

Der Newsletter von
PROFONDIA

SCREEN N°1

Datenschutz
in Bewegung

Success-Story:
Bechtle Steffen
Schweiz AG

Rückblick
WM-Event

IT-Markt
Report



DSGVO und die Schweiz

Am 25. Mai 2018 ist in den Ländern der EU die DSGVO (Datenschutz-Grundverordnung; englisch: GDPR, General Data Protection Regulation) in Kraft getreten, welche den Schutz und den Umgang mit personenbezogenen Daten regelt. Aktuell wird der Datenschutz in der Schweiz von der EU als gleichwertig anerkannt. Damit dieser Status auch nach Inkrafttreten der DSGVO erhalten bleibt, revidiert die Schweiz im Moment ihr DSG (Datenschutzgesetz). Im Vorfeld des Inkrafttretens der DSGVO wurde auch in der Schweiz viel darüber berichtet. Dabei wurde teilweise auch Verwirrung gestiftet, nicht zuletzt, weil sich das Thema ins Feld führen lässt, um diverse Verkaufsargumente zu unterstützen. Tatsache ist, dass die DSGVO auch Schweizer Firmen betrifft, welche ihre Leistungen in der EU anbieten und personenbezogene Daten von Kunden aus der EU bearbeiten. Massgebend ist in der Schweiz jedoch nach wie vor das hiesige DSG.

Interessant zu verfolgen ist auch, wie die DSGVO in der Praxis in den verschiedenen EU-Ländern gehandhabt wird, insbesondere da die DSGVO einige Unschärfen (zum Beispiel Kann-Formulierungen) aufweist und eine Rechtspraxis zurzeit noch fehlt. So verfahren viele Länder pragmatisch und mit Augenmass, während in anderen aufgrund der DSGVO ein enormer administrativer Zusatzaufwand betrieben wird und dadurch Geschäftsentscheide verzögert werden. Es gibt Anzeichen dafür, dass es den gesetzgebenden Instanzen in der Schweiz gelingen wird, mit der aktuell laufenden Revision des DSG den legitimen Schutz der personenbezogenen Daten auf pragmatische Art und Weise sicherzustellen.

Martin Maurer

Bezeichnung	Anzahl	Beschreibung	
Strategical Applications			
ERP			
Oracle JD Edwards ERP	1	Paris Cloud (Internal Service Provider) Module: PPS WW Wechsel: 09.06.17	
Sage 50 Extra - Sesam	1	Renens Cloud (Internal Service Provider) Module: HR	
CRM			
Salesforce	1	Cloud (salesforce.com S&P) Wechsel: 09.06.17	
Document - Enterprise Content Management			
Kein Dokument Management	1		
Internet application			
Homepage	1	Tizoo Cloud (Other Service Provider)	
Business Intelligence - Datawarehouse			
QlikView	1		
Strategical Application Services			
CRM Cloud / SaaS	1	Cloud (salesforce.com S&P)	
ERP Cloud / SaaS	1	Paris Cloud (Internal Service Provider)	
Web Hosting	1	Tizoo Cloud (Other Service Provider)	

Screenshot Userbase Analytics

Was ist zuletzt passiert?

Mit Userbase Analytics lässt sich die Verschiebung von Marktanteilen und die Wanderung der Kunden von einer bestimmten Lösung zu einem neuen Anbieter verfolgen. Neu ist diese Information für Kunden – welche Userbase Analytics abonniert haben – auch direkt im Firmenprofil sichtbar.

Mit diesem Wissen lassen sich sofort wichtige Rückschlüsse auf das Potenzial der entsprechenden Firma ziehen: Ist das Unternehmen aufgrund des letzten Wechsel datums bereits wieder reif für eine neue Lösung? Spielen die Kosten eine wichtige Rolle bei ICT-Investitionen oder wird die Funktionalität stark gewichtet?

Dank dieser Information können Sie sich auf die Firmen konzentrieren, welche effektiv Potenzial haben und diese mit den entscheidenden Argumenten ansprechen.

Datenschutz in Bewegung



Der Ursprung der aktuellen Verbesserung des Schutzes von personenbezogenen Daten liegt in der Datenschutzkonvention des Europarats SEV 108, welche auch die Schweiz ratifiziert hat. In der EU wurde diese Konvention am 25. Mai 2018 mit der DSGVO umgesetzt. Auch die Schweiz ist dabei, ihr DSG anzupassen, um den Schutz von personenbezogenen Daten auf einen mit der EU vergleichbaren Standard zu heben.

Das revidierte DSG ist aktuell im Entwurfsstadium und wird noch im Parlament besprochen. Gemäss dem jetzigen Stand wird das Schweizer DSG im Vergleich zur DSGVO einige signifikante Unterschiede aufweisen, zum Beispiel in Bezug auf die Rolle der Datenschutzbehörden, der Strafverfolgung und des Strafmasses bei Verstössen.

Da Profondia ausschliesslich Informationen bei Schweizer Unternehmen erhebt, findet die DSGVO keine Anwendung auf die in der Datenbank von Profondia erfassten Daten. Das Schweizer DSG ist dagegen selbstverständlich massgebend.

Derzeit ist die Schweiz eines der wenigen europäischen Länder, in welchen in Sachen Datenschutz nicht zwischen natürlichen und juristischen Personen unterschieden wird. Nicht zuletzt deshalb werden bereits heute

alle Daten von Profondia mit Zustimmung der Unternehmen erhoben. Der Entwurf des neuen Schweizer Gesetzes sieht vor, den Datenschutz zukünftig ebenfalls nur auf natürliche Personen zu beschränken.

Gemäss der DSGVO braucht es für eine Verarbeitung von personenbezogenen Daten in B2B-Marketing-Kampagnen einen Rechtfertigungsgrund. Es geht insbesondere um eine der folgenden Alternativen:

- **Legitimes Interesse:** Die DSGVO beschreibt, dass die Verarbeitung personenbezogener Daten für Direktmarketing-Zwecke ein legitimes Interesse darstellen kann. Zielgerichtetes Marketing mit professionell aktuell gehaltenen Daten dient dazu, den angeschriebenen Unternehmen Mehrwerte aufzuzeigen. Die Dienstleistung von Profondia ermöglicht gerade dies. Da dazu wenige Personendaten benötigt werden und diese nur in wenig intensiver Weise verarbeitet werden, führt dies für die Firmen meist zu einer positiven Interessenabwägung.
- **Zustimmung:** Wenn Profondia Informationen erhebt, wird schon heute erklärt, dass Profondia diese Informationen zu Marktforschungs- und Marketingzwecken erfragt und dass Profondia mit Anbietern von ICT-Lösungen zusammenarbeitet, damit

diese sich dann mit B2B-Marketing-Kampagnen an die befragten Unternehmen richten können. Für die angeschriebenen Mitarbeitenden und Kunden liegen somit jeweils Zustimmungserklärungen vor, welche auch die vorgelagerte Datenverarbeitung legitimieren.

Nach schweizerischem Recht darf der Arbeitgeber die personenbezogenen Daten seiner Angestellten verwenden, solange der Zweck mit deren beruflichen Aufgaben verbunden ist. Da die Mitarbeitenden über die verfügbaren und geeigneten ICT-Lösungen für das Unternehmen informiert sein sollen, übernimmt der Arbeitgeber die Rolle des Controllers, der die Informationen bereitstellt oder die entsprechenden Auskünfte ablehnt. Für alle Erfassungsvorgänge führt Profondia nachvollziehbare Daten-Logs.

Nach dem aktuellen Stand der Revision des Schweizer DSG können Kunden die von Profondia erhobenen Daten weiterhin nutzen und benötigen keine zusätzliche Einwilligung, da Profondia die Zustimmung bereits eingeholt hat.

Die Datenbank von Profondia ist seit 1991 im Register der Datensammlungen (Datereg) des Eidgenössischen Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragten (EDÖB) registriert.



Herr Dühr, Bechtle Steffen Schweiz AG

Success-Story: Bechtle Steffen Schweiz AG

Um die Marktbearbeitung im Jahr 2018 gezielt zu steuern, hat sich Bechtle Steffen Schweiz dazu entschieden, mit Profondia zusammenzuarbeiten und deren Userbase-Datenbank und Telemarketing-Dienstleistungen zu nutzen.

Resultat: Zwei sehr gut besuchte Cloud-Events und viele Leads für das Verkaufsteam.

1 Herr Dühr, können Sie Bechtle Steffen Schweiz kurz vorstellen?

Wir sind ein führender IT-Dienstleister der Schweiz für Infrastruktur- und Cloud-Lösungen. Unsere Services reichen von der Beratung über die Umsetzung bis hin zum Betrieb einzelner Services und kompletter IT-Infrastrukturen. Als Bechtle Gesellschaft bieten wir unseren Kunden ein riesiges Spezialistennetzwerk und ausgezeichnete Herstellerbeziehungen.

2 In welchen Bereichen sieht Bechtle Steffen Schweiz im Moment die grössten Wachstumschancen?

Ich picke einen Wachstumsmarkt heraus: Cloud Computing. Nach wie vor ein sehr spannender Markt, vor allem in der Schweiz, wo individuelle Lösungen gefragt sind. Diesen Anforderungen werden unsere 360° Cloud Services gerecht, die wir vor kurzem gemeinsam mit Profondia mit einer Kampagne beworben haben.

3 Welches sind für Sie die wichtigsten Instrumente für eine effiziente Bearbeitung des Markts?

Die Mischung macht's: Wir setzen für die Lead-Generation auf Events, Webinare, Onlinemarketing und Direct Marketing wie das Telemarketing mit Profondia. Für Direct Marketing ist eine gut gepfleg-

te und umfangreiche Adressdatenbank unerlässlich, um die Zielgruppe zum richtigen Zeitpunkt mit der richtigen Botschaft zu erreichen.

4 Aus welchen Gründen haben Sie sich dazu entschieden, auf die Dienstleistungen von Profondia zurückzugreifen?

Die Services von Profondia haben eine hohe Qualität, kombiniert mit viel Erfahrung und entsprechenden Kenntnissen des Schweizer Markts. Die Fülle und Tiefe an Informationen in der Userbase-Datenbank sind sowohl für die Marketingkommunikation als auch für den Sales-Bereich im täglichen Business ein wichtiges Werkzeug. Die Rücklaufquote von weniger als einem Prozent beim letzten Versand zeigt, wie aktuell die Daten sind.

5 Konnten durch die Zusammenarbeit mit Profondia konkrete Resultate erzielt werden?

Ja, wir konnten mit der Telemarketing-Kampagne zum einen viele Adressaten zur Teilnahme am Event bewegen, zum anderen aber auch direkt Termine für ein erstes Beratungsgespräch ausmachen. Das Telemarketing-Team von Profondia hat uns viel Arbeit abgenommen und die Kampagne mit einer sehr hohen Erfolgsquote abgeschlossen.

WM-Event Schweiz – Costa Rica

Als am 27. Juni um 18 Uhr die ersten Gäste im Heim der Pontoniere in Baden eintrafen, war die erste Fussball-Überraschung des Tages bereits Tatsache: Deutschland war ausgeschieden. Rund 80 Gäste und Profondia-Mitarbeitende fieberten dann mit der Schweizer Nationalmannschaft mit. Die etwas laueren Momente des Spiels boten eine willkommene Gelegenheit, um sich einen weiteren Grill-Spiess nach eigenem Gusto zusammenstellen zu lassen. Als dann die Schweiz dank des 2-zu-2-Unentschiedens für die K.-o.-Runde qualifiziert war, konnte das Hupen der Autokorssos aus dem nahen Baden selbst am sonst so ruhigen Limmatufer deutlich vernommen werden. Obwohl es einen guten Grund zu

feiern gab, schienen alle Teilnehmer massgehalten zu haben – zumindest ist uns nicht bekannt, dass die Aargauer Kantonspolizei bei ihren allgegenwärtigen Verkehrskontrollen irgendetwas zu beanstanden hatte ...



Presenting Partner:

SAMSUNG

IT-Markt Report

Bereits zum siebten Mal haben die Fachzeitschrift IT-Markt und Profondia gemeinsam den IT-Markt Report veröffentlicht. Erfahren Sie, in welchem Tempo die Konsolidierung in den Schweizer Rechenzentren voranschreitet, welche Spuren die Umstellung auf All-IP im Telekommunikationsmarkt hinterlässt und welche Rolle Cloud- und Managed Services in Schweizer Unternehmen wirklich spielen:

www.profondia.com/de/newsletter/it-market-report-2018



PROFONDIA
Information. Knowledge. Results.

Profondia SA | Information. Knowledge. Results.

Bernstrasse 55 | CH-8952 Schlieren | +41 (0)44 701 81 11 | marketing@profondia.com
www.profondia.com