

## **Datenschutz bei KMUs: Zwei Drittel der deutschen Unternehmen gut aufgestellt**

**München, 22. Juni 2021** - Kleine und mittelständische Unternehmen sind datenrechtlich gut aufgestellt: 68 Prozent der deutschen Führungskräfte bescheinigen ihrem eigenen Unternehmen einen zeitgemäßen Datenschutz. Zu diesem Ergebnis kommt eine repräsentative Umfrage des Technologieunternehmens Usercentrics und des Non-Profit-Verbands Siinda in Kooperation mit dem Marktforschungsinstitut Innofact unter 600 deutschen, französischen und britischen Managern. Damit bilden die Deutschen die goldene Mitte: Während nur 61 Prozent der französischen Führungskräfte ihren Datenschutz als zeitgemäß einstufen, führen die Briten trotz Brexit mit 76,5 Prozent.

### **Status quo: Datenschutzbeauftragter vorhanden, Technologie fehlt**

Und tatsächlich zeigt sich gut drei Jahre nach Einführung der Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) eine Sensibilisierung in deutschen Führungsetagen. 87,5 Prozent beschäftigen einen Datenschutzverantwortlichen - 53,5 Prozent intern, 34 Prozent lagern den Job aus.

Doch während das Personal in KMU vorhanden ist, besteht bei den Tools Entwicklungspotenzial. Eine Consent Management Plattform (CMP), die die Einwilligung eines Website-Besuchers zu Analyse- oder auch Werbezwecken einholt und verwaltet, haben nur 42 Prozent im Einsatz. Dabei greifen auch diese Unternehmen auf besonders schützenswerte Daten zurück, acht von zehn KMU erfassen und nutzen Kundendaten. Andere Märkte sind in dem Punkt weiter: Drei Viertel der sich zuvor kritisch bewertenden Franzosen nutzen eine CMP und sechs von zehn britischen KMU.

### **Chance oder Risiko: Deutsche Manager skeptisch und nicht ausreichend informiert**

Drei Jahre nach Einführung der DSGVO haben die Manager noch immer ein zwiespältiges Verhältnis zum Thema Datenschutz. So empfindet jeder dritte Befragte Datenschutz als fördernd und wichtig für das Geschäft. Gleichzeitig sehen aber 41 Prozent ihr Geschäftsmodell von immer strenger werdenden Datenschutzbestimmungen bedroht.

Auch in Bezug auf aktuelle Marktentwicklungen offenbart die Studie spannende Einblicke: Die Tendenz im Markt geht eindeutig in Richtung First-Party-Daten. So geben 67 Prozent der Befragten an, dass sie vor allem auf die Nutzung von First-Party-Daten, also selbständig aggregierte Nutzerdaten, setzen wollen. Den bevorstehenden Abschied von Third-Party-Cookies haben 49,5 Prozent im Blick. Jedoch sind nur die wenigsten von dieser Entwicklung beunruhigt. In Deutschland scheint es hinsichtlich dieser Thematik allerdings noch viel Aufklärungsbedarf zu geben. Über die Hälfte der Befragten geben an, sowohl den First-Party-Daten-Trend als auch die Cookie-Debatte nicht auf dem Schirm zu haben.

**Stephanie V erilhac, EU Director bei Siinda,** findet: "Diese Studie mit 600 Führungskräften aus der Wirtschaft gibt sehr wertvolle Einblicke darüber, wie Datenschutz von europäischen KMUs wahrgenommen und gehandhabt wird. Datenschutz ist aufgrund der DSGVO zweifellos ein wichtiges Thema auf der Vorstandsetage und bei den Führungskräften. Aber es stehen auch konkrete operative Fragen wie das Management von First-Party- und Third-Party-Daten oder regionale Unterschiede im Raum. Die Digitalisierung von KMUs in Europa hat sich im letzten Jahr beschleunigt und ein kohärentes Datenmanagement und Datenschutz sind der Schlüssel, um diesen Trend weiter voranzutreiben."

**Jürgen Weichert, CRO bei Usercentrics,** kommentiert die Ergebnisse wie folgt: "Privacy is the new normal. Während wir zu den Anfangszeiten der DSGVO noch sehr viel Aufklärung betreiben mussten, zeichnet sich inzwischen ein anderes Bild ab: Das Thema Datenschutz scheint im Daily Business vieler kleiner und mittleren Unternehmen angekommen zu sein. Gleichzeitig zeigt sich jedoch, dass es sehr viele regionale Unterschiede gibt. So scheint es, dass die Franzosen im Hinblick auf Datenschutz sehr viel vorsichtiger agieren, als in Deutschland oder UK, was wohl dem rigorosen Durchgreifen der französischen Datenschutzbehörde CNIL geschuldet ist."

**Zur Umfrage:** Im Auftrag von Usercentrics und Siinda befragte das Marktforschungsinstitut Innofact im April 2021 600 Führungskräfte (257 Frauen und 343 Männer) aus Deutschland (200), Frankreich (200) und UK (200) im Alter von 25-69 Jahren. Die Unternehmen hatten eine Größe von 5-250 Mitarbeitern.

###  ber Usercentrics

*Compliance & Marketing in Harmony*

Das Münchner Tech-Unternehmen Usercentrics ist Marktführer im Bereich Consent Management Platform (CMP). Die SaaS-Lösung von Usercentrics ermöglicht Unternehmen die Erhebung, Verwaltung und Dokumentation von Nutzer Einwilligungen auf allen digitalen Kan len wie Websites oder Apps - und das bei hohen Opt-in-Raten. So kann die Einhaltung aktueller und zukünftiger internationaler Datenschutzvorschriften wie der DSGVO, ePrivacy-VO und CCPA gewährleistet und mit der Marketing- und Datenstrategie in Einklang gebracht werden. Seit seiner Gründung Ende 2017 durch Mischa Rürup ist das Unternehmen stark gewachsen und zählt zahlreiche namhafte Enterprise-Kunden wie Commerzbank, Munich RE, T-Mobile oder Telefonica. Weitere Informationen finden Sie unter [www.usercentrics.com](http://www.usercentrics.com).

###  ber Siinda

Siinda ist der führende europäische Non-Profit-Verband, der Unternehmen aus den Bereichen Search, digitale Werbung, Medien, Mobile und "On-Demand" zusammenbringt. Wir sind ein Ressourcenforum für alle Unternehmen, die den KMU-, B2B- oder Enterprise-Markt bedienen. Bei Siinda können Sie Ideen austauschen, die neuesten Trends kennenlernen, auf wichtige



Marktforschung zugreifen, mit der Technologie auf dem Laufenden bleiben und sich mit Mitgliedern auf der ganzen Welt vernetzen und austauschen. Bei Siinda fördern wir die Entwicklung positiver, dauerhafter Partnerschaften, die es Unternehmen ermöglichen, zu wachsen. Wir bieten auch eine Plattform, auf der sich Start-ups mit Branchenführern treffen können. Unser weltweites Netzwerk von Mitgliedern fördert den Austausch von Ideen und die Förderung von Partnerschaften. Weitere Informationen unter [www.siinda.org](http://www.siinda.org)