

Effektives Datenschutz-Management - ein Erfahrungsbericht

SPS, Rüschlikon, 06. November 2007



Effektives Datenschutz-Management – Ein Erfahrungsbericht



Agenda

1. Einführung: „ACLU Pizza Spot“
<http://www.aclu.org/pizza/index.html?orgid=EA071904&MX=1414&H=1>
2. Datenschutz-Handbuch bzw. -konzept
3. Datenschutz-Management „beyond the books“

© Copyright Allianz 06. November 2007

2. Datenschutz-Handbuch bzw. –konzept

a. Beispiel

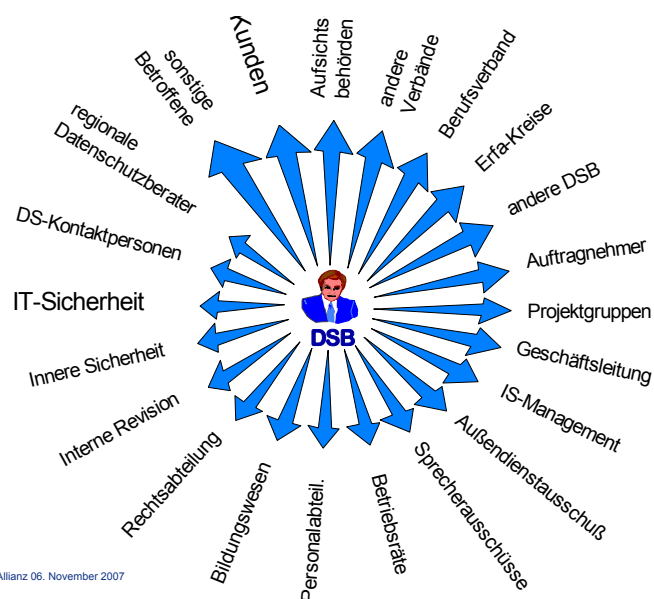
- | | |
|-------------------------------|----------------------------------|
| (1) Datenschutz | (6) Indiv. DV/PC-Nutzung |
| (2) Bankgeheimnis | (7) Datenschutz und Auskunfteien |
| (3) Auftragsdatenverarbeitung | (8) Entsorgung und Vernichtung |
| (4) Auskunftswesen | (9) Werbung und Marketing |
| (5) Telekommunikationsmedien | (10) Kooperation im Konzern |

Quelle: DS-Handbuch der Dresdner Bank AG, Frankfurt, Vs. 1.2 von 08/2007

b. Weiterführende Hinweise

- BSI Grundschrift Handbuch, Zif. 1.5 Datenschutz
- Königshofen, in: Roßnagel, Handbuch des Datenschutzes, 2005, Nr. 5.5; derselbe in: Voßbein, Organisation der Arbeit des bDSB, 1997, Zif. 8.2.1.
- Prof. Pieter Ribbers, (Universität Tilburg): Privacy and Business Processes - the approach in PRIME, Budapest 2006

3. Datenschutz-Management „beyond the books“



3. Datenschutz-Management „beyond the books“

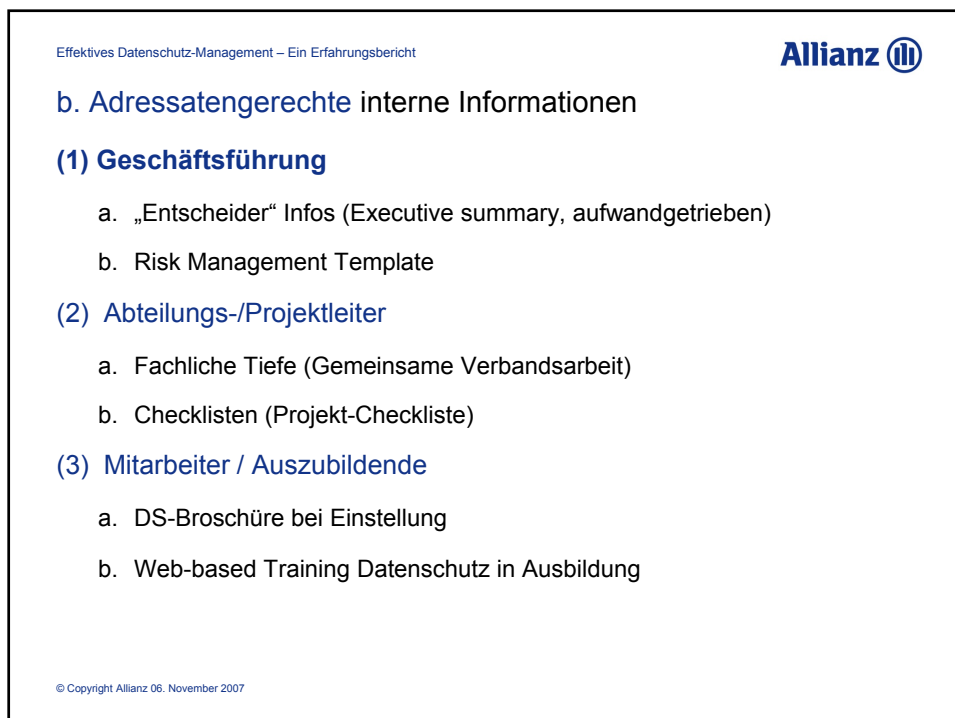
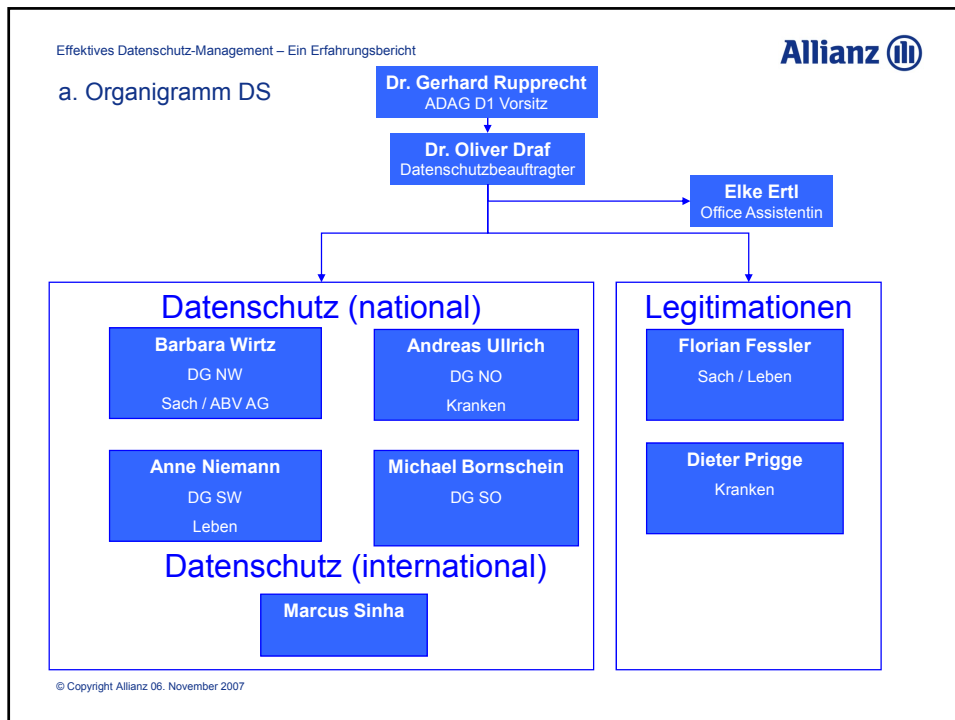
- a. Unterstützung durch die Geschäftsführung
- b. Adressatengerechte interne Informationen
- c. Zusammenarbeit mit:
 - Z1. dem Betriebsrat
 - Z2. Rechtsabteilung, IT-Security und Revision
 - Z3. Erfahrungsaustauschkreisen

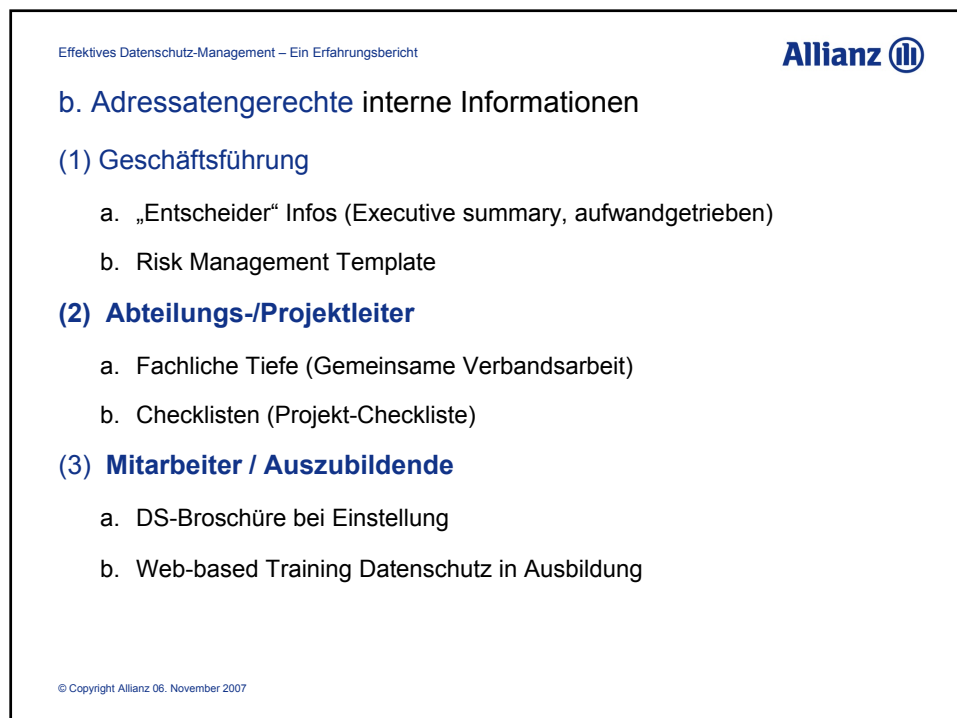
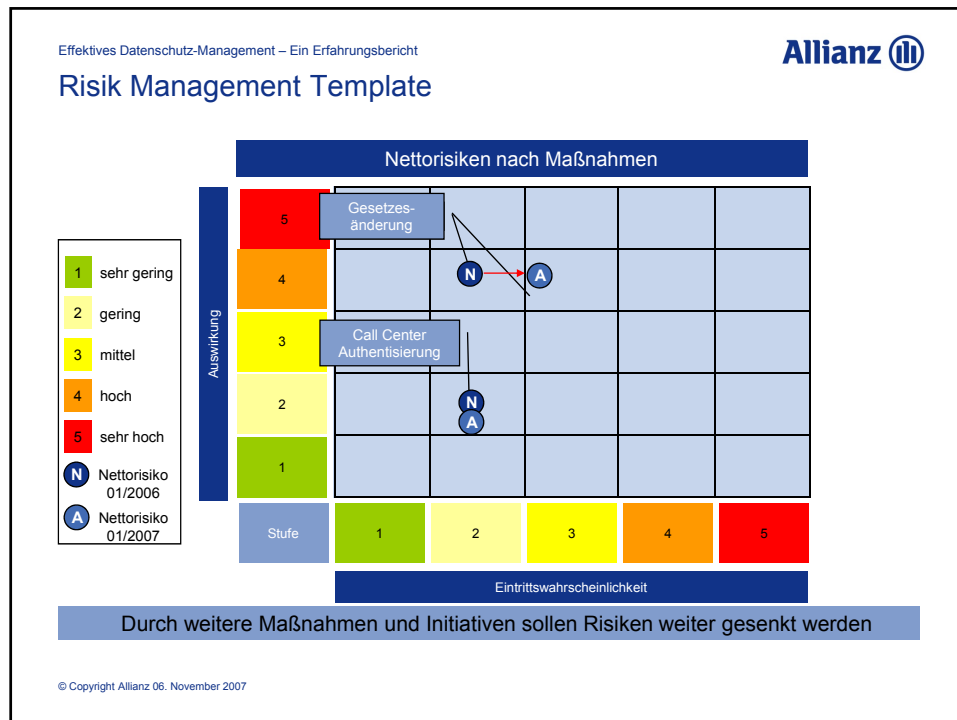
a. Unterstützung durch die Geschäftsführung

(1) Anbindung an die Geschäftsführung:

- i. Art der Berichtslinie (Dotted vs. Hardened line)
- ii. Passendes Ressort? (COO/IT, Personal, Finanzen, CEO)
- iii. Wesen der Beziehung

(2) Ausreichend Kapazität („genügend Personal und Mittel“)





Effektives Datenschutz-Management – Ein Erfahrungsbericht



3. Datenschutz-Management „beyond the books“

- a. Unterstützung durch die **Geschäftsführung**
- b. **Adressatengerechte** interne Informationen
- c. **Zusammenarbeit mit:**
 - Z1. dem Betriebsrat
 - Z2. Rechtsabteilung, IT-Security und Revision
 - Z3. Erfahrungsaustauschkreisen

▶ Effektives DS-Management benötigt „privacy-minded people“.

© Copyright Allianz 06. November 2007

Danke für Ihre Aufmerksamkeit

Oliver.Draf@Allianz.com



Back Up



Effektives Datenschutz-Management – Ein Erfahrungsbericht



Bestimmung der Risikostufen "Auswirkung".

Einordnung eines Risikos kann in verschiedene Kategorien erfolgen.

Stufe	Auswirkung in Euro	Verzögerung Umsetzung des ZBM ADAG-weit	Betriebsunterbrechung ADAG-weit/Kernfunktionen	Imageschaden (Medienecho)
Stufe 5	> 100 Mio.	Über 10 Wochen (> 70 Tage)	Mehr als 4 Tage	Negative Nachricht ist mehr als 3 Tage wichtiges Thema in allen Medien und wird auch von international. Medien aufgegriffen.
Stufe 4	50 – 100 Mio.	Bis zu 10 Wochen (70 Tage)	Bis zu 4 Tagen	Medien greifen negatives Thema auf und behandeln es bis zu 3 Tage als wichtige Nachricht.
Stufe 3	20 – 50 Mio.	Bis zu 5 Wochen (35 Tage)	Bis zu 2 Tagen	Medien behandeln negatives Thema intensiv 1 bis 2 Tage.
Stufe 2	5 – 20 Mio.	Bis zu 2 Wochen (14 Tage)	Bis zu 1 Tag	Negative Berichterstattung in Printmedien für 1 bis 2 Tage. Nachricht ist eher zweitrangig.
Stufe 1	< 5 Mio.	Bis zu 3 Tagen	Wenige Stunden	Beiläufige negative Erwähnung in einer Nachricht.

Bei Einordnung in mehrere Kategorien ist die höchste Risikostufe anzusetzen

Effektives Datenschutz-Management – Ein Erfahrungsbericht **Allianz**

Bestimmung der Risikostufen "Eintrittswahrscheinlichkeit".
Es kann nur eine Kategorie ausgewählt werden.

Stufe	Eintrittswahrscheinlichkeit	In wie vielen vergleichbaren Fällen würde sich das Risiko realisieren
Stufe 5	90 – 100 % Fast sicher	In 9 – 10 von 10 Fällen
Stufe 4	60 – 90 % Wahrscheinlich	In 6 – 9 von 10 Fällen
Stufe 3	40 – 60 % Möglich	In 4 – 6 von 10 Fällen
Stufe 2	10 – 40 % Eher unwahrscheinlich	In 1 – 4 von 10 Fällen
Stufe 1	0 – 10 % Fast auszuschließen	In weniger als 1 von 10 Fällen

© Copyright Allianz 06. November 2007

„ZTUHCSNETAD - ein Rätsel ?“ - Merkmale

Allianz

Datenschutz / Corporate

- XML-Programmierung (derzeit größtes Allianz WBT)
- Aufruf im Internet-Explorer ohne plug-in
- Hyperlinks ins Intranet Datenschutz
- noch keine CD-Version
- noch kein Tracking

- ✓ Basiswissen für jeden Allianz Angestellten, incl. Fitnesstest
- ✓ 5 Zielgruppen-Empfehlungen:
Führungskräfte / Neue MA / IDV-Anwender / PG / Stab/BTO
- ✓ Besonderheit: Stoffvermittlung an realistischen Fallbeispielen
- ✓ Besonderheit: Gesellschaftsspezifische Policy-Abbildung
- ✓ Nutzereinbindung durch Lernerdatenerhebung (Cookie):
Name / Geburtsdatum / Geschlecht / Firma / Standort / Zielgruppe
- ✓ diverse Marketing-Aktivitäten:
Info AZ Inland / Intranet-Neues / Intranet-Ticker / Rundschreiben

DS-WBT

© Copyright Allianz 06. November 2007