

Europäische Datenschutzgrundverordnung Datenschutz-Audit des f:mp.

DSGVO
SICHERHEIT
SICHERHEITS-CHECK
HACKING
SECURITY
SYSTEM
CHECK
DATENVERARBEITUNG
DATENSCHUTZ
LÖSUNGEN
DATENBANK
PRÄVENTION
GESETZ
NETZWERK
PROGRAMM
INTERNETKRIMINALITÄT
VERBINDLICHKEIT
ÜBERWACHUNGSMASSNAHMEN

»Dialogmarketing
und Datenschutz:
Jetzt wird es
ernst!«

Unser Datenschutz-Audit gibt Ihnen schnell, einfach und übersichtlich wichtige Einblicke zum aktuellen Stand des Datenschutzes und eventuell noch dringend notwendige Maßnahmen in Ihrem Unternehmen.

Europäische Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)

Datenschutz-Audit des f:mp.

Was hat der europäische Datenschutz mit der deutschen Medienlandschaft zu tun?

Man liest in den letzten Wochen und Monaten immer häufiger von der europäischen Datenschutzgrundverordnung (DSGVO). Diese gilt zwar erst ab dem 28. Mai 2018, aber dann auch mit voller Kraft.

Inwieweit betrifft die DSGVO Medienproduktioner und Druckdienstleister? Und ganz speziell: Wer muss was beachten bzw. was sollte man darüber wissen?

Um es gleich vorweg zu sagen, es kann richtig teuer werden!

Bei Verstößen kann ein Bußgeld bis zu 20.000.000 Euro bzw. bis zu vier Prozent des weltweiten Jahresumsatzes verhängt werden. Wichtig zu wissen: Der Verantwortliche für die **Verarbeitung** der personenbezogenen Daten haftet und das kann auch das Medienunternehmen sein, welches z.B. im Kundenauftrag personalisierte Printprodukte oder sonstige personalisierte Medien erstellt. Zurzeit greifen noch das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) und auch Gesetze wie das Telemediengesetz im Onlinebereich. Diese werden ab dem nächsten Jahr abgelöst. Dann gilt in Europa erstmals ein gemeinsames Datenschutzrecht. Auch wenn man das im Moment noch nicht wahrhaben will, es ist eine gute Nachricht. Damit greift die DSGVO für alle Unternehmen, die auf dem europäischen Markt tätig sind; eben auch für Google, Facebook und Co., die sich bis jetzt ein wenig drücken konnten. Alle müssen nach den gleichen Spielregeln agieren, was den Wettbewerb und ganz speziell deutsche Dienstleister stärkt.

Was aber darf man denn ab 2018?

Mit Gesundheitsdaten dürfen Sie beispielsweise fast nichts machen. Nun denkt man sicher, das sei nicht so schlimm, so etwas gäbe es im Unternehmen gar nicht. Aber was ist z.B. mit dem Unfallbuch? Auch nach Krankheitsbildern selektierte Daten für ein Mailing einer Krankenkasse könnten darunterfallen. Natürlich sind auch eine ganze Menge anderer personenbezogener Daten im Unternehmen unterwegs. Eine große Aufgabe für die Firmen wird es deshalb zunächst einmal sein, herauszufinden, welche personenbezogenen Daten überhaupt benutzt werden. Diese können dann unter Umständen verarbeitet werden. Die DSGVO listet dazu neun Grundsätze auf:

- Rechtmäßigkeit
- Verarbeitung nach Treu und Glauben
- Transparenz
- Zweckbindung
- Datenminimierung
- Richtigkeit
- Speicherbegrenzung
- Integrität und Vertraulichkeit
- Rechenschaftspflicht.

Die Einhaltung dieser Grundsätze stellt die wirkliche Herausforderung für jedes Unternehmen dar. Habe ich personenbezogene Daten, muss ich mich auch darum kümmern. Gerade die Medienunternehmen, die ja vor allem als Auftragsverarbeiter tätig sind, haben umfangreiche Pflichten mit dem Erhalt der Daten geerbt. Dazu gehören unter anderem Dokumentationspflichten, wie z.B. das Führen des Verzeichnisses der Verarbeitungstätigkeiten. Ohne diesen Nachweis ist eine Verarbeitung nicht möglich. Was aber muss alles in der Dokumentation enthalten sein, um bei Prüfungen der Datenschutzbehörden korrekt Antwort geben zu können?

Diese Prüfungen werden in der Zukunft sicherlich zunehmen und können auch ohne gemeldeten Datenschutzverstoß stattfinden.

Um den Schutz der Verarbeitung zu gewährleisten, müssen bestimmte technische und organisatorische Maßnahmen eingehalten werden. Die Datensicherheit nimmt in der DSGVO eine zentrale Bedeutung ein. Damit obliegt es den Unternehmen, den Risiken der Datenverarbeitung mit angemessenen Maßnahmen, die dem jeweiligen Stand der Technik entsprechen, zu begegnen. Welche Daten müssen aber mit welchen Maßnahmen geschützt werden? Reicht die jetzige IT dafür überhaupt aus? Sind meine betrieblichen Abläufe eigentlich Datenschutzkonform? Auf diese und viele weitere Fragen muss eine Antwort gefunden werden.

Unter Umständen muss auch ein fachkundiger Datenschutzbeauftragter bestellt werden. Diese Bestellung kann mit einem Internen oder auch einem Externen erfolgen. Eine „Pseudostelle“ in dieser Verantwortung sollte es auf jeden Fall nicht geben.

Den Mitarbeitern kommt neben der IT-Sicherheit eine Schlüsselstellung im Datenschutz zu. Immer noch entsteht eine Vielzahl von Datenschutzvorfällen durch menschliches Versagen. Ob es nur Nachlässigkeit oder unsachgemäßer Umgang sind oder ob fehlende bzw. falsche organisatorische Regelungen zum Datenschutzverstoß führen, spielt später bei der Haftung eine gewisse Rolle. Die internen Abläufe sollten deshalb noch einmal durchdacht werden. Ob die unsichere Funktion bei Druckern wie das Scannen und anschließende Verschicken als E-Mail dann immer noch die beste Wahl ist, muss geklärt werden. Auch das Drucken auf den gemeinsamen Druckern muss datenschutzkonform erfolgen. Wie schnell gedruckte Informationen in die falschen Hände fallen können, hat sicherlich jeder schon einmal erfahren.

Als ob das nicht genug Arbeit im eigenen Unternehmen ist, muss auch dafür Sorge getragen werden, dass alle eingesetzten Unterauftragnehmer/Dienstleister datenschutzkonform

arbeiten. Und damit sind auch alle Wartungstechniker, IT-Dienstleister, Reinigungsfirmen usw. gemeint. Mit diesen ist ein Vertrag zur Auftragsdatenverarbeitung (ADV) abzuschließen, genauso wie wahrscheinlich die Druckerei auch einen ADV mit ihrem Kunden abschließt und in den Anlagen die Maßnahmen zum Schutz der anvertrauten personenbezogenen Daten darlegt. Ansonsten kann es gut möglich sein, dass man keine Aufträge mehr bekommen kann.

Um ab 2018 überhaupt noch mit individualisierten Werbemitteln arbeiten zu können, sollte man schnellstmöglich mit der Analyse des eigenen Unternehmens beginnen.

Datenschutz ist Chefsache

Mit der DSGVO werden Unternehmen vor große Herausforderungen gestellt. Meist ist sich der Unternehmer aber gar nicht bewusst, wo überall akuter Handlungsbedarf besteht. Es fehlt schlicht an Zeit und Fachwissen. Zum weiteren kommt hinzu, dass man im eigenen Unternehmen meist die Probleme nicht erkennt oder falsch einschätzt. Dass alles bedeutet ab Mai 2018 ein sehr großes Haftungsrisiko welches von vielen Seiten kommt. Da das Medienunternehmen meist als Auftragsverarbeiter tätig ist, können Beschwerden nicht nur vom Auftraggeber, sondern eben auch vom Betroffenen selbst kommen. Kunden erwarten in der heutigen Zeit zu Recht einen vertrauensvollen und sensiblen Umgang mit ihren Daten.

f:mp.-Datenschutz-Audit

Unser Datenschutz-Audit gibt Ihnen schnell, einfach und übersichtlich wichtige Einblicke zum aktuellen Stand des Datenschutzes und eventuell noch dringend notwendige Maßnahmen in Ihrem Unternehmen. Optimierungspotenziale werden so erkannt, bevor im Verborgenen schlummernde Schwachstellen sensible Informationen und Daten gefährden können. Sie verhindern somit teure Haftungsproblematiken und tragen aktiv zur Sicherheit Ihres

Unternehmens bei. Ihr Unternehmen schützt damit also nicht nur die personenbezogenen Daten seiner Kunden, Partner und Mitarbeiter, sondern erschwert auch effektiv den Verlust von wichtigen Firmeninformationen an Konkurrenten und Industriespione.

Ein Datenschutz-Audit in Ihrem Unternehmen

- schafft für Sie Klarheit,
- ermöglicht systematisches Planen,
- effektives Organisieren,
- flexibles Steuern und
- wirkungsvolles Kontrollieren.

Unser Leistungspaket umfasst dabei

- Audit vor Ort in Ihrem Unternehmen
- Bestandsanalyse der Sicherheit der Verarbeitung nach Art. 32 DSGVO und Erw.Grđ. 83
- Datenschutzrechtliche Überprüfung Ihrer Internetpräsenz
- Überblick über die IT-Sicherheit in Ihrem Unternehmen
- Handlungsempfehlungen
- mündliche und schriftliche Auswertung der Analyse
- Unterbreitung von Vorschlägen für Maßnahmen zur Verbesserung des Betrieblichen Datenschutzes und der Datensicherheit entsprechend den Forderungen des BDSG und der DSGVO
- Checklisten für die praktische Umsetzung
- Audit-Zertifikat

Sprechen Sie uns gerne an und vereinbaren Sie mit uns einen individuellen Termin

f:mp.-Themenexperte Ulf Glende
Telefon: +49 381 54845542
E-Mail: ug@glende-consulting.de
www.glende-consulting.de



Ulf Glende ist Honorarprofessor für Polygraphie. Seit 1994 ist er selbständig für seine Kunden tätig. Als studierter Informatiker ist er für viele Unternehmen als externer Datenschutzbeauftragter bestellt. Sein Unternehmen, die GLENDE.CONSULTING ist spezialisiert auf den Bereich Datenschutz und IT-Sicherheit. Die praktikable Umsetzung des betrieblichen Datenschutzes ist dabei das Ziel.

Kosten

Für f:mp.-Mitglieder kostet das Datenschutz-Audit pauschal 850,00 Euro (zzgl. Reisekosten nach Vereinbarung).

Für Nichtmitglieder kostet das Datenschutz-Audit pauschal 1.100,00 Euro (zzgl. Reisekosten nach Vereinbarung).

Das Datenschutzaudit ist für 1 Tag vorgesehen.