auf eine einfache und verständliche Sprache zu achten. Die Informationspflichten unterscheiden sich bei näherer Betrachtung in ihrem Wesen gar nicht so sehr von der DSGVO. Professor Thomas Petri, Datenschutzbeauftragter Bayerns, formulierte treffend: „Im Moment klammern sich viele Verantwortliche an den Wortlaut der DSGVO. Viel wichtiger wäre es aber, wenn sie bei der Umsetzung stärker auf den Sinn der Vorschriften achten würden.“

SINA ROCHOW UND SINEM KOCA

sind Datenschutzberaterinnen für das Gesundheitswesen bei der DATATREE AG. Sie verfügen aufgrund jahrelanger beruflicher Erfahrung im medizinischen Sektor über das nötige Gespür gerade in Bezug auf hochsensible personenbezogene Daten. Beide sind maßgeblich mit der Betreuung von Klinikketten, medizinischen Versorgungszentren, Apotheken und radiologischen Praxen betraut. Ihr Portfolio umfasst die vollständige Prozessberatung, insbesondere bei der Implementierung des Datenschutzmanagementsystems (DSMS). Darüber hinaus sind sie verantwortlich für Datenschutzerklärungen, die Durchführung von Datenschutz-Assessments sowie die Prüfung, Ausgestaltung und Umsetzung von AV-Verträgen. Mit viel Herzblut beraten Sina Rochow und Sinem Koca täglich aufs Neue ihre Kunden in allen Fragen rund um das komplexe Themenfeld Datenschutz.

Erfolgreiche Digitalisierung

Das Digital Hub Modell der Digital Avantgarde

Text: Prof. Dr. Thomas Jäschke

Die Digitalisierung verändert bereits heute sämtliche Wirtschaftszweige tiefgreifend und wird sich künftig weiter verstärken. Noch stehen viele Unternehmen am Anfang einer tiefgreifenden Transformation.
Doch insbesondere durch stark gestiegenen Wettbewerbs- und Kostendrucks in Kombination mit der schnellen Etablierung von innovativen und disruptiven Technologien sowie der veränderten Kundenerwartung bei den Patienten und Partnern treiben auch hier die digitale Transformation mit Hochdruck voran.
Digitalisierte Geschäftsmodelle, neue digitale Produkte und Services in Europa und den USA werden von den Verantwortlichen wahrgenommen und als wünschenswert für das eigene Unternehmen betrachtet. Doch sind viele Firmen noch unschlüssig, wie sie mit den aktuellen Veränderungen umgehen und diese ganzheitlich auf die Vision, die Werte und die Strategie sowie das eigene Geschäftsmodell übertragen und anwenden können.

Das Digital Hub ist ein, von der Digital Avantgarde GmbH, entwickeltes Reifegradmodell. Es hilft dabei, strukturiert den Reifegrad eines Unternehmens im Hinblick auf die digitale Transformation zu bestimmen, sowie den Vergleich zu anderen Marktteilnehmern zu ziehen.
Es ist der erste Schritt auf dem Weg hin zum digitalen Unternehmen.

Dieses Modell zeichnet sich dadurch aus, dass es die digitale Transformation in ihren Einzelheiten betrachtet. Es definiert diese als Summe von zehn Kerndimensionen („Infrastruktur & Betrieb“, „Compliance & Sicherheit“, usw.) und drei Querschnittsbereichen („Stakeholder“, „Qualität“ und „Governance, Risk und Compliance“).

*GRC: Governance, Risk und Compliance

Das Digital Hub ermöglicht es, dass zu jedem der zehn + drei Dimensionen eine gezielte Einordnung erfolgen kann. Anhand einer strukturellen Analyse über diesem Reifegradmodell kann der Digitalisierungsgrad der einzelnen Kompetenzen in Stufen gemessen werden.
Zu jedem dieser zehn + drei Elemente existiert ein speziell entwickelter Fragenkatalog, um den Reifegrad genau analysieren und einordnen zu können.

Die Querschnittsbereiche:
Die drei Querschnittsbereiche überschneiden sich mit den einzelnen Kernbereichen.
Sie spielen in jedem Bereich eine wichtige Rolle, weswegen es sinnvoll ist, diese in einer gesonderten Ebene zu betrachten. Die drei Querschnittsbereiche sind die Folgenden:

Stakeholder – Bei abteilungsübergeifenden Projekten rund um die digitale Transformation eines Unternehmens ist es wichtig, den Interessen und Anforderungen der unterschiedlichen Stakeholder gerecht zu werden. Nur, wenn die Stakeholder ins Boot geholt werden und diese einen klaren Mehrwert für ihren Bereich in dem Projekt sehen, kann das Projekt erfolgreich durchgeführt werden.
Es ist also essentiell, die Stakeholder frühzeitig zu kennen, deren Interessen zu erfahren und diese bereits im frühen Stadium der digitalen Strategie zu berücksichtigen.

Qualität – Die Qualität von Digitalisierungsprojekten wird durch den Grad zwischen Erwartungen (Soll) und Eigenschaften (Ist) eines Produktes definiert. Ein Projekt im Rahmen der digitalen Transformation kann nicht den maximalen Erfolg hervorbringen, wenn die Anforderungen nicht erfüllt werden oder erfüllt werden können. Daher ist es umso wichtiger, dass man sich bei der Planung keine unrealistischen Ziele setzt. Es sollte also stets darauf geachtet werden, dass Produkte und Abläufe ihren Erwartungen gerecht werden.

Gouvernance, Risk und Compliance – Das Zeitalter der Digitalisierung durchdringt immer mehr Lebens- und Arbeitsbereiche mit immer komplexeren IT-Lösungen. Es erfordert daher eine verstärkte interdisziplinäre Betrachtung und Diskussion unter Berücksichtigung neuartiger Governance-, Risiko- und Compliance-Fragestellungen (GRC- Fragestellungen). Denn nur wer die Gesamtsituation und die einhergehenden Wechselwirkungen richtig einschätzt, kann die passenden Governance-, Risiko- und Compliance- Strategien entwickeln und umsetzen. Hierfür ist das Verständnis von Ursache – Wirkungsketten hinter Governance- und Compliance-Fragen sowie Risiken ein wichtiger Baustein. Gerade die unternehmenspolitische Ausrichtung, die Frage der strategischen Orientierung, eine Sensibilität für juristische Fragen und das Bewusstsein für technische und nichttechnische Schwachstellen sind vor dem Hintergrund neuer IT-Lösungen von zentraler Bedeutung.

Die Kerndimensionen:
Die zehn Kerndimensionen hat die Digital Avantgarde als die zehn grundlegenden Erfolgsfaktoren der digitalen Transformation analysiert. Jeder dieser zehn Bereiche lässt sich separat bewerten und digital weiterentwickeln. Die zehn Kerndimensionen sind die Folgenden:

Prozesse & Services – Effiziente Prozesse sind eine der wichtigsten Grundlagen für die Wettbewerbsfähigkeit von Unternehmen. Die Optimierung geschäftlicher Abläufe mithilfe neuer Technologien ist daher schon seit jeher eine der zentralen Aufgaben von Geschäfts- und Technologieverantwortlichen. Im Zuge der Digitalisierung verändern sich allerdings die Anforderungen an Geschäftsprozesse ganz maßgeblich: Geschäftliche Abläufe müssen nicht mehr nur effizient und kostengünstig sein, sondern vor allem agil, anpassungsfähig individualisiert und hochgradig vorausschauend gestaltet werden. Die viel beschworene digitale Transformation muss somit neben Geschäftsmodellen und Unternehmenskultur auch die Prozesse im Fokus haben – eröffnen sich doch gerade durch die Digitalisierung von Geschäftsprozessen nicht selten Möglichkeiten für ein neues Kundenerlebnis, eine Produktinnovation oder gar eine Geschäftsmodell-Innovation.
Kunden stehen Kostensenkung und Effizienzsteigerung bei gleichbleibender Qualität zunächst im Fokus der Prozessoptimierung. Erst im Verlauf eines Projektes erkennen die Entscheider dann, welche weitreichenden neuen Möglichkeiten für innovative Kunden-Services sich zum Beispiel durch die Auswertung von Maschinendaten ergeben. Dann setzt der Aha-Effekt ein und wir kommen von der Kostenoptimierung zur Prozesstransformation und Service-Innovation!
Im Zuge der Digitalisierung nimmt die Geschwindigkeit, mit der sich die Rahmenbedingungen für Unternehmen verändern, massiv zu. Neue Produkte und Services erobern in immer kürzeren Abständen die Märkte und verschwinden manchmal genauso schnell wieder von der Bildfläche. Neue Wettbewerber revolutionieren traditionelle Marktstrukturen und erfordern von etablierten Playern erhebliche Veränderungen.
Die schnelle Anpassungsfähigkeit an sich wandelnde Markbedingungen wird damit zur zentralen Anforderung an Geschäftsprozesse und muss von der IT unterstützt werden. Starre Prozessmodelle und fest definierte Abläufe bieten nicht die notwendige Agilität, um im schnell wandelnden Marktumfeld wettbewerbs- und überlebensfähig zu bleiben.

Wissens- & Informationsmanagement – Unter das Wissensmanagement fallen sämtliche strategische Tätigkeiten und Managementaufgaben in Bezug auf den Umgang mit Wissen.
Ein wesentlicher Bestandteil davon ist unter anderem die Wissenserfassung und -verarbeitung, welche sich aus dem gegenwartsbezogenen Wissen und der Reproduktion bzw. dem Lernen zusammensetzen. Die zentrale Aufgabe des Wissensmanagements besteht also darin, Wissen in individuelle Intelligenz umzuwandeln.
Ein digital entwickeltes Wissensmanagement optimiert den Wissensaustausch unter Mitarbeitern z.B. durch Lehrgänge und stellt diesen auch Informations- und Kommunikationssysteme zur Verfügung.
Wie oft missverstanden, Informations- und Wissensmanagement sind nicht dasselbe.
Aufgabe eines guten Informationsmanagements ist nicht das betriebliche Lernen, sondern der Aufbau einer optimierten Informationsinfrastruktur, sowie deren Pflege und Instandhaltung. Ein strategisch ausgerichtetes Informationsmanagement bildet den Informationsworkflow eines Unternehmens detailgetreu ab und liefert so die nötige Transparenz, um Lücken im Informationsfluss des Unternehmens zu finden.
Das Informationsmanagement ist also Voraussetzung für weitere Digitalisierungsvorgänge und sollte daher eine hohe Priorität genießen.
In Unternehmen, die den Stellenwert des Informationsmanagements als Werkzeug effizienter Strukturen erkennen, unterliegt das gesamte Informationsmanagement meistens einem CIO (Chief Information Officer). Dieser sollte unter anderem dafür sorgen, dass die unternehmenseigene Informationsinfrastruktur stetig weiterentwickelt wird und neue Trends und Technologien eingebunden werden.

Integration & Interoperabilität – In der heutigen Welt, in der sich das Spektrum digitaler Systeme und Prozesse stetig erweitert, ist es essenziell, dass Systeme reibungslos miteinander kommunizieren können. Eine gute Integrationsstrategie liefert die notwendige Unterstützung, um die digitale Transformation der unternehmensinternen Systemlandschaft voranzutreiben. Durch ein optimiertes Schnittstellenmanagement lassen sich Ressourcen einsparen und Prozessabläufe effizient gestalten.
Dabei ist besonders zu beachten, dass eine gute Integration nicht nur intern, zwischen einzelnen Kernanwendungen, funktionieren kann, sondern auch nach außen reicht.
Produktions- und Lieferketten profitieren genauso davon, wie die unternehmenseigene Prozessstruktur.
Die Interoperabilität eines Unternehmens misst sich folglich an der Fähigkeit heterogene Systeme nahtlos zusammenzuarbeiten.
Ein erster Lösungsansatz kann beispielsweise die Einführung und Einhaltung gemeinsamer Standards sein, um die Kompatibilität mehrerer Systeme erreichen zu können.

Infrastruktur & Betrieb – Was bei der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle häufig vergessen wird, ist, dass neue Prozesse mit kürzeren Innovationszyklen eine angepasste Infrastruktur benötigen. Die digitale Transformation ermöglicht den Umgang mit riesigen Datenmengen und komplexen Abläufen, welche meist von IT-Systemen bewältigt werden müssen.
Aus diesem Grund darf sich die IT-Infrastruktur eines Unternehmens nicht vor dem digitalen Wandel verstecken.
Erst, wenn die Infrastruktur alle Anforderungen neuer digitaler Produkte und Prozesse erfüllt, kann ein optimaler Betrieb gewährleistet werden und sich ein Digitalisierungserfolg abzeichnen.

Compliance & Sicherheit – In einer Welt, in der sich ein ganzes Unternehmen der digitalen Transformation unterzogen und viel Zeit und Ressourcen in die Planung und Umsetzung einer Digitalisierungsstrategie gesteckt hat, besteht stets ein Sicherheitsrisiko.
Beispielsweise kann durch einen Brand ein immenser Schaden entstehen und das Unternehmen schwächen.
Es könnte aber auch einer Hackergruppe gelingen, unternehmenseigene Daten (z.B. Baupläne, Mitarbeiterakten, o.ä.) abzuschöpfen und der Konkurrenz zuzuspielen.
Folglich ist es unumgänglich das eigene Unternehmen und seine Daten zu schützen.
Dem Bereich Compliance und Sicherheit kann man viele unterschiedliche Teilbereiche zuordnen.
Zum einen gibt es den Punkt Compliance an sich: Compliance umfasst das Einhalten von Gesetzen, Richtlinien und freiwilligen Kodizes.
Ziele der strategischen Einführung und Umsetzung von Compliance-Maßnahmen sind auf der einen Seite eine höhere Effizienz und eine höhere Effektivität einzelner Systeme und Prozesse, auf der anderen Seite minimiert sich das Risiko für Sicherheitsvorfälle.
Unter den Bereich Sicherheit fällt der Oberbegriff „Informationssicherheit“ mit der Aufgabe, alle Werte und Assets eines Unternehmens zu schützen. Dabei wird der Begriff meistens global interpretiert, sodass sich hier weitere Teilbereiche definieren lassen.
Einen der bedeutendsten Bereiche nimmt der Datenschutz ein. Da durch den digitalen Wandel der Umgang mit immer größeren Datenmengen möglich ist, steigt auch die Anzahl der personenbezogenen Daten, welche gesammelt werden und verarbeitet werden müssen.
Schwerwiegende Datenschutzverstöße können ganze Unternehmen in die Knie zwingen, weswegen der Datenschutz bei der Planung einer Digitalisierungsstrategie hohe Beachtung finden sollte.

Machine & Deep Learning – Machine und Deep Learning sind zwei Schlüsseltechnologien, die es Unternehmen extrem erleichtern Prozesse kompakt zu gestalten und neue Strategien zu etablieren. Das Spektrum an Technologien, welche durch das Machine und Deep Learning
erschlossen wird, wächst stetig an. So sind z.B. Chatbots oder Dialogsysteme aktuelle Technologien, die die menschliche Sprache verstehen können (in schriftlicher oder mündlicher Form) und in Echtzeit mit Personen kommunizieren können.
Außerdem wird im Bereich der Datenanalyse und der Datenvorhersage das Machine Learning eingesetzt. Systeme können menschliches Verhalten präzise vorhersagen und so Entscheidungen erleichtern.
Aktuell werden diese Technologien bereits von mittelständischen und großen Unternehmen beobachtet. Der Einsatz von KI-Technologien soll ihnen einen Vorsprung im Wettbewerb verschaffen. Dennoch bleibt das Machine und das Deep Learning, trotz des immensen Potenzials, für viele Firmen eine Vi-

sion. Der Einsatz sollte stets einem strukturierten Umsetzungsplan folgen, um das volle Potenzial nutzen zu können um die Vision zu verwirklichen.

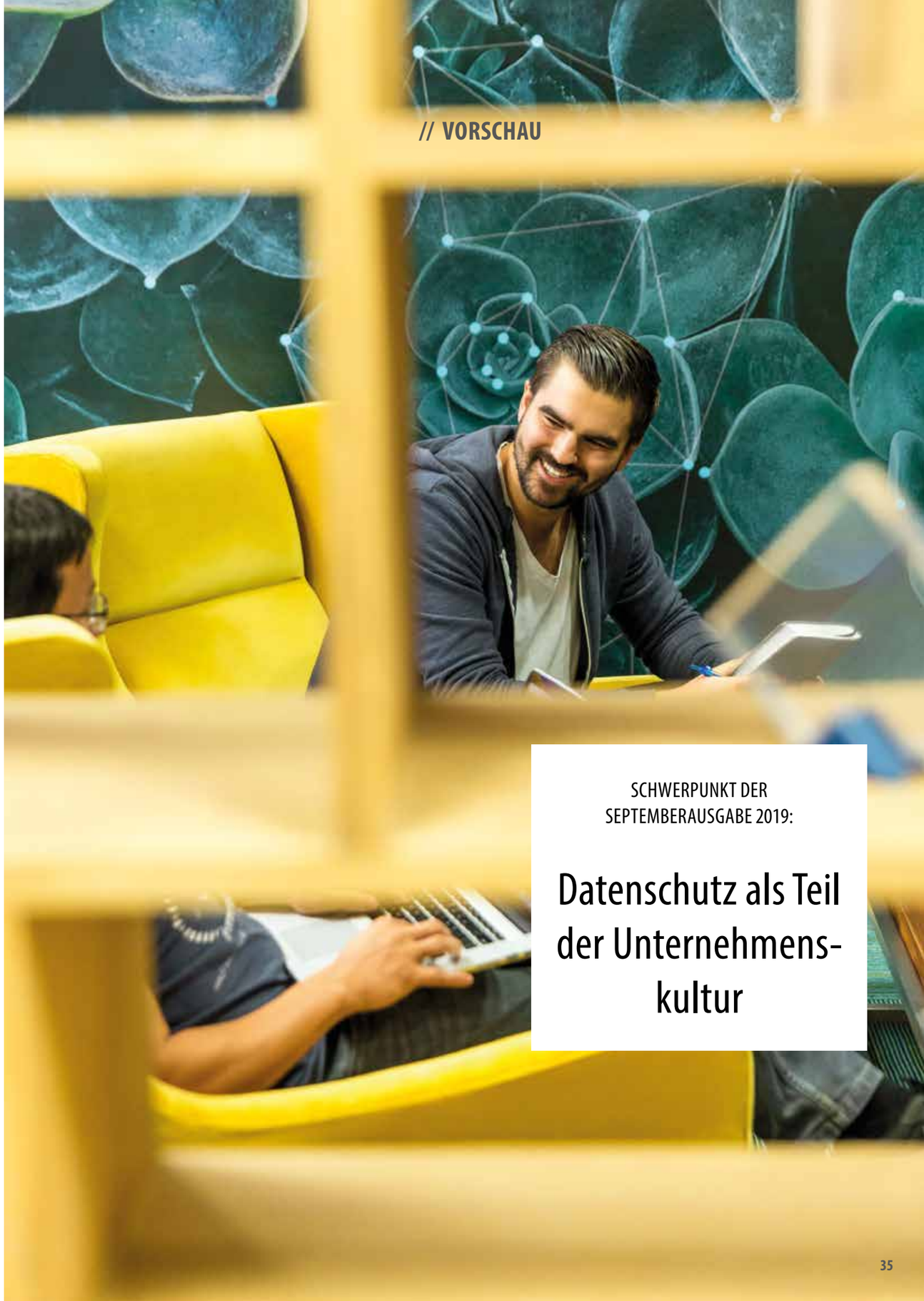
Ressourcen & Know-How – Die Digitalisierung lässt sich nicht nur aus technischer Seite betrachten. Zu einer digital aufgestellten Firma gehört auch das passende Know-how.
Egal, ob es sich um digitale oder analoge Prozesse handelt, ist es sinnvoll, ausreichend Fachexpertise in den eigenen Reihen zu haben, um Probleme frühzeitig zu erkennen und
sich zu bevorstehenden Entscheidungen eine Expertenmeinung einzuholen.
Auch eine digital ausgelegte Fortbildungsstrategie verbessert die Flexibilität eines Unternehmens. Mitarbeiter können sich so ihren Arbeitsalltag besser einteilen, was zu einer viel höheren Produktivität der gesamten Firma führt.
Selbst die Bereiche Recruiting, Coaching und Scouting lassen sich durch digitale Lösungen effizienter gestalten. In allen Bereichen werden dadurch Ressourcen in Form von Geld und Zeit eingespart.

Business Intelligence & Data Analytics – Unter den Begriff Business Intelligence (BI) fallen verschiedene Verfahren und Prozesse zur Analyse von Unternehmen, um die Reaktionsfähigkeit des Managements zu verbessern.
Aber auch andere Unternehmensbereiche profitieren von BI-Systemen.
Zum Beispiel werden BI-Systeme bereits in vielen Firmen für Marketing und Vertriebszwecke eingesetzt. Sämtliche Kundendaten können geschickt gesammelt und ausgewertet werden, um gezielt eine höhere Kundenbindung zu erreichen.
Die Marketingabteilung muss so nicht den zeitaufwändigen Umweg über die IT-Abteilung gehen, um an relevante Kundeninformationen zu kommen.
Moderne BI-Systeme sollen stets einfach zu bedienen sein, damit nicht IT-affine Mitarbeiter und Abteilungen diese ohne weitere Umstände nutzen können.
Datenanalyse steht für eine große Varianz an Analysemethoden. Diese haben alle die Aufgabe aus großen Datenmengen (z.B. Unternehmensdaten) Muster und Zusammenhänge herauszuziehen. Meistens funktioniert dies durch den Einsatz statistischer Methoden.
Die Datenanalyse soll stets das Ziel verfolgen, aus gewonnenen Daten, Entscheidungen abzuleiten. Dies geschieht nicht durch lange, zeitaufwändige Umfragen, sondern läuft durch den Einsatz geeigneter Software automatisch im Hintergrund ab.

Data Governance – Aus Sicht der DA lässt sich Data Governance in zwei große Themenblöcke unterteilen: Metadatenmanagement und Datenqualitätsmanagement. Data Governance dreht sich nicht nur um die reine Datenqualität, also die Frage, inwieweit die Daten fachliche und regulatorische Anforderungen erfüllen – etwa Korrektheit, Genauigkeit, Eindeutigkeit, Vollständigkeit, Konsistenz oder Aktualität. Vielmehr beinhaltet Data Governance auch das Management der Metadaten. Sprich: Daten und Datenflüsse, Prozesse und Verantwortlichkeiten müssen vorab definiert und fortlaufend dokumentiert werden.
Immer mehr Krankenhäuser erkennen zum Beispiel den Stellenwert von Data Governance als entscheidenden Wettbewerbsvorteil und Datenqualität als strategische Ressource.
Data-Governance-Vorhaben sind komplex und verlangen klare technische und organisatorische Konzepte. Ein methodisches, strukturiertes Vorgehen ist dabei ausschlaggebend. Schlüssel zum Erfolg
Viele Unternehmen managen das Thema Datenqualität nicht ganzheitlich und in den meisten Fällen nur reaktiv. Damit verbunden ist eine uneinheitliche Wahrnehmung der bestehenden Probleme. Die fehlende Zuständigkeit für Data Governance und die Intransparenz bezüglich der dadurch verursachten Kosten ist typisch.
Data Governance beschreibt das gesamte Management der Verfügbarkeit, Benutzerfreundlichkeit, Integrität und Sicherheit von Daten, die in einem Unternehmen verwendet werden.
Es ist die Kernfunktion eines Data Management Frameworks. Effektive Data Governance ist von entscheidender Bedeutung für die Erhaltung der Datenqualität, die Anpassungsfähigkeit der Systemlandschaft und die Skalierbarkeit. Außerdem ermöglicht es den wirtschaftlichen Wert der Daten voll auszuschöpfen, auch dann, wenn die Systemlandschaft wächst und das Datenvolumen und die Komplexität exponentiell ansteigen.
Die unzähligen Zugriffe auf die Daten durch diverse Fachabteilungen und Stakeholder stellen eine immer größere Herausforderung für die Datenmanager dar. Das macht einen integrierten, unternehmensweiten Ansatz notwendig, da nur so die Performance, Qualität, Nachhaltigkeit und Skalierbarkeit der Informationssysteme gewährleistet werden kann.

Entscheidungsunterstützungssysteme – Entscheidungsunterstützungssysteme sind softwarebasierte Anwendungssysteme, die menschliche Entscheidungsträger in unternehmerischen Führungspositionen, mit Modellen, Methoden und problembezogenen Daten unterstützen. Operative und strategische Problemstellungen können so leichter bewältigt werden.
Solche Systeme werden unter Berücksichtigung moderner technischer Architekturprinzipien entwickelt. Bereits Mitte der 1950er Jahre kamen erste Entscheidungsunterstützungssysteme auf, welche im Laufe der letzten Jahrzehnte durch eine Vielzahl anderer ergänzt und weiterentwickelt wurden.

Mit der Bestimmung des Reifegrades besteht die Grundlage für eine individuelle Digitalisierungsstrategie. Die erste zwingende Voraussetzung für die digitale Transformation des jeweiligen Unternehmens ist somit erfüllt. //



// VORSCHAU

SCHWERPUNKT DER SEPTEMBERAUSGABE 2019:

Datenschutz als Teil der Unternehmenskultur

Datenschutz langweilt Sie?

Das geht auch anders! Mit Praxisnähe, Professionalität und Leidenschaft. Wir zeigen Ihnen wie!

Trotz gesetzlicher Bestimmungen und Anforderungen muss Datenschutz kein langweiliges Thema sein. Mit unserem Ziel, Datenschutz lebbar zu gestalten, erfüllen wir die Bedürfnisse aller Interessenten – von der Geschäftsführung bis hin zum einzelnen Mitarbeiter: Datenschutz gesetzeskonform und spannend umgesetzt. Abgeleitet von der Betrachtung des Iststandes des Datenschutzniveaus entwickeln wir systematisch Ihre Datenschutzorganisation und optimieren Ihre Prozesse. Unsere eigens hierfür entwickelte Software, sorgt für effiziente Prozesse und Zeitersparnis.

Datenschutz strukturiert aufbauen:

- ganzheitliches Datenschutzmanagementsystem
- modular aufgebaut
- gesetzliche Vorgaben erfüllen
- Datenschutz als Teil Ihrer Unternehmensphilosophie

DATATREE
YOUR COMPLIANCE PROVIDER

ISDSG
Institut für Sicherheit und Datenschutz im Gesundheitswesen

DATATREE AG • Heubesstraße 10 • 40597 Düsseldorf
T +49 211 93190-700 • F +49 211 93190-799
office@datatree.eu • www.datatree.eu

Impressum

ExperSite Ausgabe 02 2019 | **ISSN-Print** 2364-5636 | **ISSN-Internet** 2364-5644 | **Herausgeber:** ISDSG – Ein Dienstleistungsbereich der DATATREE AG | **Datatree AG,** Heubesstraße 10, 40597 Düsseldorf, T +49 211 93190-700, F +49 211 93190-799, office@datatree.eu, www.datatree.eu | **Sitz der Gesellschaft:** Düsseldorf | **Registergericht:** Amtsgericht Düsseldorf | **Registernummer:** HRB 66132 | **Umsatzsteuer-Identifikationsnummer:** DE 279402614 | **Vorstand:** Prof. Dr. Thomas Jäschke | **Vorsitzender des Aufsichtsrates:** Prof. Dr. Julius Reiter | **Inhaltlich Verantwortlicher gemäß § 1 Abs. 4 TMG, § 55 Abs. 1 RStV und § 55 Abs. 2 RStV:** Prof. Dr. Thomas Jäschke | **Redaktionsleitung:** Nina Richard | **Design und Umsetzung:** Julia Kleineberg | **Druck:** Druckerzeugnisse Gerbrunn | **Auflage:** 5.000 | **Fotos:** Titelbild: unsplash, Mathieu Stern; pixabay, DavidRockDesign; S. 2: o. li. unsplash, Crawford Jolly; Zeichnung: Verena Jäschke; o. re. pixabay, ChrisFiedler; pixabay, Clker-Free-Vector-Images; pixabay, OpenClipart-Vectors; pixabay, mohamed_hassan; S. 3: Tom Schulte, Oberhausen; S. 4: unsplash, Crawford Jolly; S. 5: Julia Kleineberg, Dortmund; S. 6–7: Julia Kleineberg, Dortmund; S. 9: pixabay, Maklay62; Nina Richard, Bochum; Jörg Fecke, Dortmund; S. 10: DocCheck, Köln; S. 11: pixabay, Maklay62; Tom Schulte, Oberhausen; https://ec.europa.eu/eusurvey/runner/gdpr4hSurveyeu?surveylanguage=DE; S.12–13: pixabay, ChrisFiedler; pixabay, Clker-Free-Vector-Images; pixabay, OpenClipart-Vectors; pixabay, mohamed_hassan; S. 14: Arndt Rathjen, Bremen; Markus Hansen, Schleswig-Holstein; Bayerisches Landesamt für Datenschutzaufsicht; S. 15: pixabay, IO-Images; Landesbeauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit, Saarland; Kristina Schäfer, Baden-Würrtemberg; Die Landesbeauftragte für den Datenschutz Niedersachsen; S. 16: unsplash, harshal desai; © BlnBDI, Berlin; Der Hamburgische Beauftragte für Datenschutz und Informationsfreiheit; S. 17: Bundesregierung, Steffen Kugler; © LfD LSA; 18: shutterstock, MicroOne; S. 19: Tom Schulte, Oberhausen; S. 20: unsplash, john T; S. 21: Sascha Wiskandt; Frank Markowski; Jürgen Hirsch; S. 22: Verena Jäschke, Dortmund; S. 23: Verena Jäschke, Dortmund; S. 24: Kathrin Leister, Gelsenkirchen; S. 26: pixabay, pencilparker; S. 27: unsplash, Kelly Sikkema; pixabay, CopyrightFreePictures; S. 31: unsplash, LinkedIn Sales Navigator