

Julia Schricker

Wie sehen die Unternehmen die neue Datenschutzgrundverordnung?

Die neue Datenschutzgrundverordnung, die seit Ende Mai für alle EU-Mitgliedstaaten verpflichtend gilt, sorgt für viel Diskussionsstoff sowohl auf Seiten der Unternehmen als auch bei den Verbrauchern. Die Randstad-ifo-Personalleiterbefragung hat im Frühjahr 2018 rund 1 000 deutsche Personalleiter, die als Verantwortliche für Umsetzung und Einhaltung der DSGVO in besonderer Weise betroffen sind, dazu befragt.¹ Die Ergebnisse zeigen, dass für drei Viertel der Befragungsteilnehmer die negativen Aspekte der DSGVO überwiegen. Insbesondere die kleinen und mittelständischen Unternehmen bewerten die neue Datenschutzgrundverordnung als problematisch.

Am 25. Mai 2018 ist die von der EU erlassene neue Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) rechtsverbindlich in Kraft getreten. Das Thema Datenschutz sowie rund 90% der in der DSGVO enthaltenen Regeln und Vorschriften – zumindest für die deutschen Unternehmen – nicht neu, denn im Grunde ist die DSGVO nur eine Erweiterung des bislang geltenden Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG). Da aber der Sanktionsrahmen recht gering war – das deutsche BDSG bezifferte das maximale Bußgeld auf 300 000 Euro – und Verstöße ohnehin kaum verfolgt wurden, hielten sich viele Unternehmen nicht an gängige Vorschriften. Daher spielte der Datenschutz bislang in vielen Unternehmen nur eine untergeordnete Rolle, so dass in diesem Punkt oftmals noch Nachholbedarf besteht. Insbesondere, da die neue Datenschutzverordnung nun drastische Strafen, wie u. a. Bußgelder von bis zu 20 Mio. Euro oder bis zu 4% des weltweiten Jahresumsatzes, für die effektive Durchsetzung des Datenschutzrechts vorsieht und teilweise Geschäftsführer und Vorstände mit ihrem persönlichen Vermögen haften, steht das Thema Datenschutz für viele Unternehmen nun doch weit oben auf der Agenda.

Das Ziel der neuen DSGVO, die eine von 1995 und somit aus der Frühzeit des Internet stammende Richtlinie ersetzt, ist es, den Datenschutz innerhalb der EU zu vereinheitlichen und ihn an die Rahmenbedingungen einer digitalisierten Welt anzupassen. Insbesondere zielt sie darauf ab, den Schutz personenbezogener

Daten innerhalb der Europäischen Union sicherzustellen sowie den freien Datenverkehr innerhalb des Europäischen Binnenmarktes zu gewährleisten.

Für die Verbraucher bedeutet die neue DSGVO einen deutlich umfassenderen Schutz ihrer persönlichen Daten – also wie viele Daten über jeden einzelnen Verbraucher bzw. Nutzer erhoben, verarbeitet, weiterverarbeitet und kommerzialisiert werden. Die Verordnung schreibt beispielsweise den Grundsatz der Transparenz jeglicher Datenverarbeitung für die betroffenen Personen vor und enthält darüber hinaus das Recht auf Vergessen werden, also die endgültige Löschung der eigenen Daten, sowie das Recht auf Datenübertragbarkeit, also das Mitnehmen der eigenen Daten zu einem anderen Anbieter.

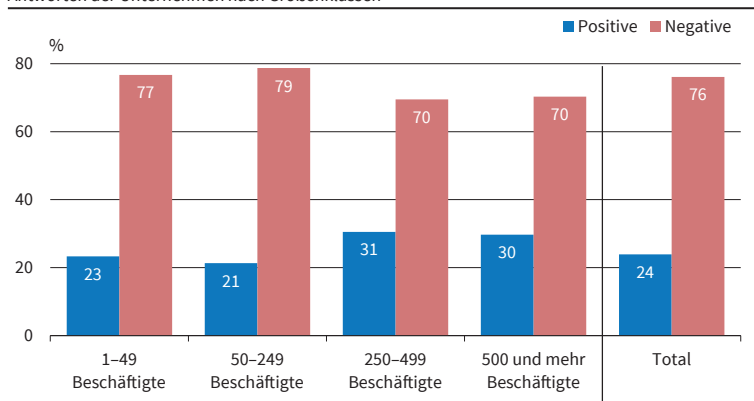
Für Unternehmen, Vereine und staatliche Stellen etc. bedeutet die Umsetzung der DSGVO zunächst einmal vor allem viel Arbeit. Da im Grunde in jedem Unternehmen personenbezogene Daten – von Kunden- über Mitarbeiter- bis hin zu Lieferantendaten – anfallen, ist praktisch jedes Unternehmen vom Einmann-Freelancer bis zum Großkonzern von den neuen Regelungen betroffen. Erweiterte Informationspflichten, Neuerungen bei der Auftragsdatenverarbeitung und Anpassung der Einwilligungserklärungen an die strengeren Vorgaben sind nur einige der Aufgaben, die zur Umsetzung der neuen Datenschutzverordnung anfallen. Wie groß der Aufwand ist, zeigt sich auch daran, dass obwohl den Unternehmen eine Übergangsfrist von zwei Jahren eingeräumt wurde, bis die DSGVO rechtsverbindlich Ende Mai in Kraft trat, bei einem nicht unerheblichen Teil der Unternehmen die Implementierung der neuen Vorschriften noch nicht abgeschlossen ist. Neben Aufwand und Kosten eröffnet die DSGVO aber potenziell auch Chancen für die Unternehmen, z. B. was die Trans-

¹ Im Auftrag von Randstad Deutschland befragt das ifo Institut vier-teljährlich circa 1 000 deutsche Personalleiter nach der Anwendung und Bedeutung verschiedener Flexibilisierungsinstrumente in ihrem Unternehmen. Mit Hilfe der Befragungsergebnisse wird analysiert, wie sich die Nutzung der Instrumente im Zeitverlauf entwickelt und ob strukturelle Änderungen oder konjunkturelle Einflüsse erkennbar werden. Darüber hinaus werden in wechselnden Sonderfragen aktuelle arbeitsmarktrelevante Fragestellungen untersucht.

Abb. 1

Überwiegen eher die positiven oder die negativen Aspekte der neuen Datenschutzgrundverordnung?

Antworten der Unternehmen nach Größenklassen



Quelle: Randstad-ifo-Personalleiterbefragung.

© ifo Institut

parenz von Prozessen oder einen Wettbewerbsvorteil gegenüber Unternehmen, die außerhalb der EU agieren und die die Daten ihrer Kunden weniger schützen, betrifft.

POSITIVE UND NEGATIVE ASPEKTE DER DSGVO

Wie die Unternehmen Aufwand und Nutzen der neuen Datenschutzverordnung tatsächlich bewerten, untersucht die Randstad-ifo-Personalleiterbefragung. Die Befragungsergebnisse offenbaren eine mehrheitlich kritische Haltung: Für 76% der Befragungsteilnehmer überwiegen die negativen Aspekte der DSGVO. Während es dabei praktisch keine Rolle spielt, in welchem Wirtschaftssektor die Unternehmen angesiedelt sind, zeigt sich bei der Betrachtung über die Größenklassen hinweg, dass die DSGVO insbesondere für kleine und mittelständische Unternehmen (KMU) problematisch zu sein scheint (vgl. Abb. 1). Hier liegt der Anteil kritischer Bewertungen um knapp 10 Prozentpunkte höher als in großen Unternehmen bzw. überwiegen umgekehrt deutlich seltener die positiven Einschätzungen. Die Kommentare spiegeln wider, dass die KMU insbesondere von der Befürchtung einer dauerhaften Mehrbelastung sowie von der Angst vor der bereits anlaufenden Abmahnmaschinerie wegen (angeblicher) Verstöße gegen die DSGVO umgetrieben werden.

Insgesamt am häufigsten beklagt wird der Aufwand, den die Umsetzung der Verordnung mit sich bringt (67%).² Einer-

² Diese 67% beziehen sich auf die tatsächliche Anzahl der Antworten auf die Frage nach negativen Aspekten der neuen DSGVO. Da auf offene Fragen üblicherweise nur ein Teil der Befragungsteilnehmer antwortet, wird im Folgenden bei offenen Fragen nur der Anteil an den eingegangenen Antworten und nicht an der Gesamtmenge der Befragungsteilnehmer ausgewiesen.

seits erzeugt die Umstellung auf die neue DSGVO einen enormen Arbeitsaufwand, andererseits ist auch der finanzielle Aufwand nicht unerheblich: 40% geben an, dass sie die Umstellung zwischen 1 000 und 10 000 Euro kostet, weitere 39% beziffern die Kosten sogar auf bis zu 50 000 Euro. 9% schätzen die Kosten auf 50 000 bis 100 000 Euro, 5% auf über 100 000 Euro. Weitere Kritikpunkte betreffen eine als zu hoch empfundene Komplexität, etwaige Sinnhaftigkeit sowie den Sanktionsrahmen der DSGVO.

Die Personalleiter können der neuen DSGVO aber durchaus auch Positives abgewinnen. Für knapp

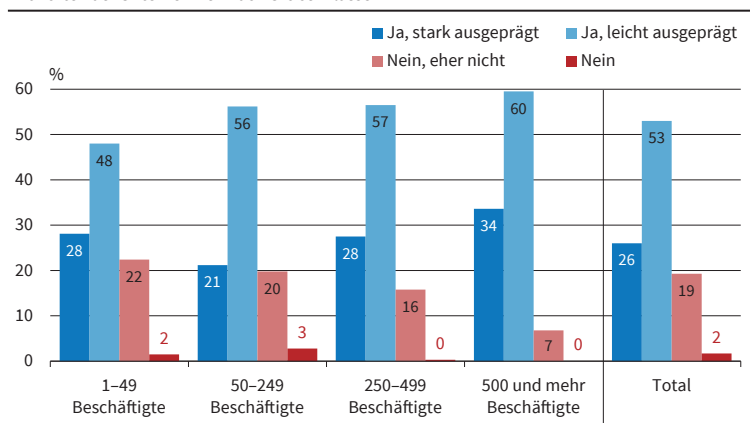
ein Viertel der Unternehmen – hierunter vor allem die größeren – überwiegen sogar die positiven Aspekte. Was die Sektoren angeht, sehen die Dienstleister am meisten positive Seiten an der DSGVO (26%), gefolgt vom Verarbeitenden Gewerbe (24%). Am seltensten überwiegen für die Händler die positiven Aspekte (21%). Auf die Frage, was sie an der DSGVO inhaltlich positiv finden, wird am häufigsten der verbesserte Schutz von Daten genannt (30%). 22% empfinden es zudem als vorteilhaft, dass die neue DSGVO zu einer Sensibilisierung im Umgang mit personenbezogenen Daten und für das Thema Datenschutz insgesamt führen dürfte. Außerdem wird häufig die Vereinheitlichung der Regeln innerhalb der EU genannt (5%). Weitere 5% bewerten es als Mehrwert, dass die DSGVO sie zu einer Überprüfung der bestehenden Prozesse sowie ggf. zur Erarbeitung transparenter Prozesse veranlasst. Einige Unternehmen erwarten durch den erweiterten Datenschutz zudem Wettbewerbsvorteile gegenüber außerhalb der EU ansässigen und tätigen Unternehmen, die weniger Datenschutz und -sicherheit bieten.

Dass eine Sensibilisierung für das Thema Datenschutz durchaus seine Berechtigung hat, indizieren

Abb. 2

Bewusstsein für Datenschutz unter den eigenen Mitarbeiter/innen

Antworten der Unternehmen nach Größenklassen



Quelle: Randstad-ifo-Personalleiterbefragung.

© ifo Institut

die Antworten auf die Frage nach dem Datenschutzbewusstsein der eigenen Mitarbeiter. Denn hier sehen viele Unternehmen – insbesondere die KMU – noch Nachholbedarf bei ihren Beschäftigten: Bei den Unternehmen mit bis zu 249 Beschäftigten attestieren knapp ein Viertel der Personalleiter seinen Mitarbeitern ein schwach bis gar nicht ausgeprägtes Bewusstsein für Datenschutz. Bei den größeren Unternehmen hingegen ist es nur rund ein Sechstel und bei den großen Unternehmen mit mehr als 500 Angestellten sind es sogar nur 7%. Anders formuliert, steigt mit zunehmender Größe des Unternehmens auch das (vermutete) Datenschutzbewusstsein der Mitarbeiter von 76% auf 94% (vgl. Abb. 2).

Es ist naheliegend anzunehmen, dass größere Unternehmen schon unter der alten Datenschutzverordnung häufiger unter die Regelungen zur verpflichtenden Etablierung eines Datenschutzbeauftragten gefallen sind.³ Darüber hinaus dürften sie generell mehr Ressourcen (frei) haben, um ein oder mehrere Mitarbeiter dafür abzustellen, sich gezielt mit dem Thema Datenschutz auseinanderzusetzen und die übrigen Beschäftigten darüber zu informieren bzw. über die Einhaltung gewisser Datenschutzstandards zu wachen. Möglicherweise wurde die Notwendigkeit dazu auch vor allem in größeren Unternehmen gesehen, da die Digitalisierung hier zumeist bereits eine größere Rolle spielt als in kleineren Unternehmen, so dass hier mutmaßlich öfter größere Datenmengen auflaufen. Im Umkehrschluss würde dies bedeuten, dass sich kleinere Unternehmen erstens bislang häufig weniger stark mit dem Thema Datenschutz beschäftigt haben und zweitens, dass sie auch über weniger finanzielle und personelle Ressourcen verfügen, um dies zu tun. Dies würde auch erklären, weshalb vor allem die KMU die neue DSGVO besonders kritisch bewerten.

WIE SIEHT DIE UMSETZUNG DER NEUEN DSGVO IN DEN UNTERNEHMEN KONKRET AUS?

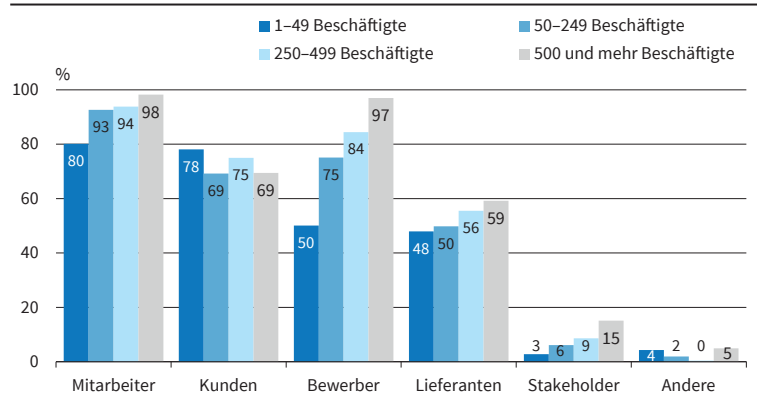
Die DSGVO dreht sich zentral um den Begriff der personenbezogenen Daten. Zu eruieren, welche Daten genau unter diesen Begriff fallen, ist allerdings nicht ganz tri-

³ Unter dem alten Bundesdatenschutzgesetz war dies für alle nicht-öffentlichen Einrichtungen der Fall, wenn a) mehr als neun Mitarbeiter mit der automatisierten oder b) mehr als 19 Mitarbeiter mit der manuellen Erhebung, Verarbeitung und Nutzung personenbezogener Daten befasst sind. Oder wenn a) eine automatisierte Verarbeitung von personenbezogenen Daten stattfindet, die einer Vorabkontrolle unterliegen oder b) personenbezogene Daten geschäftsmäßig zum Zweck der Übermittlung, der anonymisierten Übermittlung oder für Zwecke der Markt- und Meinungsforschung automatisiert verarbeitet werden.

Abb. 3

Gruppen von personenbezogenen Daten, mit denen hauptsächlich in den Unternehmen gearbeitet wird

Antworten der Unternehmen nach Größenklassen



Quelle: Randstad-ifo-Personalleiterbefragung.

© ifo Institut

vial. Die DSGVO definiert in Artikel 4 personenbezogene Daten als »Informationen, die sich auf eine identifizierte oder identifizierbare natürliche Person beziehen; als identifizierbar wird eine natürliche Person angesehen, die direkt oder indirekt, insbesondere mittels Zuordnung zu einer Kennung, wie einem Namen, zu einer Kennnummer, zu Standortdaten, zu einer Online-Kennung oder zu einem oder mehreren besonderen Merkmalen identifiziert werden kann, die Ausdruck der physischen, physiologischen, genetischen, psychischen, wirtschaftlichen, kulturellen oder sozialen Identität dieser natürlichen Person sind«. Dazu gehören neben Daten wie Name, Kontodaten, Adresse oder Telefondaten auch IP-Adressen oder Cookies. Demzufolge fallen in der Regel sehr viele Geschäftsprozesse unter die Verarbeitung von personenbezogenen Daten.

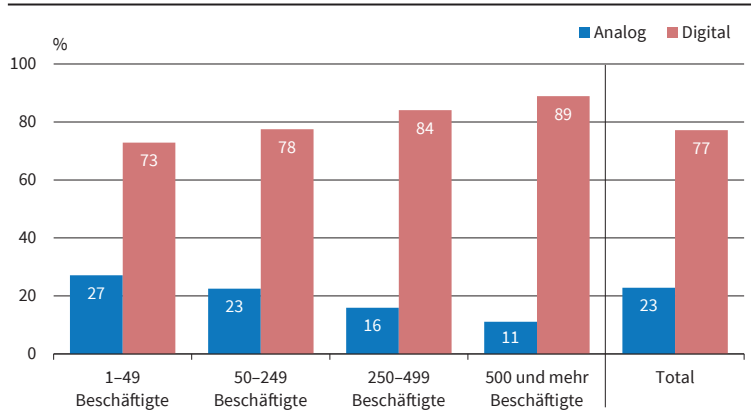
Den Befragungsergebnissen zufolge arbeiten die Unternehmen hauptsächlich mit personenbezogenen Daten von Mitarbeitern, Kunden und Bewerbern. Während bei der Betrachtung über die Wirtschaftssektoren kein Muster zu erkennen ist, offenbart der Blick auf die Antwortverteilung über die Größenklassen hinweg, dass mit steigender Größe der Unternehmen auch die Nutzungshäufigkeit der Datengruppen steigt (mit Ausnahme der Lieferanten).

Die Frage, ob die Prozesse, die das Arbeiten mit personenbezogenen Daten betreffen, vorwiegend analog oder digital sind, offenbaren einen höheren Grad der Digitalisierung in größeren Unternehmen. Während 73% der kleinen Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten angeben, die Prozesse seien primär digital, steigt dieser Anteil über die Größenklassen hinweg kontinuierlich an und erreicht den Spitzenwert von 89% bei Unternehmen mit mehr als 500 Beschäftigten (vgl. Abb. 4). Diese Zahlen sind insofern erstaunlich, als dass sie offenbaren, dass noch immer bei gut einem Viertel (27%) der kleinen Unternehmen analoge Prozesse dominieren. Einen Einfluss darauf, wie sie das Verhältnis von positiven und negativen Aspekten der DSGVO einschätzen, scheint es aber nicht zu geben.

Abb. 4

Prozesse in Unternehmen – überwiegend analog oder digital?

Antworten der Unternehmen nach Größenklassen



Quelle: Randstad-ifo-Personalleiterbefragung.

© ifo Institut

Es zeigt sich, dass die Digitalisierung größere Unternehmen bislang stärker durchdrungen hat als kleinere. Hier sind mehrere Erklärungsansätze denkbar. Es ist vorstellbar, dass in größeren Unternehmen deutlich mehr Daten zusammenlaufen, so dass eigene Prozessstrukturen und Organisationseinheiten gebildet werden müssen. Im Falle der Datengruppe »Bewerber« beispielsweise ist anzunehmen, dass große Unternehmen mehr Stellen ausschreiben und folglich auch deutlich mehr Bewerbungen eingehen als in kleinen Unternehmen, so dass ein Recruitment-Center mit einem eigenen Bewerbermanagement etabliert wurde (wohingegen in kleinen Unternehmen die Bewerbungen möglicherweise in den Zuständigkeitsbereich der Assistenz fallen). Außerdem wäre es plausibel anzunehmen, dass größere Unternehmen angesichts der fortschreitenden Digitalisierung potenzielle Wettbewerbsvorteile durch Datennutzung und -analyse gesehen und daher eigens Organisationsstrukturen dafür geschaffen haben. Darüber hinaus könnte auch ein Grund sein, dass insbesondere sehr kleine Unternehmen, die nur vereinzelt mit personenbezogenen Daten arbeiten, diese nicht als solche identifiziert haben.

Die Personalleiter wurden auch gefragt, in welchem Bereich die Umsetzung der DSGVO den größten Aufwand verursacht (wobei Mehrfachnennungen möglich waren). Demnach wird die Dokumentation als der aufwendigste Bereich der DSGVO-Umsetzung gesehen (64% der Unternehmen nannten diesen Punkt), gefolgt von der Unternehmensorganisation (56%) sowie der Überprüfung und Neustrukturierung von Prozessen (44%). Verträge wurde von 29% genannt, Technik von 14%, 4% sonstiges. Über die Wirtschaftssektoren und Größen-

klassen hinweg lassen sich keine speziellen Tendenzen feststellen.

Bei der Umsetzung der neuen Verordnung greifen insgesamt knapp 60% der Unternehmen auch auf externe Unterstützung zurück, 10% davon legen die Umstellung sogar komplett in fremde Hände. Gut 40% bewerkstelligen die Umsetzung ausschließlich aus unternehmenseigenen Mitteln. Neues Personal will aber kaum ein Unternehmen dafür einstellen – nur 5% hat dies bereits getan oder plant es. Dabei steigt die Wahrscheinlichkeit, einen neuen Job in diesem Bereich anzutreten wiederum mit der Unternehmens-

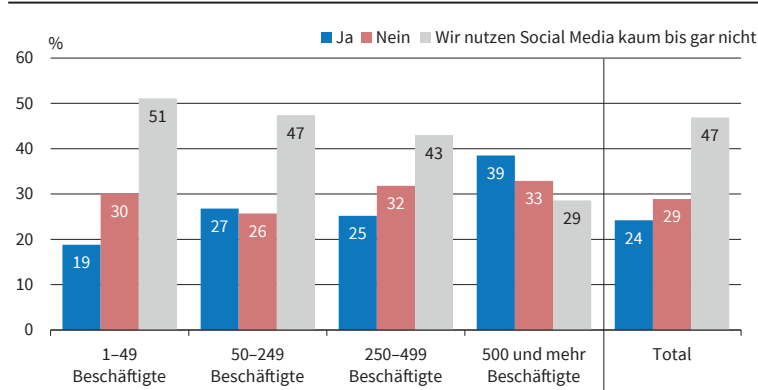
größe: Bei den kleinen Unternehmen mit weniger als 50 Beschäftigten bejahen nur 3% die Frage nach einer DSGVO-indizierten Neueinstellung, bei Unternehmen mit 40 bis 499 Mitarbeiter/innen sind es 5%, bei großen Unternehmen mit 500 und mehr Beschäftigten signalisieren 11% Bedarf. Ein Zehntel der Unternehmen will die Umsetzung der DSGVO darüber hinaus zum Anlass nehmen, datenschutzunabhängige Neuerungen bzw. Veränderungen vorzunehmen. Am häufigsten wird eine Überprüfung von (anderen) Prozessen oder Neuerungen in der EDV genannt.

Die Personalleiter wurden ebenfalls nach den Auswirkungen der DSGVO auf ihre Social-Media-Aktivitäten befragt. Dies ist auch insofern interessant, als dass die Ergebnisse nicht nur auf die befragten Unternehmen, sondern prinzipiell auf alle im beruflichen Kontext in sozialen Netzwerken engagierte Erwerbstätige, darunter auch die Gruppe der Freiberufler (und hierunter auch Blogger), zutreffen dürfte. Insgesamt geben 24% an, dass die DSGVO Einfluss auf ihre Aktivitäten in sozialen Netzwerken hat, 29% verneinen dies. 47% geben an, Social-Media kaum bis gar nicht zu nutzen. Am wenigsten werden diese Kanäle im Verarbei-

Abb. 5

Einfluss der Datenschutzgrundverordnung auf Social-Media-Aktivitäten der Unternehmen?

Antworten der Unternehmen nach Größenklassen



Quelle: Randstad-ifo-Personalleiterbefragung.

© ifo Institut

tenden Gewerbe genutzt (45%); im Handel und im Dienstleistungsbereich sind dagegen immerhin 66% in sozialen Netzwerken aktiv. Interessant ist, dass die Nutzung von sozialen Netzwerken mit steigender Größe der Unternehmen deutlich zunimmt und damit auch die Auswirkungen, die die DSGVO darauf hat (vgl. Abb. 5).

HAT DIE DSGVO DAS POTENZIAL ZUM VORREITERMODELL?

Die neue Datenschutzverordnung wird sehr kontrovers diskutiert – dies bestätigen die Ergebnisse der Randstad-ifo-Personalleiterbefragung. Ob letztendlich die positiven oder die negativen Aspekte überwiegen, ist aber auch eine Sache der Perspektive und des Zeitpunktes: Unternehmen bewerten die DSGVO anders als Verbraucher und gerade zum aktuellen Zeitpunkt überwiegt für viele Unternehmen noch der große Aufwand, den die Umsetzung der Datenschutzregeln verursacht, die potenziellen Chancen, die sich aus ihr ergeben können.

Noch steckt die DSGVO gewissermaßen in ihren Kinderschuhen, in einiger Zeit aber, wenn die Umsetzung bei den Unternehmen abgeschlossen ist, wenn die teils etwas vage formulierten Passagen von Gerichten geklärt wurden und wenn sich die Verbraucher mit der neuen Datenschutzregelung und den sich aus ihr ergebenden Rechten vertraut gemacht haben, könnte das Fazit deutlich positiver ausfallen. Die jüngsten Datenpannen und -skandale, wie z.B. bei Yahoo, im deutschen Bundestag oder nicht zuletzt bei Facebook und Cambridge Analytica verdeutlichen, wie weitreichend die Folgen eines ungenügenden Datenschutzes sein können. Vor diesem Hintergrund hat der Schutz von Daten und digitaler Privatsphäre entscheidend an Bedeutung gewonnen – auch im Bewusstsein der Nutzer.

Sollte das Bewusstsein für die Wahrung ihrer Privatsphäre bei den Verbrauchern weiterwachsen, könnte sich die DSGVO zu einem Wettbewerbsvorteil für europäische Unternehmen bzw. in der EU aktive Unternehmen entwickeln – entgegen der Stimmen, die durch die verschärfte Regulierung Wettbewerbsnachteile, insbesondere in Sachen Künstliche Intelligenz, erwarten. Wenn Unternehmen auf ein neues Geschäftsmodell mit Produkten und Dienstleistungen setzen, das auf Datenschutz basiert und sich als Anbieter von Datenschutz durch Technikgestaltung und datenschutzfreundliche Voreinstellungen (*data protection by design and by default*) etablieren, könnten sie dazu beitragen, neue Standards für die Datenschutzwirtschaft zu setzen, die gezielt von Nutzern nachgefragt werden. Zusätzlich könnten sich Wettbewerbsvorteile dadurch ergeben, dass sich außerhalb der EU ansässige KMU aus dem europäischen Markt zurückziehen, da ihnen der finanzielle Aufwand einer Anpassung an die DSGVO zu hoch ist, und sich so mehr Räume für europäische Firmen ergeben.

Die voranschreitende Digitalisierung und das immense Anwachsen der Datenberge bedarf einer gesetzlichen Regulierung, deren Ausgestaltung angesichts der Diversität der Datenströme und der Komplexität der Prozesse eine große Herausforderung darstellt. Die EU hat mit ihrer DSGVO einen großen Schritt in Sachen Datenregulierung gemacht, dank dessen die EU-Bürger den aktuell weltweit besten Schutz ihrer digitalen Privatsphäre genießen. Hier kommt der EU im internationalen Vergleich eine Vorreiterrolle zu. Außerdem gibt sie damit eine globale Marschroute in Sachen Datenschutz vor, denn die Verordnung betrifft alle in der EU aktiven Organisationen, unabhängig davon, wo sich der Standort des Unternehmens bzw. des Servers befindet und wo die Datenverarbeitung stattfindet. Dadurch zwingt sie auch global agierende (und in der EU aktive) Unternehmen, die Verordnung umzusetzen und stellt damit die Weichen für zukünftige Regelungen bzw. ebnet damit potentiell den Weg für eine Einführung ähnlicher Standards in anderen Ländern.

LITERATUR

Berg, A. (2018), *EU-Datenschutz-Grundverordnung – wie weit ist die deutsche Wirtschaft?*, verfügbar unter: <https://www.bitkom.org/Presse/Anhang-an-Pls/2018/Bitkom-Charts-PK-DSGVO-17-05-2018.pdf>.

Beuth, P., M. Böhm, J. Breithut und A. Gruber (2018), »Endlich verständlich – was die neuen EU-Regeln für die Bürger bedeuten«, verfügbar unter: <http://www.spiegel.de/netzwelt/web/dsgvo-das-sollten-sie-zur-datenschutz-grundverordnung-der-eu-wissen-a-1205985.html>.

BITKOM (2018), »Zwei Drittel der Unternehmen sehen sich durch Datenschutzregeln behindert«, verfügbar unter: <https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Zwei-Drittel-der-Unternehmen-sehen-sich-durch-Datenschutzregeln-behindert.html>.

Datenschutzgrundverordnung, verfügbar unter: <https://dsgvo-gesetz.de/>.

Keller, K.-M. (2018), »Warum die DSGVO nur ein Anfang sein kann«, verfügbar unter: <https://www.welt.de/wirtschaft/bilanz/article176768757/Globaler-Datenschutz-Warum-die-DSGVO-nur-ein-Anfang-sein-kann.html>.

Körner, K. (2018), »DSGVO – Treiber oder Hemmschuh für Europas Datenwirtschaft?«, Deutsche Bank Research, verfügbar unter: https://www.dbresearch.de/servlet/reweb2.ReWEB?nwsite=RPS_DE-PROD&rwobj=ReDisplay.Start.class&document=PROD000000000470763.

Schricker, J. (2018), »Randstad ifo Personalleiterbefragung – 1. Quartal 2018«, ifo Institut, München.