

## Kolumne

# Und täglich grüsst das DSGVO-Murmeltier

Über das Thema Datenschutz im Zusammenhang mit der neu in Kraft getretenen EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) und dem sich in Revision befindlichen Schweizer Datenschutzgesetz habe ich mir an dieser Stelle bereits zu einem früheren Zeitpunkt Gedanken gemacht. Ich hatte vorgeschlagen, IT-Unternehmen sollten das Thema nicht beiseite schieben, sondern wie andere Unternehmen auch ein Projekt anstossen, um den Umgang mit personenbezogenen eigenen Daten und solchen von Kunden zu analysieren, eine Folgeabschätzung machen und die nötigen Anpassungen und Prozesse umsetzen. Auch wenn IT-Firmen wie viele andere Unternehmen das Thema vernachlässigen und es den meisten ob dem inflationären Umgang damit schon zum Hals heraus hängt, bin nach wie vor der Meinung, dass ein solches Projekt als Verkaufsargument für die eigenen Dienstleistungen von Nutzen wäre.

## Wer will überhaupt Datenschutz?

Zugegeben, die Einstellung zum Umgang mit Daten hat sich grundlegend geändert. Vor wenigen Jahren wäre es für die meisten Schweizer Firmen nicht in Frage gekommen, Softwaresysteme und Unternehmensinformationen in fremde Hände zu geben. Mittlerweile haben aber Kostendruck und die technologische Entwicklung mit standardisierten Cloud-Angeboten einen Sinneswandel hervorgerufen. Viele Unternehmen sind heute bereit, ihre Daten Unternehmen anzuvertrauen. Sei dies, weil die Angebote mit Office 365, Sharepoint, Azure, Google, Amazon und Co. mittlerweile Anwendungen ermöglichen, die früher für die meisten Unternehmen unbezahlbar gewesen sind. Dennoch ist ob des ganzen Cloud-Hypes nicht eindeutig einzuordnen, wie gross die tatsächliche Verbreitung mittlerweile ist. Hat Cloud den Durchbruch geschafft, steht er erst noch bevor oder kommt er überhaupt nicht so, wie es uns die Einflüsterer der Industrie Glauben machen wollen? Tatsache ist aber, dass wir



*Markus Häfliger berät als Gründer und Inhaber von Häfliger Media Consulting IT-Unternehmen in allen Belangen der Medienarbeit. Vor seinem Wechsel in die PR-Branche im Jahr 2010 war er während zehn Jahren als Redaktor und Chefredaktor von «Swiss IT Reseller» tätig und somit für den Aufbau des Branchenmagazins mitverantwortlich.*  
[www.haefligermediaconsulting.com](http://www.haefligermediaconsulting.com)

uns mit der Art und Weise, Daten im Web zur Verfügung zu stellen, in einem Wandel befinden.

## Datenschutz in Zukunft ein Nischenmarkt?

Wir wollen die technologischen Vorteile nutzen und gleichzeitig sollen Privatsphäre und Datenschutz gewährleistet bleiben. Wenn Mark Zuckerberg vor dem EU-Parlament beteuert, man sei sich des ungesetzlichen Umgangs mit Daten nicht bewusst gewesen und wolle die Sicherheit in Zukunft besser gewährleisten, kann ich nur den Kopf schütteln. Klar ist doch, dass Facebook bei den Anwendern den Eindruck erwecken will und muss, «lieb» zu sein. Gleichzeitig muss man Kunden und Anlegern die Verheissungen des personalisierten Zugangs bieten, sonst gerät das Geschäftsmodell ins Wanken. Facebook zeigt beispielhaft, dass noch unklar ist, wie stark die Ausprägung der Privatheit in Zukunft sein wird. Werden die Datenschutzgesetze eingehalten oder müssen wir uns damit abfinden, dass wir uns zusehends mit Diensten aus unsicheren Drittländern bedienen? Dass nun die grossen Cloud-Anbieter auch lokale Rechenzentren anbieten, hilft uns nämlich nicht weiter. Der Anbieter bleibt ein US-Multi, der den laschen Datenschutzgesetzen der USA unterliegt. Schafft die DSGVO mehr Sicherheit oder haben wir es lediglich mit einem temporären Hype zu tun? Eines ist klar: das Internet lässt sich nicht mehr rückgängig machen. Das will auch keiner. Die Frage aber bleibt, wie wir in Zukunft mit unseren Daten umgehen. Dies betrifft IT-Anbieter, ihre Kunden und Privatpersonen gleichermaßen. Auch IT-Firmen sollten deshalb das Thema ernst nehmen und ihre lokalen Stärken gegenüber den Grossen US-Multis am Markt ausspielen. Denn der Bedarf nach sicherem Umgang mit Daten wird bleiben, auch wenn es sich in Zukunft vielleicht um einen Nischenmarkt handeln wird. *Affaire à suivre.*

**Markus Häfliger**