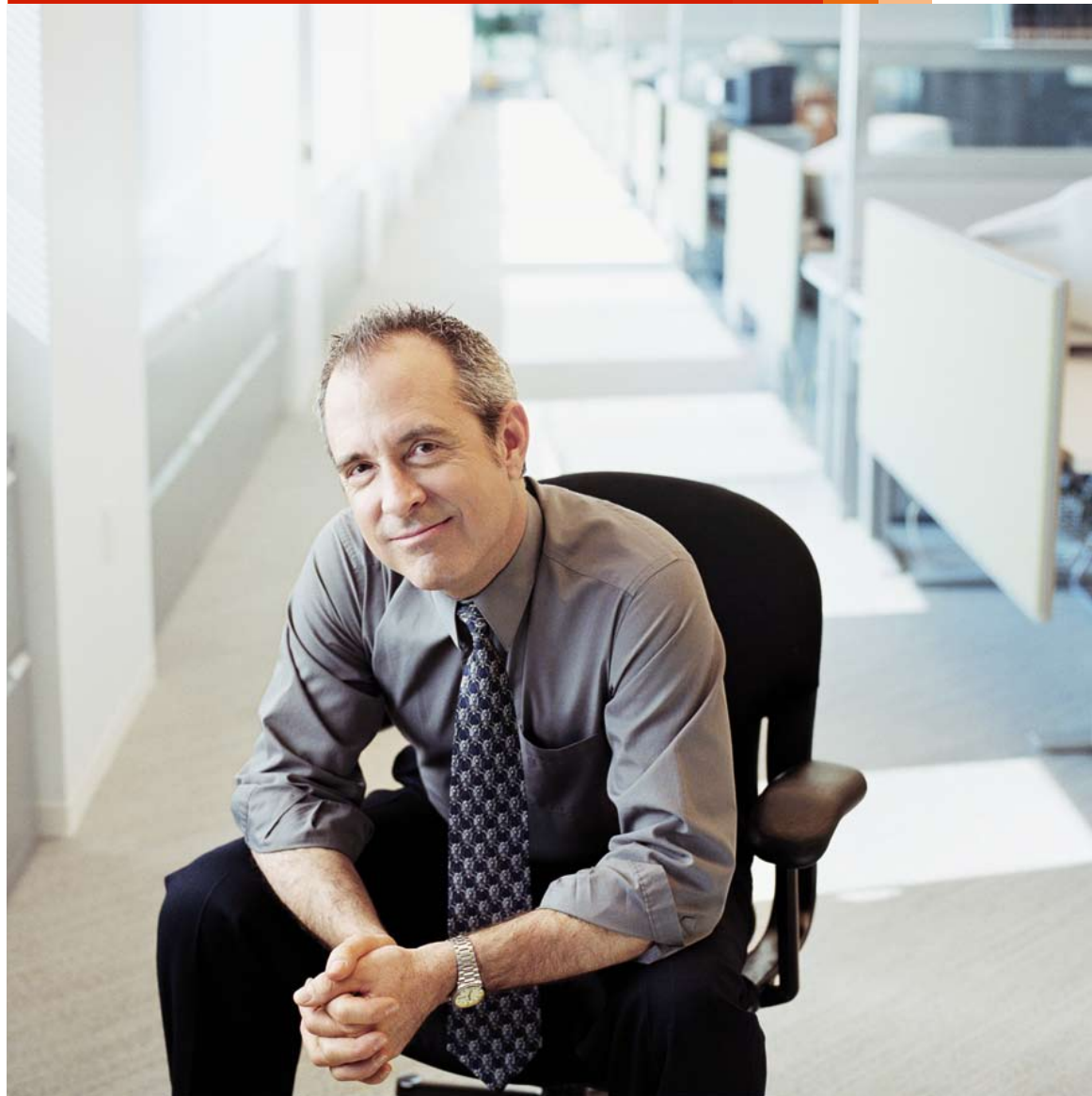


# *Daten schützen*

*Eine Studie zum aktuellen  
Stand des Datenschutzes in  
deutschen Großunternehmen  
2011*





---

# *Daten schützen*

*Eine Studie zum aktuellen  
Stand des Datenschutzes in  
deutschen Großunternehmen  
2011*



## **Daten schützen**

Herausgegeben von PricewaterhouseCoopers AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft

Von Birthe Görtz und Tim Fechte

Unter Mitarbeit von Eike Dennis Westermann und Henrike Purтик

Gesamtkonzeption, Koordination und Auswertung der telefonischen Befragung: denkstelle hamburg

Unabhängiges Marktforschungsinstitut für die telefonische Befragung: TNS Emnid

Auflage Mai 2011, 40 Seiten, 29 Abbildungen

Alle Rechte vorbehalten. Vervielfältigungen, Mikroverfilmung sowie die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Medien sind ohne Zustimmung des Verlags nicht gestattet.

Die Ergebnisse der Studie sind zur Information unserer Mandanten bestimmt. Sie entsprechen dem Kenntnisstand der Autoren zum Zeitpunkt der Veröffentlichung. Für die Lösung einschlägiger Probleme greifen Sie bitte auf die in der Publikation angegebenen Quellen zurück oder wenden sich an die genannten Ansprechpartner. Alle Meinungsbeiträge geben die Auffassung der Autoren wieder.

# Vorwort

Liebe Leserinnen und Leser,

die Informations- und Kommunikationstechnologien entwickeln sich in rasantem Tempo. Insbesondere die nicht aufzuhaltende Globalisierung der Wirtschaft führt dazu, dass Daten und Informationen rund um die Welt geschickt und an vielen Orten gespeichert werden.

Damit steigen auch die Anforderungen an den Datenschutz. Die bestehenden Datenschutzgesetze werden angesichts dieser Entwicklung sowohl national als auch international zunehmend verschärft. Dennoch kommt es häufig zu Verstößen gegen datenschutzrechtliche Bestimmungen und damit immer wieder auch zu Skandalen, die das Thema im Bewusstsein der Öffentlichkeit halten.

Für weltweit tätige Unternehmen ist eine moderne Informations- und Kommunikationstechnologie lebenswichtig. Die Daten von Mitarbeitern, Kunden und allen weiteren Stakeholdern zu jedem Zeitpunkt und an jedem Ort angemessen und umfassend zu schützen ist deshalb ein vitales Interesse nicht nur global agierender, sondern aller Unternehmen.

2010 hat PwC mit einer Umfrage unter den Datenschutzbeauftragten der 1.000 größten deutschen Unternehmen gezeigt, dass die zahlreichen Datenschutzskandale der letzten Jahre die Unternehmen für das Thema sensibilisiert haben. Dennoch mangelte es, wie unsere Untersuchung ergab, oft noch an der Umsetzung konkreter datenschutzrechtlicher Maßnahmen.

Mit der nun vorliegenden neuen Studie, für die ein unabhängiges Meinungsforschungsinstitut erneut die Datenschützer der 1.000 größten deutschen Unternehmen für uns befragt hat, möchten wir den Stand der Fortschritte des Datenschutzes in den Unternehmen messen. Folgende Fragestellungen standen dabei im Mittelpunkt unseres Interesses:

- Inwieweit wurden die in der Umfrage 2010 aufgedeckten Defizite mittlerweile ausgeglichen?
- Setzen die Unternehmen Datenschutz inzwischen konsequent und wirksam um und haben sie das Thema mittlerweile fest in der Unternehmenskultur verankert?
- Welche neuen Herausforderungen rund um den Datenschutz beschäftigen die deutschen Großunternehmen aktuell?
- Wie steht es um den Datenschutz bei E-Commerce und Online-Handel?
- Welchen Stellenwert nimmt der Beschäftigtendatenschutz in den Unternehmen ein?

Wir bedanken uns herzlich bei allen Datenschutzbeauftragten, die an der Befragung teilgenommen haben, und wünschen allen Leserinnen und Lesern eine spannende und informative Lektüre.

Frankfurt am Main,  
im Mai 2011.



**Prof. Dr. Georg Kämpfer**  
Vorstand



**Birthe Görts**  
Partnerin



# Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	5
Abbildungsverzeichnis.....	7
<b>A Zusammenfassung .....</b>	<b>10</b>
<b>B Die Stellung des Datenschutzbeauftragten: kleine Schritte in die richtige Richtung.....</b>	<b>12</b>
1 Das Thema Datenschutz gewinnt an Bedeutung .....	13
2 Datenschutzberichte stoßen auf geringes Interesse.....	14
3 Die Ressourcen des Datenschutzbeauftragten sind weitgehend unverändert im Vergleich zum Vorjahr.....	15
4 Subjektive Beurteilung der Ressourcen des Datenschutzbeauftragten .....	17
5 Die Haupttätigkeiten der Datenschutzbeauftragten .....	19
<b>C Datenschutz in den Unternehmensprozessen: einmalig oder nachhaltig?.....</b>	<b>20</b>
1 Das Verzeichnis wird von fast jedem zweiten Unternehmen nicht in einem Standardprozess aktualisiert .....	21
2 Jeder fünfte Datenschützer wird zu spät in neue Verfahren eingebunden.....	22
3 Jeder vierte Datenschützer wird bei schwerwiegenden Vorfällen nicht zeitnah informiert.....	23
4 Datenverarbeitung durch Dritte und Auftragsdatenverarbeitung im Konzern .....	23
5 Nur jeder vierte Mitarbeiter, der personenbezogene Daten verarbeitet, wird regelmäßig geschult .....	25
<b>D Daten(un)sicherheit in den Unternehmen: alte und neue Herausforderungen .....</b>	<b>28</b>
1 Die häufigsten Ursachen für Datenschutzverletzungen: Unachtsamkeit und Unwissenheit der Mitarbeiter.....	29
2 Die Unternehmen sehen nur geringe Risiken im E-Commerce .....	30
3 Der Entwurf zur Novelle des Beschäftigtendatenschutzes ist praktisch etwa jedem fünften Datenschutzbeauftragten unbekannt .....	31
4 Die Aufsichtsbehörden werden aktiver: Jedes zehnte Großunternehmen hat bereits ein Audit durch die Aufsichtsbehörde erlebt .....	33
<b>E Methodik .....</b>	<b>34</b>
Ihre Ansprechpartner .....	38

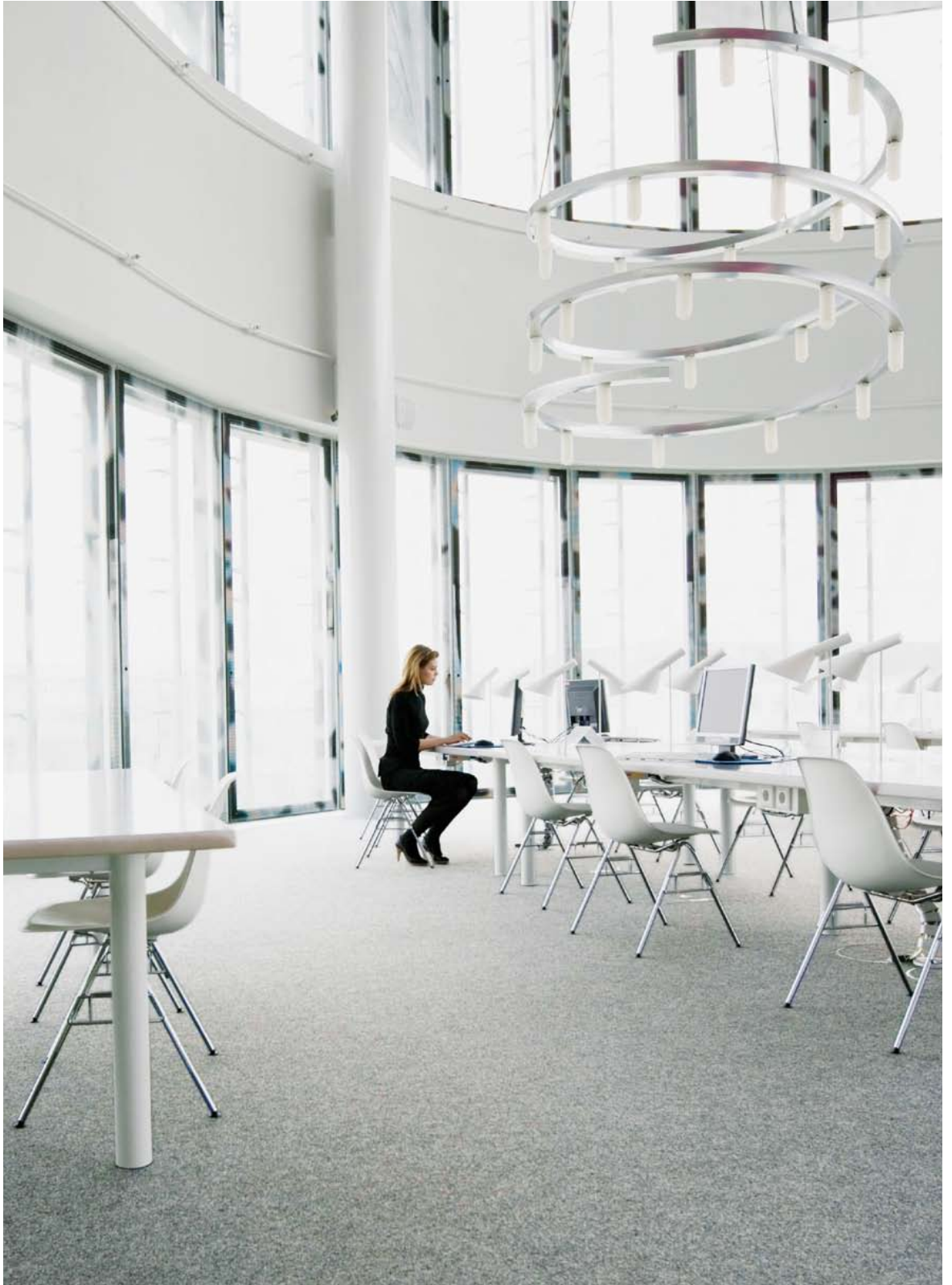
# Abbildungsverzeichnis

Abb. 1	Wichtigkeit des Datenschutzes im Unternehmen .....	13
Abb. 2	Einforderung der Berichterstattung in Unternehmen mit Umsatz > 1 Mrd. Euro (n=80) .....	14
Abb. 3	Einforderung der Berichterstattung in Unternehmen mit Umsatz 500 Mio. b.u. 1 Mrd. Euro (n=55) .....	14
Abb. 4	Einforderung der Berichterstattung in Unternehmen mit Umsatz unter 500 Mio. Euro (n=71).....	15
Abb. 5	Anzahl der FTEs über die der Datenschutzbeauftragte zur Wahrnehmung seiner Aufgaben verfügt (nach Untergruppen) .....	16
Abb. 6	Vergleich des Unternehmensbudgets für den Datenschutz in Unternehmen in 2010 und 2011 (nach Untergruppen) .....	17
Abb. 7	Beurteilung der dem Datenschutzbeauftragten zur Verfügung stehenden Ressourcen.....	17
Abb. 8	Beurteilung des dem Datenschutzbeauftragten zur Verfügung stehenden Personals (nach Untergruppen) .....	18
Abb. 9	Aufteilung der Arbeitszeit des Datenschutzbeauftragten .....	19
Abb. 10	Aktualisierung des Verzeichnisses in einem Standardprozess (n=225, nach Untergruppen) .....	22
Abb. 11	Zeitpunkt der Information des Datenschutzbeauftragten über neue datenverarbeitende Verfahren .....	22
Abb. 12	Zeitnahe Information des Datenschutzbeauftragten bei schwerwiegenden Datensicherheitsvorfällen .....	23
Abb. 13	Ausübung der Kontrollrechte gegenüber externen Dienstleistern (n=188, nach Untergruppen) .....	24
Abb. 14	Art der Kontrolle gegenüber externen Dienstleistern (n=135) .....	24
Abb. 15	Schriftliche Vereinbarungen zur Auftragsdatenverarbeitung zwischen Konzerngesellschaften (nach Untergruppen) .....	25
Abb. 16	Datenschutzrechtliche Schulungen für Mitarbeiter, die personenbezogene Daten verarbeiten (n=247) .....	25
Abb. 17	Anteil der Unternehmen ohne datenschutzrechtliche Schulungen für Mitarbeiter, die personenbezogene Daten verarbeiten (n=247, nach Untergruppen) .....	26

Abb. 18	Häufigste Ursachen für Verletzungen des Datenschutzes im Unternehmen (halboffene Abfrage) .....	29
Abb. 19	Unachtsamkeit der Mitarbeiter als eine der häufigsten Ursachen für Verletzungen des Datenschutzes (nach Untergruppen).....	30
Abb. 20	Anteil der Online-Shop-Betreiber (nach Untergruppen) .....	30
Abb. 21	Einschätzung des Datenschutzniveaus des eigenen Online-Shops (n=83) .....	30
Abb. 22	Standort des Servers für Kundendaten (n=83) .....	31
Abb. 23	Einschätzung des Entwurfs zur Novelle des Beschäftigtendatenschutzes (nach Untergruppen) .....	31
Abb. 24	Wichtigkeit von Themen des Beschäftigtendatenschutzes .....	32
Abb. 25	Anteil der Unternehmen, bei denen schon einmal ein Audit durch die Aufsichtsbehörde stattgefunden hat (nach Untergruppen) .....	33
Abb. 26	Beschreibung der Stichproben in 2010 und 2011 nach Anzahl der Mitarbeiter in den Unternehmen weltweit .....	36
Abb. 27	Beschreibung der Stichproben in 2010 und 2011 nach Umsatz der Unternehmen im jeweils vergangenen Jahr .....	36
Abb. 28	Beschreibung der Stichprobe 2010 nach vertretenen Branchen im Sample (hauptsächliches Tätigkeitsfeld des Unternehmens) .....	37
Abb. 29	Beschreibung der Stichprobe 2011 nach vertretenen Branchen im Sample (hauptsächliches Tätigkeitsfeld des Unternehmens) .....	37



# A Zusammenfassung



## Datenschutz ist Chefsache

Soziale Netzwerke geben Mitgliederdaten unerlaubt an Werbetreibende weiter, Hackern gelingt der Zugriff auf Millionen von personenbezogenen Kundendaten, Banken legen Kundendatenprofile sortiert nach Risikobereitschaftsklassen an, Kundendaten von Energieversorgern können auf deren Homepage ungehindert von Dritten eingesehen werden, Altenheime entsorgen Bewohnerdaten ungeschreddert im Altmüllcontainer. Wie man weiß, sind dies keine hypothetischen Szenarien – immer wieder gelangen Informationen über die unerlaubte Nutzung oder Weitergabe personenbezogener Daten an die Öffentlichkeit. Das, was bekannt wird, ist nur die Spitze des Eisbergs und lässt die Dunkelziffer allenfalls erahnen. Die Veröffentlichungen tragen aber dazu bei, dass die Bundesbürger immer stärker für die Frage sensibilisiert werden, was mit ihren Daten geschieht. Daher gehört der Datenschutz inzwischen theoretisch und faktisch zur wichtigen Kernkompetenz der Unternehmen, um ihre Geschäftsfähigkeit langfristig aufrechtzuerhalten. So ist es nicht verwunderlich, dass das Thema auch in der vorliegenden Erhebung von jedem zweiten Großunternehmen zur Chefsache erklärt wird.

## Situation des Datenschutzbeauftragten

Aber wie sieht es aktuell mit dem Datenschutz in den Unternehmen aus? Um es kurz zu machen: Dem Datenschutzbeauftragten kommt in vielen Großunternehmen weiterhin noch nicht die Rolle zu, die der Wichtigkeit des Themas angemessen wäre. Der Befund aus dem letzten Jahr, wonach der Datenschutzbeauftragte in jedem zweiten Großunternehmen direkt an die Geschäftsleitung berichtet, hat sich in der aktuellen Erhebung zwar bestätigt, doch offenkundig haben bei Weitem nicht alle Geschäftsleitungen – diejenigen also, die laut Gesetz für den Datenschutz in ihren Unternehmen verantwortlich wären – den Datenschutz als echtes Thema erkannt. Bei vielen unternehmerischen Entscheidungen wird das Know-how der Datenschützer nicht rechtzeitig einbezogen: Etwa jeder fünfte von ihnen wird zu spät oder gar nicht eingebunden, wenn neue Verfahren zur automatisierten Verarbeitung personenbezogener Daten eingeführt werden sollen. Selbst der Tätigkeitsbericht mit den Empfehlungen des Datenschutzbeauftragten wird von der Mehrheit der Geschäftsleitungen in den deutschen Großunternehmen nicht oder nicht regelmäßig aktiv angefordert. Die Ausstattung der Datenschutzbeauftragten mit zeitlichen, personellen und finanziellen Ressourcen wirkt zuweilen unangemessen niedrig. So fühlen sich die Datenschutzbeauftragten in den mitarbeiter- und umsatzstärksten Großunternehmen gemessen an ihren Mitarbeiterzahlen und Umsatzerlösen finanziell wesentlich schlechter gestellt als ihre Kollegen in den mittelgroßen Großunternehmen. In den umsatzstärksten Unternehmen mit mindestens einer Milliarde Euro Jahresumsatz stehen den Datenschützern durchschnittlich gerade einmal 46,8 % ihrer Arbeitszeit für den Datenschutz zur Verfügung, was diese mehrheitlich als zu wenig ansehen.

## Sensibilisierung der Mitarbeiter

Besonders bedenklich erscheint, dass jeder vierte Datenschutzbeauftragte in den Großunternehmen über schwerwiegende Datenschutzvorfälle nicht zeitnah informiert wird. Und auch bei den Schulungen sind Mängel zu verzeichnen: Nur ca. 25 % der Mitarbeiter<sup>1</sup>, die in deutschen Großunternehmen permanent mit der Verarbeitung personenbezogener Daten zu tun haben, werden regelmäßig geschult. Die anderen Mitarbeiter werden nur einmal, bei Bedarf oder gar nicht geschult. Dies ist umso erstaunlicher, als die häufigsten Ursachen für Datenschutzverletzungen nach wie vor in der Unachtsamkeit und Unwissenheit der Mitarbeiter zu finden sind.

<sup>1</sup> Wir bitten um Ihr Verständnis, dass wir im Folgenden zur besseren Lesbarkeit für Personenbezeichnungen das generische Maskulinum verwenden – diese Form meint Frauen und Männer gleichermaßen.

## ***B Die Stellung des Datenschutzbeauftragten: kleine Schritte in die richtige Richtung***



*„Datenschutz ist für den Erfolg unserer Geschäftstätigkeit schon heute von grundlegender Bedeutung. Ich bin mir sicher, dass die Bedeutung mit der weiteren Entwicklung der Online-Medien zukünftig erheblich zunehmen wird.“*

Dr. Claus-Dieter Ulmer, Konzernbeauftragter für den  
Datenschutz, Deutsche Telekom AG

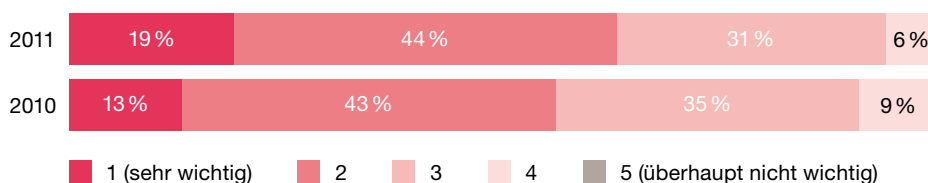
Es scheint, als gingen die Datenschutzskandale der letzten Jahre nicht spurlos an den deutschen Unternehmen vorbei. Die Ergebnisse der diesjährigen Studie *Daten schützen* lassen vor allem zwei Entwicklungen erkennen, die auf einen Bedeutungszuwachs des Themas in deutschen Großunternehmen hinweisen: Zum einen schätzen die Datenschutzbeauftragten der Unternehmen die allgemeine Bedeutung des Themas im Unternehmen höher ein als im Vorjahr. Zum anderen ist der Datenschutz in der Mehrheit der Großunternehmen mittlerweile weiter oben in der Organisationsstruktur verankert als bei der Vorjahresbefragung.

Doch eine genauere Betrachtung der Stellung des Datenschutzbeauftragten im Unternehmen zeigt diese Ergebnisse in einem weniger positiven Licht. Auf den ersten Blick ist der Datenschutz in einem Großteil der deutschen Unternehmen mittlerweile zur Chefsache avanciert, doch im Arbeitsalltag der Datenschutzbeauftragten spiegelt sich dies nicht wider. So zeigt die Chefetage häufig wenig Interesse an den Aktivitäten des Datenschutzbeauftragten: Nicht einmal die Hälfte der Vorstände fordert regelmäßig einen Datenschutzbericht an. Des Weiteren sind die personellen, zeitlichen und finanziellen Ressourcen, die den Datenschutzbeauftragten zur Verfügung stehen, im Vergleich zum Vorjahr kaum gestiegen. Vor allem die personellen Ressourcen werden von 57% der Datenschutzbeauftragten weiterhin als zu niedrig beschrieben, um ihre Aufgabe angemessen erfüllen zu können.

## 1 Das Thema Datenschutz gewinnt an Bedeutung

Wenn auch die Umsetzung des Datenschutzes nach Ansicht der Datenschutzbeauftragten häufig verbesserungsfähig wäre, ist das Bewusstsein für das Thema gestiegen: Während die PwC-Datenschutzstudie des letzten Jahres noch zu dem Ergebnis kam, dass die Notwendigkeit und die Bedeutung des Datenschutzes in den Unternehmen oft unterschätzt wird, zeigt die diesjährige Umfrage deutliche Verbesserungen. Anhand einer Fünferskala haben die Befragten erneut ihre Einschätzungen abgegeben, für wie wichtig man ihrer Ansicht nach in ihrem Unternehmen das Thema Datenschutz erachtet. Der Vergleich mit dem Vorjahr lässt einen deutlichen Trend erkennen. Fast zwei Drittel der befragten Unternehmen schätzen den Datenschutz in ihrem Unternehmen mittlerweile als wichtig bzw. sehr wichtig ein. Nur 6% messen dem Thema immer noch kaum eine Bedeutung zu.

**Abb. 1 Wichtigkeit des Datenschutzes im Unternehmen**



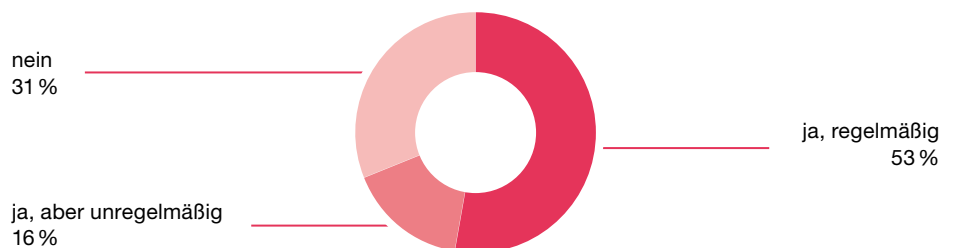
**59 % der Befragten berichten von einer Zuordnung des Themas Datenschutz zur höchsten Leitungsebene.**

In der Mehrheit der Großunternehmen ist der Datenschutzbeauftragte sehr weit oben in der Organisation angesiedelt: 59 % der Befragten berichten in diesem Jahr von einer Zuordnung des Themas zur höchsten Leitungsebene. Unternehmen, die dem Datenschutz eine höhere Bedeutung beimessen, haben den Datenschutzbeauftragten häufiger der Leitungsebene zugeordnet (68 %) als die Unternehmen, in denen das Thema eine geringere Priorität hat (44 %).

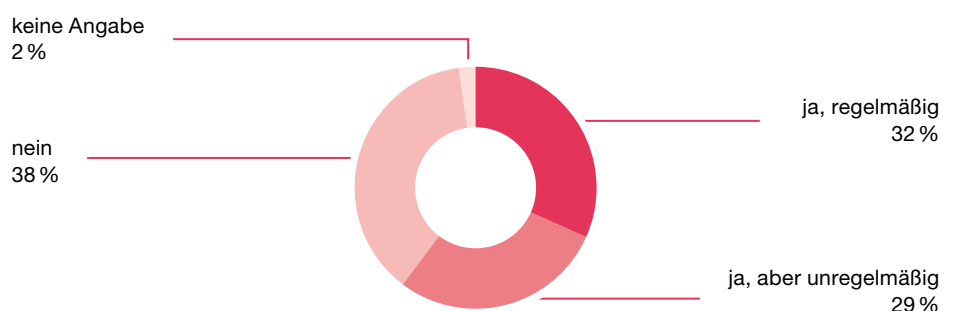
## 2 Datenschutzberichte stoßen auf geringes Interesse

Die Tatsache, dass der Datenschutz in der allgemeinen Einschätzung wichtiger wird, ließe vermuten, dass das Thema auf dem besten Weg ist, wirklich zur Chefsache zu werden. Bei genauerer Betrachtung der Kommunikation mit der Geschäftsleitung zeigt sich jedoch, dass dies noch nicht der Fall ist – handelt es sich also nur um ein Lippenbekenntnis? Nur 42 % der Geschäftsleitungen in den befragten Großunternehmen fordern regelmäßig einen Bericht des Datenschutzbeauftragten an. In der Mehrzahl der Unternehmen (58 %) wird der Bericht des Datenschutzbeauftragten entweder gar nicht oder nur unregelmäßig verlangt. Wenn die Geschäftsleitung eine Berichterstattung vom Datenschutzbeauftragten anfordert, geschieht dies hauptsächlich im Halbjahres- oder Jahresturnus. Nur in 36 der 252 Unternehmen wird quartalsweise über das Thema berichtet.

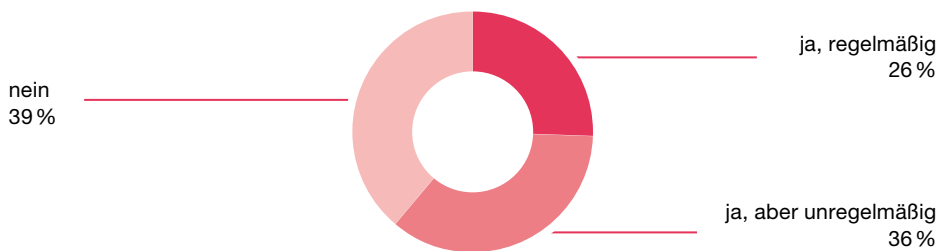
**Abb. 2 EINFORDERUNG DER BERICHTERSTATTUNG IN UNTERNEHMEN MIT UMSATZ > 1 MRD. EURO (n=80)**



**Abb. 3 EINFORDERUNG DER BERICHTERSTATTUNG IN UNTERNEHMEN MIT UMSATZ 500 MIO. B.U. 1 MRD. EURO (n=55)**



**Abb. 4 Einforderung der Berichterstattung in Unternehmen mit Umsatz unter 500 Mio. Euro (n=71)**



Dennoch schätzt die Mehrzahl (85 %) der Datenschutzbeauftragten die Kommunikation mit der Geschäftsleitung zum Thema Datenschutz als gut oder sehr gut ein.

### 3 Die Ressourcen des Datenschutzbeauftragten sind weitgehend unverändert im Vergleich zum Vorjahr

Die gestiegene Bedeutung des Themas spiegelt sich des Weiteren nicht in den zeitlichen, personellen und finanziellen Ressourcen wider, die dem Datenschutzbeauftragten zugeteilt werden. Zwar verzeichnen die Ergebnisse der Studie 2011 einen leichten Anstieg der finanziellen Mittel und der personellen Unterstützung, doch ist dies vermutlich auf die veränderte Untersuchungsgruppe zurückzuführen, die mehr große Dax-Unternehmen als im Vorjahr umfasst.

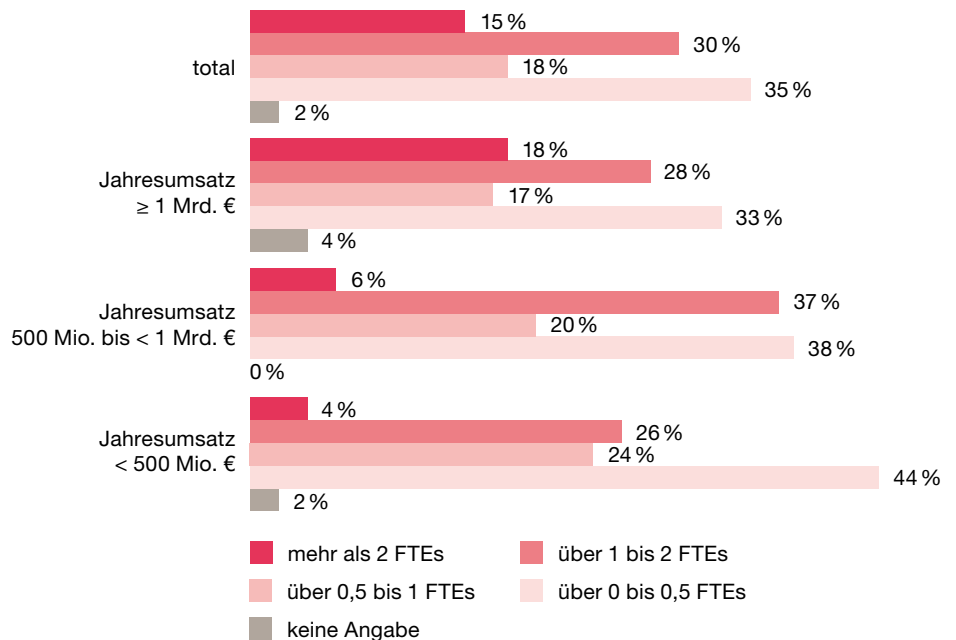
Den betrieblichen Datenschutzbeauftragten stehen durchschnittlich etwa 44 % ihrer vertraglich vereinbarten Arbeitszeit zur Wahrnehmung ihrer Aufgaben zur Verfügung. Dieser Wert entspricht exakt dem Durchschnittswert des Vorjahres. Auch die Ergebnisse der Auswertung der Unternehmen nach Mitarbeiterzahl ähneln denen des Vorjahres: In größeren Unternehmen mit 10.000 und mehr Mitarbeitern weltweit wendet der Datenschutzbeauftragte durchschnittlich 60 % seiner Zeit für das Thema auf. Im Gegensatz dazu steht den Datenschutzbeauftragten in den kleineren der befragten Großunternehmen mit weniger als 5.000 Mitarbeitern im Durchschnitt nur 37 % ihrer Arbeitszeit für den Datenschutz zur Verfügung. In den mitarbeiterstarken Unternehmen können nur vier von zehn Datenschutzbeauftragten mehr als 90 % ihrer Arbeitszeit für Datenschutzaufgaben nutzen.

Der Vergleich der Anzahl der Mitarbeiter des Datenschutzbeauftragten zwischen den Jahren 2010 und 2011 lässt einen geringen Anstieg von 0,3 FTE (d. h. Arbeitsplätze umgerechnet in Vollzeitstellen) erkennen. Durchschnittlich stehen den betrieblichen Datenschutzbeauftragten somit etwa 1,9 FTE zur Verfügung.

**In mitarbeiterstarken Unternehmen können nur vier von zehn Datenschutzbeauftragten mehr als 90 % ihrer Arbeitszeit für Datenschutzaufgaben nutzen.**

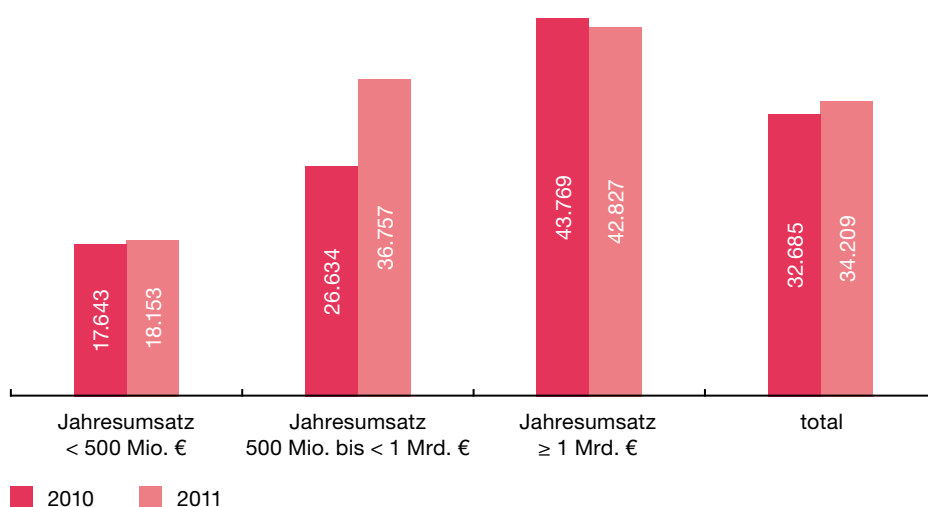
**Durchschnittlich stehen den betrieblichen Datenschutzbeauftragten etwa 1,9 FTE zur Verfügung.**

**Abb. 5 Anzahl der FTEs über die der Datenschutzbeauftragte zur Wahrnehmung seiner Aufgaben verfügt (nach Untergruppen)**



Das jährliche Datenschutzbudget beträgt in den befragten 252 Unternehmen im Jahr 2011 im Durchschnitt 69.000 Euro. Im Gegensatz zu dem Durchschnittswert von 32.500 Euro im Jahr 2010 erscheint der Wert von 2011 äußerst hoch. Eine nähere Betrachtung erklärt jedoch den Unterschied: Bereinigt man zum Zweck des Zweijahresvergleichs die Mittelwertberechnung um das Datenschutzbudget dreier besonders großer und finanzstarker Unternehmen, erhält man ein durchschnittliches Budget von 34.000 Euro. Dieser Wert entspricht in etwa dem des Vorjahres.

**Abb. 6 Vergleich des Unternehmensbudgets für den Datenschutz in Unternehmen in 2010 und 2011 (nach Untergruppen)**

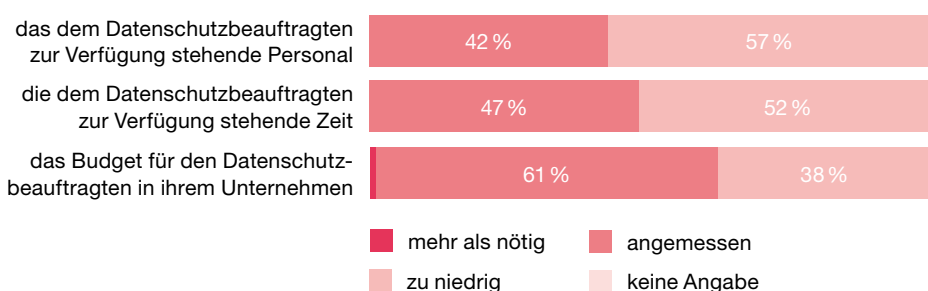


Obwohl grundsätzlich zu erwarten war, dass den Datenschutzbeauftragten in den größeren Unternehmen durchschnittlich mehr Geld zur Verfügung steht als ihren Kollegen in den kleineren Großunternehmen, legen die Daten den Schluss nahe, dass sich im mittleren Größensegment der deutschen Großunternehmen die finanzielle Ausstattung der Datenschutzbeauftragten während des letzten Jahres verbessert haben könnte. Dies bestätigt sich auch in den subjektiven Einschätzungen der Datenschützer hinsichtlich der ihnen zur Verfügung stehenden finanziellen Ressourcen.

#### 4 Subjektive Beurteilung der Ressourcen des Datenschutzbeauftragten

Die geringe Steigerung der Ressourcen wird auch von den Datenschützern selbst kritisiert. Wie im Vorjahr wird deutlich, dass vor allem die personellen Ressourcen als zu gering eingeschätzt werden. Während mehr als die Hälfte (61 %) der Datenschutzbeauftragten ihr finanzielles Budget als ausreichend bewertet, beurteilen nur 47 % der Datenschutzbeauftragten die ihnen zur Verfügung stehende Zeit als angemessen. Die Personalausstattung wird am häufigsten kritisiert. Nur 42 % der Datenschutzbeauftragten denken, dass die Anzahl der sie unterstützenden Mitarbeiter angemessen ist.

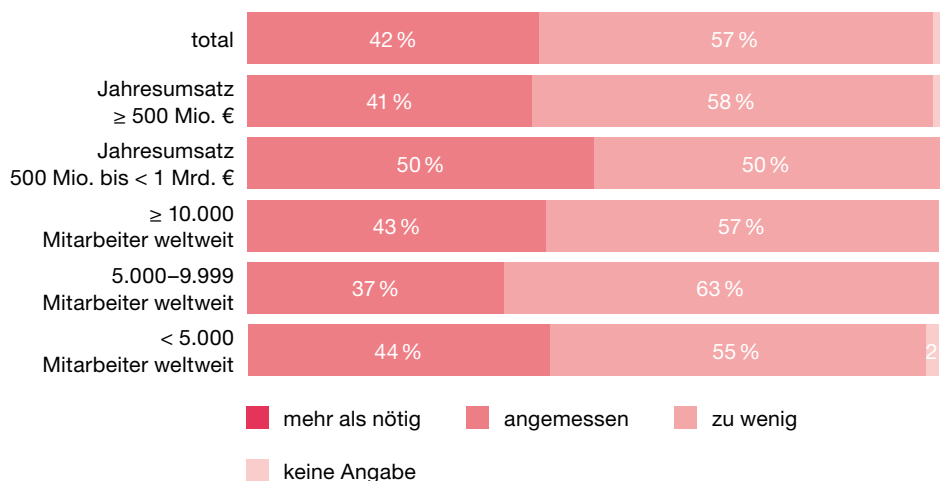
**Abb. 7 Beurteilung der dem Datenschutzbeauftragten zur Verfügung stehenden Ressourcen**



Die Datenschutzbeauftragten in den umsatzschwächeren der befragten Großunternehmen mit weniger als 500 Millionen Euro Jahresumsatz äußerten die geringste Kritik an ihrer Personalsituation.

**Nur 42 % der Datenschutzbeauftragten denken, dass ihnen eine ausreichende Anzahl an Mitarbeitern zur Verfügung steht.**

**Abb. 8 Beurteilung des dem Datenschutzbeauftragten zur Verfügung stehenden Personals (nach Untergruppen)**

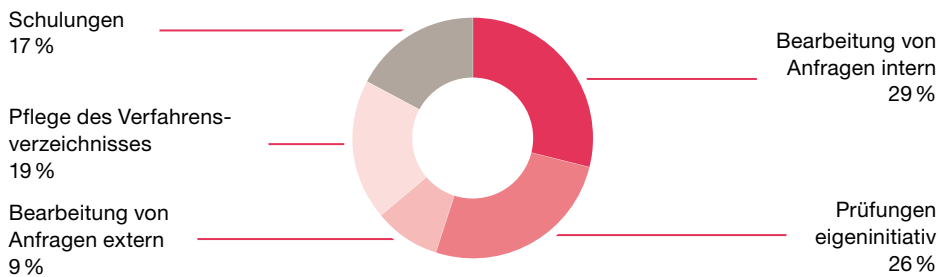


Die „gefühlte“ und die tatsächliche Gesamtsituation lassen sich daher wie folgt zusammenfassen: In den umsatz- bzw. mitarbeiterstärksten Großunternehmen sind die Datenschutzbeauftragten faktisch besser oder ebenso gut mit finanziellen bzw. zeitlichen Ressourcen ausgestattet wie ihre Kollegen in den mittelgroßen Großunternehmen, empfinden ihre Situation aber subjektiv nicht als besser. Finanziell fühlen sie sich gemessen an den Mitarbeiterzahlen und Umsatzerlösen sogar wesentlich schlechter ausgestattet. Die Budgetsituation wird insgesamt von den Datenschutzbeauftragten aus den mittelgroßen Unternehmen deutlich positiver gesehen als von ihren Kollegen in den kleineren und größeren Großunternehmen. Dies ist ebenfalls ein Anhaltspunkt dafür, dass sich gerade in diesem Größensegment die finanzielle Ausstattung der Datenschutzbeauftragten im letzten Jahr verbessert haben dürfte.

## 5 Die Haupttätigkeiten der Datenschutzbeauftragten

Die ihm zur Verfügung stehenden zeitlichen Ressourcen verwendet der Datenschutzbeauftragte ähnlich wie im letzten Jahr hauptsächlich auf die Bearbeitung von internen Anfragen (Vorjahr: 43 %) und die Durchführung von Prüfungen auf Eigeninitiative (Vorjahr: 33 %). Die Pflege des Verfahrensverzeichnisses mit 19 % und Schulungen mit 17 % nehmen ebenfalls einen Großteil seiner Arbeitszeit ein. Externe Anfragen machen im Durchschnitt nur ein knappes Zehntel (Vorjahr: 12 %) der Arbeit aus.

**Abb. 9 Aufteilung der Arbeitszeit des Datenschutzbeauftragten**



## **C** *Datenschutz in den Unternehmensprozessen: einmalig oder nachhaltig?*



*„Standardisierte Prozesse müssen die frühzeitige Einbindung des Datenschutzbeauftragten garantieren, sonst drohen Fehlinvestitionen, Projektverzögerungen und letztlich das Scheitern auch der ambitioniertesten Datenschutzstrategie.“*

Florian Thoma, Datenschutzbeauftragter, Siemens AG

Datenschutz im Unternehmen obliegt nicht nur dem Datenschutzbeauftragten. Festgelegte Prozesse müssen sicherstellen, dass Datenschutz in der Unternehmenskultur verankert ist. Die diesjährige Studie zeigt einige Bereiche auf, in denen schon Fortschritte zu verzeichnen sind. So sind beispielsweise mittlerweile fast 100% der Verhältnisse zur Auftragsdatenverarbeitung mit externen Dritten vertraglich geregelt und nur noch jedes zehnte Unternehmen kann kein Verfahrensverzeichnis vorweisen. Doch scheint die Umfrage auch eine kritische Entwicklung widerzuspiegeln: Viele Prozesse werden nur einmal oder nur in Teilen eingeführt, dann aber nicht konsequent weiter verfolgt. Das Verfahrensverzeichnis wird beispielsweise nicht aktualisiert, die Regeln zur Auftragsdatenverarbeitung finden oft keine Anwendung mehr sobald der Auftragnehmer eine Schwestergesellschaft des auftraggebenden Unternehmens ist. Darüber hinaus wird jeder fünfte Datenschutzbeauftragte erst nach der Einführung eines neuen Verfahrens über dieses unterrichtet und nur jeder vierte Mitarbeiter, der regelmäßigen Umgang mit personenbezogenen Daten hat, wird tatsächlich regelmäßig geschult.

Diese und weitere in diesem Kapitel beschriebenen Entwicklungen erinnern daran, dass es nicht ausreicht, Regeln einzuführen, sondern dass es ebenso wichtig ist, ihre Einhaltung konsequent zu verfolgen. Dies ist auch eine wesentliche Aufgabe des Datenschutzbeauftragten.

## 1 Das Verfahrensverzeichnis wird von fast jedem zweiten Unternehmen nicht in einem Standardprozess aktualisiert

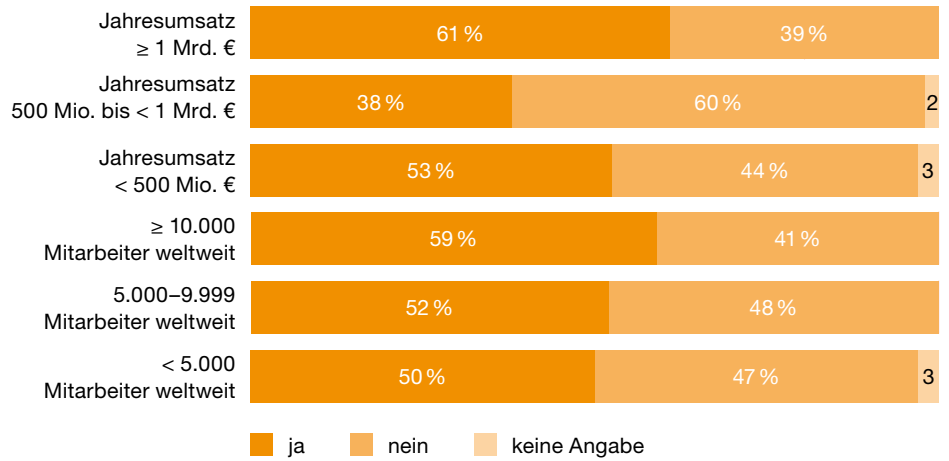
In den Ergebnissen zeigt sich mehrmals, dass den Datenschutzaktivitäten in vielen Unternehmen keine Nachhaltigkeit attestiert werden kann. In jedem zehnten Großunternehmen ist kein Verfahrensverzeichnis nach § 4e BDSG (Bundesdatenschutzgesetz) vorhanden. Positiv gesagt bedeutet dies zwar, dass es in neun von zehn Großunternehmen dieses vorgeschriebene Verfahrensverzeichnis gibt. Doch nur etwa 53% der Datenschutzbeauftragten geben an, dass das Verfahrensverzeichnis regelmäßig aktualisiert wird.

Dies deutet darauf hin, dass die Pflicht zur Erstellung des Verzeichnisses zwar erkannt wurde, allerdings eine erforderliche standardisierte Aktualisierung in vielen Unternehmen nicht vorgenommen wird.

Es scheinen vor allem die umsatzstärksten Großunternehmen zu sein, die das Verfahrensverzeichnis standardmäßig auf aktuellem Stand halten. Nach Angabe der Datenschutzbeauftragten nutzt die Mehrheit der 120 Unternehmen, die ihr Verfahrensverzeichnis in einem Standardprozess aktualisieren, dafür IT-gestützte Verfahren.

***Nur etwa 53 % der Datenschutzbeauftragten geben an, dass das Verfahrensverzeichnis regelmäßig aktualisiert wird.***

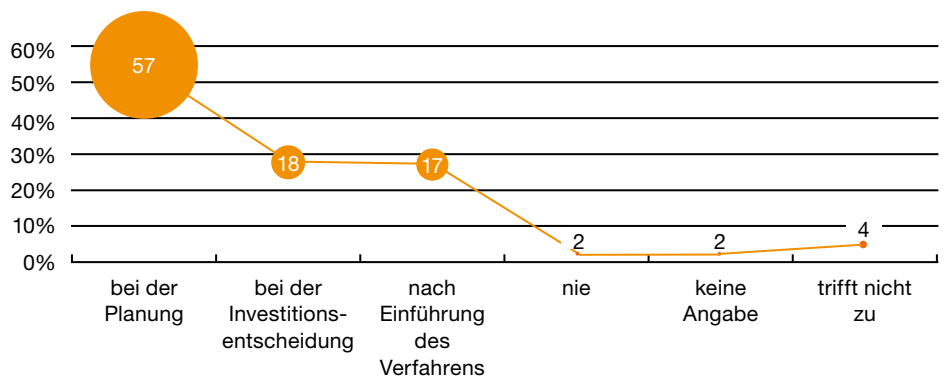
**Abb. 10 Aktualisierung des Verfahrensverzeichnis in einem Standardprozess (n=225, nach Untergruppen)**



## 2 Jeder fünfte Datenschutzbeauftragte wird zu spät in neue Verfahren eingebunden

Auch die Prozesse zur Einbindung des Datenschutzbeauftragten scheinen nicht immer in allen Unternehmen zu funktionieren, wie die Ergebnisse der Studie belegen. Zwar geben die Datenschutzbeauftragten in der Mehrzahl an, frühzeitig darüber informiert zu werden, wenn neue Verfahren zur Verarbeitung personenbezogener Daten eingeführt werden sollen: 57% werden bereits während der Planungsphase informiert und 18% bei der Investitionsentscheidung. Allerdings geben auch 17% der befragten Datenschutzbeauftragten an, erst davon zu erfahren, wenn das Verfahren bereits eingeführt worden ist. Weitere 3% gehen davon aus, gar keine Information zu erhalten. Somit wird jeder fünfte Datenschutzbeauftragte zu spät informiert; dieser Wert ist gegenüber dem Vorjahr gleich geblieben.

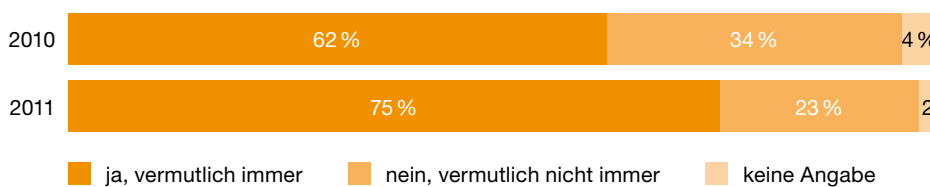
**Abb. 11 Zeitpunkt der Information des Datenschutzbeauftragten über neue datenverarbeitende Verfahren**



### 3 Jeder vierte Datenschutzbeauftragte wird bei schwerwiegenden Vorfällen nicht zeitnah informiert

Ein ähnliches Bild zeichnet sich unter den Datenschutzbeauftragten bei der Beantwortung der Frage „Werden Sie bei schwerwiegenden Datensicherheitsvorfällen zeitnah informiert?“ ab. Etwa jeder vierte Datenschützer geht in der aktuellen Erhebung davon aus, dass dies nicht immer der Fall war. Dies ist insofern bedenklich, als dadurch möglicherweise gesetzlich vorgeschriebene Meldungen an die Aufsichtsbehörden und die Betroffenen nicht zeitnah erfolgen können. Es sollte jedoch nicht verschwiegen werden, dass auch bei dieser Fragestellung eine Verbesserung im Vergleich zum Vorjahr eingetreten ist. So gingen im Vorjahr nur 62% der Befragten davon aus, dass sie „vermutlich immer“ zeitnah über relevante Verstöße informiert werden.

**Abb. 12 Zeitnahe Information des Datenschutzbeauftragten bei schwerwiegenden Datensicherheitsvorfällen**



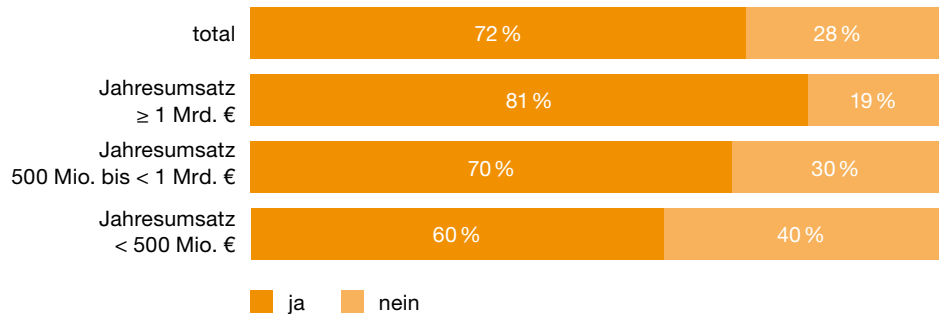
Gerade vor diesem Hintergrund ist es interessant zu sehen, dass angabegemäß insgesamt neun Unternehmen (4%) eine Benachrichtigung gemäß § 42a BDSG haben vornehmen müssen. Dabei wurden in nahezu gleichem Umfang Aufsichtsbehörden und Betroffene informiert. Betroffen waren Unternehmen aller Größen und Umsatzklassen.

### 4 Datenverarbeitung durch Dritte und Auftragsdatenverarbeitung im Konzern

Drei von vier Großunternehmen beauftragen Dritte mit der Verarbeitung personenbezogener Daten. Dabei zeigte sich schon letztes Jahr, dass die Verträge zur Auftragsdatenverarbeitung (ADV) mit Dritten in fast allen Unternehmen im Hinblick auf die Einhaltung der Anforderungen des § 11 BDSG überprüft werden. Die Unternehmen scheinen also bezüglich der ADV-Verhältnisse ihre Hausaufgaben gemacht zu haben, lediglich bei den umsatz- oder mitarbeiterschwächeren Großunternehmen besteht diesbezüglich noch immer Nachholbedarf.

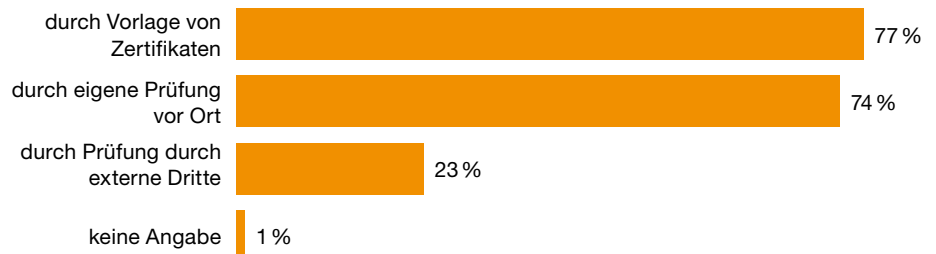
Knapp 75% der Unternehmen geben an, ihre Kontrollrechte gegenüber externen Dienstleistern bei datenschutzrechtlich relevanten Themen bereits genutzt zu haben. Auch hier zeigt sich, dass es am ehesten die mitarbeiter- und umsatzstärksten Unternehmen sind, die Kontrollen bei externen Dienstleistern vornehmen.

**Abb. 13 Ausübung der Kontrollrechte gegenüber externen Dienstleistern (n=188, nach Untergruppen)**



Diejenigen, die bereits Kontrollen bei externen Dienstleistern vorgenommen haben, haben sich vorwiegend Zertifikate vorlegen lassen oder eine eigene Prüfung vor Ort durchgeführt. Knapp 25% der Unternehmen haben die Prüfungen durch externe Dritte vornehmen lassen. Diejenigen Unternehmen, die dem Datenschutz eine eher wichtige Rolle beimessen, verlassen sich seltener auf die Vorlage von Zertifikaten (74%) als die Unternehmen, in denen dem Datenschutz von den Datenschutzbeauftragten eine geringere Bedeutung attestiert wird (84%). Dafür spielen eigene Prüfungen vor Ort eine größere Rolle (79% versus 64%). Dasselbe gilt auch für Prüfungen durch externe Dritte (26% versus 16%).

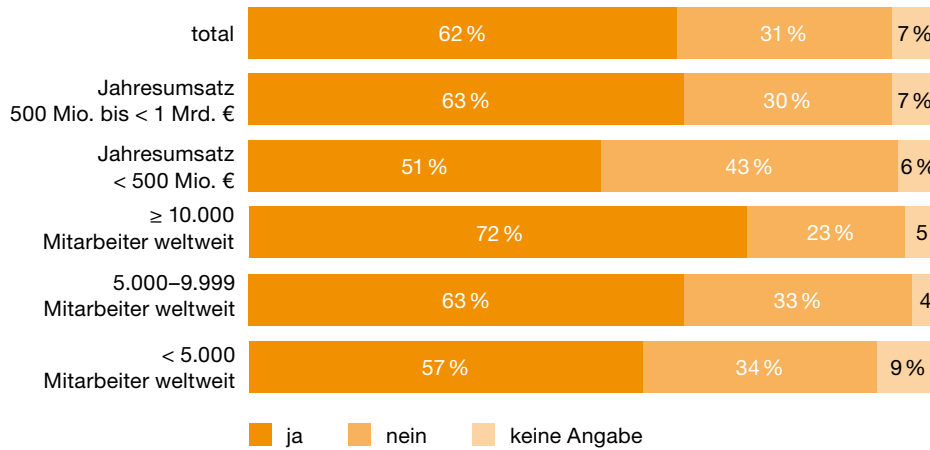
**Abb. 14 Art der Kontrolle gegenüber externen Dienstleistern (n=135)**



Die deutschen Großunternehmen kommen ihrer Prüfungspflicht also durch entsprechende Verträge und durch die Wahrnehmung von Kontrollen sehr gut nach. Jedoch zeigt die diesjährige Umfrage, dass die Unternehmen die gesetzlichen Regelungen weniger häufig anwenden, wenn die Daten durch eine Konzerngesellschaft verarbeitet werden. Laut der diesjährigen Studie findet bei 31% der Unternehmen eine Auftragsdatenverarbeitung im Konzernverbund ohne eine schriftliche Vereinbarung statt. Somit liegt in 31% der Unternehmen ein Gesetzesverstoß vor, da es bezüglich des Datenschutzes noch immer kein Konzernprivileg gibt. Für ADV im Konzern gelten dieselben Regeln wie für ADV mit externen Dritten.

**Bei 31 % der Unternehmen findet eine Auftragsdatenverarbeitung im Konzernverbund ohne eine schriftliche Vereinbarung statt, somit liegt in 31 % der Unternehmen ein Gesetzesverstoß vor.**

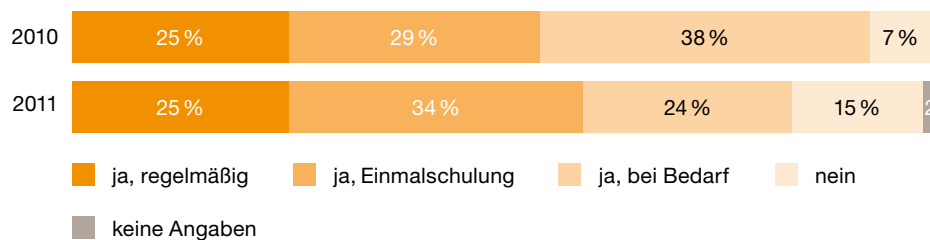
**Abb. 15 Schriftliche Vereinbarungen zur Auftragsdatenverarbeitung zwischen Konzerngesellschaften (nach Untergruppen)**



## 5 Nur jeder vierte Mitarbeiter, der personenbezogene Daten verarbeitet, wird regelmäßig geschult

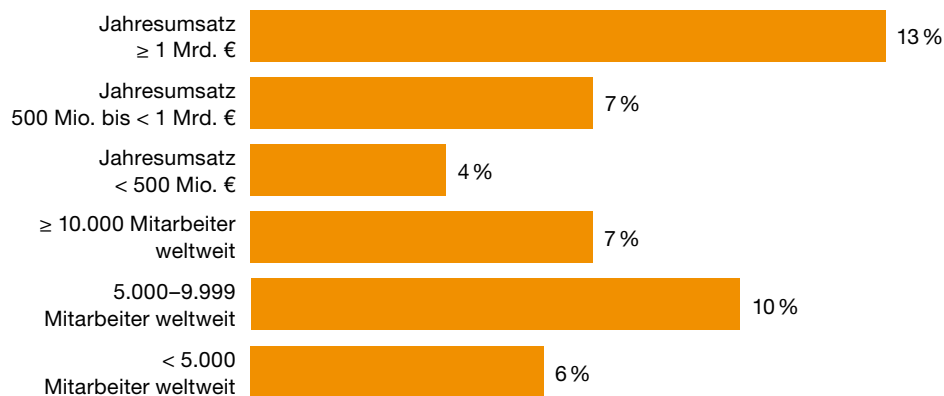
Auch den datenschutzrechtlichen Schulungen scheinen manche Unternehmen nicht mit der nötigen Sorgfalt nachzukommen. Die Mitarbeiter, die personenbezogene Daten verarbeiten, werden in drei von vier Unternehmen nicht regelmäßig zum Thema Datenschutz geschult. Drei von zehn Unternehmen geben sogar Einmalschulungen zu Protokoll und vier von zehn Unternehmen schulen nur „bei Bedarf“. Diese Kategorie ist relativ weich formuliert, steht aber mitunter auch dafür, dass gar keine Schulungen durchgeführt werden. Im letzten Jahr hatten immerhin 15 % der Datenschutzbeauftragten klar angesprochen, dass es keinerlei datenschutzrechtliche Schulungen für die entsprechenden Mitarbeiter in ihrem Unternehmen gibt. In der aktuellen Erhebung gaben dies nur 7 % zu Protokoll.

**Abb. 16 Datenschutzrechtliche Schulungen für Mitarbeiter, die personenbezogene Daten verarbeiten (n=247)**



Im Bezug auf den Umsatz der Unternehmen ist festzustellen, dass es keineswegs nur die kleineren und umsatzschwächeren Großunternehmen sind, die häufig keinerlei Schulungen durchführen. Überproportional hoch ist der Anteil der Unternehmen ohne Schulungen unter den umsatzstärksten Unternehmen der untersuchten Gruppe.

**Abb. 17 Anteil der Unternehmen ohne datenschutzrechtliche Schulungen für Mitarbeiter, die personenbezogene Daten verarbeiten (n=247, nach Untergruppen)**



***13 % der Unternehmen mit mehr als einer Milliarde Euro Umsatz führen keine datenschutzrechtlichen Schulungen durch.***



## **D Daten(un)sicherheit in den Unternehmen: alte und neue Herausforderungen**

*„Gelebter Datenschutz leistet einen entscheidenden Beitrag zur Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit und liefert damit eine wesentliche Voraussetzung für nachhaltigen wirtschaftlichen Erfolg.“*

Ilan Nachemia, Datenschutzexperte, METRO AG



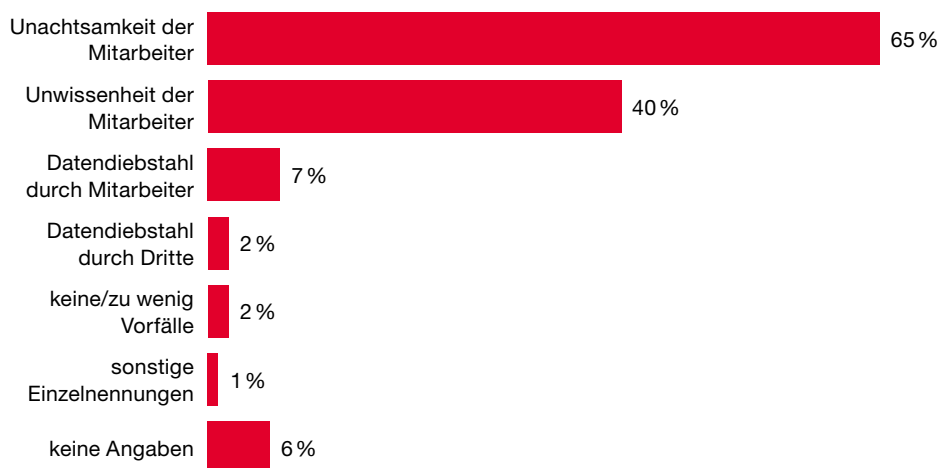
Das Ergebnis der diesjährigen Umfrage zur Schulung von Mitarbeitern scheint umso bedeutungsvoller, wenn man die zentralen Unsicherheiten und Herausforderungen der Unternehmen bezüglich des Datenschutzes betrachtet. Wie im letzten Jahr geben die Datenschutzbeauftragten Unachtsamkeit und Unwissenheit der Mitarbeiter als Hauptursache für Datenschutzverletzungen an.

Doch neben den alten Herausforderungen stehen die Unternehmen vor zahlreichen neuen Herausforderungen. Online-Shops stellen neue Anforderungen an den Datenschutz im Internet und die anstehende Novellierung des BDSG wird voraussichtlich die Anforderungen an den Beschäftigtendatenschutz deutlich erhöhen. Hinzu kommen die zunehmenden Aktivitäten der Aufsichtsbehörden. In der diesjährigen Umfrage gibt jeder zehnte Datenschutzbeauftragte an, dass sein Unternehmen bereits ein Audit durch die Behörden erlebt hat.

## 1 Die häufigsten Ursachen für Datenschutzverletzungen: Unachtsamkeit und Unwissenheit der Mitarbeiter

Unachtsamkeit und Unwissenheit der Mitarbeiter sind nach aktueller Einschätzung der Datenschutzbeauftragten wie im Vorjahr die beiden häufigsten Ursachen für Verletzungen des Datenschutzes im Unternehmen, aber auch mangelnde Kommunikation (40%) wird für Datenschutzverstöße verantwortlich gemacht. Datendiebstahl durch Mitarbeiter oder Dritte haben wiederum keinen hohen Stellenwert.

**Abb. 18 Häufigste Ursachen für Verletzungen des Datenschutzes im Unternehmen (halboffene Abfrage)**



Im Hinblick auf die Mitarbeiteranzahl und Umsatzstärke der Unternehmen fällt auf, dass Unachtsamkeit der Mitarbeiter in den mitarbeiter- und umsatzstärkeren Unternehmen häufiger als Ursache für Datenschutzverletzungen genannt wird, als das in den kleineren und umsatzschwächeren Unternehmen der Fall ist.

**Abb. 19 Unachtsamkeit der Mitarbeiter als eine der häufigsten Ursachen für Verletzungen des Datenschutzes (nach Untergruppen)**



## 2 Die Unternehmen sehen nur geringe Risiken im E-Commerce

Die Mehrheit der befragten Unternehmen ist nicht im Internethandel aktiv. Dennoch betreiben immerhin vier von zehn Unternehmen E-Commerce und jedes dritte Unternehmen hat einen Online-Shop. Der Anteil der Online-Shop-Betreiber ist unter den umsatzstärkeren und mittelstarken Unternehmen mit 40 % beziehungsweise 38 % höher als in den umsatzschwächeren Unternehmen (24 %). Wenn man die Unternehmen nach Branchen betrachtet sind erwartungsgemäß die meisten Online-Shop-Betreiber unter den Handelsunternehmen zu finden. Hier vertreiben sogar 70 % der Unternehmen ihre Produkte oder Dienstleistungen via Internet.

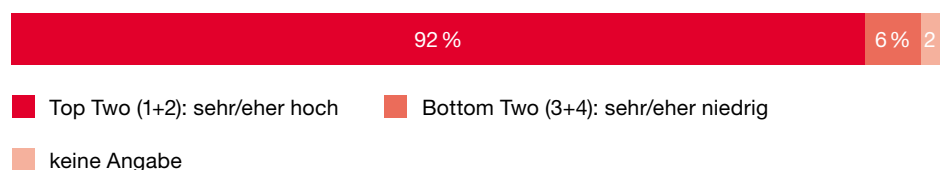
Das Datenschutzniveau der Online-Shops wird gemeinhin als sehr hoch oder zumindest als eher hoch bezeichnet. Aber es gibt unter den Befragten auch fünf Datenschutzbeauftragte, die das Datenschutzniveau des Online-Shops in ihrem Unternehmen als eher niedrig bezeichnen.

**Abb. 20 Anteil der Online-Shop-Betreiber (nach Untergruppen)**

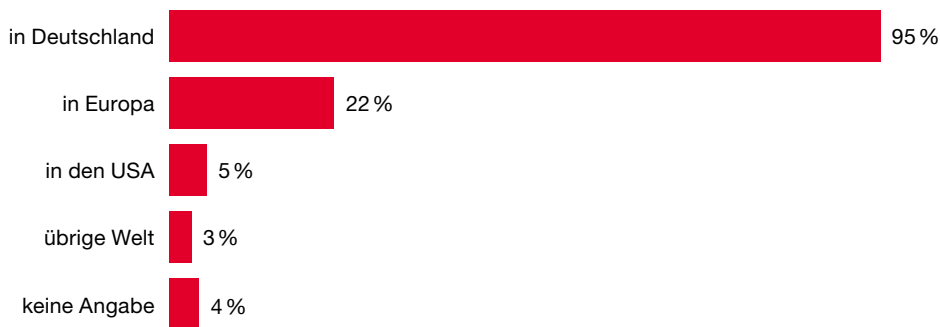


Drei Datenschutzbeauftragte aus Großunternehmen mit weniger als 10.000 Mitarbeitern geben zudem an, dass sich der Server für Kundendaten außerhalb EU und USA befindet. Sie kommen aus dem Handels- und dem Chemiebereich und anderen produzierenden Gewerbeunternehmen. Weitere drei Datenschutzbeauftragte können oder wollen zu den Serverstandorten keine Angabe machen. Alle drei kommen aus Dienstleistungsunternehmen.

**Abb. 21 Einschätzung des Datenschutzniveaus des eigenen Online-Shops (n=83)**



**Abb. 22 Standort des Servers für Kundendaten (n=83)**

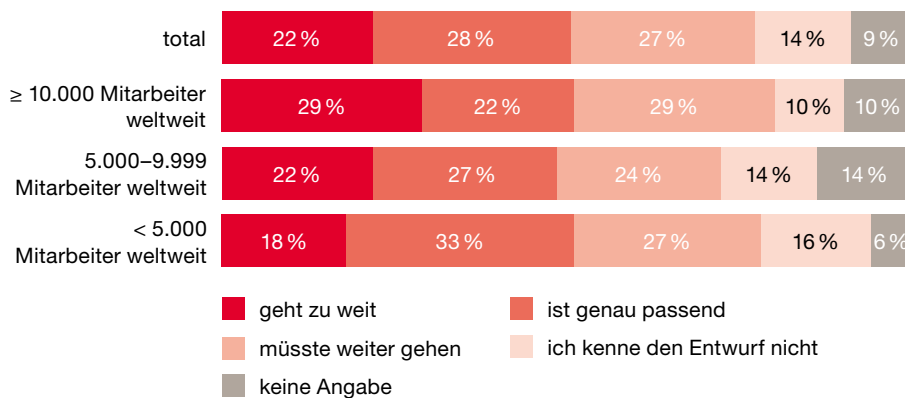


### 3 Der Entwurf zur Novelle des Beschäftigtendatenschutzes ist praktisch etwa jedem fünften Datenschutzbeauftragten unbekannt

Nach öffentlichen Diskussionen über Social Media und Datenschutz (Facebook, Google, etc.) legte der deutsche Innenminister dem Bundestag einen Gesetzesentwurf zur Neuregelung des Beschäftigtendatenschutzes vor, der seitdem aktiv in Bundestag und Bundesrat sowie in der Öffentlichkeit diskutiert wird. Es verwundert, dass 14% der befragten Datenschutzbeauftragten diesen Entwurf nicht kennen. In der Praxis dürfte der Anteil sogar noch höher liegen, da etwa jeder zehnte Befragte keine Angabe zu der Frage nach seiner Einschätzung des Entwurfs machen wollte oder konnte.

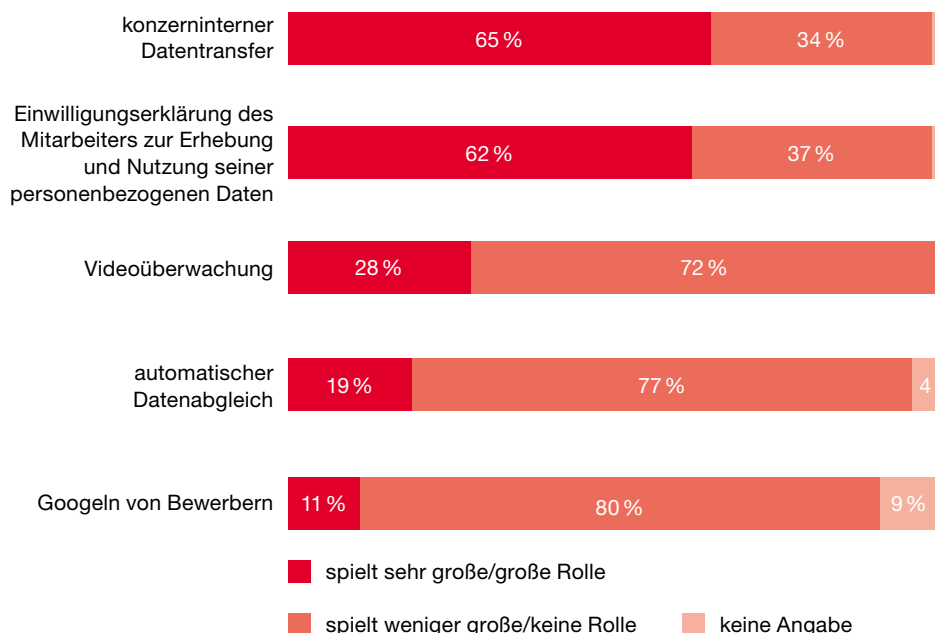
*Es verwundert, dass 14 % der befragten Datenschutzbeauftragten diesen Entwurf nicht kennen.*

**Abb. 23 Einschätzung des Entwurfs zur Novelle des Beschäftigtendatenschutzes (nach Untergruppen)**



Bei denjenigen, die sich eine Beurteilung zutrauen, gehen die Meinungen zum Entwurf der Novelle weit auseinander. Fast zu gleichen Teilen beurteilen die Datenschutzbeauftragten den Entwurf mit den Angaben „genau passend“, „geht zu weit“ oder „müsste weiter gehen“. Klarer ist das Stimmungsbild unter den Datenschutzbeauftragten bezüglich der Wichtigkeit der im Gesetzesentwurf angesprochenen Themen. Als besonders wichtige Themen im Zusammenhang mit der Neuregelung des Beschäftigtendatenschutzes werden von den Datenschützern der konzerninterne Datentransfer sowie die Einwilligung von Mitarbeitern bei der Erhebung und Nutzung ihrer personenbezogenen Daten gesehen. Demgegenüber rücken Fragen der Videoüberwachung, des automatischen Datenabgleichs und vor allem des „Googelns“ von Bewerbern deutlich in den Hintergrund. Gerade vor dem Hintergrund der in den Medien schwerpunktmäßig vertretenen Diskussion ist diese Einschätzung überraschend.

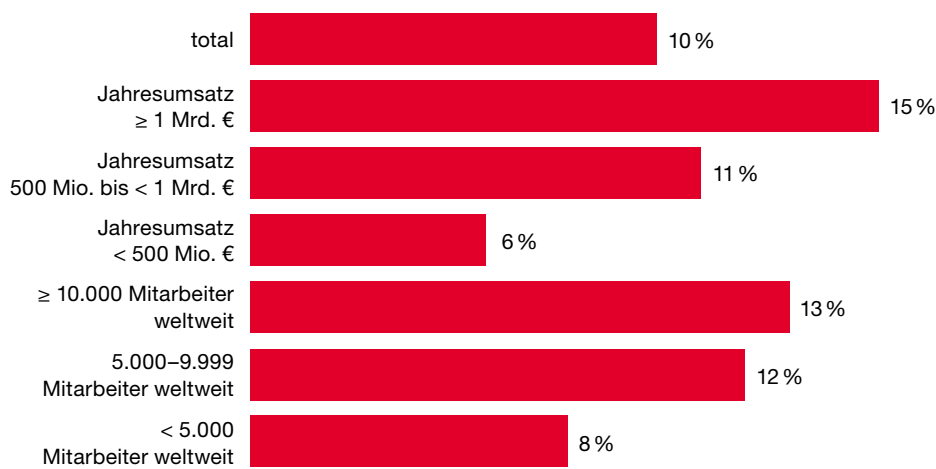
**Abb. 24 Wichtigkeit von Themen des Beschäftigtendatenschutzes**



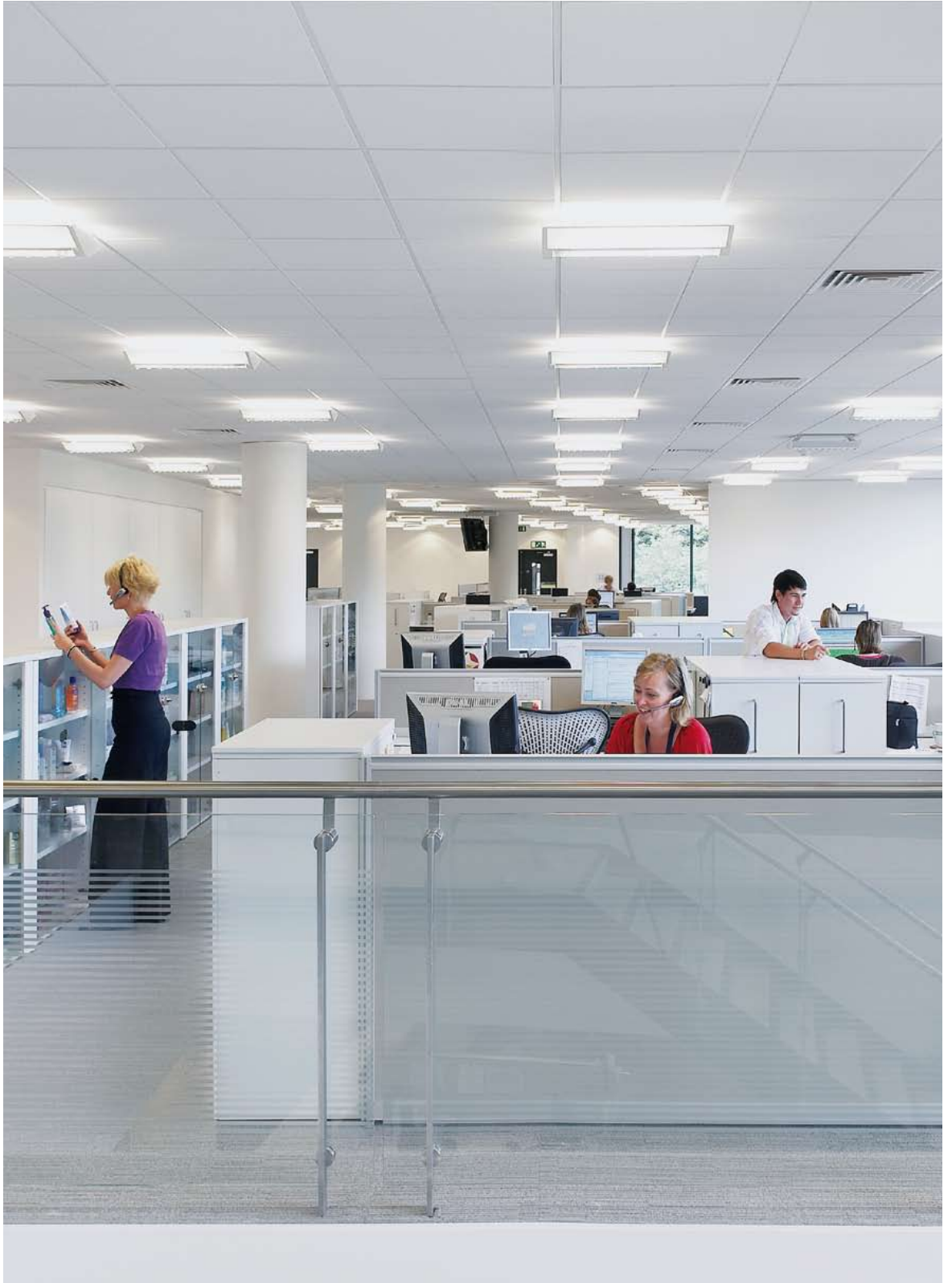
## 4 Die Aufsichtsbehörden werden aktiver: Jedes zehnte Großunternehmen hat bereits ein Audit durch die Aufsichtsbehörde erlebt

Neben den Herausforderungen im Bereich E-Commerce und Beschäftigtendatenschutz scheinen auch Prüfungen durch die Aufsichtsbehörden zuzunehmen. Die diesjährige Befragung ergab, dass bei jedem zehnten Unternehmen mittlerweile schon einmal ein Audit durch die Aufsichtsbehörde stattgefunden hat. Dabei finden Audits erwartungsgemäß häufiger in den umsatzstärkeren und mitarbeiterstärkeren Unternehmen statt.

**Abb. 25 Anteil der Unternehmen, bei denen schon einmal ein Audit durch die Aufsichtsbehörde stattgefunden hat (nach Untergruppen)**



## ***E Methodik***



Ziel der bundesweiten Wiederholungsbefragung von Datenschutzbeauftragten in den Top-1.000-Wirtschaftsunternehmen in Deutschland war es, die Datenschutzsituation in Großunternehmen zu beleuchten. Die Feldarbeit zur diesjährigen zweiten Welle wurde zwischen dem 10. Januar und dem 11. Februar 2011 wie auch im letzten Jahr von TNS Emnid durchgeführt. Für die Konzeption, Steuerung und Auswertung der Studie war denkstelle hamburg verantwortlich.

Die Stichprobe mit den Unternehmensadressen wurde durch TNS Emnid zur Verfügung gestellt. Ziel war es, den Pool der 1.000 Bruttoadressen bestmöglich auszuschöpfen. Insgesamt konnten 252 vollständige Interviews ausgewertet werden, im Vorjahr waren es 230. Die höhere Ausschöpfungsquote lässt sich vermutlich darauf zurückführen, dass der im letzten Jahr schriftlich durchgeführte Primärkontakt aufgrund der Fragebogenstruktur auf einen telefonischen Primäransatz umgestellt wurde.

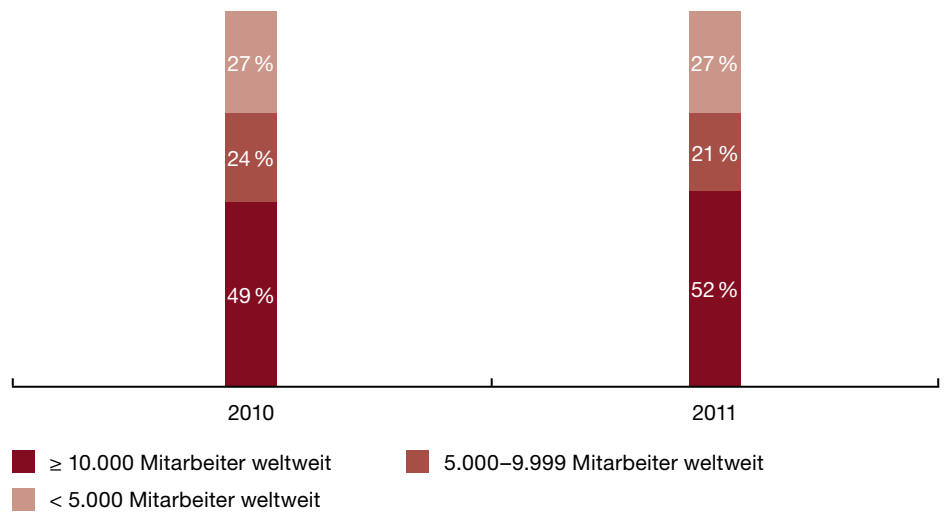
Den Befragten wurde wie auch in der ersten Befragung angeboten, das Interview telefonisch zu führen oder einen Fragebogen auszufüllen. Die meisten Interviews wurden telefonisch als CATI (Computer Assisted Telephone Interview) durchgeführt (243). Lediglich neun Datenschutzbeauftragte entschieden sich für das Selbstauffüllen des Fragebogens. Acht von ihnen füllten den Bogen online aus und eine Person sandte ihren ausgefüllten Fragebogen anonym per Post ein.

Den Befragungsteilnehmern werden die Studienergebnisse auf Wunsch von TNS Emnid zeitgleich mit der Veröffentlichung in elektronischer Form zur Verfügung gestellt.

Die Daten wurden wieder nach Unternehmensgröße analysiert. Den Unternehmen mit unter 500 Millionen Euro Jahresumsatz wurden Unternehmen mit 500 bis 999 Millionen Euro sowie mit einer Milliarde Euro und mehr gegenübergestellt. Sie werden in der Ergebnisdarstellung als „umsatzschwächere Unternehmen“, „mittelgroße Unternehmen“ und „umsatzstärkere Unternehmen“ bezeichnet. Außerdem wurden die Antworten anhand der Mitarbeiterzahl der Unternehmen analysiert, hier werden die Unternehmen mit weltweit 10.000 und mehr Mitarbeitern („größere“, „mitarbeiterstärkere“ Unternehmen) den Unternehmen mit weltweit 5.000 bis 9.999 Mitarbeiter und weltweit unter 5.000 Mitarbeiter („kleinere“ Großunternehmen) gegenübergestellt. Die Aussagen wurden auch nach Branchen und anderen Kriterien wie beispielsweise der Wichtigkeit des Themas Datenschutz im jeweiligen Unternehmen (subjektive Einschätzung der Datenschutzbeauftragten) ausgewertet.

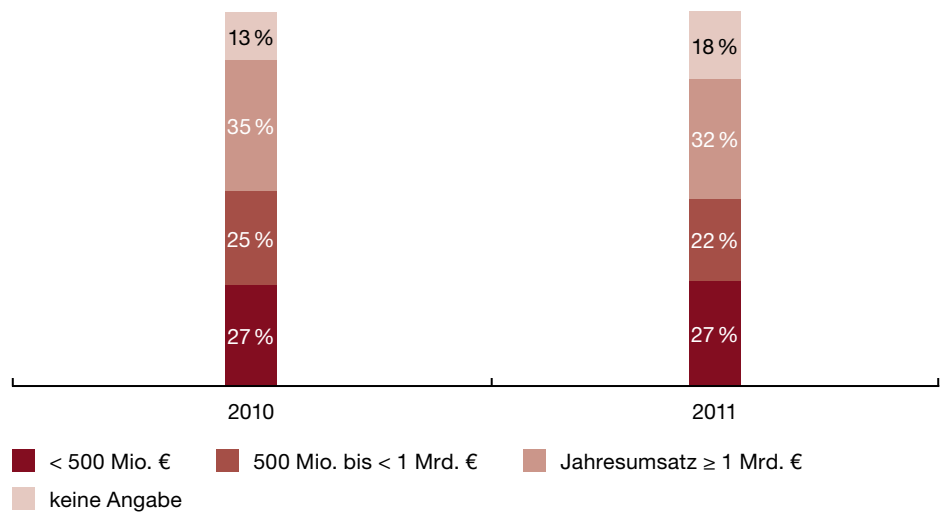
Die Verteilung der Unternehmen nach Mitarbeiterzahl entspricht im Großen und Ganzen der des letzten Jahres.

**Abb. 26 Beschreibung der Stichproben in 2010 und 2011 nach Anzahl der Mitarbeiter in den Unternehmen weltweit**



Dass 18% der Unternehmen – und somit 5% mehr als im Vorjahr – in dieser Befragungswelle keine Angaben zu ihren Umsatzerlösen im Jahr 2010 in Deutschland machten, mag auch auf den Methodenwechsel zum telefonischen Primäransatz zurückzuführen sein.

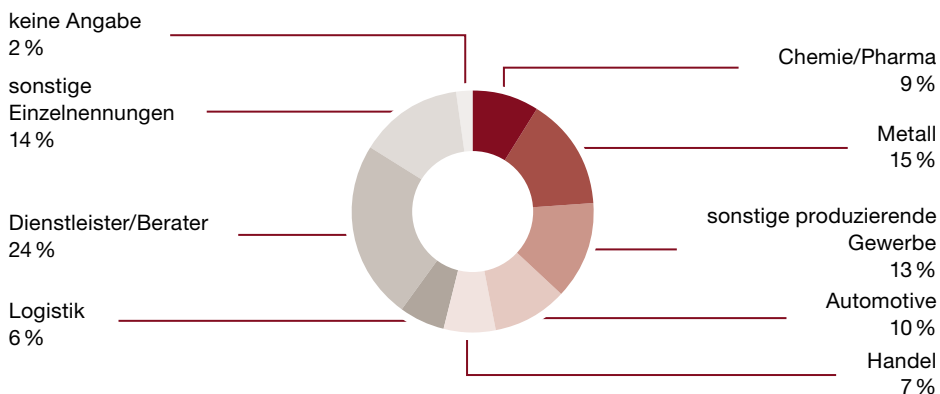
**Abb. 27 Beschreibung der Stichproben in 2010 und 2011 nach Umsatz der Unternehmen im jeweils vergangenen Jahr**



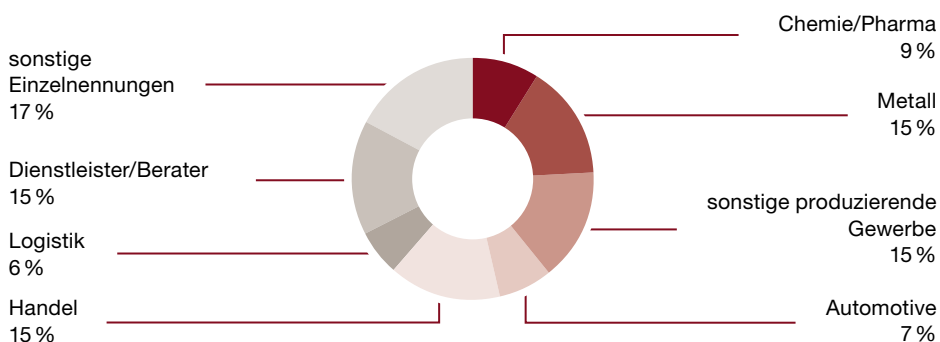
Die Branchenstruktur des Stichprobensamples ist weitgehend mit der des Vorjahres identisch, es gibt jedoch drei erwähnenswerte Punkte, die sich verändert haben:

1. Die in der Stichprobe am stärksten vertretene Branche war im Vorjahr der Dienstleistungssektor einschließlich beratender Unternehmen mit 24%. Der Anteil dieser Branche liegt in der aktuellen Befragungswelle mit 15% deutlich niedriger.
2. Der Handelsbereich war im Vorjahressample mit nur 7% deutlich schwächer repräsentiert als in der aktuellen Stichprobe mit insgesamt 15%. Hierin mag auch eine der Ursache dafür liegen, dass die Schichtung der Unternehmen innerhalb der Unternehmensgrößenklassen eine etwas andere ist als im Vorjahr.
3. In der aktuellen Erhebungswelle konnten mehr große Dax-Unternehmen als im vergangenen Jahr erreicht werden. Dies wird vorrangig darauf zurückzuführen sein, dass die Datenschutzstudie bereits bekannt und ihre Akzeptanz höher als im Vorjahr ist.

**Abb. 28 Beschreibung der Stichprobe 2010 nach vertretenen Branchen im Sample (hauptsächlich Tätigkeitsfeld des Unternehmens)**



**Abb. 29 Beschreibung der Stichprobe 2011 nach vertretenen Branchen im Sample (hauptsächlich Tätigkeitsfeld des Unternehmens)**



Sofern in den Ergebnisgrafiken nicht anders dargestellt, handelt es sich um gestützte Abfragen (mit Kategorievorgaben). Wenn in den Ergebnisgrafiken die Basis nicht explizit angegeben worden ist, bezieht sich die Darstellung immer auf das Gesamt-sample von Datenschutzbeauftragten in den befragten Großunternehmen (n=252 in 2011, n=230 in 2010).

---

## *Ihre Ansprechpartner*

### ***Birthe Görtz***

Friedrich-Ebert-Anlage 35–37  
60327 Frankfurt am Main  
Tel.: +49 69 9585-1066  
birthe.goertz@de.pwc.com

### ***Tim Fechte***

Moskauer Straße 19  
40227 Düsseldorf  
Tel.: +49 211 981-4563  
tim.fechte@de.pwc.com

### ***Über uns***

Unsere Mandanten stehen tagtäglich vor neuen Aufgaben, haben interessante Ideen und suchen Rat. Sie erwarten, dass wir sie ganzheitlich betreuen und praxisorientierte Lösungen mit größtmöglichem Nutzen entwickeln. Deshalb setzen wir für jeden Mandanten, ob Global Player, Familienunternehmen oder kommunaler Träger, unser gesamtes Potenzial ein: Erfahrung, Branchenkenntnis, Fachwissen, Qualitätsanspruch, Innovationskraft und die Ressourcen unseres Expertennetzwerks in über 150 Ländern. Besonders wichtig ist uns die vertrauensvolle Zusammenarbeit mit unseren Mandanten, denn je besser wir sie kennen und verstehen, umso gezielter können wir sie unterstützen.

PwC. 8.700 engagierte Menschen an 28 Standorten. 1,33 Mrd. Euro Gesamtleistung. Führende Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft in Deutschland.



