



DATENSCHUTZ PRAKTIKABLE LÖSUNGEN SIND GEFRAGT

Die neue Europäische Datenschutzgrundverordnung (DSGVO), die ab dem 25. Mai 2018 in Kraft tritt, sorgt zumindest in der grafischen Branche für umfassende Informationskampagnen. Fraglich bleibt trotzdem, ob die Mehrzahl der prozessbeteiligten Unternehmen zu diesem Stichtag wirklich optimal vorbereitet ist. Das betrifft sowohl Druckunternehmen als auch Agenturen, Medienproduzenten und nicht zuletzt die Kunden ...

Von KLAUS-PETER NICOLAY

Der Fachverband Medienproduktion e. V. (f:mp.) hatte im März mehrere Seminare mit dem Titel »DSGVO – Herausforderung Datenschutz« angeboten und mit dem Datenschutzexperten **Prof. Ulf Glende** durchgeführt. Er ist Honorarprofessor für Polygraphie und mit seinem Unternehmen Glende Consulting spezialisiert auf Datenschutz und IT-Sicherheit.



Wir haben mit Prof. Glende gesprochen und ihn zum Status befragt.

Herr Prof. Glende, es wird zurzeit viel über die neue Europäische Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) kommuniziert, geschrieben und gemahnt. Wie sehen Sie die Aufregung?

Es ist kein Hype, sondern eine zwingend notwendige Anpassung an die europäische Gesetzeslage. Die Verordnung trat schon 2016 in Kraft und gilt nach einer zweijährigen Übergangszeit nun ab Ende Mai 2018. Da die DSGVO Anwendungsvorrang vor dem nationalen Recht hat, gilt sie in allen Staaten der Europäischen Union gleich. Deshalb sind die Unternehmen aller Branchen jetzt gefragt, aktiv zu werden. Sich der Verantwortung nicht zu stellen, wäre kein guter Weg, um für die Zukunft gut gerüstet zu sein.

Sind die Unternehmen der grafischen Branche denn darauf vorbereitet?

Das kann man nicht pauschal bewerten und weder verneinen noch bejahen. Die Unternehmen, die schon heute einen hohen Anteil ihrer Produktion durch Personalisierung erbringen und durch ihre Auftraggeber angehalten wurden, sich mit dem gültigen BDSG zu beschäftigen, sind sicherlich schon einen Schritt voraus. Für alle anderen ist das Thema nahezu völliges Neuland. Bei beiden Unternehmensgruppen besteht aber akuter Handlungsbedarf.

Wer muss sich im Tagesgeschäft denn wirklich mit der DSGVO auseinandersetzen?

Die DSGVO gilt für alle. Das ist sicherlich eine Erkenntnis, die in den Köpfen erst einmal reifen muss. Die Größe des Unternehmens ist zwar für die Bestellpflicht eines Datenschutzbeauftragten ein Kriterium, aber es befreit den Unternehmer nicht von der Pflicht zur Umsetzung des Datenschutzes. Da viele Unternehmer der Medienbranche in einer Lieferkette agieren, sind sie meist als Auftragsverarbeiter unterwegs. Das zieht dann noch mehr Pflichten nach sich.

Inhaber und Nutzer personenbezogener Daten werden dabei stärker in die Pflicht genommen. Sie müssen bei der Datenverarbeitung und -verwendung mögliche Datenschutzverletzungen samt der sich daraus ergebenden Risiken abschätzen können



In der November-Ausgabe 2017 hat der »Druckmarkt« schon ausführlich über das Thema berichtet. Weitergehende Informationen bietet der f:mp.

und Datenschutz und Datensicherheit jederzeit nachvollziehbar dokumentieren.

Welche Herausforderungen sehen Sie und für wen ganz besonders?

Ohne Panik machen zu wollen: Eine große Herausforderung ist erst einmal die Analyse der eigenen Prozesse. Wann und wie werden personenbezogene Daten im Unternehmen verarbeitet? Dazu zählen auf der einen Seite die Daten der Kunden, auf der anderen Seite die Daten der Mitarbeiter. Wenn das geklärt ist, bleibt festzustellen, ob die technischen und organisatorischen Maßnahmen ausreichend für den Schutz während der Verarbeitung sind. Im Prinzip dürfen keine personenbezogenen Daten verarbeitet werden, wenn die Sicherheit der Verarbeitung nicht gewährleistet werden kann. Dabei spielt die IT-Sicherheit eine

große Rolle und diese wird in der Zukunft sicherlich noch stark an Bedeutung zunehmen.

Eine weitere große Baustelle ist die Rechtmäßigkeit. Dabei muss sichergestellt werden, auf welcher Grundlage die Daten verarbeitet werden. Gibt es eine rechtliche Grundlage oder eine Einwilligungserklärung? Ist eine bestehende Einwilligungserklärung noch gültig oder liegt vielleicht überhaupt keine vor? Das sind Fragen, auf die eine Antwort gefunden werden muss.

Gibt es denn überhaupt schon auf alle Fragen entsprechende Antworten?

Das wäre schön, aber leider lassen sich in der Praxis noch längst nicht alle Fragen beantworten. Das wird wohl erst die Zeit bringen. Man muss ehrlicherweise ja auch feststellen,

dass bis jetzt noch kein Gericht auf der Grundlage der DSGVO entschieden hat. Sich jedoch darauf auszurufen, dass bestimmte Detailfragen heute noch nicht abschließend geklärt sind, ist kein guter Ansatz. Viele Prozesse kann man heute schon auf sichere Beine stellen, ohne Gefahr zu laufen, sich auf rechtsunsicheres Terrain zu begeben.

Als Datenschutzexperte des f:mp. haben Sie bereits zahlreiche Schulungen und Seminare abgehalten. Wie war die

RUND UM DIE DSGVO

Der f:mp. bietet rund um die DSGVO Hilfe bei der Umsetzung an.

Datenschutz-Audit Ein wesentlicher Baustein der f:mp.-Angebote ist das Datenschutz-Audit. Es gibt schnell, einfach und übersichtlich wichtige Einblicke zum aktuellen Stand des Datenschutzes und eventuell noch dringend notwendige Maßnahmen in Unternehmen. Optimierungspotenziale werden so erkannt, bevor möglicherweise im Verborgenen schlummernde Schwachstellen sensible Informationen und Daten gefährden können.

Datenschutzbeauftragter Für Unternehmen ab einer gewissen Größe wird ein Datenschutzbeauftragter Pflicht. Der f:mp. bietet dazu Hilfe durch einen externen Datenschutzbeauftragten an.

f:mp.-PRIVACYSOFT Die innovative Datenschutzmanagement-Software ist fester Bestandteil der f:mp.-Unterstützung.

› <https://www.f-mp.de/infothek>

Resonanz? Stößt das Thema überhaupt auf Interesse?

Die Resonanz auf die Seminare war sehr gut. Wir haben in Summe knapp 200 Seminarteilnehmer an neun Standorten in Deutschland geschult.

Weiterhin kamen noch einige Informationsveranstaltungen im Rahmen der Campus-Events und ein Schlüsselvortrag an den ›Tagen der Medienproduktion 2017‹ hinzu. Hier waren noch weitere knapp 400 Interessierte anwesend. Als Folge der Schulungen haben wir bereits mehrere Datenschutz-Audits in Firmen durchgeführt. Das macht zusammen rund 600 Personen beziehungsweise Unternehmen. Das mag zwar im ersten Moment nach viel klingen, aber ich bin fest davon überzeugt, dass der wirkliche Bedarf noch erheblich höher ist!

Was hat der f:mp. in diesem Zusammenhang weiter vor?

Wir werden weiterhin Seminare und Schulungen anbieten. Und bei konkretem Bedarf bieten wir ein Datenschutz-Audit an. Interessant ist für viele sicherlich auch die Möglichkeit, über den f:mp. einen externen Datenschutzbeauftragten zu bestellen. Wir sind also gut gewappnet und haben ein Top-Angebot. Ich denke, gerade praktikable Lösungen sind in dieser Zeit gefragt.

Was würden Sie sich von Druckunternehmen noch wünschen?

Die Betriebe der grafischen Branchen sollten mit positivem Beispiel vorangehen und den Datenschutz offensiv vor ihren Kunden vertreten. Das ist nicht nur eine Marketingmaßnahme, sondern stärkt auch das Vertrauen in die Dienstleistung.

Nach der DSGVO ist ein Code of Conduct übrigens ein gutes Mittel zur Selbstverpflichtung von Unternehmen in Branchenverbänden. Wir haben uns mit dem f:mp. dieser Herausforderung gestellt und werden einen Branchenstandard für unsere Mitglieder entwickeln. Durch diese Selbstverpflichtung zeigen unsere Mitglieder den hohen Stellenwert des Datenschutzes in ihrem Unternehmen. Davon profitieren die Kunden und natürlich auch das Unternehmen selbst.



FREEWARE
PREMIUM

ONLINE TOOLS

GANZ HEISS



- PDF Preflight
- Color Preflight
- ISO↔PSO Converter



Auf die Website **online-tools.ch** gehen, den kostenlosen **Connector herunterladen** und loslegen: Preflights, Analysen und Konvertierungen pfannenfertig aus der Cloud. Einfacher war eine sichere Druckproduktion noch nie. Gleich ausprobieren!

www.online-tools.ch

PDFX-ready

Die PDFX-ready Online Tools werden unterstützt von








