

Bachelorarbeit

Die Datenschutz-Grundverordnung mit der Digitalisierung und mit Prozessänderungen

David Rozak

e1427584@student.tuwien.ac.at

Matr.Nr. 01427584

Datum: 17.02.2019

Betreut durch: Associate Prof. Dipl.-Ing. Dr.techn. Hilda Tellioglu

Inhaltsverzeichnis

1 Einleitung	5
2 Familienunternehmen austrodekor	6
2.1 Beschreibung des Familienbetriebes.....	6
2.2 Verkaufsbetrieb bei austrodekor.....	7
2.3 Herausforderungen des Familienunternehmens „austrodekor“.....	8
2.4 Zielsetzung.....	10
3 Umsetzung der Datenschutz Grundverordnung (DSGVO)	11
3.1 Einführung zur DSGVO.....	11
3.2 Österreich sticht aus der EU heraus.....	13
3.3 Vorbereitung der DSGVO für das Unternehmen austrodekor.....	13
3.3.1 Schritt 1 (Unternehmensanalyse).....	14
3.3.2 Schritt 2 (Projektplanung).....	15
3.3.3 Schritt 3 (Dokumente).....	15
3.3.4 Schritt 4 (Schulung).....	16
3.4 Eingliederung der DSGVO in das Unternehmen austrodekor.....	17
3.4.1 Umsetzung.....	19
3.4.2 Rechtmäßigkeit.....	19
3.4.3 Auswirkungen auf Mitarbeiter/Innen.....	20
3.4.4 Berücksichtigung der DSGVO in Projekten & Prozessen.....	20
3.5 Erkenntnisse aus der Umsetzung der DSGVO.....	20
4 Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen bei austrodekor	22
4.1 Detailliertere Analyse des Unternehmens.....	22
4.2 Ergebnisse der Analyse.....	23
4.3 Werttreiber-Baumdiagramm.....	25
4.4 Balanced Scorecard.....	30
4.5 EFQM-Model.....	31
5 Modellierung der Prozesse	39
5.1 Kernprozess – Verkauf & Beratung.....	41
5.2 Kernprozess – Warenbestellung.....	43
5.3 Unterstützungsprozess – Kundenveranstaltungen.....	44
5.4 Unterstützungsprozess – Lagerorganisation.....	45
5.5 Kernprozess - Auftragsverwaltung.....	46
5.6 Kernprozess - Fakturierung.....	47
5.7 Unterstützungsprozess – IT Störungsmanagement.....	48

5.8 Unterstützungsprozess – DSGVO Management.....	50
5.9 Unterstützungsprozess – WWS Management.....	52
6 Workshop.....	53
6.1 Vorbereitung und Vorschläge für den Workshop.....	54
6.1.1 Erster Vorschlag für austrodekor.....	54
6.1.2 Zweiter Vorschlag für austrodekor.....	55
6.2 Auswertung aus dem Workshop.....	57
6.3 Erkenntnisse aus dem Workshop.....	62
6.4 Aufgabenplanung nach dem Workshop.....	65
6.5 Erkenntnisse aus der Umsetzung der DSGVO in einem Familienunternehmen.....	66
7 Quellenverzeichnis.....	68
8 Anhang.....	68
8.1 Projektplanung.....	68
8.2 Verarbeitungsverzeichnis/Verfahrensverzeichnis.....	77
8.3 Technisch organisatorische Maßnahmen.....	83
8.4 Balanced Scorecard.....	84
8.5 EFQM Bewertungsmaßstab.....	86
8.6 EFQM Fragebogen.....	87
8.7 Agenda Workshop.....	90
8.8 Workshop Arbeitsblatt.....	99
8.9 Workshop Abschlussprotokoll.....	100

Kurzfassung

Durch die bevorstehende europäische Datenschutz Grundverordnung, kurz DSGVO, die für jedes Unternehmen ab dem 25.05.2018 verpflichtend einzuhalten ist, sind viele Unternehmen zum Handeln gezwungen. Eine Ignorierung der DSGVO sollte sich kein Unternehmen erlauben, da für die Verstöße horrenden Strafsummen verhängt werden können. Besonders kleine Unternehmen und Einzelunternehmer stehen vor großen Herausforderungen. Diese müssen dafür freie Ressourcen bereitstellen oder diese Ressourcen extern teuer einkaufen. Nicht jedes Unternehmen hat die DSGVO in Bedacht gezogen, auch jenes nicht, welches in der Arbeit behandelt wird. Welche Herausforderungen aufgrund der DSGVO auf Unternehmen zukommen und wie sie diese umsetzen können, soll in einfachen Schritten erläutert werden. Durch die zunehmende Digitalisierung, sind auch Branchen, wie der Blumenhandel von diesen gesetzlichen Maßnahmen betroffen und müssen sich den geänderten Bedingungen anpassen, um fit für die Zukunft zu werden. Hierbei wird ein Unternehmen in der jeweiligen Branche begleitet das vor diesen Herausforderungen sich befindet. Es wird eine „Balanced Scorecard“ erstellt, womit das Unternehmen die Kennzahlen im Blick behält und auf Änderungen reagieren kann. Auch eine Bewertung mit einem „EFQM Modell“ soll für das jeweilige Unternehmen erstellt werden. Es sollen Punkte aufgezeigt werden, die ein Verbesserungspotenzial in bestimmten Bereichen aufgreifen. Dabei soll die DSGVO berücksichtigt werden, wenn im jeweiligen Bereich auch erforderlich. Zum Abschluss sollen die Erfahrungen in einem gemeinsamen Workshop mit dem Unternehmen präsentiert werden und im Laufe des Prozesses neue Ideen und Verbesserungen mit den Mitarbeitern/Innen und der Geschäftsführung erarbeitet werden.

1 Einleitung

Durch die bevorstehende Datenschutz Grundverordnung (DSGVO) die am 25.05.2018 für alle Europäischen Staaten in Kraft tritt, stehen viele Unternehmen vor einer großen Herausforderung. Zum einen ergibt sich die Frage, wie man die DSGVO im eigenen Unternehmen umsetzen soll. Zum anderen besteht eine Ungewissheit wie sich die DSGVO auf die eigenen Prozesse und die zukünftigen Veränderungen in Unternehmen auswirkt, da die Erfahrungen im Umgang mit der DSGVO sowohl in der Privatwirtschaft als auch im öffentlichen Sektor zurzeit noch nicht im ausreichendem Maße vorhanden sind. Besonders für die Klein- und Mittelständischen Unternehmen (KMU) kann die DSGVO in der Umsetzung Schwierigkeiten bereiten. Ein möglicher Grund kann sein, dass KMU's diese Kosten nicht so einfach stemmen können wie große Unternehmen. Große Unternehmen sind in der Lage sich ein eigenes Team aus Spezialisten zusammenzustellen oder diese Dienstleistung bei Bedarf extern einzukaufen. Ein weiterer möglicher Grund für KMU's kann sein, dass keine freien Ressourcen zu Verfügung stehen. Wie können die KMU's dennoch die DSGVO umsetzen und sich auch zukünftig auf die Änderungen der DSGVO rüsten? Besonders in Anbetracht der Digitalisierung wird die DSGVO weiter an Bedeutung für die KMU's gewinnen. Somit steuern viele dieser Unternehmen auf zwei große Herausforderungen zu. Zum einen die Digitalisierung und zum anderen die DSGVO. Schafft das einen Internationalen Nachteil für die Europäischen Unternehmen oder können diese sogar einen Vorteil daraus ziehen? Durch einen Familienbetrieb, bestehend aus drei kleinen Unternehmen, welches genau vor diesen Herausforderungen steht, soll gezeigt werden wie, die DSGVO umgesetzt wird und wie diese gesetzliche Maßnahme Einfluss auf zukünftige Änderungen im Unternehmen nehmen könnte, insbesondere in der Digitalisierung. Wie diese Maßnahmen im Einklang mit der DSGVO umgesetzt werden können, wird mithilfe eines Workshops, wo diese Herausforderungen und mögliche Lösungen besprochen werden, durchgeführt. Anschließend werden dem Unternehmen die selbst erarbeiteten Ideen und Lösungsansätze abschließend zu Verfügung gestellt und weitere Ratschläge für die zukünftigen Ziele gegeben.

2 Familienunternehmen austrodekor

2.1 Beschreibung des Familienbetriebes

Das Unternehmen „austrodekor“ wurde vom Familienvater im Jahr 2004 gegründet und wird jetzt in der zweiten Generation von der Tochter geführt. Der Betrieb befindet sich am Blumengroßmarkt Inzersdorf und vertreibt dort über den Großmarkt Produkte und Dienstleistungen für den Floristenbedarf. Zu den Kunden gehören Floristikgeschäfte in ganz Österreich und im nahen Ausland. Austrodekor kann sich durch seine Dienstleistungen am Großmarkt von der Konkurrenz abheben indem es zusätzlich Services, wie Auslieferung, Verladung der Ware Vorort, für die Kunden anbietet. Zum Unternehmen austrodekor gehört neben dem/der GeschäftsführerIn, ein/eine VerkaufsleiterIn und vier VertriebsmitarbeiterInnen. Die Buchhaltung und Personalverwaltung wurde an ein Steuerberatungsunternehmen ausgelagert. Die Verkaufszeiten am Blumengroßmarkt sind von 04:30 – 09:00 Uhr.

Im Familienbetrieb sind noch zwei weitere Firmen integriert. Das erste Unternehmen „Blumen Schottentor“ vertreibt Blumen in Wien an Endkunden und wird von austrodekor beliefert. Das zweite Unternehmen „Koga“ hat seinen Sitz in Polen und ist für die Warenproduktion im Bereich der Floristik tätig. Für einen besseren Überblick ist der Familienbetrieb in **Abb. 1** modelliert.

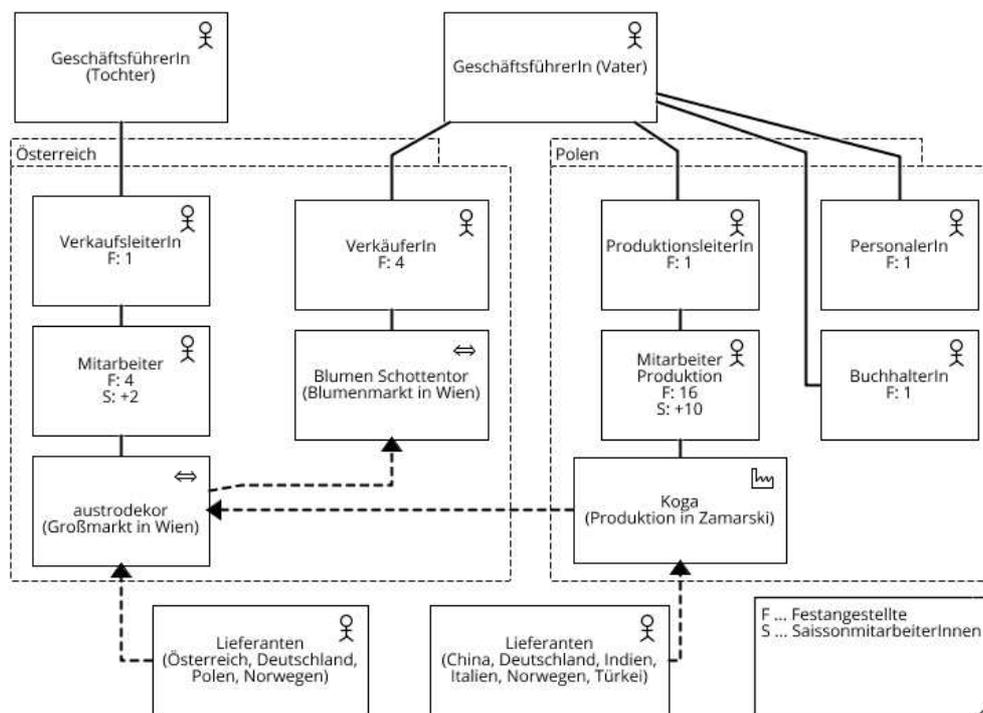


Abb. 1: Aufbau des Familienbetriebs

In der **Abb. 1** sind die Lieferwege mit einem gepunkteten Pfeil gekennzeichnet. Zu den Lieferanten wurden nur die jeweiligen Länder aufgelistet, damit keine sensiblen Informationen des Familienbetriebs bekannt werden. Saisonmitarbeiter/Innen werden in den floristiktypischen starken Verkaufszeiten (Ostern, Allerheiligen, Weihnachten) zur Unterstützung für die erhöhte Kundennachfrage eingesetzt und sind getrennt zu den Festangestellten vermerkt. Auf der linken Seite ist das Unternehmen austrodekor mit Ihren jeweiligen Mitarbeitern abgebildet. Auf der rechten Seite der Blumenmarkt zu finden. Ganz rechts ist die Produktion in Polen mit der jeweiligen Anzahl der Mitarbeitern/Innen vermerkt. Der Familienvater führt wie oben in der Abbildung dargestellt das Blumengeschäft und die Produktion in Polen. Das Unternehmen austrodekor wird von der Tochter geführt.

2.2 Verkaufsbetrieb bei austrodekor

Das Unternehmen austrodekor besitzt zurzeit zwei Kassensysteme (Hauptstation und Sekundärstation). Beide Kassensysteme stehen auf der ersten Verkaufsfläche in der Markthalle des Großmarktes. Die zweite Verkaufsfläche wurde im Jahr 2016 erworben und soll das Wachstum des Unternehmens am Großmarkt kennzeichnen. Auf der zweiten Verkaufsfläche wurde ein Büro errichtet, um den dazugehörigen aufkommenden Arbeitsaufwand verrichten zu können.

Die dritte Verkaufsfläche wird nur zur Session verwendet und soll das erhöhte Kundenaufkommen und das wesentlich größere Produktangebot, das zu dieser Zeit zu bewältigen ist, erweitern und eine geordnete Verkaufsabwicklung garantieren. Diese Verkaufsfläche befindet sich außerhalb der Halle des Blumengroßmarktes. Die Produkte bestehen zum großen Teil aus Lebendwaren, die zu dieser Zeit stark nachgefragt werden. Durch ein fehlendes Kassensystem außerhalb der Markthalle werden die Verkäufe auf der dritten Verkaufsfläche noch auf Papier aufgeschrieben und die Kunden in die Markthalle geschickt um diese anschließend zu fakturieren. Außer der verpflichtenden Rechnungslegung wird vieles noch unverändert mündlich oder telefonisch erledigt. Beim Marketing beschränkt man sich zurzeit auf Messen und einen eigene Produktkatalog der den Kunden zugeschickt wird bzw. am Großmarkt zur freien Entnahme zur Verfügung steht. In der folgenden **Abb. 2** wird die Flächenstruktur von austrodekor veranschaulicht.

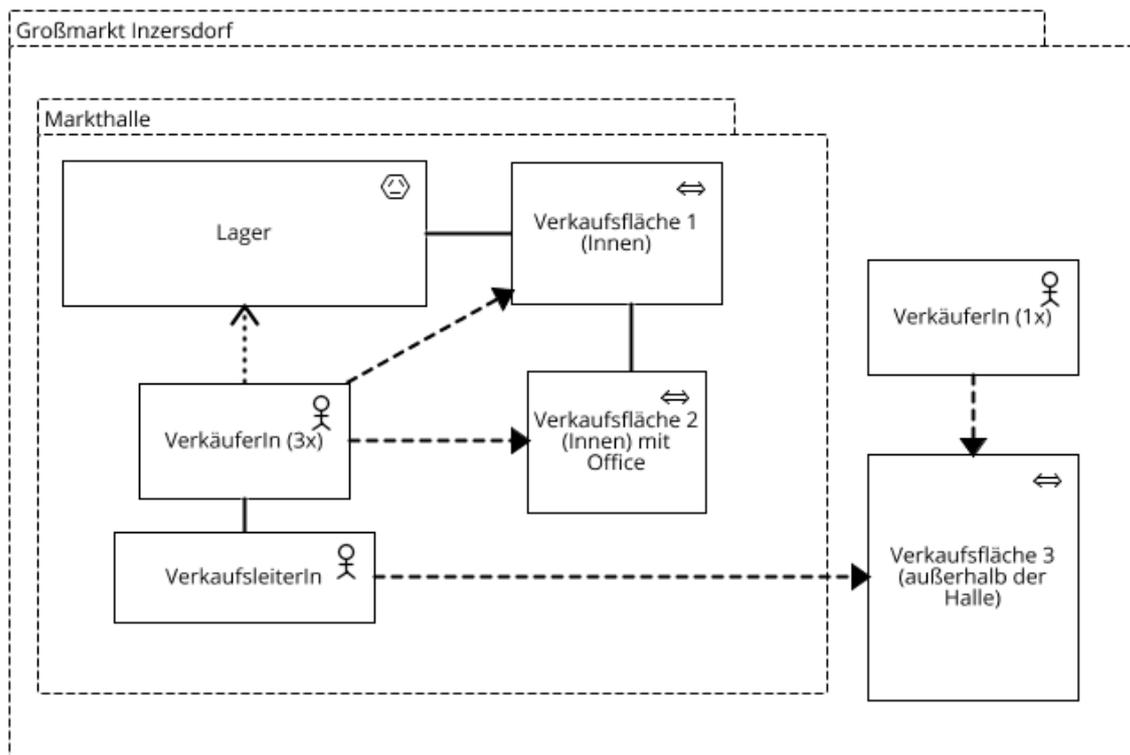


Abb. 2: Flächenstruktur von austrodekor

Die Informationen für den Verkaufsbetrieb wurden von dem/der GeschäftsführerIn und dem/der VerkaufsleiterIn eingeholt. Unter Lebendware werden Produkte verstanden die verderblich sind, wie Adventkränze, Pflanzen, Moos und viele weitere Artikel, die das Merkmale Verderblich aufweisen.

2.3 Herausforderungen des Familienunternehmens „austrodekor“

Aufgrund von gesetzlichen Veränderungen im Einzelhandel und der Digitalisierung in dieser Branche werden Unternehmen vor neue Herausforderungen gestellt. Mit der gesetzlichen Registrierkassenpflicht, die ab dem Jahr 2016 verpflichtend für alle Unternehmen eingeführt wurde musste das Unternehmen austrodekor ein IT System anschaffen. Dies stellte das Unternehmen austrodekor vor große Herausforderungen, weil das Wissen in der Informationstechnologie im Unternehmen praktisch nicht vorhanden war. Durch die darauf folgende Einführung eines Manipulationsschutzes für alle Registrierkassen, gültig ab dem 01.04.2017, mussten alle Einzelhändler und Großhändler innerhalb kurzer Zeit eine weitere Investition in Ihre Kassensysteme stemmen. Dieser Mani-

pulationsschutz wird durch eine Signaturpflicht für jeden Beleg sichergestellt. Das bedeutet das jeder Beleg mit einer digitalen Signatur ausgestattet wird. Ersichtlich ist das anhand eines QR Codes am Beleg der den Umsatz nach AES256-Verschlüsselung beinhaltet. Eine Manipulation ist somit bei bereits erstellten Belegen nicht mehr möglich und bei einer Prüfung vom Finanzamt schnell überprüfbar. Folglich durch die Registrierkassenpflicht wurde im Unternehmen austrodekor die Anschaffung einer Registrierkasse vorgenommen. Diese wurde auch unmittelbar mit einem Warenwirtschaftssystem (WWS) aufgewertet. Das WWS besitzt viele Funktionalitäten die den Alltag bei dem Unternehmen austrodekor vereinfachen sollen und den Weg in die Digitalisierung ebnen. Um das Wachstum weiter anzutreiben bedeutet das aber auch das WWS optimal einzusetzen und die alten Prozesse damit zu vereinfachen beziehungsweise veraltete Prozesse auch durch neue Prozesse zu ersetzen.

Eine weitere Herausforderungen sind die Adaptierungen in der Floristikbranche. In diesem Segment ist es nach Aussage des Verkaufsleiters noch üblich, dass Floristik Betriebe Ihre benötigten Waren am Großmarkt direkt einkaufen. Daraus bietet sich die Möglichkeit mit den Kunden direkt zu kommunizieren, was im Vergleich zu einem Onlinevertrieb auch einen Vorteil bittet. Durch das eingeholte Kundenfeedback und den engen Kontakt zu den Floristikgeschäften kann das Unternehmen austrodekor rasch neue Anforderungen erkennen und darauf entsprechend reagieren. Auch neue Herausforderungen lassen sich schneller durch einen direkten Kundenkontakt ermitteln und sich auf diese Herausforderungen passend vorzubereiten.

Durch den Generationswechsel in den Floristikgeschäften kommt es laut der Verkaufsleiterin/dem Verkaufsleiter auch zu einem sozialen Wandel bei den Kunden. Floristikgeschäfte mit jungen Geschäftsführern/Innen nutzen von Anfang an die digitalen Vertriebswege und verlangen diese auch von Ihren Lieferanten. Die etablierten Geschäftsführer/Innen hingegen wollen mit ihren Kunden/Innen noch einen direkten Kontakt pflegen und tun dies per Telefon oder durch den direkten Vertrieb am Großmarkt. Um nicht die Kunden mit jungen Geschäftsführern/Innen zu verlieren muss das Unternehmen austrodekor sich an die neuen Vertriebswege anpassen und diese schlussendlich auch anbieten können.

Die Herausforderung dabei sind, dass beide Vertriebswege, also die der älteren und der jüngeren Geschäftsführer/Innen bestmöglich zu erfüllen. Aufgrund von jahrelangem Betrieb, ohne einem etablierten EDV-System und daraus folgend auch ohne eines WWS

Die Datenschutz-Grundverordnung mit der Digitalisierung und mit Prozessänderungen sind in diesem Bereich Kompetenzen aufzubauen. Nach der Einführung eines WWS am Ende des Jahres 2015 beim Unternehmen austrodekor sind alle Mitarbeiter/Innen laut der Verkaufsleiterin/dem Verkaufsleiter überfordert gewesen. Die Verkaufsleitung fand die Etablierung eines EDV-Systems und ein WWS als eines der herausforderndsten Schritte in seiner Karriere bei austrodekor. Um den gesetzlichen Anforderungen der Registrierkassenpflicht gerecht zu werden und unter der Berücksichtigung der knappen Zeit um diese umzusetzen, konnten die Mitarbeiter/Innen im Verkauf, sowie die Verkaufsleitung gerade das Notwendigste vom WWS nutzen. Dazu gehörten unter anderem die Einbuchung und der Verkauf der Waren. Eine Möglichkeit die Digitalisierung bei austrodekor zu beschleunigen ist neue Fachkräfte mit einer IT-Ausbildung einzustellen. Laut der Geschäftsführerin sind jedoch Junge Mitarbeiter/Innen mit Informationstechnischem Wissen für austrodekor am Arbeitsmarkt schwer zu finden, was eine Umstellung auf digitale Vertriebswege zusätzlich erschwert. Eine weitere Möglichkeit ist die eigenen Mitarbeiter/Innen zu schulen. Durch die knappe Ressource Mitarbeiter bedeutet das oft einen zusätzlichen Aufwand für das bestehende Personal sich mit neuen Technologien und Systemen zu beschäftigen. Durch das bestehende Wachstum und die Expansion bei austrodekor erhöht sich auch die Warenvielfalt, die zur Folge hat das eine aufwendigeres Management und eine erhöhte Verwaltung der Produkte hat.

2.4 Zielsetzung

Das Ziel ist das Unternehmen auf die DSGVO vorzubereiten und das gesetzliche Maßnahmenpaket vollständig in das Unternehmen austrodekor zu integrieren.

Unter dem Aspekt des Datenschutzes sollen Änderungen in Unternehmensprozessen aufgezeigt und Lösungen für die Herausforderungen von austrodekor erarbeitet werden. Diese Schwierigkeiten liegen zum großen Teil in der Digitalisierung und der Ungewissheit, wie diese angegangen werden können. Die Lösungen sollen gemeinsam mit den Angestellten und der Geschäftsführung in einem Workshop erarbeitet werden. Die daraus gewonnen Erkenntnisse sollen anschließend in die Unternehmensstrategie und deren Vision integriert bzw. auf diese angepasst werden. Am Ende des Workshops sollen die Mitarbeiter/Innen über die DSGVO aufgeklärt sein und diese bei Ihrer täglichen Arbeit auch anwenden bzw. berücksichtigen können.

Außerdem soll die Geschäftsführung auf dieses Thema sensibilisiert werden und die DSGVO auch in zukünftigen Veränderungen im Unternehmen berücksichtigen zu kön-

nen. Besonders in der Digitalisierung die viele Unternehmen betreffen ist eine gewisse Sensibilisierung erforderlich, damit die Unternehmen im Einklang der Gesetze operieren und sich der Digitalisierung vollständig widmen können.

3 Umsetzung der Datenschutz Grundverordnung (DSGVO)

3.1 Einführung zur DSGVO

Die DSGVO ist eine europäische Datenschutzgrundverordnung, die für alle Europäischen Staaten ab dem 25.05.2018 verpflichtend einzuhalten ist.

Das Ziel dabei ist einen Europäischen Datenschutz Standard zu setzen und die Rechte der natürlichen Personen in Bezug auf ihre personenbezogenen Daten zu stärken. Personenbezogene Daten sind alle Informationen die Rückschlüsse auf eine natürliche Person erlauben. Beispiele für Personenbezogene Daten, die nicht sofort als solche erkenntlich sind, wären: Browser-Cookies, IP-Adresse, Informationen über den Lebensstil und wirtschaftliche Informationen um einige davon zu nennen.

Um das konkreter darzustellen, nehme man ein einfaches kleines Gedankenexperiment durch: Man nehme drei Personen (A, B, C), unter der Annahme, dass diese verschiedene Interessen haben und in einer Gruppe digital gespeichert sind. Person A betreibt Kampfsport, Person B besucht einen Tanzkurs und Person C spielt Gitarre.

Würden diese Informationen verarbeitet werden, können Rückschlüsse auf bestimmte Merkmale gezogen werden. So könnte das Instrument Gitarre auf die jeweilige Person C Rückschlüsse zulassen. Somit wäre die simple Information über das Interesse in diesem Kontext eine personenbezogene Datei die unter die DSGVO fällt. Hat jedoch die Gruppe eine entsprechende Größe n , wo n groß genug ist um aus den Interessen nicht mehr auf eine Person geschlossen werden kann, so sind die Daten, in diesem Fall Interesse, keine personenbezogenen Daten mehr im Sinne der DSGVO. Diese Bedingung muss für alle Interessen und die anderen erfassten Daten in dieser Gruppe gelten damit nicht auf die jeweilige Person geschlossen werden kann.

Die Europäische Kommission hat den EU-Staaten sogenannte Öffnungsklauseln ermöglicht, die eine individuelle Ausgestaltung der DSGVO erlauben. Mit der DSGVO werden Betroffene, Verantwortliche und Auftragsverarbeiter/Innen genau definiert, die dadurch neue Aufgaben und Rechte bekommen. Die Betroffenen bilden hier die natürlichen Personen von denen die Daten erhoben und verarbeitet werden. Betroffene haben Recht auf Auskunft Art. 15 DSGVO, Berichtigung Art. 16 DSGVO, Löschung Art. 17 DSGVO, Ein-

Die Datenschutz-Grundverordnung mit der Digitalisierung und mit Prozessänderungen
schränkung Art. 18 DSGVO, Mitteilungspflicht Art. 19 DSGVO, Datenübertragbarkeit Art. 20 DSGVO und auf Widerspruchsrecht Art. 21 DSGVO. Ein weiterer wichtiger Aspekt für die Betroffenen dürfte das Kopplungsverbot, welches in Art. 7 Abs. 2 DSGVO geregelt wird, sein. Durch das Kopplungsverbot sollen Betroffene klar und deutlich auf die Verarbeitung Ihrer personenbezogenen Daten hingewiesen werden und freiwillig dessen Einverständnis geben dürfen. Ein Beispiel für eine korrekte Umsetzung des Kopplungsverbotes wäre zum Beispiel bei einem Onlineeinkauf die Einwilligung zu einem Newsletter separat von den AGB's abzufragen, damit sich der Kunde freiwillig für den Newsletter entscheiden kann.

Verantwortliche sind alle natürlichen und juristischen Personen sowie Behörden, Einrichtungen und andere Stellen die personenbezogene Daten erheben und verarbeiten. Verantwortliche müssen den Nachweis erbringen, dass sie ihre Pflichten erfüllen, die von der Datenschutzbehörde auf Anfrage vorzuweisen sind.

Zu den Nachweisen gehören das Verzeichnis von Verarbeitungstätigkeiten gemäß Art. 30 DSGVO mit technischen und organisatorischen Maßnahmen gemäß Artikel 32 Absatz 1 DSGVO. Ganz neu für die Verantwortlichen ist die Datenschutz-Folgenabschätzung gemäß Art. 35 DSGVO, die auch beschreibt, ob eine durchgeführt werden muss. Die Datenschutz-Folgenabschätzung soll die Verantwortlichen für ein erhöhtes Risiko der Verarbeitung personenbezogener Daten regeln. Die Datenschutzbehörde hat eine Ausnahmeliste [3] von Verarbeitungstätigkeiten veröffentlicht, wo eine Datenschutz-Folgenabschätzung nicht erforderlich ist.

Den Betroffenen Personen steht der Verantwortliche als Ansprechpartner für die schon erwähnten Betroffenen Rechte zu. Auftragsverarbeiter/Innen handeln im Auftrag von den Verantwortlichen und verarbeiten die personenbezogenen Daten der Betroffenen. Werden Personenbezogene Daten an Auftragsverarbeiter/Innen weiter gegeben, muss zwischen dem Verantwortlichen und dem Auftragsverarbeiter/Innen ein Auftragsdatenverarbeitungsvertrag abgeschlossen werden, der sicherstellen soll, dass die DSGVO vom/von den Auftragsverarbeiter/Innen eingehalten wird.

Für Verantwortliche und Auftragsverarbeiter/Innen ergeben sich Pflichten, die in Art. 24 – 27 DSGVO festgelegt sind. Ein wesentlicher Aspekt der DSGVO sind die drakonischen Geldbußen bei Verstößen. Das Ausmaß der Geldbußen reicht bis zu EUR 10 Mio. bzw. bis zu 2% des gesamten Weltweiten Vorjahresumsatzes. Werden schwerwiegenden Verstößen begangen kann die Geldbuße bis zu EUR 20 Mio. oder bis zu 4% des ge-

samt den Weltweiten Vorjahresumsatzes ausmachen. Die jeweilige Aufsichtsbehörde in den EU Staaten soll als Straforgan ausgestattet sein, um die DSGVO unabhängig kontrollieren zu können. In Österreich befindet sich das zuständige Aufsichtsorgan, die Datenschutzbehörde, in der Wickenburggasse 8, im achten Wiener Bezirk, die mit der jeweiligen Befugnis nach §33 Abs. 5 DSG ausgestattet ist.

Durch die DSGVO ändert sich die Meldepflicht bei der Datenschutzbehörde. Die Auftraggeber werden zur Verantwortlichen und Dienstleister werden zu Auftragsverarbeitern. Somit stärkere Verantwortung derer die die Daten besitzen und verarbeiten. Es muss ein Verarbeitungsverzeichnis von jedem Unternehmer geführt werden. Eine Verletzung des Datenschutzes wird stärker sanktioniert als es bisher der Fall war.

3.2 Österreich sticht aus der EU heraus

Österreich hat, durch seine Möglichkeit Anpassungen über die Öffnungsklauseln zu erstellen, ein eigenes Datenschutzgesetz (DSG) am 20.04.2018 [1] im Parlament verabschiedet. Das Österreichische DSG mildert die DSGVO erheblich auf, was von der EU-Kommission kritisch gesehen wird [2]. Um einige Beispiele zu nennen, wäre nach §11 DSG die Datenschutzbehörde angehalten bei erstmaligen Verstößen den Gebrauch von Verwarnungen zu machen, was laut Art. 83 Abs. 2 – 6 DSGVO nicht vorgesehen ist. Ein weiteres nicht unwesentliches Beispiel ist nach § 30 Abs. 5 DSG das gegen öffentliche Stellen und Behörden keine Geldbußen verhängt werden können. Meiner Meinung nach kann davon ausgegangen werden, dass das DSG noch in naher Zukunft adaptiert werden muss und somit die Datenverarbeiter/Innen sich hier laufend informieren sollten. Dadurch können wesentliche Änderungen zeitnah erkannt und Maßnahmen rechtzeitig gesetzt werden.

3.3 Vorbereitung der DSGVO für das Unternehmen austrodekor

Die Umsetzung der DSGVO ist als Projekt zu definieren, weil dieses durch die Einführung einmalig ist und einen festen Anfangs- und Endtermin beinhaltet. Der Endtermin wäre durch die verpflichtende Geltung der DSGVO spätestens am 25.05.2018.

Weiters sind diesem Projekt Ressourcen (Budget, Mitarbeiter) bereit zu stellen, da dieses Projekt den rechtlichen Anforderungen gerecht werden muss. Ein Scheitern des Projekts würde bedeuten, dass die DSGVO nicht oder nur zum Teil den gesetzlichen Anforder-

Die Datenschutz-Grundverordnung mit der Digitalisierung und mit Prozessänderungen
derungen entsprechen würde. Dieses Risiko sollte kein Unternehmen eingehen in Anbetracht der hohen Strafen, die von der jeweiligen Datenschutzbehörde ausgestellt werden können. In einer ersten Vorbereitung für das Projekt werden alle Maßnahmen für den Projektstart vorbereitet und erste Planungen durchgeführt. Diese beinhalten unter anderem, wer möglicherweise im Projekt mitwirken soll oder muss, wie der Zeitplan aussehen könnte, wer das Projekt leiten soll und wer die ersten Aufgaben übernehmen wird bis weitere Daten für den Projektverlauf vorliegen, um einen Projektplan zu erstellen. Die Vorbereitung für die Umsetzung der DSGVO wird nach der ersten Vorbereitung hierzu in vier Schritte eingeteilt und die Vorgehensweise in diesen genauer erläutert.

3.3.1 Schritt 1 (Unternehmensanalyse)

Im ersten Schritt wird eine Unternehmensanalyse erstellt, um festzustellen welche Daten wo erhoben und gespeichert werden. Des Weiteren wird analysiert welche Daten bereits verarbeitet werden und ob diese der DSGVO entsprechen. In der Analyse ist man auf die enge Zusammenarbeit der Geschäftsführung und der Mitarbeiter/Innen angewiesen um alle relevanten Prozesse in der Verarbeitung von Daten vollständig zu erheben. Der Erfolg des Projektes ist von der vollständigen und genauen Analyse aller Daten relevanten Prozesse abhängig. Falls in der Analyse Fehler oder Lücken in Bezug auf die Verarbeitung von Daten auftreten kann sich das später wirtschaftlich ungünstig auf die Planung und Umsetzung auswirken. Eine unvollständige Analyse kann sich auch nach dem Projekt negativ auswirken. Umso später Fehler in der Analyse oder fehlende und relevante Informationen für die Umsetzung des Projekts aufkommen, umso kostenintensiver ist die Bereinigung dieser Fehler oder die Einbindung der neuen Informationen in das Projekt. In einem früheren Projektverlauf sind hingegen Änderungen als Kosten sensibler zu sehen, als am Ende oder nach dem Abschluss des Projekts. Aus diesem Grund sollte der erste Schritt mit hoher Aufmerksamkeit und einer genauen Arbeitsweise durchgeführt werden. Die Unternehmensanalyse sollte auch von einer verantwortlichen Person im Unternehmen begleitet und beim Abschluss der Analyse abgesegnet werden. In den meisten Fällen wird es ein/e Bereichsleiter/In oder eine entsprechende Führungskraft, die bestimmte Kompetenz im Unternehmen hat, sein.

Beim Unternehmen austrodekor wurde diese Aufgabe von der Verkaufsleitung übernommen, der zusätzlich von der Geschäftsführung unterstützt wurde. Somit lassen sich mögliche Fehler schon frühzeitig erkennen und vermeiden. Durch ein vier Augen Prinzip

kann auch der/die Projektleiter/In mit der Kenntnis der Unternehmensleitung das Projekt mit einer offenen Kommunikation sicherer vorantreiben.

Spätere Mängel sind dann nicht nur in der Verantwortung des/der Projektleiters/In, sondern auch bei der Unternehmensleitung. Alle Beteiligten haben somit das Ziel dieses Projekt möglichst ohne Mängel erfolgreich abzuschließen.

3.3.2 Schritt 2 (Projektplanung)

Im zweiten Schritt wird anhand der Analyse des Unternehmens und der daraus erworbenen Erkenntnisse eine Projektplanung für die Umsetzung der DSGVO im Unternehmen durchgeführt. Ein entsprechendes Budget von der Geschäftsführung ist spätestens jetzt bereit zu stellen oder den erwarteten Projektaufwänden entsprechend zu adaptieren, wenn es schon davor ein Budget für dieses Projekt gegeben hat.

In der Projektplanung müssen alle Ziele klar definiert und mit einem Termin festgelegt sein. Auch die Verantwortlichen Personen werden darin schriftlich festgehalten, damit es für jede Aufgabe eine fest definierte Person gibt. Durch die fest definierten Personen für die jeweiligen Bereiche soll jede Person wissen, welche Arbeitsschritte vorzunehmen sind. Damit lassen sich späteren Fragen oder Probleme viel leichter aufklären. Der Unterschied zu nicht fest definierten Aufgabenbereichen ist, dass bei Fragen oder Problemen sich keiner Verantwortlich füllen kann und das die Arbeitsmoral oder Motivation im Projekt negativ beeinflussen werden könnte.

3.3.3 Schritt 3 (Dokumente)

Im dritten Schritt, wenn die Projektplanung erstellt wurde und auch von der Geschäftsführerin abgesegnet ist kann damit begonnen werden alle nötigen Unterlagen, darunter fallen Vorlagen für die DSGVO und diverse Schulungsunterlagen, zu erstellen.

Das wichtigste darunter bildet das sogenannte Verarbeitungsverzeichnis (S. 77). Das Verarbeitungsverzeichnis beinhaltet einen allgemeinen Überblick über die Datenverarbeitung im jeweiligen Unternehmen. Durch das Verarbeitungsverzeichnis kann die Behörde nachvollziehen das sich das Unternehmen mit dem Datenschutz beschäftigt hat. Bei einer Kontrolle kann die Behörde so schnell einsehen welche Daten vom Unternehmen verarbeitet werden. Aus diesem Grund ist das Verarbeitungsverzeichnis für die Datenschutzbehörde die erste Prüfungsinstanz.

Im Verarbeitungsverzeichnis müssen folgende Informationen hinterlegt sein:

- Der Zweck der Verarbeitung
- Alle Kategorien in Bezug auf betroffene Personen, personenbezogene Daten, Empfänger
- Wenn verwendet, die Übermittlung von personenbezogenen Daten an ein Drittland
- Die Speicherdauer
- Technisch und organisatorische Maßnahmen

Als Basis wurden Vorlagen von der Wirtschaftskammer Österreich[3] herangezogen, die für Handelsunternehmen angefertigt wurden. Auf dieser Vorlagen Basis hat das Unternehmen einen guten Start und eine große Zeitersparnis gewonnen. Diese Vorlagen werden und müssen für die weitere Bearbeitung an die Rahmenbedingungen im Unternehmen angepasst werden.

Abschließend müssen noch wenn nötig Datenverarbeitungsverträge von externen Dienstleistern eingefordert werden. Datenverarbeitungsverträge sind erforderlich, wenn man personenbezogene Daten an externe Dienstleister auslagert bzw. von Dritten verarbeiten lässt (z.B. Buchhaltung, Steuerberater, Hosting-Anbieter, Cloud-Betreiber, etc.).

Da ein Unternehmen in diesem Fall durch die Auslagerung von Dienstleistungen den Datenschutz nicht selbst garantieren kann, muss dieser Schutz über sogenannte Datenverarbeitungsverträge rechtlich abgesichert werden. Diese sogenannten Datenverarbeitungsverträge sollen sicherstellen, dass auch der Datenschutz nach der DSGVO vom Dienstleister eingehalten wird. Wenn man alle erforderlichen Datenverarbeitungsverträge abgeschlossen hat, kann man sich im nächsten Schritt auf die Mitarbeiterschulung vorbereiten. Zudem werden dafür passende Schulungsunterlagen erstellt, sodass diese einerseits in kurzer Zeit und andererseits in verständlicher Form auch von den Mitarbeitern/Innen verstanden werden können.

3.3.4 Schritt 4 (Schulung)

Im letzten und vierten Schritt sollten jetzt die Mitarbeiter/Innen mit passende Schulungsunterlagen auf die DSGVO geschult und vorbereitet werden.

Eine Fortbildung für die DSGVO könnte vorzugsweise in einem Workshop an die Mitarbeiter/Innen verständlich kommuniziert werden. Die Mitarbeiterschulung sollte die wichtigsten Punkte der DSGVO abdecken, die in der alltäglichen Arbeit auftreten könn-

ten. Dazu gehört meiner Meinung nach, welche Rechte die Betroffenen besitzen und die Handhabung mit betroffenen Daten in organisatorischer und technischer Weise. Werden diese Inhalte den Mitarbeitern verständlich kommuniziert, decken sie schon den größten Teil der DSGVO ab, die vom Personal berücksichtigt werden muss.

3.4 Eingliederung der DSGVO in das Unternehmen austrodekor

Ist die Vorbereitung und der Projektplan für die DSGVO abgeschlossen, so kann die Eingliederung in die bestehenden Prozesse stattfinden. Den größten und wichtigsten Teil in der Umsetzung der DSGVO stellen hierbei die Mitarbeiter/Innen dar.

Anhand der Schulung im letzten Schritt und der Vorbereitung der DSGVO sollten die Mitarbeiter/Innen ein Bewusstsein für den Datenschutz erwerben. Eine sinnvolle Umsetzung der DSGVO ist nicht sehr effizient, wenn die Mitarbeiter/Innen nicht auf den Datenschutz sensibilisiert sind und diesen nicht ordnungsgemäß anwenden können. Es empfiehlt sich auch für zukünftig neue

Mitarbeiter/Innen geeignete Schulungsunterlagen bereit zu stellen, damit das neue Personal sich schnell mit dem Datenschutz vertraut machen kann.

Ist der Geschäftsführung die Relevanz der Schulung für die eigenen Mitarbeiter/Innen für die DSGVO kommuniziert und dargestellt worden kann die Erstellung neuer Prozesse beziehungsweise die Optimierung der bestehenden Prozesse im Unternehmen gestartet werden. Diese Prozessänderungen sollten mit den Mitarbeitern abgestimmt sein, so dass es keine negativen Überraschungen nach der Umsetzung auf der Seite des Personals gibt.

Bei austrodekor wurden folgende Prozesse angepasst damit sie der DSGVO entsprechen:

- Marketing
- Fakturierung
- Auftragsverwaltung
- Reklamations- & Beschwerdemanagement
- WWS Management
- Kundenveranstaltungen
- IT Störungsmanagement

Nachfolgende Prozesse wurden Aufgrund der DSGVO neu definiert:

- DSGVO Management

Die Datenschutz-Grundverordnung mit der Digitalisierung und mit Prozessänderungen

Aufgrund der eher geringen Erhebung und Nutzung von personenbezogenen Daten bei austrodekor sind die Änderungen überschaubar.

Die größten Änderungen waren im Prozess Marketing erforderlich. Durch den neu definierten Prozess „DSGVO Management“ waren auch hier mehrere Maßnahmen erforderlich. Im Marketing werden durch die Adaptierung die Kunden um eine Einverständnis gebeten und diese explizit auf die Datenschutzrichtlinien des Unternehmens aufmerksam gemacht. Beim Unternehmensauftritt ist austrodekor dazu angehalten keine mitarbeiterbezogenen Daten ohne dessen explizite Erlaubnis zu publizieren. Das gilt auch im Umgang mit Kunden bei der Erhebung von personenbezogenen Daten, wie zum Beispiel wenn ein Kunde seine Daten freiwillig dem Unternehmen übergibt ohne das Dritte diese einsehen können. Kunden können im Falle von Newslettern oder Werbekampagnen schnell und unkompliziert Ihre Einverständnis widerrufen.

Beim Prozess DSGVO Management wurde eine Protokollierung von DSGVO Anfragen eingeführt, damit die Nachvollziehbarkeit von Personenanfragen und deren Bearbeitung garantiert werden kann. Der DSGVO Prozess beinhaltet eine richtige Vorgehensweise bei einer DSGVO Anfrage vom Kunden oder der Datenschutzbehörde.

In der Fakturierung, Auftragsverwaltung, Reklamations- & Beschwerdemanagement, WWS Management, Kundenveranstaltungen und im IT Störungsmanagement wurden die erforderlichen Maßnahmen zur Datensicherung und des berechtigten Zugriffs umgesetzt. Dazu zählen der Zugriff auf die Systeme durch gesonderte Rollen und Authentifizierung als auch er sichere Umgang mit personenbezogenen Daten.

Besonderer Wert wurde dabei auf die Sensibilisierung aller Mitarbeiter/Innen und der Geschäftsführung gelegt, damit in Zukunft der Datenschutz in allen erforderlichen Prozessen berücksichtigt wird. Die mangelnde Kenntnis der DSGVO in den alltäglichen Arbeitsprozessen im Unternehmen könnte zukünftig zu teuren wirtschaftlichen Konsequenzen führen. Aus diesem Grund besteht eine hohe Sorgspflicht seitens der Geschäftsführung dem Personal geeignete Unterlagen und bei Bedarf Schulungsmöglichkeiten zu Verfügung zu stellen, damit die Betroffenen Ihre Arbeit bestmöglich und rechtskonform ausführen können. Die gesetzten Maßnahmen sind alle im Verfahrensverzeichnis dokumentiert und für die Mitarbeiter/Innen zugänglich.

3.4.1 Umsetzung

Zu Beginn ist für ein Unternehmen eine vollständige Analyse zu erstellen. Die Analyse sollte alle Unternehmensprozesse und deren Datenerhebung beinhalten, damit man auf dieser Basis die jeweilige Dokumentation erstellen kann.

Verpflichtend ist das sogenannte Verarbeitungsverzeichnis. Es ist auch im Unternehmen mindestens eine verantwortliche Person, die als Ansprechperson für die Datenschutzbehörde oder die betroffenen Personen zu definieren.

Ist Art. 37 Abs. 1 DSGVO erfüllt so, ist ein Datenschutzbeauftragter zu berufen. Dieser Datenschutzbeauftragte kann intern als auch extern bestellt werden. Falls im Unternehmen keine Kompetenz oder freie Ressource verfügbar ist, kann die Analyse auch extern beauftragt werden.

3.4.2 Rechtmäßigkeit

Falls in der Analyse sich heraus stellt, dass personenbezogene Daten ohne eine rechtliche Grundlage oder ohne eine Einwilligungserklärung des Betroffenen erhoben oder verarbeitet werden, muss diese eingestellt werden.

Für jede Datenerhebung oder Verarbeitung die auf eine betroffene Person schließen lässt, muss eine rechtliche Grundlage oder eine datenschutzrechtliche Einwilligungserklärung des Betroffenen vorhanden sein. Wurden als Beispiel Newsletter an Kunden/Betroffene Personen verschickt, so ist falls keine gesonderte Einwilligung bereits vorliegt eine erneute datenschutzrechtliche Einwilligungserklärung der betroffenen Personen einzuholen. Dies gilt besonders im Falle, wenn die Einwilligung über die AGB oder mit anderen Einwilligungen in der Vergangenheit gekoppelt eingeholt wurde. Hierbei ist das Kopplungsverbot zu beachten. Dieses Kopplungsverbot soll sicherstellen, dass jede Datenverarbeitung von betroffenen Personen deutlich für diese erkennbar ist. Einwilligungen, die in den AGB enthalten sind und nicht einer rechtlichen Grundlage entsprechen sind in diesem Fall unzulässig.

Die betroffenen Personen sollten bei jeder Einwilligung auch über Ihre Rechte aufgeklärt werden. Die Aufklärung kann über einen Verweis, der zum Beispiel auf die eigene Webseite mit der Datenschutzerklärung hinweist, erfolgen.

3.4.3 Auswirkungen auf Mitarbeiter/Innen

Mitarbeiter/Innen spielen bei der Einhaltung und der Umsetzung des Datenschutzes eine sehr wichtige Rolle. Aus diesem Grund sollten die Mitarbeiter/Innen über die Grundlegenden Datenschutzthemen eingeschult werden. Je nach Bereich im Unternehmen sind weitere Maßnahmen zu setzen. Besonders in sensiblen Unternehmensbereichen sind verstärkte Schulungen vorzunehmen und die jeweiligen Maßnahmen zu erweitern. Zum Beispiel kann man das Marketing als solches definieren, wo Kundendaten vermehrt von Interesse sind und diese dann anonymisiert oder mit entsprechender Einwilligung hinterlegt werden müssen. Weitere Bereiche mit erhöhtem Bewusstsein für Datenschutz sind auch die Personalverwaltung, wo sensible Mitarbeiterdaten vorliegen. In der Personalverwaltung ist der Umgang mit den Daten und die Rechtmäßigkeit der Daten zu prüfen, ob nicht zu viele Daten gesammelt wurden, die nicht für das Dienstverhältnis erforderlich sind. Erwähnt sei hier noch, dass nur personenbezogene Daten gesammelt werden dürfen, die die Zweckmäßigkeit für eine Vertragserfüllung erfüllen. Jede weitere Erhebung erfordert eine Einwilligung der betroffenen Person.

3.4.4 Berücksichtigung der DSGVO in Projekten & Prozessen

Für zukünftige Projekte und Prozesse sollte die DSGVO von Anfang an in Unternehmen berücksichtigt werden um einen reibungslosen und rechtssicheren Ablauf zu gewährleisten. Es sollte immer eine Ansprechperson ernannt oder definiert werden, wo jeder im Projekt oder Unternehmen sich an diese wenden kann. Wird die Berücksichtigung der DSGVO am Beginn eines Projektes oder neuen Prozesses eingeplant, so hat man in erster Linie einen erhöhten Aufwand. Alle Änderungen in Bezug auf die DSGVO die im Nachhinein entstehen, können die Wirtschaftlichkeit der jeweiligen Projekte oder Prozesse negativ beeinflussen.

3.5 Erkenntnisse aus der Umsetzung der DSGVO

Meiner Meinung nach stellt die DSGVO besonders für Selbstständige als auch für KMU's eine große Herausforderung dar.

Große Unternehmen können sich, aufgrund Ihrer größeren finanziellen Ressourcen leichter Experten beauftragen bzw. anstellen, die die DSGVO umsetzen.

Selbstständige und KMU`s haben aufgrund ihres beschränkten Budgets hierbei ungünstigere Rahmenbedingungen gegeben, was zur Folge hat, dass die gesetzliche Umsetzung der rechtlichen Vorgaben schwieriger erscheinen kann. Dazu kann es noch kommen, dass sich Selbstständige und KMU`s mit dem Thema Datenschutz viel zu wenig bis gar nicht beschäftigt haben.

Diese Kompetenzen rund um die Thematik Datenschutz müssen sich die Selbstständigen und KMU`s aneignen oder wenn es nicht vorhanden ist meist teuer extern einkaufen.

Falls auch die nötigen Kompetenzen vorhanden sein sollten, stellt sich die Frage, ob auch die Ressourcen (Budget, Fachliches Wissen und Technisches Wissen, Humankapital) für diese Aufgabe zur Verfügung stehen. Besonders problematisch wird es für die Personen, die selbstständig sind und kleinen Unternehmen die oft keine doppelten Stellen aus Kostengründen besetzen können. Wenn keine personellen Ressourcen frei sind oder abgestellt werden können muss dann die Entscheidung getroffen werden ob das Unternehmen auf externe Berater zurückgreifen soll. Die zu erwartende Konsequenz wenn externe Berater engagiert werden ist das höhere Kosten für die Umsetzung der DSGVO einzuplanen sind. Eine Alternative wäre eine bestehende Ressource dafür einzusetzen, was aber bedeutet, dass diese Ihrer gewohnten Tätigkeiten, womöglich nicht oder nur eingeschränkt nachgehen kann. Für die Selbstständigen und KMU`s, die selbst die DSGVO umsetzen müssen oder sich dafür entschieden haben, bietet die Wirtschaftskammer Österreich eine große Abhilfe mit guten Beratungen und Service zum Thema DSGVO.

Trotz dieser Unterlagen und den Information die man findet sollte man genug Vorlaufzeit für das Projekt einplanen. Je nach Unternehmen kann es sein, dass größere Änderungen Notwendig sind, die viel Zeit in Anspruch nehmen. Durch die Erkenntnis aus der Umsetzung der DSGVO bei austrodekor kann ich nur jedem Unternehmen empfehlen die Mitarbeiter/Innen frühzeitig miteinzubeziehen. Umso früher die Mitarbeiter/Innen einbezogen werden und die Wichtigkeit des Datenschutzes für das Unternehmen erläutert wird, desto leichter können Planung und Umsetzung erfolgen. Es wurde auch Anfangs vor der Geschäftsführerin kein produktiver Mehrwert für austrodekor gesehen, sondern weitere gesetzliche Auflagen die Ausgaben verursachen und kein Einkommen generieren. Die Begeisterung für die DSGVO war nicht vorhanden bis hin zu:

„Wozu brauchen wir das“.

Mit einem ausführlichen Gespräch mit den Verantwortlichen (Geschäftsführung und Verkaufsleitung) bei austrodekor und der Aufzählung der Vorteile als auch der Nachteile

Die Datenschutz-Grundverordnung mit der Digitalisierung und mit Prozessänderungen

bei schlechter oder der nicht Umsetzung der DSGVO konnten beide Parteien dafür gewonnen werden die DSGVO umzusetzen. Auch die Einsicht war nach diesem Aufklärungsgespräch vorhanden und eine volle Unterstützung wurde mir zugesichert.

Die zugesicherte Unterstützung hat sich auch bei der Projektumsetzung im positiven Sinne gezeigt indem alle Beteiligten an dem Projekt mitgearbeitet haben. Zu erwähnen ist das die Geschäftsführung in solchen Fällen eigenständig das Interesse an der Umsetzung haben sollte. Immerhin ist in den meisten Fällen die Geschäftsführung für die Einhaltung der gesetzlichen Auflagen im Unternehmen verantwortlich und haftet für die korrekte Umsetzung. Hier ist jedoch auch eine Aufklärung und Sensibilisierung für den Datenschutz notwendig, da es sein kann das die Geschäftsführung zum Thema Datenschutz wenig Berührungspunkte hat. Auch nach dem Projekt sollten die Mitarbeiter/Innen an die neuen Prozesse herangeführt werden und Unklarheiten so gut als Möglich beseitigt werden. In Bereichen, wo die Mitarbeiter/Innen unsicher sind oder etwas nicht verstehen, besteht die erhöhte Gefahr das Fehler gemacht werden. Bei einem Thema wie dem Datenschutz, dass eine sehr sicherheitsrelevante Rolle in der heutigen Zeit spielt, sollte die Fehlerquote diesbezüglich so gering wie möglich gehalten werden.

Die Folgen der Nichteinhaltung der DSGVO kann, wie bereits bekannt ist die Unternehmen finanziell sehr viel kosten. Selbständige und KMU's werden wenn sie die Digitalisierung nutzen nicht herumkommen sich mit dem Datenschutz und der DSGVO zu befassen. Die Folgen wären sonst ein sehr hohes Risiko für Ihre Kunden und Ihr Unternehmen selbst. Man kann das als eine nötige Investition sehen die sich langfristig auszahlen sollte. In Anbetracht der Digitalisierung und der großen Menge an Daten, die heute verarbeitet werden, sind personenbezogenen Daten von hohem Wert und sollten daher dementsprechend einen rechtliche geschützten Rahmen unterliegen.

4 Umsetzung von Verbesserungsmaßnahmen bei austrodekor

4.1 Detailliertere Analyse des Unternehmens

Um das Unternehmen genauer zu analysieren und einen tieferen Einblick als bei der Analyse für die DSGVO zu erhalten, ist eine detailliertere Zusammenarbeit mit den Mitarbeitern und der Geschäftsführung notwendig.

Hierbei sollen möglichst alle Aspekte die auf das Unternehmen austrodekor einwirken in Erfahrung gebracht werden, die den Mitarbeitern und der Geschäftsführung auch be-

kannt sind. Aus diesen Informationen soll nachfolgend ein Werttreiber Baumdiagramm erstellt werden. Hierzu werden die Mitarbeiter/Innen in einem Interview genauer dazu befragt, wie sie Ihren Alltag meistern und mit welchen Problemstellungen sie sich auseinandersetzen müssen.

4.2 Ergebnisse der Analyse

Aus einem Interview mit den Mitarbeitern und mit der Geschäftsführung konnte entnommen werden, dass von den Mitarbeitern die Mitarbeiterzufriedenheit als sehr wichtig angesehen wird. Durch die intensive und zeitaufwändige Arbeit am Großmarkt ist dem Personal sehr wichtig, dass soweit es möglich ist, sie in ihrer Arbeit von der Geschäftsführung unterstützt werden. Das bedeutet, dass die Mitarbeiter/Innen sich mit bürokratischen Aufgaben so wenig wie möglich beschäftigen möchten. Diese Entlastung oder Vereinfachung der Arbeit am Großmarkt ist den Mitarbeitern ein wichtiges Anliegen.

Der Geschäftsführung sind bei neuen Mitarbeitern die Großmarktkompetenz und die dahingehenden Arbeiten, die sich von anderen Handelsunternehmen unterscheiden, sehr wichtig. Es ist schon oft dazu gekommen, dass neue Mitarbeiter/Innen das Dienstverhältnis sehr schnell beendet haben, weil sie die Arbeitstätigkeiten am Großmarkt körperlich zu anstrengend empfunden haben oder die frühen Arbeitszeiten im Unternehmen als Belastung angesehen haben. Zurzeit ist austrodekor in einer Entwicklungsphase, wo vielen Beteiligten klar ist, dass die Arbeitsschritte, die noch manuell und mit viel mühsamer Handarbeit vollzogen werden und einem hohen Zeitaufwand erfordern, geändert werden.

Wenn möglich, sollen diese manuellen Aufgaben zu einem beträchtlichen Teil digitalisiert werden, um die Mitarbeiter/Innen in ihrer täglichen Arbeit zu entlasten.

Ein Beispiel dazu sei die Bestellung von neuen Waren, die noch immer mühsam schriftlich erfasst und telefonisch bestellt werden. Bei dieser Methode kann es sehr leicht passieren, dass Fehler auftreten. Der Ärger bei den Mitarbeitern ist umso größer, wenn Korrekturen bei der Lieferankunft unternommen werden müssen, was mit viel Zeitaufwand verbunden ist. Durch viele manuelle Tätigkeiten am Großmarkt kann auch die Bearbeitungszeit effizienter gestaltet werden. Besonders im Umgang mit dem Kassensystem und dem WWS könnte die Bearbeitungszeit reduziert werden. Zurzeit sind laut der Ver-

Die Datenschutz-Grundverordnung mit der Digitalisierung und mit Prozessänderungen

verkaufsleitung die Aufgaben am Großmarkt ungleich unter den Mitarbeitern und der Geschäftsführung verteilt, was zu einer Überarbeitung von einzelnen Personen führt.

Das führt dazu, dass auch einige Mitarbeiter/Innen sich nicht für gewisse Bereiche oder Aufgaben verantwortlich fühlen. Die Konsequenz ist, dass die Verkaufsleitung als Kontrollorgan fungieren muss und die Arbeitsschritte des Personals selbst überprüfen muss. Deutlich zu Aussprache kam auch, dass es ein großes Anliegen der Verkaufsleitung und der Geschäftsführung ist die Produktqualität zu verbessern. Hierzu werden die Lieferanten laufend neu bewertet und neue Lieferanten akquiriert. Auf die Servicevielfalt ist die Verkaufsleitung besonders stolz, da es damit möglich ist sich als Unternehmen von der Konkurrenz am Großmarkt abzuheben.

Diesen erweiterten Service, der von austrodekor am Großmarkt angeboten wird, soll fortlaufend verbessert werden. Eine der größten Herausforderungen laut der Geschäftsführung stellt die Online Präsenz dar. Der Geschäftsführung ist Bewusst, dass der Wandel im stationären Handel zum Onlinehandel immer mehr an Bedeutung gewinnt, aber wie die Online Präsenz von austrodekor selbst angegangen werden soll, erweist sich als ein komplexer Prozess. Dieses Thema soll unter anderem auch beim Workshop diskutiert werden, um mögliche Konzepte oder Ideen in diesem Bereich zu diskutieren.

Angemerkt wurde von der Geschäftsführung und der Verkaufsleitung öfters die hohe Produktvielfalt die positiv gesehen wird, aber auch folglich Nachteile mit sich bringt, die derzeit schwer zu minimieren sind. Dazu gehören unter anderem die fehlenden statistischen Auswertungen im WWS die aufzeigen könnten, ob gewisse Produkte profitabel sind und sich gut verkaufen. Solche Produkte sind aufgrund der fehlenden statistischen Auswertungen im laufenden Betrieb erst spät für das Unternehmen austrodekor sichtbar. Diese Diskrepanz kann möglicherweise dadurch verursacht werden, dass nicht das Potenzial des WWS genutzt wird oder die Mitarbeiter/Innen nicht über die Kenntnisse verfügen Auswertungen zu erstellen. Aus diesem Grund soll dieser Themenpunkt ebenfalls im Workshop erörtert werden um mögliche Diskrepanzen, die sich ergeben könnten rechtzeitig zu beheben. Auch wird ständig daran gearbeitet die Vertriebskosten zu senken. Diese Kostenreduktion kann dadurch erreicht werden, wenn bestimmte Lieferanten gefunden werden, die ihre Waren günstiger anbieten oder unprofitablere Produkte aus dem Warensortiment entfernt werden.

Es gibt auch laufend Besprechungen unter der Verkaufsleitung und der Geschäftsführung bezüglich neuen Produkten, die in Polen gefertigt werden. Bei diesem Entscheidungsprozess fließen auch die Ideen der Mitarbeiter/Innen und der Kunden mit ein.

Um den digitalen Wandel im Unternehmen voranzutreiben, müssen auch die Profitabilität und Kosteneffizienz verbessert werden. Sehr stolz ist man bei austrodekor auf die neue Produktkategorie „Baumschule“, die im Frühjahr 2018 eingeführt wurde. Bei dieser Kategorie handelt es sich um Lebendware, wie Bäume, Sträucher und Rosen.

Diese Waren aus der Kategorie „Baumschule“ erfordern aufwendigere Pflege als bei den herkömmlichen Produkten bei austrodekor, die zum überwiegenden Teil aus unverderblichen Materialien bestehen. Um zu wachsen werden deshalb auch immer wieder neue Produkte ausprobiert. Abschließend wurde nach der Vision des Unternehmens austrodekor gefragt. Die Vision wurde von der Geschäftsführung und der Verkaufsleitung einstimmig mit hoher Produktqualität und der Digitalisierung beantwortet, die zu einem Wachstum führen soll. Auch wenn das Unternehmen erst am Beginn seines Digitalisierungsprogramms steht, kann es schon jetzt einen Webauftritt und eine WWS vorweisen.

4.3 Werttreiber-Baumdiagramm

Anhand der bereits gewonnenen Informationen durch die Geschäftsführung und der Verkaufsleitung kann Anhand dessen ein Werttreiber-Baumdiagramm erstellt werden, das in der Abb. 3 zu sehen ist.

Ein Werttreiber-Baumdiagramm dient als Hilfe für die anschließende Balanced Scorecard, die erstellt werden soll. Die Balanced Scorecard dient für das Unternehmen um die Ziele zu messen und zu verfolgen. In diesem Werttreiber-Baumdiagramm finden sich die gesammelten Anforderungen der Geschäftsführung und der Verkaufsleitung, die als Ziele auch verstanden werden können. Diese Anforderungen kann man anhand der Abhängigkeit und der daraus resultierten Folgen miteinander verknüpfen. Um das anhand eines Beispiels zu zeigen, nehmen wir die Anforderung aus der Perspektive der Mitarbeiter/Innen „Mitarbeiterzufriedenheit fördern“.

Wenn diese Anforderung erfüllt wird, dann kann das zur Folge haben, dass die Betriebskosten gesenkt werden, die Servicequalität verbessert wird und die Innovation im Unternehmen vorangetrieben wird. Das heißt, dass wenn die Mitarbeiter/Innen zufrieden sind sich die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass die Mitarbeiter/Innen eine höhere Motiva-

Die Datenschutz-Grundverordnung mit der Digitalisierung und mit Prozessänderungen

tion zeigen und sich das positiv auf die Servicequalität auswirkt. Umgekehrt lässt sich daraus deuten, dass wenn eine bestimmte Form der Unzufriedenheit beim Personal vorzufinden ist, dass sich das negativ auf die Arbeitsweise und daraus folgend auch auf die Servicequalität niederschlagen kann. Zufriedene Mitarbeiter/Innen werden auch eher neue Ideen aufzeigen und die Innovation im Unternehmen aktiver mitgestalten, vorausgesetzt die Geschäftsführung ist gegenüber neuen Ideen offen und unterstützt diese Vorgehensweise auch. Unzufriedene Mitarbeiter/Innen werden meiner Meinung nach eher eine passive Rolle übernehmen und sich wenig an Innovationen beteilige.

Um die Vertriebskosten zu senken, könnte man an Prozessoptimierung denken. Wie kann man Prozesse verbessern oder effizienter gestalten? Wenn man Prozesse ändert, sind auch zufriedene Mitarbeiter/Innen nötig, die frühzeitig eingebunden werden und diese Prozessänderungen mittragen. Dann kann daraus auch folgen, dass die Vertriebskosten durch zufriedene Mitarbeiter/Innen gesenkt werden können. Eine neue Überlegung für das Werttreiber-Baumdiagramm und der daraus folgenden Balanced Scorecard ist die Perspektive „Wachstum“. Der Hintergrund hinter der Perspektive „Wachstum“ war, dass oft von der Geschäftsführung erwähnte Ziel zu wachsen. Da dieses Unternehmen auch durch neue Produkte wächst, weil unter anderem das Sortiment erweitert wird, fehlte mir eine Perspektive die diese Anforderung erfüllt. Mitarbeiter/Innen, Prozesse, Kunden und Finanzen hatten sich für mich nicht als geeignet dargestellt. Deshalb wurde eine weitere Perspektive „Wachstum“ hinzugefügt. Die Vision des Unternehmens austrodekor ist mithilfe der Digitalisierung und der Produktqualität stärker zu wachsen als der Branchendurchschnitt. Das diese Vision sich mit der Perspektive „Wachstum“ verstärkt deckt, sollten alle Anforderungen zu dieser Vision hinleiten. Das Ergebnis ist übersichtlich in dem erstellten Werttreiber-Baumdiagramm in **Abb. 3** dargestellt

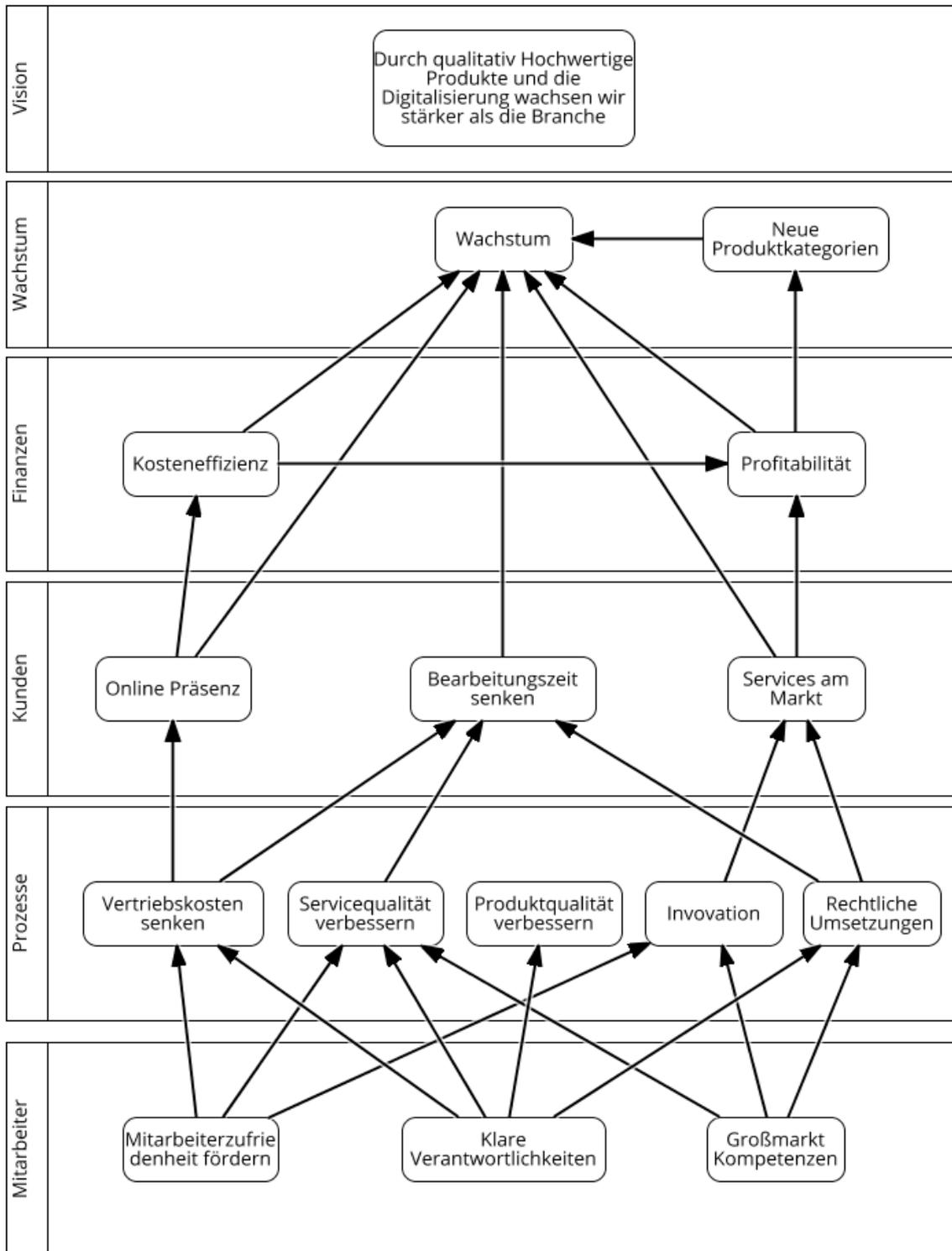


Abb. 3: Werttreiber-Baumdiagramm austrodekor

Beginnend bei den Mitarbeitern wird festgelegt, dass die Mitarbeiterzufriedenheit einen wesentlichen Teil darstellt um die Vision des Unternehmens austrodekor zu verfolgen. Die Mitarbeiterzufriedenheit wirkt sich positiv auf viele Prozesse aus. Zum einen können

Die Datenschutz-Grundverordnung mit der Digitalisierung und mit Prozessänderungen

die Mitarbeiter/Innen dadurch motivierter arbeiten und zum anderen kann dadurch auch die Servicequalität angehoben werden. Durch zufriedene Mitarbeiter/Innen können auch die Vertriebskosten gesenkt und Innovationen vorangetrieben werden.

Wenn die Arbeitsaufträge deutlich kommuniziert werden, wissen die Mitarbeiter/Innen auch für welche Tätigkeiten sie verantwortlich sind und können diese auch gewissenhafter umsetzen. Das kann sich wiederum positiv auf viele Bereiche auswirken, wie in der oberen Abbildung zu sehen ist.

Erforderlich sind auch Großmarktkompetenzen bei jedem/r Mitarbeiter/In, den diese Branche unterscheidet sich vom normalen stationären Einzelhandel und auch die Kundschaft hat höhere Ansprüche. Diese Kundschaft besteht zum überwiegenden Teil selbst aus Unternehmern, die für gewöhnlich immer wieder kommen, weshalb eine gewisse Professionalität von allen Beteiligten vorausgesetzt wird. Verliert man einen Großkunden dann kann es zu hohen Umsatzeinbußen führen, da diese Kunden nicht wie im Einzelhandel Kleinkäufer sind sondern eben Großeinkäufer. Somit hat die Großmarktkompetenz bei den eigenen Mitarbeitern einen hohen Stellenwert und wirkt sich auch unmittelbar auf den Unternehmenserfolg aus.

Die Innovation kann auch nur stattfinden, wenn man die Rahmenbedingungen am Großmarkt kennt. Rechtliche Umsetzungen finden oft branchenübergreifend statt, wie zum Beispiel die Registrierkassenpflicht. Im Großhandel gibt es einige rechtlichen Unterschiede die öfters Anwendung finden, die die Mitarbeiter/Innen kennen sollten. Ein Beispiel ist der EU Verkauf mit Null prozentiger Fakturierung. Werden die Prozesse dahingehend geändert, dass die Vertriebskosten gesenkt werden, resultiert in höherem Kapitalfluss (Cashflow), können die Geldmittel somit in die Investition und folglich in die Onlinepräsenz (digitale Vertriebskanäle) mit einfließen oder in die Senkung der Bearbeitungszeit. Eine Verbesserung der Servicequalität hat positive Auswirkungen auf die Bearbeitungszeit, denn die Kunden erwarten bei gleichbleibenden Service und guter Qualität eine schnelle Abwicklung. Diese hat sich seit der Registrierkassenpflicht negativ auf viele Anbieter am Großmarkt ausgewirkt, da eine Bezahlung bei der Kassa mitunter länger dauert als die direkte Fakturierung beim Kunden. Manche Konkurrenten am Großmarkt haben nur eine Kassa zur Verfügung, was bedeutet, dass der Abrechnungsprozess der gekauften Waren länger dauert. Wenn für den Kunden die Wartezeit zu lange ist dann entscheidet sich der Kunde zügig für den nächsten Anbieter. Die Großmarktkunden sind fast ausschließlich unter hohem Zeitdruck am Großmarkt, das so viel heißt

wie schnell die Ware die sie benötigen einkaufen und in den eigenen Markt transportieren. Die eingekaufte Ware muss schließlich noch aufbereiten werden bis der eigene reguläre Verkaufsbetrieb bei den Blumenmärkten startet. Somit spielt die Bearbeitungszeit eine wesentliche Rolle am Großmarkt und kann durch eine Reduktion dieser zu mehr Wachstum führen. Bei längeren Bearbeitungszeiten passiert es deshalb häufig das sich Kunden für den Konkurrenten am Großmarkt entscheiden. Durch ein ähnliches Angebotssortiment ist das am Großmarkt deshalb einfach zu bewerkstelligen. Durch neue digitale Vertriebswege können Kostenvorteile erreicht werden, die durch eine hohe manuelle Durchführung am Großmarkt nicht mehr wirtschaftlich sind. Die Kundschaft wird am Großmarkt nicht mehr stark wachsen, sogar eher fallend sein, weil die jüngeren Unternehmer/Innen von Blumenmärkten die digitalen Vertriebswege immer öfters nutzen. Die Verkaufsleitung bekommt diese neuen Anforderungen der Kundschaft selbst täglich mit, da er im ständigen Kontakt mit den Kunden ist. Durch verbesserte und auch neue Services am Markt kann die Profitabilität gesteigert werden, indem man neue Vertriebswege nutzt, die für das Unternehmen profitabler sind, wie die direkte Auslieferung der Waren zum Kunden nach einer Bestellung. Diese Art der Bestellung von Kunden hat auf beiden Seiten Kostenvorteile, da die Zeit von dem Punkt, wo die Ware angeliefert und zu dem Punkt wo die Ware beim Kunden ankommt wesentlich weniger Vorbereitung benötigt. Am Großmarkt muss die Ware entsprechend präsentiert werden und der Kunde muss sich die Zeit nehmen auf den Großmarkt zu fahren, was Ressourcen kostet. Durch die neuen Produkte die eingeführt werden, soll die Profitabilität gesteigert werden, da man bei neuen Produkten verstärkt auf die Marge schaut. Zurzeit gibt es Produkte am Großmarkt, die eine sehr schmale Marge haben. Diese werden aber nicht aus dem Sortiment genommen, weil die Kunden diese beiläufig zu Ihren Einkäufen mitnehmen. Das häufigste Produkt hierbei ist die Blumenerde. Um zu vermeiden das der Kunde deswegen zur Konkurrenz geht müssen solche Produkte mit geringen Margen im Sortiment bleiben. Denn immer wenn der Kunde zur Konkurrenz geht besteht die Gefahr das der Kunde auch dort seinen Einkauf vollständig tätigt. Viele dieser erwähnten Punkte können im Unternehmen zu mehr Wachstum führen. Das wiederum führt dazu das die Vision des Unternehmens stärker als der Branchendurchschnitt zu wachsen erfolgreich verfolgt werden kann.

4.4 Balanced Scorecard

Mit dem Werttreiber-Baumdiagramm kann jetzt eine Balanced Scorecard erstellt werden. Die Vision des Unternehmens austrodekor wurde von der Geschäftsführung festgelegt und verfolgt. Die Idee dieses zukunftsorientierten Gedankens ist es mit qualitativen und hochwertigen Produkten zu wachsen und die Digitalisierung zu nutzen um in der Branche herauszustechen. Die Strategie des Unternehmens austrodekor besteht aus drei Grundpfeilern, die wie folgt lauten: Digitalisierung, Stärkung der Finanzkraft und Qualitätssteigerung. Um die Strategie umzusetzen, gibt es fünf Perspektiven mit jeweils dazugehörigen strategischen Ziele, die eng mit der Geschäftsführung abgestimmt wurden.

Um aus den Perspektiven die abgeleiteten strategischen Ziele zu messen, sind dafür geeignete Kennzahlen notwendig. Die Kennzahlen werden im Anhang von der vorhandenen Datenqualität im Unternehmen festgelegt. Die Datenqualität soll zeigen, welche Daten vom Unternehmen austrodekor ausgewertet und aufbereitet werden und dabei DSGVO konform sind.

Viele Kennzahlen basieren auf Daten die dem Unternehmen ohnehin zu Verfügung stehen, wie die eigenen Unternehmensdaten. Weitere Daten, wie Kundenfeedback oder das Wettbewerbersortiment, werden von der Verkaufsleitung am Großgrünmarkt anonymisiert und eigenständig erhoben. Für das jeweilige Aktionsprogramm sollen die Aufgaben definiert werden, die essentiell sind, um die Strategischen Ziele zu erreichen.

Nach der fertigen Analyse und der erstellten Balanced Scorecard wird diese noch einmal mit der Geschäftsführung abgestimmt und abschließend wird die Balanced Scorecard dem Unternehmen als Graphische Übersicht, zu sehen in der **Abb. 4**, und als Excel Vorlage mit den dazugehörigen Kennzahlen (S.85) übergeben.

Mit der Balanced Scorecard hat die Geschäftsführung von austrodekor jetzt die Möglichkeit die Maßnahmen anhand der Kennzahlen zu messen und die Strategie und Vision die definiert wurden quartalsweise zu kontrollieren und eventuell Anpassungen vorzunehmen.

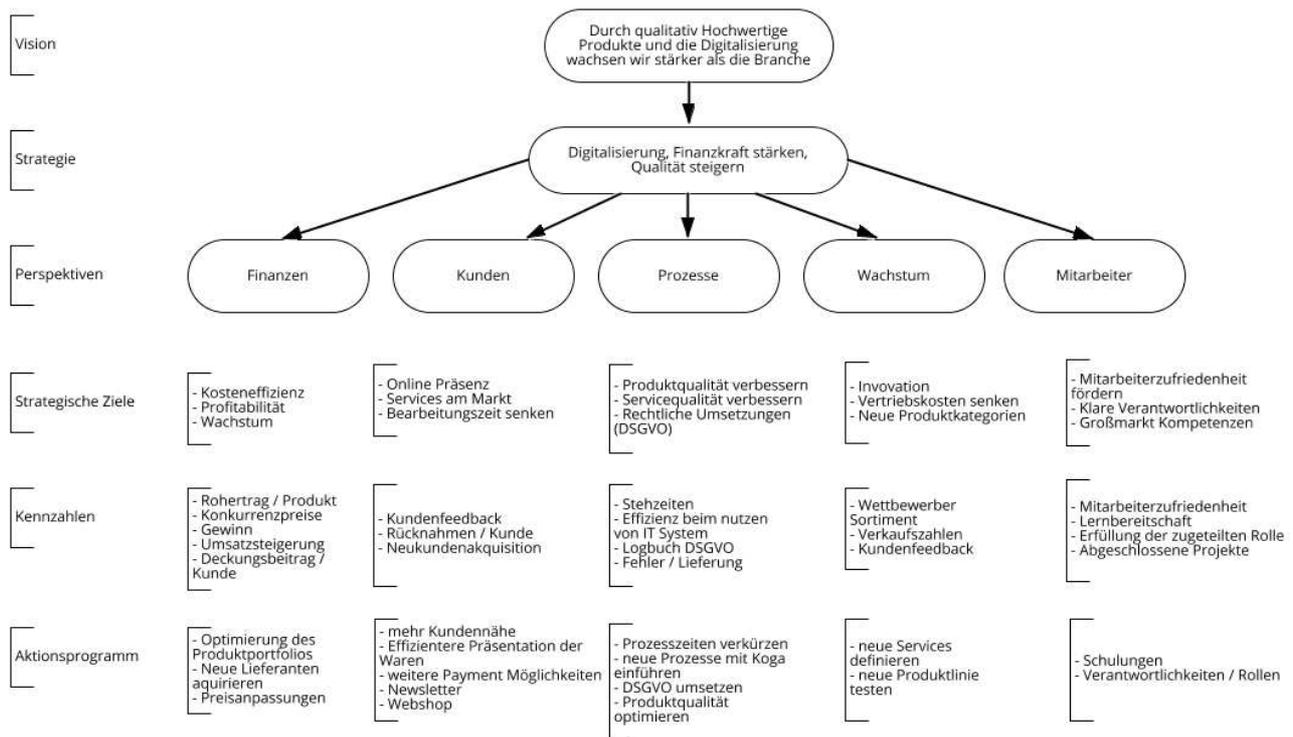


Abb. 4: Balanced Scorecard austrodekor

4.5 EFQM-Modell

Nach der erstellten Balanced Scorecard soll ein EFQM-Modell (European Foundation for Quality Management) für austrodekor erstellt werden.

Ein EFQM-Modell soll durch die frühe Einbeziehung der Mitarbeiter/Innen die umfassende Sicht auf das Unternehmen ermöglichen und dabei die Schwächen und Stärken aufzeigen. Mit einem EFQM-Modell soll eine kontinuierliche Verbesserung mit der Ausrichtung auf die Strategie des Unternehmens erleichtert werden.

Der Aufbau des EFQM-Modells erfolgt anhand von neun Kriterien. Darunter unterteilt sind 5 Befähigerkriterien (Führung, Strategie, Mitarbeiter/Innen, Partnerschaft und Ressourcen, Prozesse) und 4 Ergebniskriterien (Kundenbezogene Ergebnisse, Mitarbeiterbezogene Ergebnisse, Gesellschaftsbezogene Ergebnisse, Schlüsselergebnisse), die wie folgt in **Abb.5** zu sehen sind.

Für das EFQM-Modell müssen Fragen für die neun Kriterien in einem passenden Fragebogen vorbereitet werden. Der Fragebogen soll dazu dienen den jetzigen Stand den die Mitarbeiter/Innen vom Unternehmen haben zu erfassen und diese in die Bewertung aufzunehmen.

Die Datenschutz-Grundverordnung mit der Digitalisierung und mit Prozessänderungen

Aus dieser Bewertung sollen dem Unternehmen Verbesserungspotenziale aufgezeigt werden.

Zu beachten ist hierbei, dass die Fragen aus dem Fragebogen von den Mitarbeitern anonymisiert erhoben wurden, damit später keine Rückschlüsse auf einzelne Mitarbeiter/Innen von der Geschäftsführung möglich sind. Durch eine anonymisierte Erhebung sind auch keine Datenschutz relevanten Maßnahmen erforderlich.

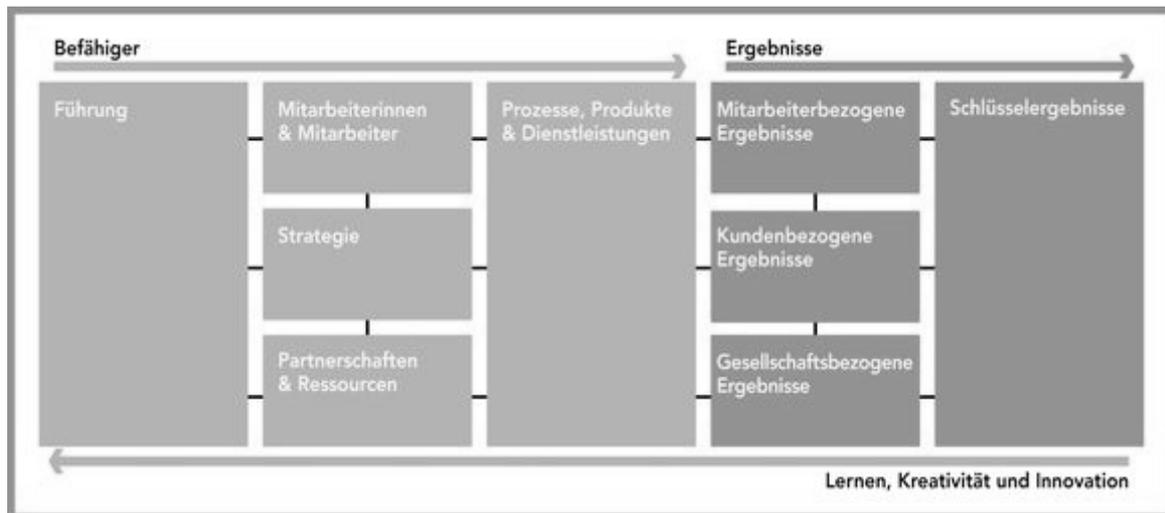


Abb. 5: EFQM-Modell, Quelle: <https://www.qualityaustria.com/index.php?id=2741>

In den folgenden Tabellen, Tab. 1 bis Tab. 9, ist die Zusammenfassung der einzelnen Fragebögen die von sechs Mitarbeitern erhoben wurden, zu sehen.

Die Fragen sind in den Tabellen nummeriert und können direkt im angehängten Fragebogen auf S. 88 eingesehen werden. Jede Frage konnte mit einem Punkt bis sechs Punkten bewertet werden. Hinter der Punktebewertung stand eine passende Aussage die den Mitarbeitern die Wahl erleichtern sollte und ist ebenfalls als EFQM-Bewertungskriterium angehängt auf S. 87. Ein Punkt bedeutet das noch keine Erhebung bzw. Thematisierung der Aufgabe stattgefunden hat. Maximal können sechs Punkte für jeweils eine Frage vergeben werden. Sechs Punkte bedeuten das die Aufgabe entwickelt, umgesetzt, bewertet und angepasst wird. Bei sechs Punkten zeigen die Ergebnisse auch schon Wirkung die von den Mitarbeitern und der Geschäftsführung wahrgenommen werden.

Jeder Punkt ist gleichgewichtig und ergibt 16.67%. Somit ergibt sich für zwei Punkte ein kumulierter Wert von 33.33% bis hin zur letzten Bewertung mit sechs Punkten mit einem Wert von 100%. In der „Spalte Gesamt in %“ ist das arithmetische Mittel der jewei-

ligen Zeile mit der n-ten Frage hinterlegt, was später für die gesamte Bewertung des Kriteriums herangezogen wird.

Die Antworten der Mitarbeiter/Innen sind in den jeweiligen Punkten eins bis sechs kumuliert abgebildet.

Tab. 1: EFQM Fragebogen - Führung

1. Kriterium: Führung	1 Pkt.	2 Pkt.	3 Pkt.	4 Pkt.	5 Pkt.	6 Pkt.	Gesamt in %
Frage 1			3	2		1	47.22%
Frage 2			1	4	1		50.00%
Frage 3			1	3	1	1	55.56%
Frage 4			1	3	1	1	58.33%
Frage 5	1		3			2	47.22%
Frage 6			3	2		1	50.00%
Frage 7			2	2	2		50.00%
Frage 8			2	2		2	55.56%
Frage 9			1	3	2		52.78%
Frage 10				4		2	61.11%
Gesamt							52.78%

Das Gesamtergebnis zum Kriterium Führung das in der Tab. 1 abgebildet ist wurde mit 52.78% bzw. mit 53 Punkten bewertet. Ausreißer sind bei Frage 4, Frage 5 und bei der Frage 6 zu sehen. Die niedrigste Bewertung findet sich bei der Frage 1 und die höchste Bewertung bei der Frage 10.

Tab. 2: EFQM Fragebogen - Mitarbeiterinnen & Mitarbeiter

2. Kriterium: Mitarbeiterinnen & Mitarbeiter	1 Pkt.	2 Pkt.	3 Pkt.	4 Pkt.	5 Pkt.	6 Pkt.	Gesamt in %
Frage 1			3		1	1	58.33%
Frage 2				2	2	2	72.22%
Frage 3				4		2	61.11%
Frage 4	1		1	2	2		47.22%
Frage 5			3	1		2	52.78%
Frage 6			4	1	1		41.67%
Frage 7			2	1	1	2	58.33%
Frage 8			2	2	2		50.00%
Frage 9			1	4		1	52.78%
Gesamt							54.94%

Die Datenschutz-Grundverordnung mit der Digitalisierung und mit Prozessänderungen

Das Gesamtergebnis zum Kriterium Mitarbeiterinnen & Mitarbeiter, das in der Tab. 2 abgebildet ist, wurde mit 54.94% bzw. mit 55 Punkten bewertet. Ein Ausreißer ist bei der Frage 4 zu sehen. Interessant erscheint die Frage 1, die sich in zwei Gruppen einteilen lässt mit 2 Punkten und die mit größer vier Punkten. Drei Personen scheinen hier eine kritischere Meinung bezüglich der Qualifikation der Mitarbeiter/Innen einzunehmen, wohingegen die restlichen drei Personen die Anforderungen als ausreichend ansehen. Die niedrigste Bewertung findet sich bei der Frage 6 mit 41.67% und die höchste Bewertung bei der Frage 2 mit 72.22%.

Tab. 3: EFQM Fragebogen - Strategie

3. Kriterium: Strategie	1 Pkt.	2 Pkt.	3 Pkt.	4 Pkt.	5 Pkt.	6 Pkt.	Gesamt in %
Frage 1			3	2	1		61.11%
Frage 2		2	2	1		1	55.56%
Frage 3	1	3		1	1		44.44%
Frage 4			2	3	1		63.89%
Frage 5		1	3	1	1		55.56%
Frage 6	1		2	2	1		55.56%
Frage 7	1	2	2	1			41.67%
Frage 8			3	2	1		61.11%
Frage 9			3	2	1		61.11%
Frage 10			3	1	2		63.89%
Gesamt							56.39%

Das Gesamtergebnis zum Kriterium Strategie, welches in der Tab. 3 abgebildet ist, wurde mit 56.39% bzw. mit 56 Punkten bewertet. Bei Frage 2 scheint es eine Person zu geben, die sich von den restlichen Personen absetzt, was das Wissen um die Strategie angeht.

Ansonsten lässt sich erkennen, dass die Antworten nahe beieinander liegen. Die niedrigste Bewertung findet sich bei der Frage 7 mit 41.67% und die höchste Bewertung bei der Frage 4 und der Frage 10 mit 63.89%.

Tab. 4: EFQM Fragebogen - Partnerschaften & Ressourcen

4. Kriterium: Partnerschaften & Ressourcen	1 Pkt.	2 Pkt.	3 Pkt.	4 Pkt.	5 Pkt.	6 Pkt.	Gesamt in %
Frage 1	1		1	4			55.56%
Frage 2	1		1		4		66.67%
Frage 3			1	3		2	75.00%

Digitalisierung und die Datenschutz-Grundverordnung

Frage 4	1	2		2		1	52.78%
Frage 5			1	3	2		69.44%
Frage 6		1	3	1	1		55.56%
Frage 7		1		4	1		63.89%
Frage 8		1	1	3	1		61.11%
Frage 9		1	2		3		63.89%
Gesamt							62.65%

Das Gesamtergebnis zum Kriterium „Partnerschaften & Ressourcen“, welches in der Tab. 4 abgebildet ist, wurde mit 62.65% bewertet, was 63 Punkten entspricht.

Es scheint einen Ausreißer zu geben, der bei Frage 1, 2 und 4 festzustellen ist. Erkennbar ist das bei der Frage 4, da die Meinung stark auseinander gehen. Hier ist zu sehen, dass eine Person die unternehmerischen Partnerschaften und Ressourcen nicht kennt oder nicht daran wesentlich beteiligt wird. Die aussagekräftigste Bewertung kann bei der Frage 3 festgestellt werden, die bei 75% liegt, gefolgt von der niedrigsten Bewertung bei der Frage 4 mit 52.78%.

Tab. 5: EFQM Fragebogen - Prozesse, Produkte & Dienstleistungen

5. Kriterium:							
Prozesse, Produkte & Dienstleistungen	1 Pkt.	2 Pkt.	3 Pkt.	4 Pkt.	5 Pkt.	6 Pkt.	Gesamt in %
Frage 1		3	1	1	1		50.00%
Frage 2			1	4	1		66.67%
Frage 3		1	2	2		1	61.11%
Frage 4			3	2	1		61.11%
Frage 5			3		3		66.67%
Frage 6		3	1		1	1	55.56%
Frage 7		3	1		2		52.78%
Gesamt							59.13%

Das Gesamtergebnis zum Kriterium „Prozesse, Produkte & Dienstleistungen“, welches in der Tab.5 abgebildet ist, wurde mit 59.13% bewertet, was 59 Punkten entspricht.

Es gibt zwei Ausreißer bei der Frage 3 und Frage 6, die darauf schließen, dass eine Person unter der Annahme, dass es dieselbe Person ist, die Prozesse, Produkte & Dienstleistungen besser kennt, als die restliche Belegschaft. Die niedrigste Bewertung wird bei der ersten Frage mit 50% erreicht.

Tab. 6: EFQM Fragebogen - Mitarbeiterbezogene Ergebnisse

6. Kriterium:							
Mitarbeiterbezogene							
Ergebnisse	1	2	3	4	5	6 Pkt.	Gesamt in %
	Pkt.	Pkt.	Pkt.	Pkt.	Pkt.		
Frage 1				4	1	1	58.33%
Frage 2		1		2	3		55.56%
Frage 3			3		3		58.33%
Gesamt							57.41%

Das Gesamtergebnis zum Kriterium „Mitarbeiterbezogene Ergebnisse“, das in der Tab. 6 abgebildet ist, wurde mit 57.41% bewertet, was 57 Punkten entspricht.

Hier kann man erkennen, dass fast die gesamte Belegschaft vom Unternehmen austrodekor, dieselbe Ansicht vertritt, was in den nahe liegenden Bewertungen zu sehen ist.

Tab. 7: EFQM Fragebogen - Kundenbezogene Ergebnisse

7. Kriterium:							
Kundenbezogene							
Ergebnisse	1	2	3	4	5	6 Pkt.	Gesamt in %
	Pkt.	Pkt.	Pkt.	Pkt.	Pkt.		
Frage 1		1	3			2	58.33%
Frage 2	3			2	1		44.44%
Frage 3	1		1	2	2		61.11%
Frage 4	1			3	1	1	66.67%
Frage 5		1	2	1	2		61.11%
Gesamt							58.33%

Das Gesamtergebnis zum Kriterium „Kundenbezogene Ergebnisse“ welches in der Tab. 7 abgebildet ist, wurde mit 58.33% bewertet, was 58 Punkten entspricht. Wie auch beim Vorgänger kann man hier eine enge Balance sehen, jedoch mit dem Unterschied, dass die Ansichten der jeweiligen Personen stark auseinander gehen. Gut erkennbar ist, dass bei der Frage 4, wo anscheinend ein/e Mitarbeiter/Innen wenig über die Kundenwünsche weiß oder wenig Kundenkontakt besitzt. Wohingegen ein/e Mitarbeiter/In deutlich mit sechs Punkten bereits die Ergebnisauswirkungen von Kundenwünschen deutlich sieht.

Tab. 8: EFQM Fragebogen - Gesellschaftsbezogene Ergebnisse

8. Kriterium: Gesellschaftsbezogene Ergebnisse	1 Pkt.	2 Pkt.	3 Pkt.	4 Pkt.	5 Pkt.	6 Pkt.	Gesamt in %
Frage 1	1	3		2			41.67%
Frage 2	1		1		1	3	75.00%
Frage 3	3		1		2		44.44%
Gesamt							53.70%

Das Gesamtergebnis zum Kriterium „Gesellschaftsbezogene Ergebnisse“, welches in der Tab. 8 illustriert wird, hat einen Wert von 53.77%, was 54 Punkten entspricht.

Die Verteilung ist wiederum sehr Interessant, weil es unterschiedliche Meinungen gibt, die hier zu sehen sind. Einige Mitarbeiter/Innen sehen die Messung des Unternehmens als nicht gegeben und verbesserungswürdig an. Eine größere Mehrheit gibt es bei der Einhaltung von Auflagen und Standards. Beim Ausreißer mit einem Punkt bei Frage 2 könnte es sich um eine neue Person handeln, die erst kürzlich eingestellt wurde. Diese Frage 2 erreicht ein sehr gutes Ergebnis von 75%.

Tab. 9: EFQM Fragebogen – Schlüsselergebnisse

9. Kriterium: Schlüsselergebnisse	1 Pkt.	2 Pkt.	3 Pkt.	4 Pkt.	5 Pkt.	6 Pkt.	Gesamt in %
Frage 1	2	2	1	1			36.11%
Frage 2	1	2		2	1		50.00%
Frage 3	2	1	1	2			41.67%
Frage 4	2	1	2	1			38.89%
Gesamt							41.67%

Das Gesamtergebnis zum Kriterium „Schlüsselergebnisse“, welches in der Tab. 9 abgebildet ist mit 41.67% bewertet, was 42 Punkten entspricht.

Die Ergebnisse fallen hier eher schlechter aus als in den anderen Kriterien, welches sich auch in der schlechtesten Gesamtbewertung widerspiegelt. Fast die Hälfte der Mitarbeiter/Innen sieht das nicht alle Ergebnisse im ausreichenden Maßstab gemessen werden. Ein fast genauso großer Teil sieht, dass die Ergebnisse gemessen und die Ziele gesetzt werden. Eine bessere Aufklärung unter allen Mitarbeitern dürfte hier ein besseres Ergebnis erwarten.

Die Datenschutz-Grundverordnung mit der Digitalisierung und mit Prozessänderungen

Es lässt sich feststellen, dass für alle Kriterien die Antworten verteilt sind, woraus der Schluss gezogen werden kann, dass die Mitarbeiter/Innen sich eigene Gedanken gemacht haben und eine individuelle Auffassung der jeweiligen gestellten Fragen besitzen. Die Befürchtung meinerseits, dass sich die Mitarbeiter/Innen absprechen und womöglich dieselben Antworten festlegen, hat sich erfreulicherweise nicht bestätigt. Aus der Bewertung kann man auch erkennen, dass bei dem Kriterium „Strategie“ und bei dem Kriterium „Partnerschaften & Ressourcen“ eine Person entweder unzureichend informiert ist oder diese für die bestimmten Informationen ausgenommen wurde. Diese Ausreißer lassen sich in der Bewertung mit einem Punkt wiederfinden. In der folgenden Tab.10 ist die gesamte Auswertung der Befähigerkriterien und der Ergebniskriterien des EFQM- Modells, die anhand der Fragebögen von den Mitarbeitern ermittelt wurden, aufgelistet.

Tab. 10: EFQM Auswertung

Bewer- tung	EFQM-Modell	Punk- te	Pro- zent	Gewich- tung
<i>Befähiger</i>	1 Führung	53	52.78%	10%
	2 Mitarbeiterinnen & Mitarbeiter	55	54.94%	10%
	3 Strategie	56	56.39%	10%
	4 Partnerschaften & Ressourcen	63	62.65%	10%
	5 Prozesse, Produkte & Dienstleistungen	59	59.13%	10%
<i>Ergebn- isse</i>	6 Mitarbeiterbezogene Ergebnisse	86	57.41%	15%
	7 Kundenbezogene Ergebnisse	58	58.33%	10%
	8 Gesellschaftsbezogene Ergebnisse	54	53.70%	10%
	9 Schlüsselergebnisse	63	41.67%	15%
Total		547	55.22%	100%

An der Auswertung haben alle vier Festangestellten, eine Saisonkraft und die Verkaufsführung teilgenommen.

Aus der Auswertung kann man entnehmen, dass alle Kriterien zwischen 41.67% und 62.65% liegen. Das arithmetische Mittel liegt hierbei bei 55,22% und kann positiv gewertet werden.

Für ein mittelfristiges Ziel, das in etwa auf 2-5 Jahre angelegt sein könnte, kann sich das Unternehmen vorstellen eine Bewertung in Richtung 60% oder ambitionierte 70% vorzunehmen. Höhere Bewertungen oder Werte in der Nähe von 100% erscheinen auch nicht als realistisch, da man bedenken sollte, dass es bei einer großen Anzahl von Mitar-

beitern sich auch die Wahrscheinlichkeit erhöht, dass ein Teil eine andere Meinung einnimmt und die Kriterien unterschiedlich bewertet werden.

Durch die Aufteilung der Bewertung in fünf Befähigerkriterien mit maximal 500 Punkten und vier Ergebniskriterien, die ebenfalls mit maximalen 500 Punkten angezeigt werden, sind aus der Gleichgewichtung die verbleibende 100 Punkte auf die Ergebniskriterien zu unterteilen.

Die Gewichtung ist somit für das Kriterium „Kundenbezogene Ergebnisse“ und das Kriterium „Schlüsselergebnisse“ mit 15% festgelegt.

Für diese beiden Kriterien mit einer Gewichtung von 15% lässt sich davon ausgehen, dass dies eine höhere Relevanz für das Unternehmen hat und deshalb eine höhere Gewichtung rechtfertigt. Eine deutliche Abweichung lässt sich in den Schlüsselergebnissen erkennen, die mit 41.67% den niedrigsten Wert einnehmen. Offensichtlich scheint den Mitarbeitern nicht bewusst zu sein, wie die Ergebnisse gemessen und ausgewertet werden. Dieses Ergebnis würde sich durch eine transparentere Kommunikation der Geschäftsführung möglicherweise verbessern lassen.

Das höchste Ergebnis wird in der Sparte „Partnerschaften & Ressourcen“ erreicht.

Daraus kann man schließen, dass die Mitarbeiter/Innen ihre Ressourcen und ihr Wissen schon jetzt gut und auch wirtschaftlich anwenden können. Insgesamt erreicht das Unternehmen eine Punkteanzahl von 547 Punkten von möglichen 1000 Punkten.

5 Modellierung der Prozesse

Aus der bereits selbst erworbenen Erfahrung im Unternehmen austrodekor und den bereits durchgeführten Mitarbeitergesprächen als auch mit der Geschäftsführung konnte eine Prozesslandkarte für das Unternehmen erstellt werden. Dabei konnten insgesamt sieben Kernprozesse, darunter vier Kundenbezogene Prozesse und drei Produktbezogene Prozesse, definiert werden.

Die sieben Kernprozesse stellen hierbei die Kerntätigkeit des Unternehmens austrodekor dar und zählen zu den täglichen Tätigkeiten der Mitarbeiter/Innen am Großmarkt.

Weiters konnten acht Unterstützungsprozesse ermittelt werden die einen wesentlichen Beitrag zu den Kerntätigkeiten beitragen. Für die Managementprozesse ließen sich fünf Tätigkeiten definieren. Die Prozesslandkarte stellt eine strukturierte Darstellung über die Prozesse im Unternehmen austrodekor dar und soll den Mitarbeitern und der Ge-

Die Datenschutz-Grundverordnung mit der Digitalisierung und mit Prozessänderungen schäftsführung einen Überblick über die ohnehin bekannten getätigten Aufgaben in einer übersichtlichen Darstellung bieten.

Durch eine gute Struktur der Prozesse und Übersichtlichkeit können die Prozesse besser gesteuert und verbessert werden. Auch die Wahrnehmung dieser Prozesse im Unternehmen kann durch eine strukturierte Übersicht verbessert oder unter anderem darauf aufmerksam gemacht werden, wenn neue Mitarbeiter/Innen in das Unternehmen eintreten. In der Folgenden **Abb.6** sieht man die Prozesslandkarte des Unternehmens austrodekor.

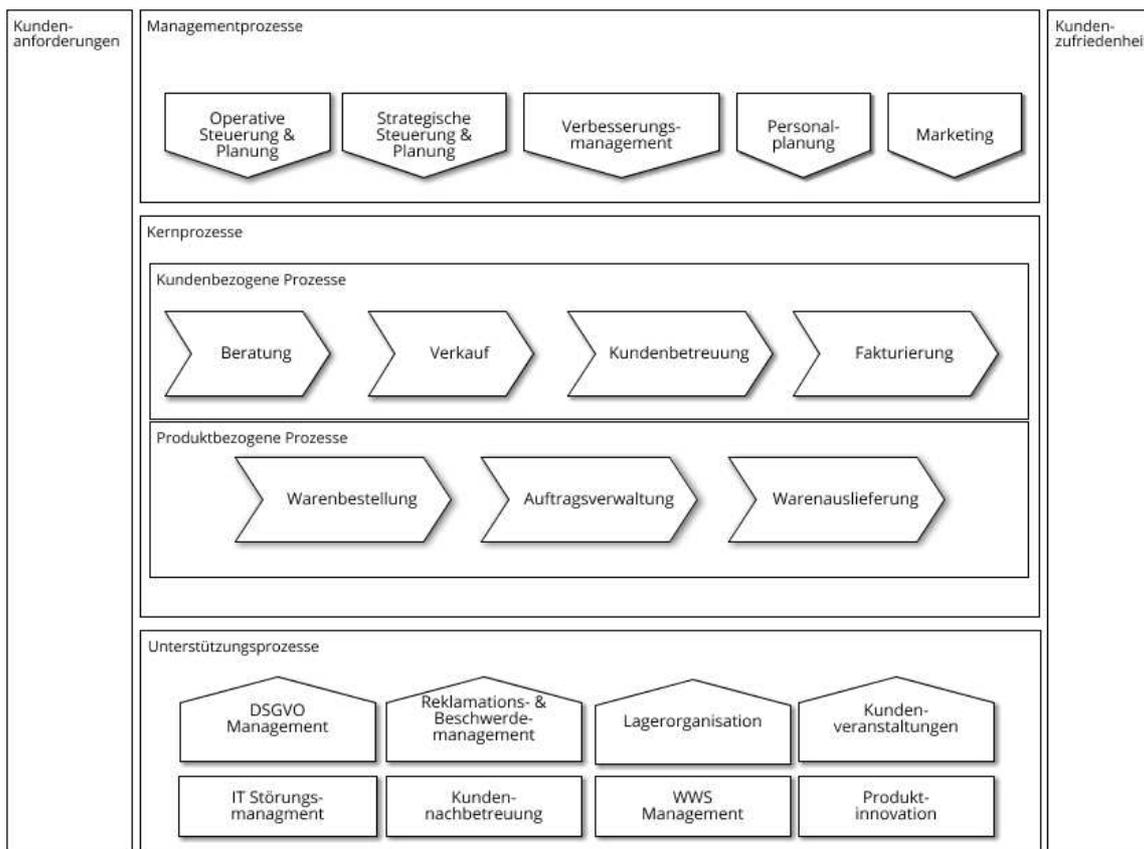


Abb. 6: Prozesslandkarte austrodekor

Für gewisse Prozesse wurde ein detaillierter Ablauf modelliert, um diesen für den bevorstehenden Workshop heranzuziehen. Dabei wurden nur Prozesse herangezogen, wo ausreichend Informationen gesammelt werden konnten und diese für die Mitarbeiter/Innen sehr wichtig sind. Dabei wurde schon im Vorfeld mit den Mitarbeitern die Präferenz der Prozesse eingeholt. Ziel dieses Workshop soll sein, dass die Prozesse aus einer

anderen Sicht zu betrachten, um eventuell Verbesserungen durchzuführen oder sogar Problemstellungen aufzuzeigen und diese dann zu diskutieren.

5.1 Kernprozess – Verkauf & Beratung

Austrodekor – Verkauf & Beratung

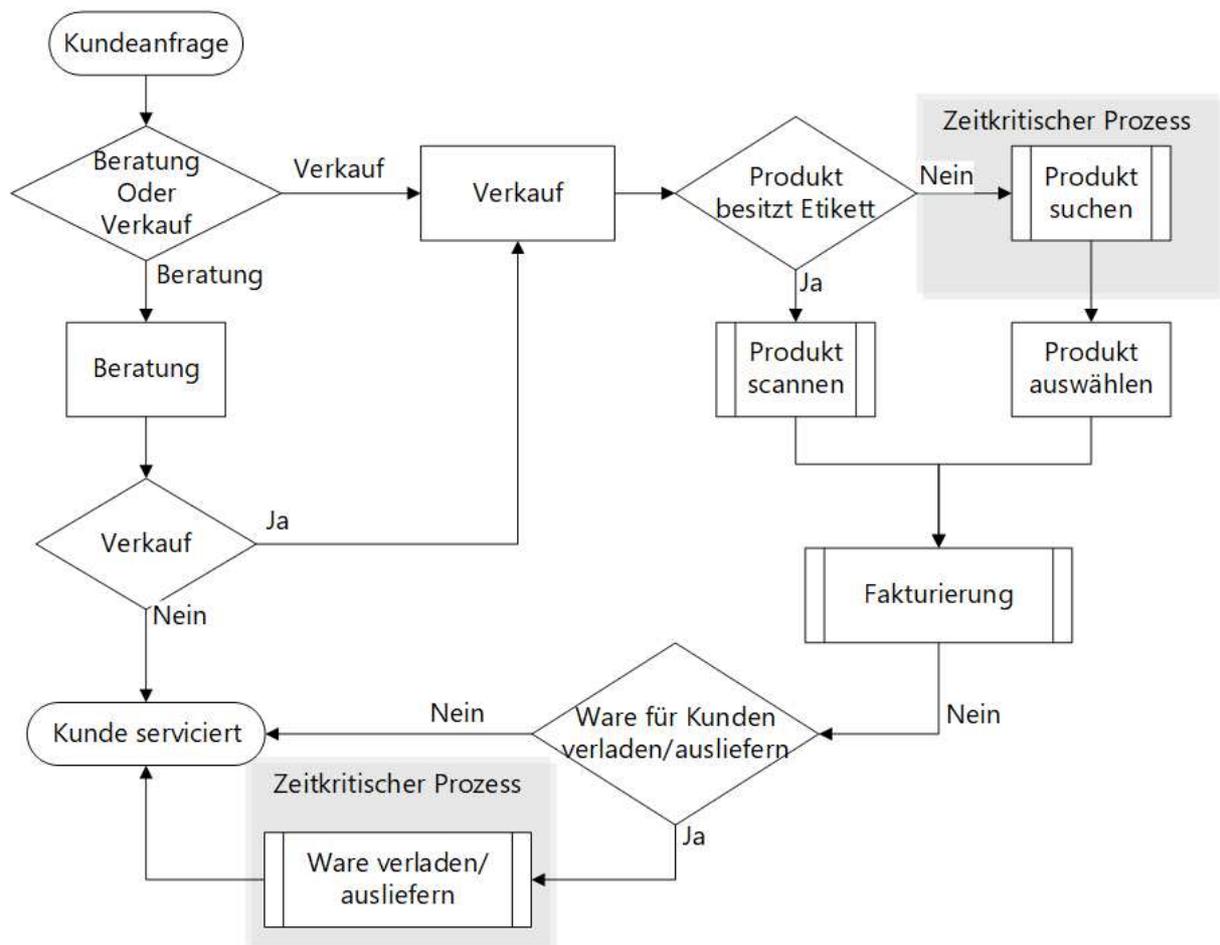


Abb. 7: Kernprozess - Verkauf & Beratung

In der **Abb. 7** Kernprozess – Verkauf & Beratung sollte man den Ablauf eines gewöhnlichen Verkaufs am Großmarkt nachvollziehen können.

In diesem Prozess fließt die Erfahrung der Verkaufsleitung mit ein, der nahezu täglich mit diesem Ablauf konfrontiert ist. Besonders kritisch äußerte sich die Verkaufsleitung über die fehlenden Etiketten an vielen Produkten von der eigenen Produktion in Polen des Unternehmens Koga.

Waren ohne Etikett, also ohne EAN Aufkleber, die dazu dienen die Ware schnell einzuscannen, müssen umständlich im WWS gesucht werden. Diese Art der Produktsuche ist sehr zeitintensiv was nicht nur den Mitarbeitern Geduld abverlangt, sondern auch bei

Die Datenschutz-Grundverordnung mit der Digitalisierung und mit Prozessänderungen

Kunden die Wartezeit verlängert, indem auf die auf die Fertigstellung des Verkaufs gewartet wird. Bei knapp fünftausend verschiedenen Waren kann man sich diese auch nicht praktikabel einprägen, besonders wenn viele Produkte ähnlich benannt sind.

Bei Fremdlieferanten wird heute schon darauf geachtet, dass die Waren alle mit EAN Aufklebern bestückt werden. Das wird vor einer Bestellung bei neuen Lieferanten auch klar kommuniziert. Aufgrund der Aussage von der Verkaufsleitung wurde im Prozess Verkauf & Beratung der Subprozess „Produkt suchen“ als Zeitkritischer Prozess hinterlegt. Diese Bezeichnung wurde auch dem Subprozess „Ware verladen/liefern“ beigelegt, da auch dieser Ablauf am Großmarkt sehr zeitintensiv ist. Der letzte erwähnte Subprozess „Kundenbetreuung“ ist auch ein Teil der Kernprozesse.

Dieser Bereich befasst sich mit der Verladung der Ware des Kunden und beinhaltet auch den Kernprozess „Warenlieferung“, die sich dann mit der Lieferprozess auseinandersetzt. Die Verladung der gekauften Waren für die Kunden ist deshalb ein Service der zur Kerntätigkeit von austrodekor zählt und der sich am Großmarkt mit diesem Service von der Konkurrenz abhebt. Dieser soll, auch wenn dieser zeitkritisch ist, weiter als Service angeboten werden. Die Lieferung der gekauften Waren findet erst am Nachmittag statt, wenn der Großmarkt bereits geschlossen hat. Somit ist die Lieferung der Waren zeitintensiv, wirkt sich aber nicht negativ auf den Verkaufsprozess nieder.

5.2 Kernprozess – Warenbestellung

Austrodekor – Warenbestellung

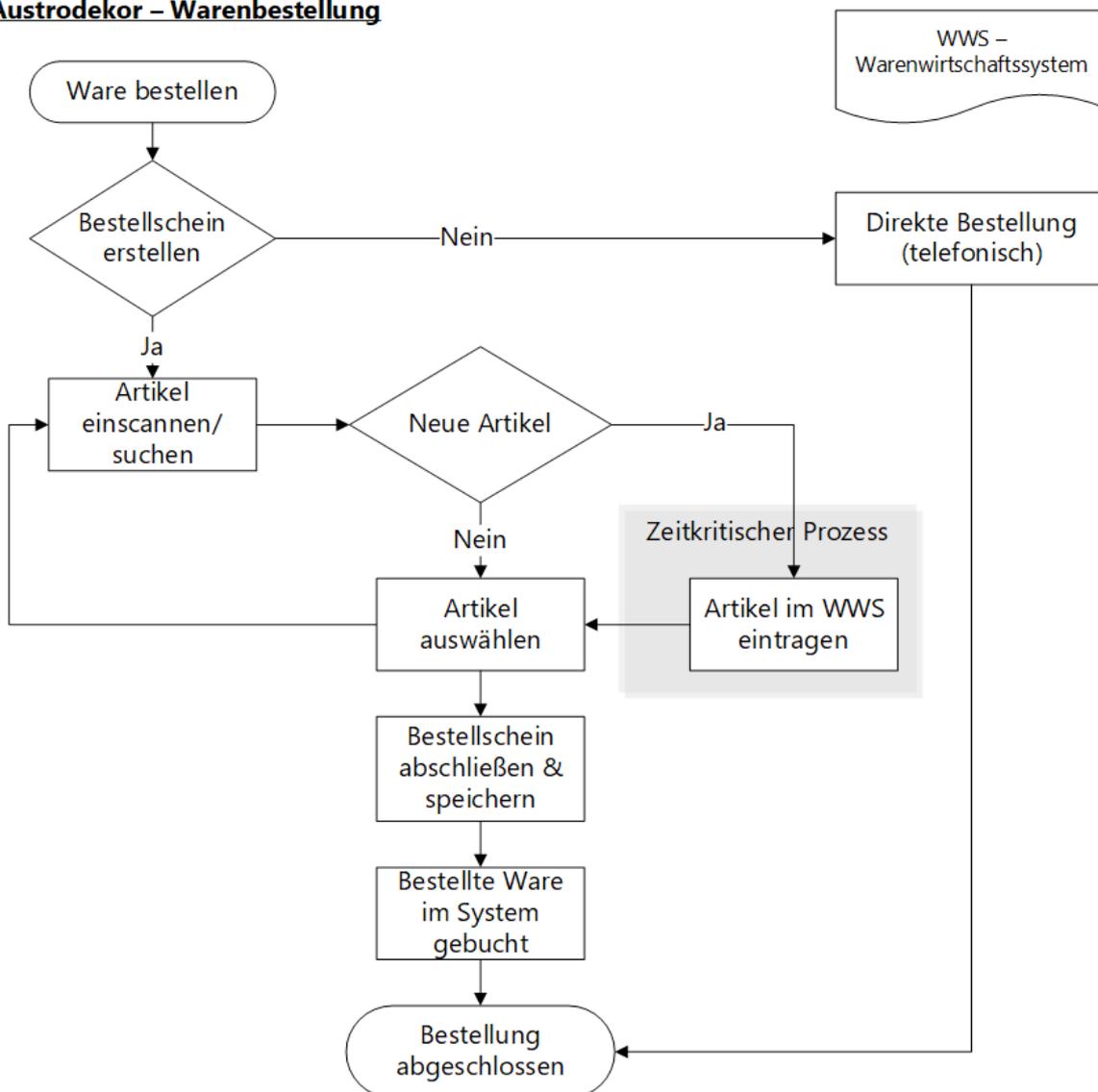


Abb. 8: Kernprozess - Warenbestellung

In der **Abb. 8** Kernprozess – Warenbestellung wird bei einer Warenbestellung entschieden, ob ein Bestellschein erstellt werden soll.

Wird kein Bestellschein erstellt, dann ist nur eine Bestellung beim Lieferanten über eine E-Mail oder telefonisch möglich. Bei austrodekor wird in diesem Fall ausschließlich telefonisch bestellt. Entscheidet man sich jedoch mit einem Bestellschein fortzufahren, werden in diesem Fall die Produkte die bestellt werden, eingescannt oder aus dem Warenbestand rausgesucht und im WWS in einer entsprechenden Bestellmaske in eine Bestellliste hinterlegt. Kommt es zu dem Fall das ein Produkt nicht im WWS vorhanden ist, weil es sich um einen neues Produkt handelt, wird dieses Produkt neu im WWS angelegt und dann zur Bestellliste hinzugefügt. Wurden alle gewünschten Produkte in die Bestellliste

Die Datenschutz-Grundverordnung mit der Digitalisierung und mit Prozessänderungen

hinzugefügt kann diese nun abgeschlossen werden. Diese Bestellsliste kann jetzt einfach bearbeitet werden und ist bei einer Lieferung der Ware über den Buchungsprozess im WWS für die gelieferte Ware sehr schnell durchführbar. Ohne Bestellschein muss die Ware dann bei der Lieferung in eine entsprechende Liste eingetragen werden. Der größte Zeitaufwand besteht darin neue Produkte im WWS anzulegen. Dieser Prozess lässt sich auch nicht vermeiden. Man kann aber durch einen Bestellschein die Aufgabe bereits im Vorhinein bearbeiten, damit es später bei der Lieferung zu einem reibungslosen und schnellen einpflegen der Ware ins WWS kommt.

5.3 Unterstützungsprozess – Kundenveranstaltungen

In der folgenden Abb. 9 ist der Vorgang bei Kundenveranstaltungen abgebildet. In diesem Prozess kann man erkennen das zurzeit es zwei verschiedene Kundenveranstaltungen bei austrodekor gibt. Entweder ist austrodekor auf Blumenmessen präsent und stellt sich und die Produkte vor. Im zweiten Fall werden direkt am Großmarkt kleinere Events veranstaltet wo ein kleiner Kundenstamm eingeladen wird und in kleinen Runden die Produkte vorgestellt werden. Die Kunden werden mit Verpflegung versorgt um die Attraktivität des Events zu steigern und zum anderen werden Rabatte auf neue Waren gewährt.

Austrodekor – Kundenveranstaltungen

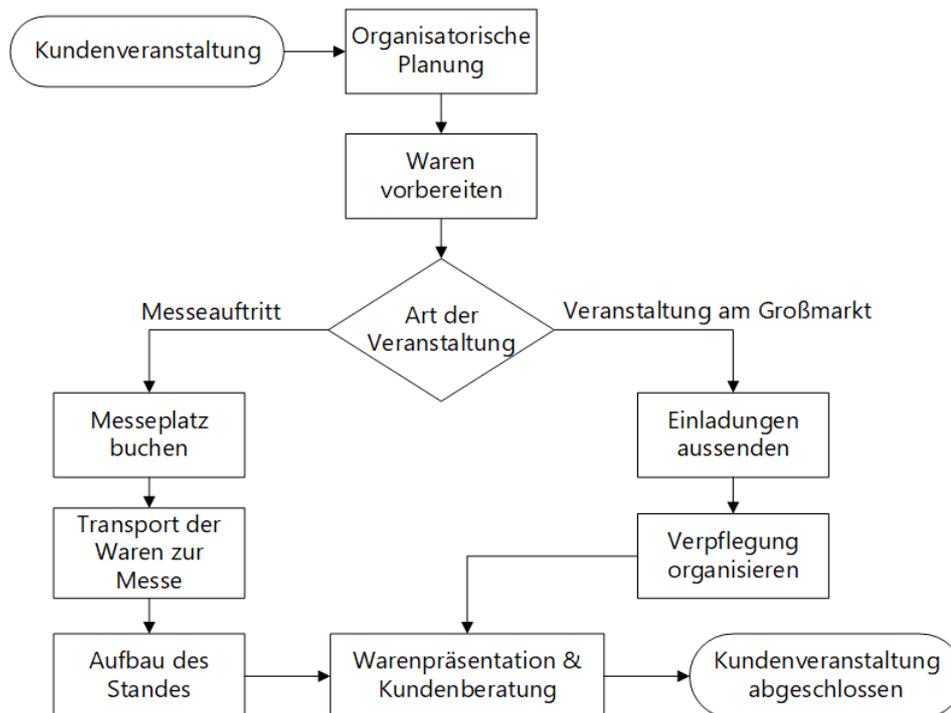
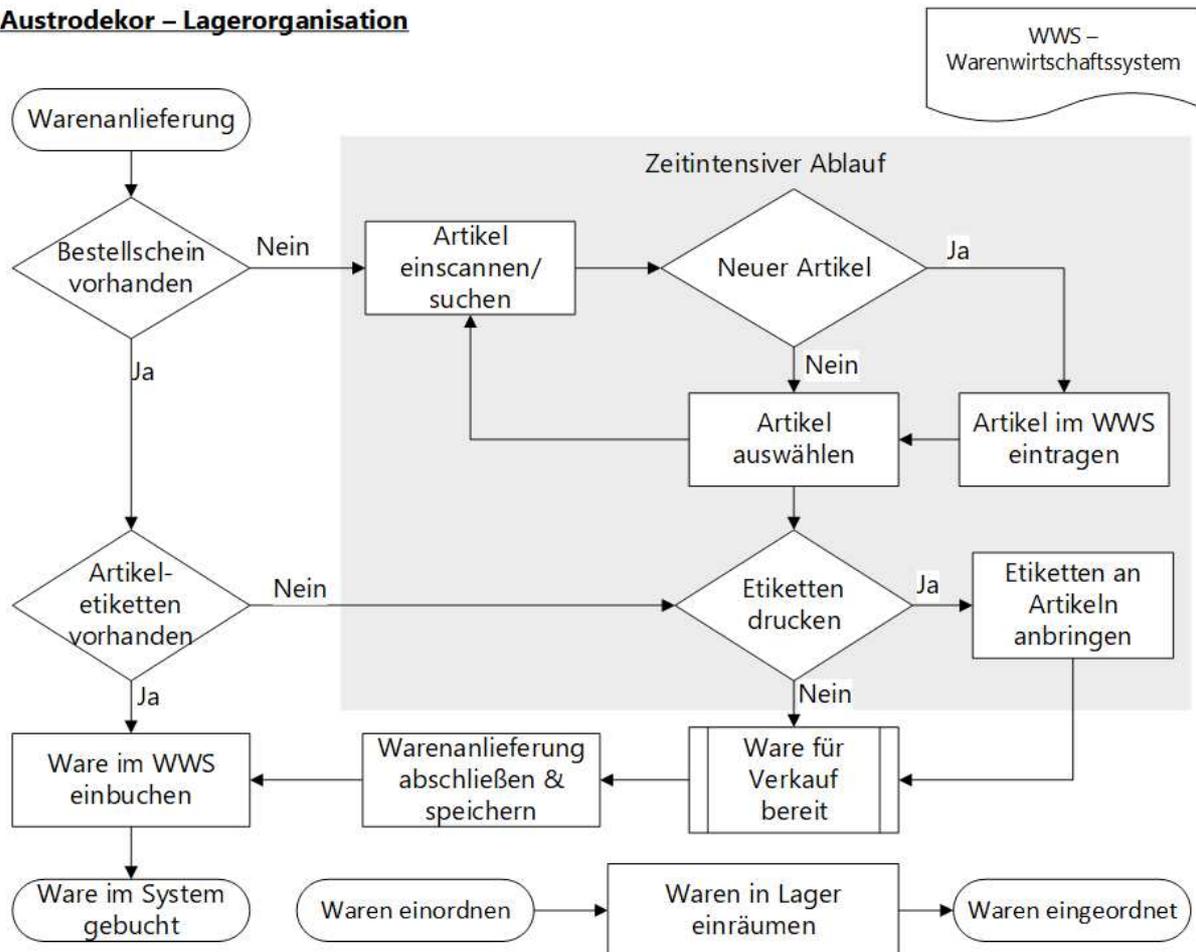


Abb. 9: Unterstützungsprozess - Kundenveranstaltungen

5.4 Unterstützungsprozess – Lagerorganisation

Austrodekor – Lagerorganisation**Abb. 10:** Unterstützungsprozess – Lagerorganisation

In der **Abb. 10** sieht man einen Teilprozess der Lagerorganisation. Hierbei handelt es sich um die Warenanlieferung und dessen Einlagerung in das Lager. Es wurde nur ein Teilprozess der Lagerorganisation dargestellt, weil viele weitere kleinere Tätigkeiten stattfinden die eine Darstellung zu lange erscheinen lassen würden. Es wurde in der **Abb. 10** nur der wichtigste und für die Mitarbeiter/Innen der wichtigste Ablauf modelliert. Auffallend ist in diesem Teilprozess, dass der zeitintensive Ablauf unter der Bedingung das kein Bestellschein erstellt wurde dann durchlaufen werden muss. Der zeitliche Aufwand ist dabei wesentlich größer, als wenn nur die jeweiligen Bestellscheine geöffnet und eingebucht werden. Der Zeitaufwand steigt für jedes neue Produkt das nicht im WWS hinterlegt ist rapide an. Ebenfalls gilt dies für jedes einzelne Produkt, ohne Etikett, weil hier für jedes einzelne Produkt ein Etikett gedruckt, aufgeklebt und in das WWS eingetragen werden muss.

5.5 Kernprozess - Auftragsverwaltung

Austrodekor – Auftragsverwaltung

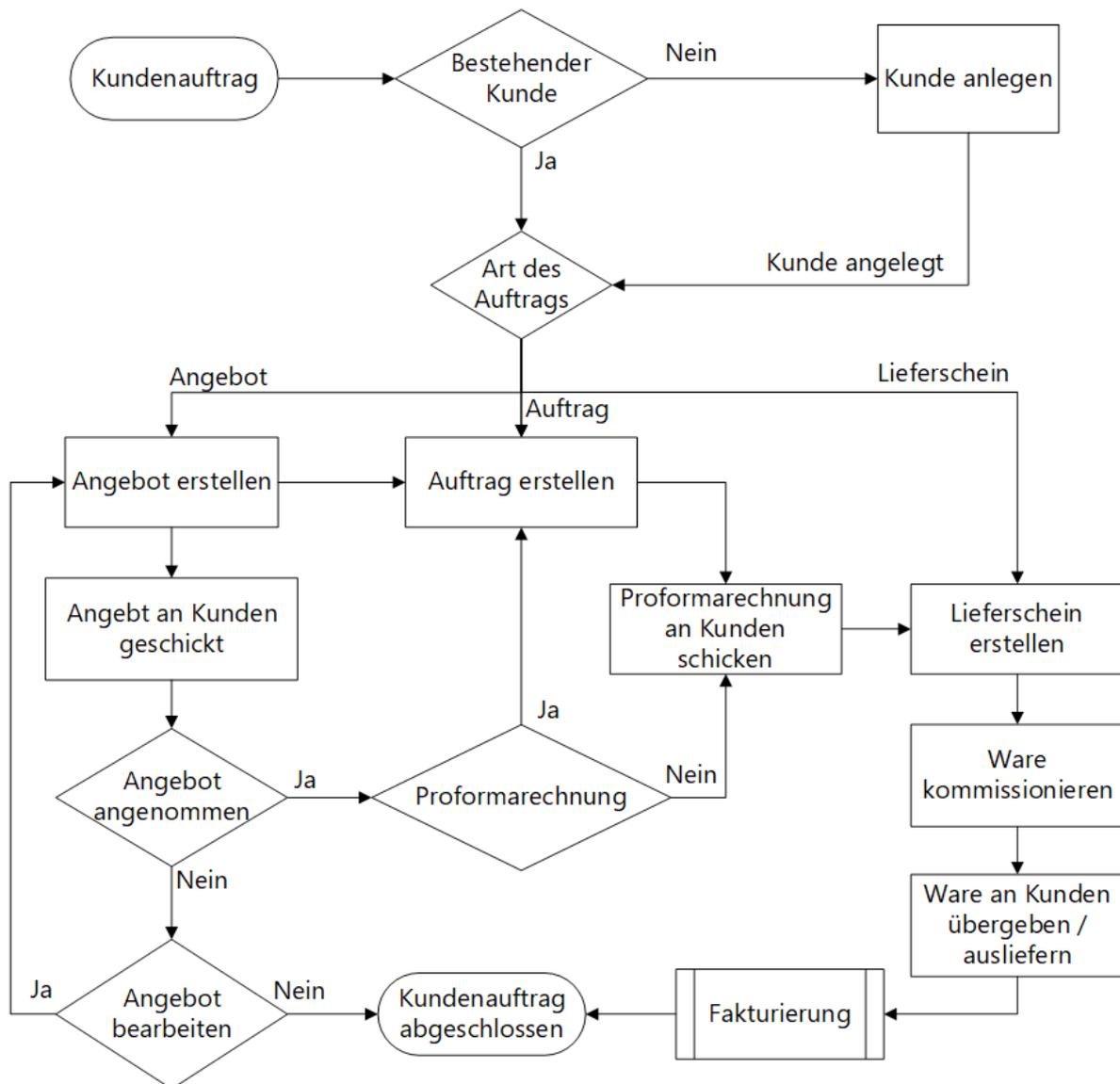


Abb. 11: Kernprozess – Auftragsverwaltung

In der **Abb. 11** ist die Auftragsverwaltung modelliert.

In der Auftragsverwaltung kann man erkennen, dass es drei Arten von Aufträgen gibt.

Das Angebot, den Auftrag und den Lieferschein. Das Angebot das dem Kunden unterbreitet werden kann, wird im WWS abgelegt und kann bei Annahme in einen Auftrag gewandelt werden. Der Auftrag kann wiederum vor der Kommissionierung in einen Lieferschein gewandelt werden und der Lieferung beigelegt werden. Alle drei Auftragsarten sind auch direkt wählbar.

Am Ende wenn die Ware bezahlt wurde wird eine Rechnung erstellt und an den Kunden übergeben bzw. übermittelt. Im Vorletzten Schritt wird auf die Bezahlung gewartet. Wurde die Ware bezahlt, wird die jeweilige Rechnung abgeschlossen und dem Kunden übermittelt. Hat der Kunde nicht im vorgegebenen Zeitraum bezahlt, kann eine entsprechende Mahnung ausgeschickt werden.

5.6 Kernprozess - Fakturierung

Austrodekor – Fakturierung

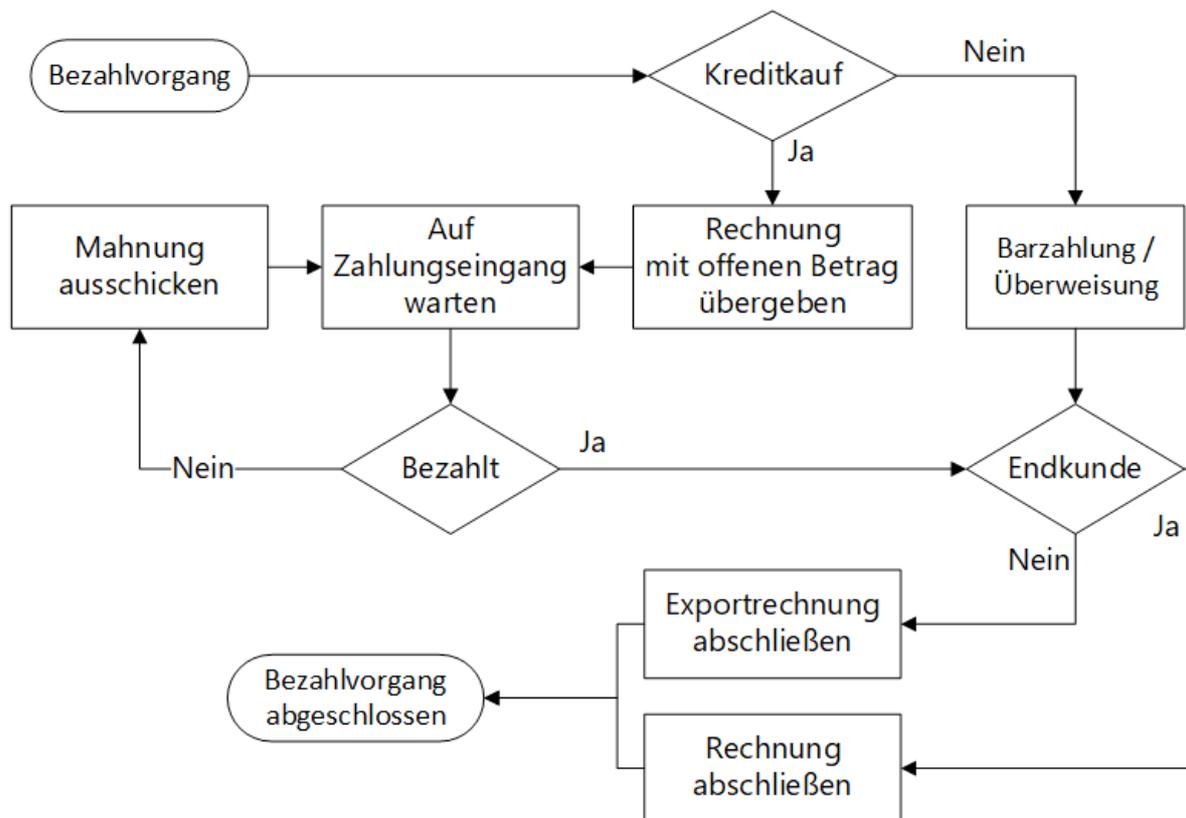


Abb. 12: Kernprozess – Fakturierung

Die **Abb. 12** stellt den Fakturierungsprozess bei austrodekor dar.

Bei der Fakturierung gibt es die Möglichkeit einen Kreditverkauf dem Kunden anzubieten. In diesem Fall hat der Kunde die Möglichkeit bekommen zu einem späteren Zeitpunkt den Einkauf zu bezahlen. Wird diese Art der Bezahlung ausgewählt dann wird dem Kunden eine Rechnung mit offenem Betrag ausgestellt. Es besteht auch die Möglichkeit nach Zahlungsverzug eine Mahnung auszusenden. Wurde die Bezahlung im späteren Verlauf durchgeführt kann der Bezahlvorgang abgeschlossen werden. Die abschließende Rechnung kann auf zwei Arten abgeschlossen werden. Die erste Art betrifft Un-

Die Datenschutz-Grundverordnung mit der Digitalisierung und mit Prozessänderungen
 ternehmen die aus der Europäischen Union bei austrodekor einkaufen. Unternehmen
 aus der Europäischen Union kann eine Rechnung ohne Mehrwertsteuer ausgestellt wer-
 den. Die Steuer wird dann im Heimatland des einkaufenden Unternehmens erhoben. Die
 zweite Art ist bei gewöhnlichen Endkunden oder inländischen Unternehmen zu verwen-
 den und ist eine gewöhnliche Rechnung mit der enthaltenden Mehrwertsteuer.

5.7 Unterstützungsprozess – IT Störungsmanagement

Austrodekor – Ausfall Signatureinheit

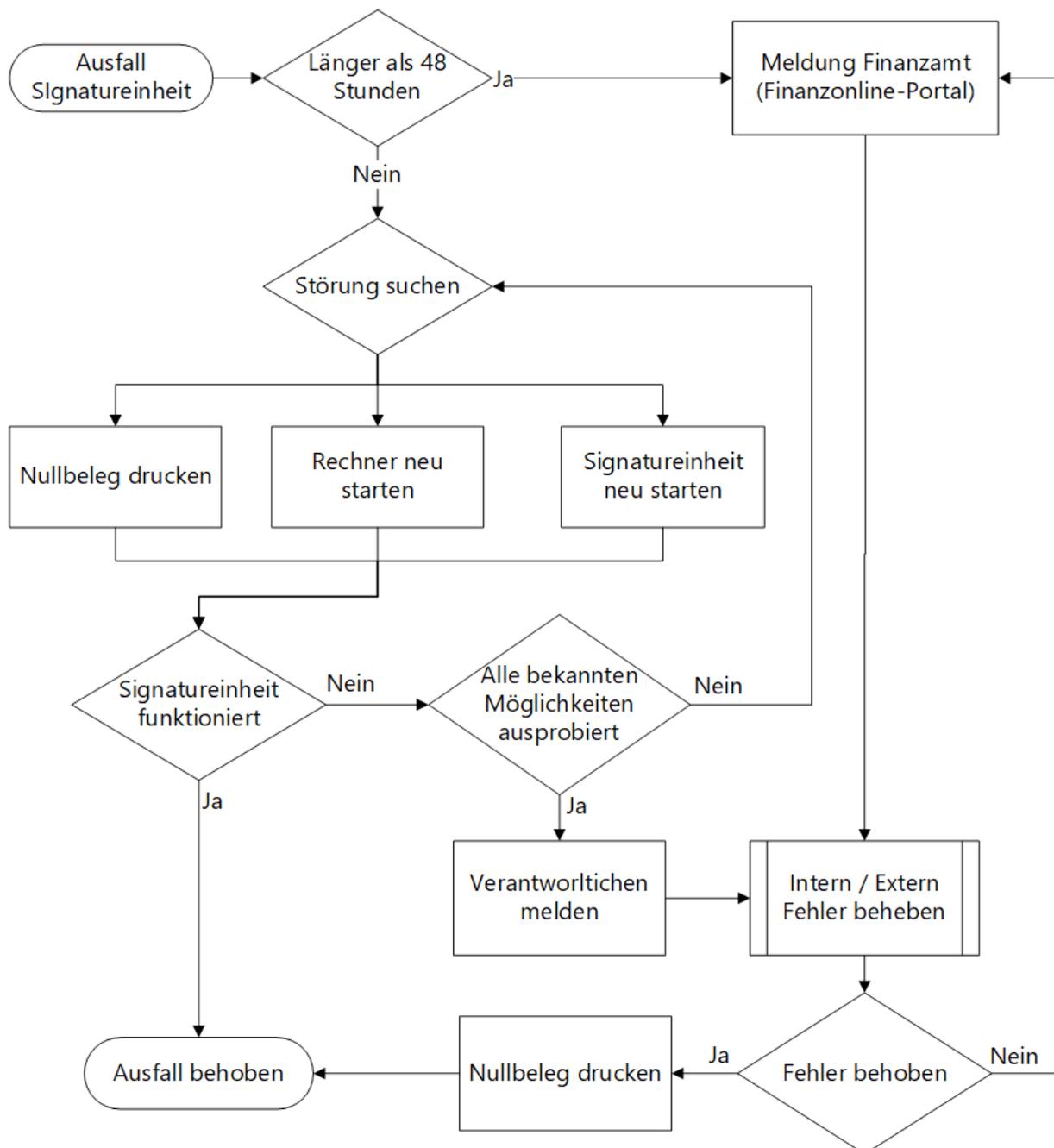


Abb. 13: Unterstützende Prozesse – IT Störungsmanagement

In Abb. 13 ist zu erkennen das für das IT Störungsmanagement der mögliche Ausfall der Singnatureinheit definiert und für austrodekor mit der DSGVO neu eingeführt wurde. Dieser Prozess ist von hoher Bedeutung für die Mitarbeiter/Innen am Großmarkt damit diese im Falle eines Ausfalls eine richtige Vorgehensweise anwenden. Brisant ist dieser Ausfall weil das Finanzamt verständigt werden muss wenn dieser Ausfall länger als 48 Stunden dauert.

5.8 Unterstützungsprozess – DSGVO Management

Austrodekor – DSGVO Management

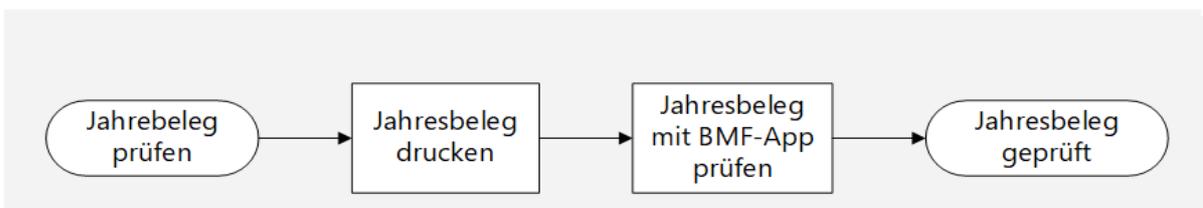
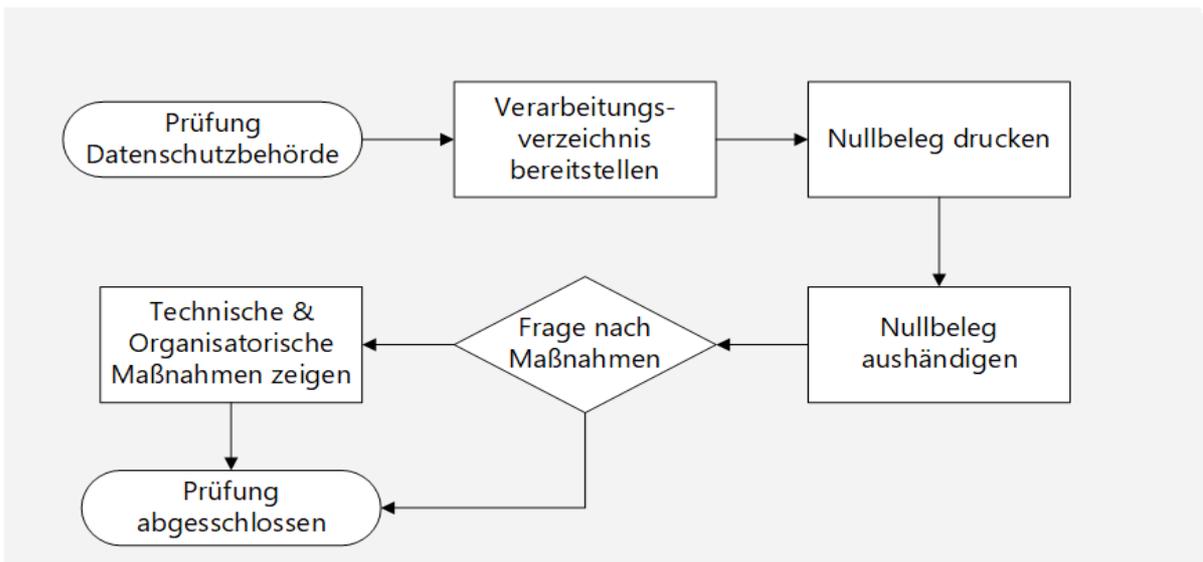
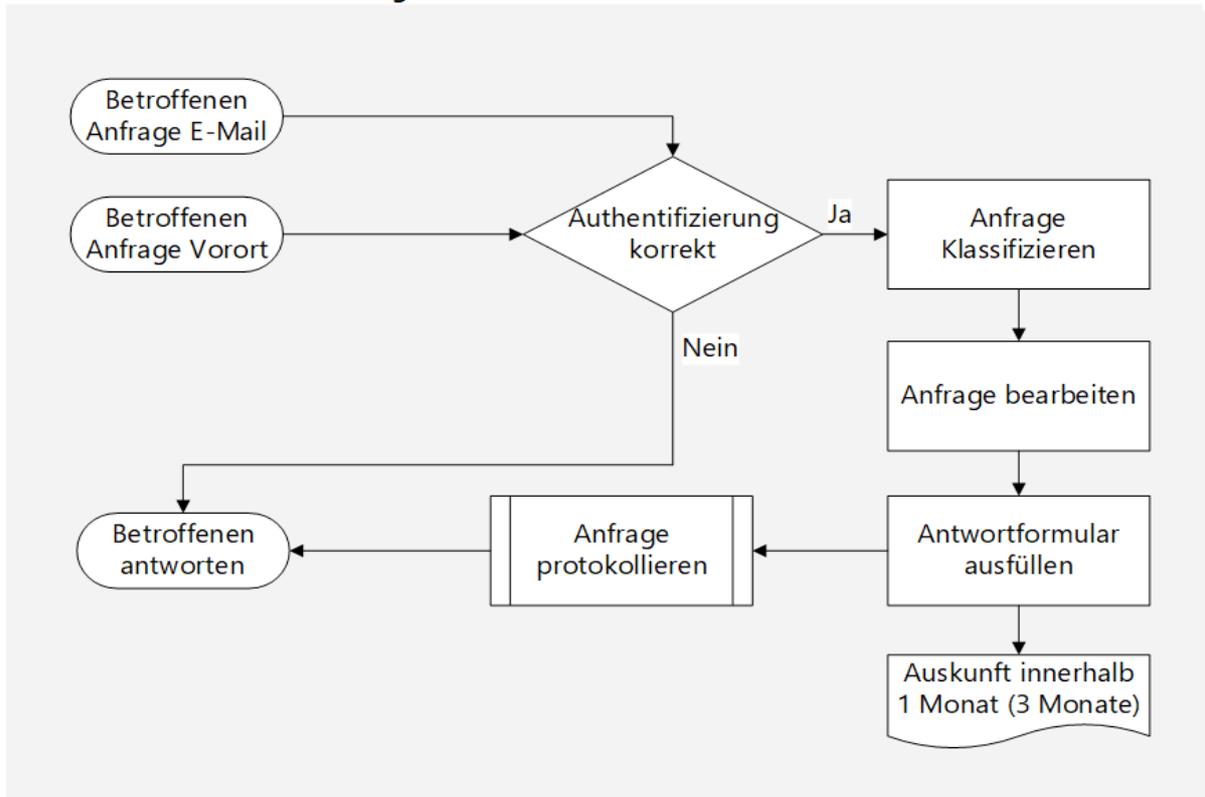


Abb. 14: Unterstützende Prozesse – DSGVO Management

In der **Abb. 14** sind die neuen Prozesse abgebildet die aufgrund mit der Einführung der DSGVO definiert wurden. Beim DSGVO Management wurden drei Teilprozesse definiert. Der erste Teilprozess beschäftigt sich mit der Anfrage von Betroffenen. In diesem Teilprozess ist abgebildet wie bei Anfragen vorzugehen ist. Die Betroffenen können auf zwei Arten Anfragen stellen, über E-Mail und direkt am Großmarkt bei austrodekor. In beiden Fällen muss eine Authentifizierung des Betroffenen stattfinden. Nur authentifizierten Betroffenen darf eine Auskunft erteilt werden. Ist der Betroffene authentifiziert wird die Anfrage klassifiziert (Auskunft, Berichtigung, Löschung, etc.). Dann erfolgt die Bearbeitung der Anfrage und innerhalb eines Monats, spätestens aber innerhalb von drei Monaten bei komplexen Anfragen, wird der Betroffene informiert. Eine entsprechende Protokollierung der Anfrage soll ebenfalls stattfinden.

Im zweiten Teilprozess soll bei einer Überprüfung der Datenschutzbehörde der jeweilige Ablauf verständlich und jeder/jedem Mitarbeiterin/Mitarbeiter bekannt sein. Hierbei wird von der Datenschutzbehörde das Verarbeitungsverzeichnis und eventuell die Technischen und Organisatorischen Maßnahmen überprüft. Im letzten Teilprozess findet die Übermittlung des Jahresbelegs an das jeweilige Finanzamt [6] statt die mittels der bereitgestellten BMF-App stattfindet.

5.9 Unterstützungsprozess – WWS Management

Austrodekor – WWS Management

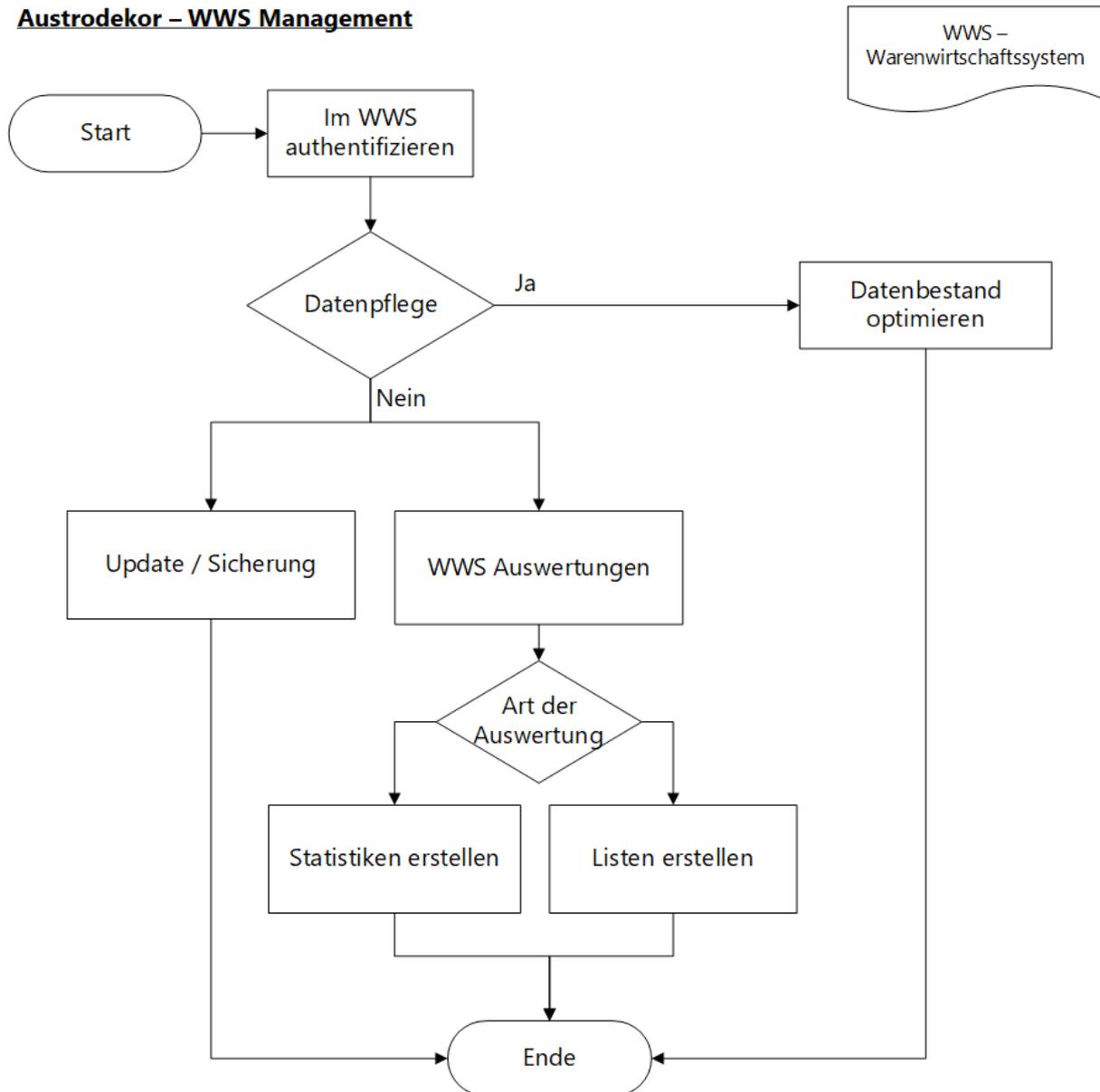


Abb. 15: Unterstützende Prozesse – WWS Management

In der **Abb. 15** soll erkennbar sein welche Aufgaben darüber hinaus für das WWS erforderlich sind und ausgeführt werden. Hierbei zählen die Datenpflege und die Auswertung von Daten. Auch die Aktualisierung und Sicherung des WWS zählt zu dem WWS Management.

6 Workshop

Das Ziel des Workshops ist, dass die Verbesserungsmaßnahmen von den Mitarbeitern und der Geschäftsführung erarbeitet werden. Dafür wurde eine Agenda, die auf S. 90 zu sehen ist, vorbereitet um eine gewisse Struktur für den Workshop vorzugeben.

Im ersten Schritt soll die aktuelle Situation bei austrodekor, anhand der modellierten Prozesse präsentiert werden um schließlich aus der graphischen Übersicht Ineffizienzen aufzuzeigen. Die Mitarbeiter/Innen und die Geschäftsführung sollen ebenfalls die Gelegenheit bekommen, anhand der erstellten graphischen Prozesse einen besseren Überblick über Ihre tägliche Arbeit zu bekommen und selber im späteren Workshop Verbesserungen vorzuschlagen. Im Anschluss an die Prozessübersicht soll ein Brainstorming durchgeführt werden um neue Ideen zu sammeln. Durch eine entstandene Diskussion sollen die Mitarbeiter/Innen und die Geschäftsführung angeregt werden diese Vorschläge weiter zu diskutieren und eine mögliche Umsetzung zu evaluieren. Hierbei sollen die Mitarbeiter/Innen die Chance bekommen möglichst viele Ihrer Gedanken dazu zu äußern. Je mehr Vorschläge von den Mitarbeitern kommen, desto vielfältiger können die Anregungen und schließlich die Diskussion zu diesem Thema sein.

Die Einbeziehung der Mitarbeiter/Innen in dieses Konzept hat den Grund, dass Vorschläge die vom Personal kommen eher angenommen werden könnten, als wenn sie von der Geschäftsführung vorgeschlagen werden.

Die Geschäftsführung soll Ihre Vorschläge erst dann unterbreiten, wenn die Mitarbeiter/Innen keine weiteren Ideen mehr vorbringen. Wichtig dabei ist, dass die Diskussion am Laufen gehalten wird. Sollten beide Parteien, Mitarbeiter/Innen und die Geschäftsführung keine neuen Ideen oder Vorschläge haben, dann sollen vorbereitete Vorschläge oder eventuell auch neue Ideen vom Referenten, in diesem Fall von meiner Seite, in die Runde eingebracht werden, damit wieder eine Diskussion entsteht.

Wenn ausreichend Ideen gesammelt wurden, sollen diese in bestimmte Prioritäten eingeteilt werden. Anhand der Priorisierung soll entschieden werden, welche Ideen umgesetzt werden. Jene Vorschläge, die schon für die Umsetzung feststehen, sollen klar definierte Ziele bekommen, damit diese auch gemessen werden können.

Es soll ebenfalls vereinbart werden, wie kurzfristige Erfolge sichtbar gemacht werden können. Somit kann den Mitarbeitern und der Geschäftsführung visualisiert werden, dass die Änderungen auch erfolgreich verlaufen.

6.1 Vorbereitung und Vorschläge für den Workshop

Um für den Fall gerüstet zu sein, falls die Diskussion unter den Mitarbeitern und der Geschäftsführung sich abschwächen sollte, sollen eigene Ideen die bereits zu einem großen Teil vorbereitet sind und konkrete Maßnahmen beinhalten in die Diskussion miteinbezogen werden.

Falls es erforderlich ist, sollen die eigenen Vorschläge dazu dienen den Diskussionsverlauf wieder am Laufen zu halten. Dazu werden von mir zwei Vorschläge vorbereitet.

6.1.1 Erster Vorschlag für austrodekor

Der erste Vorschlag beinhaltet eine eigene Produktmappe mit den jeweiligen Produkten zu erstellen. Diese Produktmappe soll die Etiketten (EAN Code) beinhalten ohne dass diese an den Produkten angebracht sein müssen. Eine Produktmappe ist leicht für die Mitarbeiter/Innen zu handhaben und ist öfters verwendbar bis die Produkte nicht mehr im Warenbestand enthalten sind. Man kann einen ähnlichen Vergleich dazu ziehen, wie das bei den österreichischen Einzelhändlern für frische Backwaren gehandhabt wird. Laut einer eigenen Beobachtung sind frische Backwaren entweder als Tastenauswahl an der Kassa verfügbar oder in einem Katalog an der Kassa befestigt, wo die jeweiligen Mitarbeiter/Innen die Möglichkeit haben, nachzuschauen.

Somit müsste man nur die Produktmappe mit den Produkten vorbereiten und den jeweiligen EAN Code, anstatt die Etiketten für jedes Produkt einzeln auszudrucken und aufzukleben, in dieser Produktmappe hinterlegen.

Der Zeitaufwand um die Etiketten für jedes einzelne Produkt auszudrucken und aufzukleben macht sich schon bei einer hohen zweistelligen Anzahl an Produkten zeitlich bemerkbar. Es wird hierbei angenommen dass für jedes einzelne Produkt etwa durchschnittlich 5 Sekunden benötigt werden. Dabei wurde berücksichtigt, dass ein Produkt aus der Verpackung entnommen wird und das Etikett ausgedruckt und auf das jeweilige Produkt aufgeklebt wird. Die Druckdauer der Etiketten ist annähernd stabil und liegt bei etwa 20-30 Sekunden. Ab etwa 100 Etiketten steigt die Dauer nur minimal an, da der Druckvorgang bei gleichen Etiketten sehr schnell vonstattengeht.

Für austrodekor sind zum großen Teil nur weniger als 100 Etiketten pro Produkt zu drucken. Die Dauer der Anbringung für jedes einzelne Produkt kann aber starke Abweichungen haben, da es davon abhängt wie die Produkte angeliefert werden und diese ver-

packt sind. Weiteres ist ihre Oberflächenbeschaffenheit und Form auch für die Dauer der Anbringung der Etiketten entscheidend. Als Beispiel dient hierbei ein Blumentopf bei dem innerhalb von etwa 5 Sekunden ein Etikett angebracht werden kann. Die angenommenen 5 Sekunden kommen aber nur zu Stande, wenn es sich um mehrere gleiche Produkte handelt.

Bei einer kleineren Produktanzahl, etwa 20 Produkte und weniger, ist die Dauer der Anbringung wieder höher als die genannten 5 Sekunden, weil die Druckdauer für die Produkte wiederum annähernd stabil bleibt. Wenn es sich um Lebendware handelt wie einen Adventkranz, der sperrig verpackt ist und keine optimale Fläche für ein Etikett bietet, kann die Dauer der Anbringung auf bis zu 30 Sekunden und mehr steigen. Die Zeitschätzungen wurden von der Verkaufsleitung eingeholt der täglich mit diesen Tätigkeiten konfrontiert ist. Aufgrund der Zeitersparnis und Effizienz einer Produktmappe unter der Voraussetzung, dass die Person das WWS in einer angemessenen Zeit und Weise bedienen kann ist eine Produktmappe, die innerhalb von wenigen Minuten erstellt und einsatzbereit ist, vorzuziehen.

Bei einem Selbstversuch wurde eine Liste, also eine Produktmappe, innerhalb von gerundet 6 Minuten aus dem WWS erstellt. Nimmt man eine Bestellung von etwa tausend Einzelprodukten die bei einer Bestellung von austrodekor häufig vorkommt, liegt die Zeitdauer bei gerundet 83 Minuten mit einer durchschnittlichen Zeit von 5 Sekunden.

Dabei wird angenommen, dass ohne Unterbrechung die Ware entpackt, die Etiketten in der richtigen Anzahl gedruckt und angebracht werden. In der Realität sind 83 Minuten für etwa 1000 Einzelprodukten eher unrealistisch. Weshalb die Dauer von 83 Minuten für etwa 1000 Einzelprodukten aufgrund von menschlichen Fehlern, Pausenzeiten, Unterbrechungen oder anderen diversen Gründen höher liegen wird.

6.1.2 Zweiter Vorschlag für austrodekor

Der zweite Vorschlag soll darauf basieren, dass Platzhalter im WWS hinterlegt werden. Wenn während der Bestellung von neuen Produkten oder vor der Lieferung der neuen Produkte keine Vorbereitung im WWS stattgefunden hat, wie diejenigen Produkte im Vorfeld anzulegen oder über eine entsprechende Bestellscheinerstellung, so könnten eventuelle Platzhalter dafür verwendet werden. Bei austrodekor kommen die Lieferungen meistens in der den frühen Morgenstunden, wenn der Großmarkt öffnet, an. Das bedeutet, dass die neue Ware sofort in den Verkauf gehen sollte aber dementsprechend im

Die Datenschutz-Grundverordnung mit der Digitalisierung und mit Prozessänderungen

WWS hinterlegt werden muss. Besonders davon betroffen sind Lebendwaren, wie Adventkränze oder Gestecke, die an einem bestimmten Tag in Polen per Handarbeit fertig produziert werden und am selben Tag noch in die Auslieferung gehen.

Da die Produkte von den ansässigen Mitarbeitern in kreativer Zusammenarbeit produziert werden und erst am Abend die Details zu den Produkten fest stehen (Preis, Menge, Bezeichnung, EAN Code), kann im Vorfeld zu den neu produzierten Produkten in Polen keine Vorbereitung für austrodekor stattfinden. Das liegt unter anderem das zu dieser Zeit bei austrodekor kein/e Mitarbeiter/Innen mehr tätig ist, da die Öffnungszeiten am Großgrünmarkt von 4:30 Uhr bis 9:00 Uhr betragen. Die Arbeitszeit beginnt meistens ab 4:00 Uhr und dauert bis 10 Uhr oder auch länger wenn mehr Aufgaben außerhalb der Verkaufszeiten zu erledigen sind.

Am Nachmittag werden für gewöhnlich dann noch Kundenbestellungen aufgenommen und eigene Warenbestellungen organisiert. Aus diesem Grund ist eine Vorbereitung beim Unternehmen austrodekor am selben Tag nicht mehr möglich. Eine Person für diese Tätigkeit einzustellen wäre für das Unternehmen austrodekor nicht wirtschaftlich rentabel, da zu dieser Arbeitszeiten Zuschläge zu entrichten sind.

Wenn der Großgrünmarkt am nächsten Tag öffnet und die ersten Kunden kommen bleibt kaum Zeit neue Waren im WWS einzutragen, da die Kunden auch zu dieser Zeit bedient werden müssen. Wie bereits bekannt, gibt es beim Unternehmen austrodekor nur zwei Systeme die auch gleichzeitig als Kassa fungieren. Somit ist eine parallele Arbeit wie Kassieren und neue Waren im WWS einzutragen nicht möglich. Im Endeffekt bedeutet das, dass die Ware erst am Folgetag, wenn sie nach den Verkaufszeiten eingetragen wurde, verkauft werden kann.

In dieser Branche, besonders in der Saison, wo Lieferungen fast täglich ankommen, ist es ein Wettbewerbsnachteil, wenn die Ware erst am nächsten Tag verkauft werden kann.

Es könnten daher sogenannte Platzhalter im Vorfeld angelegt und bei Bedarf verwendet werden. Diese Platzhalter könnten für alle möglichen Kategorien und mit verschiedenen Preisen angelegt werden. So könnte man bei einer Lieferung die Waren noch am selben Tag verkaufen, wenn in jedem neuen Produkt so ein Platzhalter zugewiesen wird und dann erst nachträglich die Bezeichnung dafür angepasst wird.

Hierbei ist jedoch erforderlich das der Platzhalter mit dem passenden Preis hinterlegt ist, damit die Zuweisung schnell funktioniert. Die Zuweisung des Platzhalters zu einem Produkt könnte anhand des Produktetiketts mit dem EAN Code, der an den neuen Pro-

dukten vorhanden sein sollte, passieren. Dies könnte umgesetzt werden, indem die neuen Produkten zu dem jeweiligen Platzhalter mit einem Handscanner einscannet werden. Ist jedoch kein Produktetikett vorhanden, so wäre der zeitliche Aufwand gleichzusetzen mit der Neuanlage eines Produktes, weil man unter Umständen alle Produktdetails eintragen würde. In dem Szenario, wo die Produkte ohne ein Etikett deklariert sind, ist dieser Vorschlag mit den Platzhaltern obsolet

6.2 Auswertung aus dem Workshop

Aus dem Workshop, wo alle Festangestellten einschließlich der Verkaufsleitung und der beiden Geschäftsführer teilgenommen haben, konnten folgende Herausforderungen festgestellt werden:

- Ware im System schneller eintragen
- Produktbezeichnungen auf Deutsch
- Neue verantwortungsvolle Mitarbeiter/Innen
- Entlastung der Mitarbeiter/Innen und Verkaufsleiter/In (Samstag)
- Urlaub frühzeitig festlegen
- Warenwirtschaftssysteme (WWS) in Polen und Österreich angleichen
- Eigene Situation prüfen (Eigentümerwechsel am Großgrünmarkt)
- Oft falsche Lieferungen, stimmen mit Lieferschein nicht überein

Zurzeit wird die Ware im WWS zu langsam eingetragen. Besonders wenn neue Produkte in das WWS hinzukommen, benötigen die Mitarbeiter/Innen sehr lange um die Produkte einzutragen. Es sollen Methoden besprochen werden, wie man die Zeit für die Produktanlage reduzieren kann. Viele Produkte, besonders in der neusten Kategorie „Baumschule“, besitzen Produktnamen, die wenig Sinn ergeben oder sogar auf lateinisch sind. Den Mitarbeitern fällt es schwer nach diesen Produkten im WWS zu suchen, weil besonders diese oft kein Produktetikett besitzen. Hier soll eine Lösung besprochen werden wie man die Namen einheitlich und bestenfalls in deutscher Sprache hinterlegen kann. Es werden auch zu Unterstützung und des Wachstums vom Unternehmen austrodekor neue Mitarbeiter/Innen benötigt. Es ist heutzutage schwierig in dieser Branche gute Mitarbeiter/Innen zu rekrutieren.

Anhand einer Diskussion sollen Vorschläge gesucht werden wie man neue Mitarbeiter/Innen gewinnen kann. Ein großes Anliegen des Personals und der Verkaufsleitung ist es

Die Datenschutz-Grundverordnung mit der Digitalisierung und mit Prozessänderungen

die Arbeitszeit zu reduzieren. Zurzeit wird von Montag bis Samstag am Großgrünmarkt verkauft. Durch die knappen personellen Ressourcen sind die jetzigen Mitarbeiter/Innen am Großgrünmarkt körperlich sehr stark ausgelastet. Nach Aussagen der Mitarbeiter/Innen und des Verkaufsleiters sind die Arbeitszeiten ab 4 Uhr in der früh körperlich sehr anstrengend für die Mitarbeiter/Innen.

Auch durch die diversen Tätigkeiten am Großgrünmarkt, wie verladen, schlichten von Waren, erfordert ein Mindestmaß an Körperlicher Eignung und Ausdauer von den Mitarbeitern. Der Wunsch wenigstens die Arbeitszeit am Samstag zu reduzieren oder durch neue Mitarbeiter/Innen zu ersetzen, soll ebenfalls diskutiert werden. Durch die hohe Inanspruchnahme des jetzigen Personals werden Urlaube auch spät geplant. Ein überwiegender Teil des Urlaubs wird dann am Ende des Jahres von den Mitarbeitern konsumiert, was schließlich zu einem Personalmangel in der Wintersaison führt. Durch zwei unterschiedliche WWS in Österreich und Polen sollen Synergie Effekte diskutiert werden und wie man eine bessere Kommunikation bzw. Datenaustausch zwischen den beiden WWS erreichen kann. Für das Jahr 2019 ist ein Eigentümerwechsel am Großgrünmarkt vorgesehen. Durch diesen Eigentümerwechsel können sich auch bestimmte Bedingungen ändern. Als Vorsorge sollen verschiedene Szenarien für das Jahr 2019 für „austrodekor „vorbereitet werden. Damit soll austrodekor auf veränderte Bedingungen des neuen Eigentümers entsprechend reagieren können wenn es notwendig sein sollte. Zum Schluss soll geklärt werden wie man mit falschen Lieferungen umgehen soll. Derzeit passiert es sehr oft, dass die eigene Produktion von Koga Lieferungen nicht vollständig in Wien ankommen oder schlicht falsche Produkte geliefert werden, die nicht bestellt wurden.

Um den Herausforderungen zu begegnen wurden folgende Ideen aus dem Workshop vorgeschlagen:

- Warenbestellung mit frühzeitiger Systemerfassung
- Bestellscheine für jede Bestellung verpflichtend durchführen
- Produktbezeichnung in Polen neu definieren
- Headhunter beauftragen neu Mitarbeiter/Innen zu suchen
- Aufgaben mit Verantwortlichen festlegen
- Durch neue Mitarbeiter/Innen Entlastung der bestehenden Mitarbeiter/Innen

- Urlaube sollen am Anfang jedes Jahres geplant werden
- Prüfen ob Listenexporte möglich sind oder Excel Vorlagen verwendet werden können
- Szenarien Workshop organisieren

Es wurde vereinbart das Warenbestellungen frühzeitig im System angelegt werden sollen, damit die Mitarbeiter/Innen in der Früh, wenn eine Warenlieferung ankommt, diese sofort entladen und verkaufen können, ohne mit hohem Zeitaufwand diese in das WWS einzutragen.

Die Lösung dafür soll die verpflichtende Erstellung von Bestellscheinen sein.

Wenn ein Bestellschein erstellt wird, sind die neuen Produkte im Vorfeld anzulegen, ansonsten können diese nicht auf den Bestellschein aufgenommen werden (technische Voraussetzung). Wenn Waren von der Produktion Koga in Polen an ausgeliefert und diese an das Unternehmen austrodekor geliefert werden, ist sicherzustellen, dass die Namen eine deutliche Aussagekraft haben und in deutscher Sprache sind, damit die Produktverwaltung im WWS und im Verkauf vereinfacht wird.

Durch die schwierige Situation am Arbeitsmarkt und der Suche nach geeigneten Personal soll ein Headhunter beauftragt werden um geeignete Mitarbeiter/Innen für das Unternehmen austrodekor zu akquirieren.

Durch die stark überdurchschnittliche Belastung des Verkaufsleiters, der auch nach seiner regulären Arbeitszeit am Großgrünmarkt arbeitet und unter anderem administrative Aufgaben übernimmt oder sich um das Kundepersonal kümmert, soll an einem Konzept gearbeitet werden, wo die Arbeitszeit gleichmäßiger verteilt wird. Dadurch soll die Verkaufsleitung entlastet und klare Verantwortlichkeiten für Tätigkeitsbereiche definiert werden. Auch neue Mitarbeiter/Innen sollen verantwortungsvolle Aufgaben übernehmen. Dadurch soll eine bessere Balance in der Arbeitszeiteinteilung entstehen, indem die jeweiligen Aufgaben auf mehrere aufgeteilt werden.

Für die Urlaubstage wurde von der Geschäftsführung die Idee aufgegriffen, dass diese am Anfang des Jahres zu melden sind und entsprechend für das ganze Personal sichtbar eingetragen werden. Die weitere Urlaubsorganisation soll dann bei einem gemeinsamen Termin im Jänner 2019 mit den Mitarbeitern festgelegt werden. Für einen besseren Datenaustausch zwischen den beiden WWS sollen gemeinsame Vorlagen erstellt werden.

Die Datenschutz-Grundverordnung mit der Digitalisierung und mit Prozessänderungen

Die erstellten Vorlagen sollen einen einheitlichen Prozess auf beiden Seiten unterstützen und so die schriftliche und telefonische Zusammenarbeit reduzieren bzw. optimieren.

Für den Eigentümerwechsel soll ein Szenarien Workshop noch im Jahr 2018 organisiert werden, wo die Mitarbeiter/Innen ihre Ideen und Vorschläge vorbringen können.

Die gesammelten Vorschläge sollen für ein paar unterschiedliche Szenarien dienen wie sich das Unternehmen austrodekor bei bestimmten Veränderungen verhalten und dementsprechend reagieren kann.

Weitere Ideen und Punkte für Verbesserungen:

- Ausweitung der Kategorie Baumschule / Innenpflanzen
- Tourverkauf
- Kunden halten und neue Kunden gewinnen
- Zeitkritische Prozesse identifizieren und verbessern
- Betriebsbesprechung im Jänner mit bevorstehenden Aufgaben und den Fortschritten der festgelegten Ziele abhalten
- Statistische Auswertungen
- Alle Produkte scannen (EAN) über Etikett oder Mappe
- Reduktion des Warenbestandes auf die Profitabelsten
- Produktnummern im Katalog gleich wie im WWS

Durch eine statistische Auswertung der Kategorie „Baumschule“ konnte noch einmal beim Workshop gezeigt und bestätigt werden, dass diese Kategorie sehr margenstark ist und diese weiter ausgebaut werden soll.

Die Verkaufsleitung hat anhand des Verkaufserfolgs dieser Produktkategorie bereits aufgrund seiner langjährigen Erfahrung bemerkt das diese Kategorie Baumschule sehr profitabel für austrodekor verläuft. Für einen näheren Kundenkontakt und zusätzlichen Einnahmen soll ein Tourverkauf gestartet werden. Dazu soll ein/e Mitarbeiter/In eingestellt werden, der/die unter normalen Arbeitszeiten am Tag die Kunden direkt beliefert und gegebenenfalls Waren auch direkt verkauft. Die erste Phase für den Tourverkauf soll eine vorangegangene Bestellung des Kunden eingehen und dann über einen Tourfahrer ausgeliefert werden.

In der zweiten Phase, wenn der genannte Tourfahrer mit einer mobilen Kassa ausgerüstet ist, soll auch dieser zusätzliche Verkäufe direkt beim Kunden tätigen können.

Seitens der Kunden möchte man sich auf die zusätzliche Akquisition neuer Kunden konzentrieren. Für neue potenzielle Kunden sollen im Jahr 2019 neue Kampagnen starten und gezielt Werbung eingesetzt werden.

Bei der Kundenwerbung muss ein besonderer Wert auf die DSGVO gelegt werden, weil seit dem Inkrafttreten dieser gesetzlichen Maßnahme Vorgaben strikt eingehalten werden sollten.

Eine große Bedeutung sollen im Jahr 2019 weitere Prozessoptimierungen einnehmen.

Die bereits genannten Verbesserungen und Optimierungen sollen nach dem Workshop in Kraft treten. Die ersten Prozessverbesserungen sollen in einer Projektplanung nach dem Workshop umgesetzt werden und mit Meilensteinen versehen sein.

Durch die neuen geplanten Ideen sollen entsprechende Prozesse definiert und die DSGVO dabei berücksichtigt werden.

Im Jänner 2019 sollen in einer Betriebsbesprechung die erreichten Ziele und Fortschritte besprochen werden. Anpassungen an die gegebenen Ziele sind vorzunehmen und neue Ziele sind gegebenenfalls zu erstellen. Bis Jahresende 2018 sollen auch erste Produktmappen erstellt werden um die Produkte die keine Etiketten besitzen, effizient zu verwalten.

Gleichzeitig hat der Geschäftsführer vom Unternehmen Koga die Aufgabe erhalten bis Ende 2019 jedes Produkt zu etikettieren die das Koga Lager in Polen verlassen.

In der Saison sollen zusätzlich für die häufig verkauften Produkte die keine Etiketten besitzen eigene Produktknöpfe für die Kassenoberfläche eingerichtet werden. Die Produktknöpfe sind über die Kassenoberfläche leicht bedienbar und durch einen berührungsempfindlichen Bildschirm ist die Auswahl schnell getätigt.

Damit soll die Zeit überbrückt werden bis fast alle Produkte vom Unternehmen Koga mit einem Etikett geliefert werden. Oft wurde im Workshop von der Verkaufsleitung und der Geschäftsführung angesprochen, dass viele Produkte im Lager liegen, die sich nicht mehr verkaufen lassen. Um das Lager aufzuräumen und unprofitable Produkte zu entfernen, sollen anhand statistischer Auswertungen diese ermittelt und schrittweise vom Bestand entfernt werden.

Das WWS vom Unternehmen austrodekor besitzt verschiedene Möglichkeiten statistische Auswertungen zu erstellen. Diese Auswertungen sollen aber nicht nur für die Produktauswertung verwendet werden, sondern auch um diverse Kennzahlen zu ermitteln, um einen wirtschaftliche Darstellung des Unternehmens zu ermöglichen.

Die Datenschutz-Grundverordnung mit der Digitalisierung und mit Prozessänderungen

Zum Schluss wurde noch die Option besprochen, wie der eigene Produktkatalog der zweimal im Jahr über eine Agentur beauftragt, gedruckt und an die Kunden ausgegeben wird, verbessert werden kann. Die Agentur designt den Produktkatalog unabhängig vom WWS. Somit fehlt eine eindeutige Verbindung zum Programm. Ein bestehendes Problem besteht darin, dass viele Produktnummern im Produktkatalog nicht mit den Produktnummern im WWS übereinstimmen. Einfachheitshalber wurden im Produktkatalog[5] bisher die Produktnummern hinauf gezählt, begonnen bei 001. Wenn der Kunde anhand der Produktnummer telefonisch bestellen möchte dann haben die Mitarbeiter/Innen sehr oft das Problem, dass sie die gewünschten Produkte nur mit viel Zeitaufwand finden. Oft sind die Produktbezeichnungen sehr ähnlich oder sogar gleich und werden nur über die Größe des Produkts oder den Preis eindeutig ermittelt. Um diesen Prozess zu vereinfachen, soll das WWS für die Erzeugung des Produktkatalogs in Zukunft stärker herangezogen werden.

Die Produktnummern im Produktkatalog sollen mit denen im WWS übereinstimmen, um bei Anfragen oder telefonischen Bestellungen schnell die Produkte zu finden.

6.3 Erkenntnisse aus dem Workshop

Der Workshop begann mit den ersten Punkten auf der Agenda wie vorgesehen.

Die Begrüßung und der Durchgang des Inhaltsverzeichnis wurden von allen Beteiligten spannend verfolgt. Etwas überraschte Gesichter gab es als das Arbeitsblatt ausgeteilt wurde.

Auf diesem Arbeitsblatt wurden alle Beteiligten gebeten, dass sie im Laufe des Workshops Ihre Ideen, Verbesserungen und die gestellten Aufgaben nieder schreiben. Der erste Punkt auf der Agenda behandelte die Einführung und die Momentane Situation im Unternehmen austrodekor.

Es wurde kurz erläutert, dass die DSGVO vollständig umgesetzt wurde und das Unternehmen austrodekor für die DSGVO bestens gerüstet ist. Anschließend wurden die erstellten Prozesse auf einem Beamer präsentiert. Hier konnte positives Feedback von den Mitarbeitern als auch von der Geschäftsführung vernommen werden.

Die Prozesse waren dem Personal und der Geschäftsführung zwar bekannt, weil sie diese täglich anwenden aber noch nicht optisch vernommen haben. Der große Vorteil dabei war, dass wenn Prozesse abgebildet werden diese leichter hinterfragt werden können. Das liegt unter anderem daran, dass der Ablauf deutlicher in Erscheinung tritt und da-

durch eventuell Verbesserungen schneller auffallen. Besonders von der Verkaufsleitung wurden die Prozesse genau inspiziert und einmal mündlich abgehandelt, ob diese auch in dieser Form valide sind.

Durch den kurzen bildlichen Prozessüberblick konnte man sehen, dass die Workshop-Teilnehmer/Innen einen neuen Blick auf die eigenen Arbeitsprozesse bekommen haben. Auffallend war schon seit der Prozesspräsentation das die Verkaufsleitung die jetzige Weise der Arbeitsschritte kritisiert, da es sehr viele Probleme diesbezüglich gibt.

Direkt angesprochen werden dann von der Verkaufsleitung die unzuverlässigen Lieferungen, die oft vom Unternehmen Koga nicht dem entsprechen, was am Lieferschein vermerkt ist. Auch die fehlenden Etiketten an den Produkten werden gleich zu Beginn kritisiert und das die Arbeitsschritte, die dafür nötig sind, um diese Etiketten anzubringen günstiger in Polen beim Unternehmen Koga durchgeführt werden können.

Wenn die Mitarbeiter/Innen beim Unternehmen austrodekor sich um die Etikettierung der Produkte kümmern müssen, ist das zum ersten nicht wirtschaftlich und zum zweiten sehr zeitaufwändig. Wenn die Zeit dafür aufgewendet werden muss, dann ist in anderen Bereichen Arbeitsbereichen weniger Zeit vorhanden (Bsp.: Verkauf).

Die fehlende Etikettierung wurde auch von den restlichen Mitarbeitern kritisiert.

Zu diesen Punkten wurden die Teilnehmer/Innen gleich darum gebeten mögliche Ideen aufzuschreiben um diese dann anschließend zu diskutieren. Als alle Beteiligten begonnen haben Ihre Gedanken niederzuschreiben, hatte die Verkaufsleitung mündlich die Vorschläge unterbreitet und wollte diese gleich diskutieren. Als dieser von der Geschäftsführung gebeten wurde diese niederzuschreiben, hat die Verkaufsleitung sich etwas am Arbeitsblatt notiert und ungeduldig auf die restlichen Teilnehmer/Innen gewartet. Wie die restlichen Teilnehmer mit ihren Notizen am Arbeitsplatz fertig waren, wurde die Diskussion unmittelbar von der Verkaufsleitung gestartet.

In der folgenden Diskussion wurde dann das Ziel definiert, dass bis zum nächsten Jahr die Situation verbessert werden müsse und die Etiketten auf jedem Produkt hinterlegt sein sollen. Danach wurde die Digitalisierung angesprochen, die eine Debatte um den gewünschten Onlineshop der Geschäftsführung ausgelöst hatte.

Die Verkaufsleitung meint, dass der Webshop zwar früher oder später im Unternehmen austrodekor eingesetzt werden soll, aber zurzeit schlicht die Ressourcen fehlen. Auch sollte zuallererst die eigene Profitabilität verbessert werden, bevor ein Webshop für das Unternehmen austrodekor eröffnet wird. Die Begründung laut der Verkaufsleitung war,

Die Datenschutz-Grundverordnung mit der Digitalisierung und mit Prozessänderungen

dass ein Webshop ein hohes Risiko bilde, weil die Ausgaben sehr hoch sind und dies für den Betrieb negative wirtschaftliche Folgen haben könnte. Dieser Aussage wurde von den restlichen Mitarbeitern auch zugestimmt. Man konnte der Geschäftsführung jedoch anmerken, dass die Sorgen der Mitarbeiter/Innen verstanden werden. Es wurde die Bitte formuliert eine kurze Analyse für eine Einführung eines Webshops beim Unternehmen austrodekor zu erstellen. Beim nächsten Punkt der Agenda, dem Brainstorming, hatten sich die Mitarbeiter/Innen zu Beginn noch mit eigenen Ideen oder auch Kritik zurückgehalten. Aus diesem Grund wurde ein vorbereiteter Vorschlag, die Produktmappe, erwähnt. Anschließend kamen Vorschläge von der Geschäftsführung, dass eine schnellere Abwicklung bei einer Lieferung, bei einem Verkauf und der Kundenabwicklung wünschenswert sei. Derzeit erscheinen die Arbeiten mit dem WWS als auch mit der Kassa noch zu mühsam für einige Mitarbeiter/Innen, die sich dessen bewusst sind und oft den Gedanken haben, dass sie nicht so Computer affin sind. Das Personal bestätigt das damit, dass sie das WWS noch nicht im vollen Umfang nutzen können und keine Zeit hatten sich intensiver damit zu beschäftigen.

Hier soll eine weitere Schulung oder ein Workshop für das bestehende WWS stattfinden, der die nötigen Funktionalitäten und den besseren Umgang mit dem WWS erlauben soll. Als die Kernprozesse noch einmal angesprochen wurden, sollten dafür Verbesserungen in das Brainstorming einfließen. Nach dem Brainstorming wurden dann die Ideen miteinander diskutiert. Sehr Auffallend war das die Verkaufsleitung häufig dieselben Probleme aufgegriffen hat um anscheinend die Bedeutung dieser Probleme zu fokussieren. Auch nach der Behandlung und einer vorgeschlagenen Lösung für das jeweilige Problem konnte die Verkaufsleitung schwer zufrieden gestellt werden. Dabei merkte man das diese Themen sehr emotional für die Verkaufsleitung wurden und er sich ein wenig über die Probleme bei der Geschäftsführern auslassen wollte.

Ein Punkt die von der Geschäftsführung angebracht wurde war das die Kunden digital erreichen zu wollen. Angesprochen wurde ein Newsletter, den man erstellen könnte und an die Bestandskunden zu schicken. Mit der Voraussetzung das die Einverständnis des Kunden dafür eingeholt wird um Datenschutzrechtlich konform zu bleiben.

Für die Mitarbeiterentlastung wurde vereinbart, dass ein Headhunter engagiert werden soll, der neue Mitarbeiter/Innen akquiriert. Diese sollen das jetzige Personal entlasten und unter andere neue Aufgaben übernehmen, wie zum Beispiel die Verwaltung des Marketings.

Nach der langen Diskussion wurde mündlich vereinbart, was für das Unternehmen aus-
trodekor am wichtigsten ist und dementsprechend die Reihenfolge der jeweiligen Ideen
festgelegt.

Das Ergebnis des Brainstormings, also den gesammelten Ideen aller Beteiligten ist in der
Abb. 14 gesammelt ersichtlich.



Abb. 14: Ideensammlung im Workshop

6.4 Aufgabenplanung nach dem Workshop

Gefolgt von der dazugehörigen Aufgabenplanung, die anschließend in der Tab.11 zu se-
hen ist wurde der Startzeitpunkt und der Endzeitpunkt festgelegt.

Tab. 11: Aufgabenplanung nach dem Workshop

Aufgabenplanung	Start	Ende
Bestellscheine	09.08.2018	29.08.2018
Bestellscheine anwenden	30.08.2018	21.11.2018
Statistische Auswertungen	01.08.2018	28.08.2018
Etiketten mit EAN	13.08.2018	31.12.2018
Etiketten in Deutsch	13.08.2018	31.12.2018
Neue Mitarbeiter/Innen	13.08.2018	02.10.2018
Warenbestand optimieren	29.08.2018	29.08.2018
Aufgabenaufteilung	01.08.2018	01.08.2018
Urlaubsplanung	13.08.2018	13.08.2018
WWS vereinheitlichen	27.08.2018	27.08.2018
Bestellnummern für Katalog vereinheitlichen	31.08.2018	13.12.2018
Szenario Workshop	06.10.2018	07.10.2018
Lieferverträge prüfen	01.08.2018	23.12.2018
Betriebsbesprechung	05.01.2019	05.01.2019

Aufgrund dessen das mehr als eineinhalb Stunden für die Diskussion der Ideen und der Priorisierung verwendet wurden ist die vorgesehene Zeit von einer Stunde um fast den doppelten Wert überschritten worden. Man hatte sich nach dieser langen Diskussion darauf verständigt zum Abschluss zu kommen. Hierbei wurde noch eine kurze Empfehlung abgegeben wie man auf die Änderungen der DSGVO und die eigenen Prozesse, unter Berücksichtigung der DSGVO, sich vorbereiten kann. Zum finalen Abschluss wurde von allen Teilnehmern die gute Zusammenarbeit dieses Workshops gelobt und das in jedem Fall ein weiterer Workshop wieder stattfinden sollte.

6.5 Erkenntnisse aus der Umsetzung der DSGVO in einem Familienunternehmen

Die wertvollste und zudem wichtigste Erkenntnis ist meiner Meinung nach jene, dass die Mitarbeiter/Innen in jedem relevanten Prozess, der sie selbst direkt betrifft mit eingebunden werden. Je früher die Mitarbeiter/Innen eingebunden werden, desto eher wird das Personal sich auf die geplanten Änderungen vorbereiten können. Besonders bei Mitarbeitern, die lange im Unternehmen arbeiten, sollten die Adaptierungen auch kommuniziert werden, sodass die Mitarbeiter/Innen sich mit dieser Thematik auch früh genug auseinandersetzen können.

Wird ein Projekt ausreichend früh geplant und die Aufgaben dementsprechend zeitgerecht an die jeweiligen Beteiligten zugewiesen, so sind die optimalen Voraussetzungen für einen guten Start gegeben. Auf Konflikte und Diskussionen muss man sich dennoch einstellen, da diese nie ausgeschlossen werden können. In solchen Fällen ist es ratsam den Überblick zu behalten und sachlich an die Thematik heranzugehen. Es kann auch dazu kommen, dass die Mitarbeiter/Innen sich missverstanden fühlen und deshalb zu Mitteln greifen, die nicht für eine gemeinsame Gruppendiskussion sinnvoll sind. Besonders im abgehaltenen Workshop wurden die Erfahrung gemacht, dass diverse Entscheidungen, die durch die Unternehmensführung getroffen werden beim Personal nicht immer auf Zustimmung treffen. Diese Unzufriedenheit wurde trotz vorheriger Absprache und Klärungen dennoch zum Ausdruck gebracht, damit auch die Führungskraft diese deutlich mitbekommt. In diesem Fall empfiehlt es sich schlichtend einzugreifen und die Tatsachen erneut aber auf einer wertschätzenden und respektvollen Herangehensweise zu vermitteln. Besonders positiv wurden Ideen angenommen, die von den Mitarbeitern gekommen sind. Während der Arbeitszeit am Großmarkt ist man eher dem Tagesge-

schäft gewidmet und es bleiben womöglich gute Ideen und Verbesserung unerwähnt. Um dem entgegenzuwirken, sind kleine Zusammenkünfte in der Gruppe sehr sinnvoll, da sie abseits der Arbeitszeit einen produktiven Austausch ermöglichen können. Auch konnte beobachtet werden, dass neue Prozesse angenommen werden, wenn diese verständlich an das Personal kommuniziert sind. Für die neuen DSGVO Prozesse wurde eine eigene Schulung für die Mitarbeiter/Innen abgehalten und es konnten mehrere Szenarien besprochen und inszeniert werden. Durch diese Schulung ist das Personal sicherer, bezüglich der DSGVO geworden und wusste durch die praktizierenden Szenarien, wie sie bei bestimmten Anfragen reagieren sollen. Das schafft ein Sicherheitsgefühl bei den Mitarbeitern und erleichtert die tägliche Arbeit insofern, da die Mitarbeiter/Innen die bestehenden Anfragen ohne viel Aufwand bearbeiten können.

Auch positiv anzumerken ist die neue Kategorie in der Balanced Scorecard „Wachstum“. Für diesen Fall und dieses Unternehmen ist die neue Kategorie meiner Meinung nach gerechtfertigt da diese die Kennzahlen übersichtlicher auf die jeweilige Vision abbildet. Ob diese Kategorie Sinn für andere Unternehmen ergibt ist individuell zu überprüfen.

Kritisch zu beurteilen ist die relativ niedrige Aufmerksamkeit der DSGVO bei KMU's die sich dadurch einem hohen wirtschaftlichen Risiko aussetzen. Für zukünftige Arbeiten kann in Betracht gezogen werden wie die Aufmerksamkeit auf Themen wie die der DSGVO besser gestaltet werden können.

Durch die DSGVO sind aus meiner Sicht die europäischen Unternehmen gut für die Zukunft gerüstet. Durch die hohe Datensammlung weltweit braucht es Standards die diese Daten schützen und die Europäische Union hat den richtigen Schritt in diese Richtung unternommen. Die DSGVO stellt zwar einen initialen Mehraufwand für Unternehmen dar, reduziert aber das Risiko und die Folgekosten bei schwerwiegenden Vorfällen in Bezug auf personenbezogene Daten. Ich erwarte das andere Staaten auf die DSGVO in ähnlicher Weise folgen werden um den Bürgerinnen und Bürgern mehr Kontrolle über Ihre personenbezogenen Daten zurück geben.

7 Quellenverzeichnis

- [1] Daniel AJ Sokolov: „Keine Strafen: Österreich zieht neuem Datenschutz die Zähne“, unter: <https://www.heise.de/newsticker/meldung/Keine-Strafen-Oesterreich-zieht-neuem-Datenschutz-die-Zaehne-4031217.html> (abgerufen am 26.04.2018)
- [2] Fabian Schmid: „EU-Kommission nimmt Österreichs Regeln zum Datenschutz ins Visier“, unter: <https://derstandard.at/2000080583421/EU-Kommission-nimmt-oesterreichische-Datenschutzregeln-ins-Visier> (abgerufen am 02.06.2018)
- [3] Wirtschaftskammer Österreich: „Die Datenschutzgrundverordnung in Handelsunternehmen“, unter: <https://www.wko.at/branchen/handel/datenschutzgrundverordnung-in-handelsunternehmen.html> (abgerufen am 13.04.2018)
- [4] Wirtschaftskammer Österreich: „EU-Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO)“, unter: <https://www.wko.at/service/wirtschaftsrecht-gewerberecht/EU-Datenschutz-Grundverordnung.html> (abgerufen am 13.04.2018)
- [5] Austrodekor: „Katalog austrodekor“, unter <https://www.austrodekor.at/wp-content/uploads/2019/01/katalog.pdf> (abgerufen am 20.05.2018)
- [6] Finanzamt Jahresbelegprüfung, unter https://www.bmf.gv.at/steuern/selbststaendige-unternehmer/Erinnerung_Jahresbeleg.html (abgerufen am 17.10.2018)

8 Anhang

8.1 Projektplanung

Das jeweilige Toolset bzw. die erwähnten Dokumente in dem folgenden Projektplan sind über die WKO [3] abrufbar. Für austrodekor wurden die Dokumente an die jeweiligen Anforderung angepasst und erweitert.

Projektplan zur Umsetzung der DSGVO

Projektverantwortlicher: GeschäftsführerIn
Projektbeginn: 06.04.2018
Projektende: 25.05.2018

Aufgabe	Verantwortliche/r	Beginn	Ende	Erledigt
---------	-------------------	--------	------	----------

Digitalisierung und die Datenschutz-Grundverordnung

1. Management sensibilisieren	David Rozak	06.04.2018	20.04.2018	✓
2. Projekt aufsetzen	GeschäftsführerIn, David Rozak	14.04.2018	12.05.2018	✓
3. Datenschutzorganisation im Unternehmen definieren	GeschäftsführerIn	16.04.2018	20.05.2018	✓
4. Information über Prozesse erheben / Verzeichnis der Verarbeitungstätigkeit	David Rozak	20.04.2018	12.05.2018	✓
5. Prüfung der Rechtmäßigkeit	David Rozak	14.04.2018	17.04.2018	✓
6. Auftragsverarbeitung	GeschäftsführerIn	16.04.2018	24.05.2018	✓
7. Technisch/organisatorische Maßnahmen	David Rozak	16.04.2018	24.05.2018	✓
8. Datenschutz Folgeabschätzung	David Rozak	01.05.2018	12.05.2018	✓
9. Unternehmensrichtlinien und Schulungen	GeschäftsführerIn, David Rozak	12.05.2018	24.05.2018	✓
10. Datenschutz im laufenden Betrieb	GeschäftsführerIn, David Rozak	12.05.2018	25.05.2018	✓

Zur Kenntnis genommen und genehmigt durch die Geschäftsführung:

Datum

Unterschrift

1. Management sensibilisieren

Verantwortlicher: David ROZAK

Beginn: 06.04.2018

Ende: 17.04.2018

Beschreibung:

Am Beginn muss die Unternehmensführung und das Management für das Thema Datenschutz und die neuen Anforderungen nach Datenschutzgrundverordnung sensibilisiert werden. Dafür können Seminare und Veranstaltungen der Wirtschaftskammer oder anderer Seminaranbieter besucht werden oder es kann einschlägige Fachliteratur gelesen werden. Ziel ist, dass das Management die Grundbegriffe des neuen Datenschutzrechts kennt und erkennt, dass im Unternehmen Schritte zur Umsetzung erfolgen müssen.

a. Einführungspräsentation

Interne Umsetzung (vom Unternehmen auszufüllen):

2. Projekt aufsetzen

Verantwortlicher: GeschäftsführerIn, David Rozak

Beginn: 14.04.2018

Ende: 12.05.2018

Beschreibung:

Um die Maßnahmen zum Datenschutz im Unternehmen strukturiert umsetzen wird ein Projektplan aufgesetzt. Dieser wird mit der Geschäftsführung und den Mitarbeitern zusammen bis 25.05.2018 umgesetzt. Die Geschäftsführung und die Mitarbeiter/Innen sollen nach dem Projekt für den Datenschutz sensibilisiert sein und über die eigene Verarbeitung der Daten die im Unternehmen stattfinden und Datenschutzpflichtig sind informiert sein.

Interne Umsetzung (vom Unternehmen auszufüllen):

3. Datenschutzorganisation im Unternehmen definieren

Verantwortlicher: GeschäftsführerIn

Beginn: 16.04.2018

Ende: 20.05.2018

Beschreibung:

Am Beginn des Projekts muss definiert werden, wer im Unternehmen für Datenschutz zuständig ist. Diese Tätigkeiten werden meist in 2 Positionen dargestellt:

Der Datenschutzmanager/Die Datenschutzmanagerin ist normalerweise für die Umsetzung der Anforderungen zuständig und dann im laufenden Betrieb für den Umgang mit Anfragen von Betroffenen, usw. Diese Position kann auch die Geschäftsführung innehaben.

Der Datenschutzbeauftragte ist eine Position, deren Aufgaben in der DSGVO definiert ist. Diese Position hat eine eher beratende Rolle im Thema Datenschutz und soll va Kontrollen ausüben. Diese Position ist mit einer Geschäftsführungsposition oder IT-Funktion wegen der Selbstkontrolle unvereinbar.

Ein Datenschutzbeauftragter ist nur in gewissen Fällen verpflichtend zu bestellen, kann aber freiwillig bestellt werden. In einem typischen Handelsunternehmen wird es eher keine Verpflichtung zur Bestellung eines Datenschutzbeauftragten geben. Auch kann diese Funktion ausgelagert werden.

Des Weiteren sollte man sich bereits im Vorfeld überlegen, wer im Anlassfall zum Thema Datenschutz Hilfestellung geben kann. Daher sollte eventuell der Kontakt zum Firmenanwalt, zum Datenschutzverantwortlichen des Dienstleisters etc. hier hinterlegt werden.

Dieses Dokument soll eine Übersicht über die Verantwortungen im Unternehmen zum Thema Datenschutz geben. Auch sollen hier wichtige Personen/Stellen wie Rechtsanwaltskanzlei, Datenschutzverantwortliche bei Dienstleistern etc. enthalten sein.

- a. Positionsbeschreibung Datenschutz Manager/Verantwortlicher
- b. Positionsbeschreibung Datenschutzbeauftragter (nach DSGVO)

Interne Umsetzung (vom Unternehmen auszufüllen):

4. Information über Prozesse Erheben / Verzeichnis der Verarbeitungstätigkeit

Verantwortlicher: David Rozak

Beginn: 20.04.2018

Ende: 12.05.2018

Beschreibung:

In diesem Schritt müssen im Unternehmen alle Prozesse identifiziert werden, in denen Daten verarbeitet werden. Dann muss ein Verzeichnis der Verarbeitungstätigkeiten angelegt werden. Dies muss auch enthalten, an wen allenfalls Daten weitergegeben werden.

Dies ist für alle Unternehmen der umfassendste Schritt in der Umsetzung. Das Toolset unterstützt dies durch Beispielvorgaben für die Verfahrenstätigkeiten „Rechnungswesen und Geschäftsabwicklung“, „Personalverwaltung“ und „Marketing“. Weitere Verfahrenstätigkeiten sind aufgezählt.

Die Toolbox enthält dazu folgende Dokumente:

Die Datenschutz-Grundverordnung mit der Digitalisierung und mit Prozessänderungen

a. Musterverfahrensdokumentation inkl. Prüfung auf Rechtmäßigkeit und allfällige Risikoanalyse hinsichtlich Datenschutzfolgenabschätzung (Verfahrensverzeichnis)

Interne Umsetzung (vom Unternehmen auszufüllen):

5. Prüfung der Rechtmäßigkeit

Verantwortlicher: GeschäftsführerIn, David Rozak

Beginn: 17.04.2018

Ende: 25.05.2018

Beschreibung:

Da die Verarbeitung von Daten grundsätzlich verboten ist und nur in besonderen Fällen erlaubt ist, ist es notwendig für jede Verarbeitungstätigkeit eine Rechtsgrundlage zu haben. Diese Rechtsgrundlagen sind in der DSGVO definiert. Werden personenbezogene Daten erhoben haben die betroffenen Personen nach Artikel 13 und Artikel 14 DSGVO darüber informiert zu werden. In diesen Artikeln ist definiert, welche Informationen vom Verantwortlichen bereitgestellt werden müssen. Diese Information kann auch auf der Website in der sog. Datenschutzerklärung veröffentlicht werden. Diese ist nicht nur bei Online-Shops und Online-Formularen zu verwenden, sondern es kann auch bei Einverständniserklärungen (z.B. bei Anmeldung zu Newslettern) darauf verwiesen werden.

Das Toolset enthält dazu die folgenden Dokumente:

- a. Rechtsgrundlagen nach DSGVO inkl. Muster für Rechtsgrundlagen pro Verarbeitungstätigkeit
- b. Eine Musterdatenschutzerklärung für ein Unternehmen zur Veröffentlichung auf der Website (Datenschutzmitteilung)
- c. Ein Praxisbeispiel zum Prozess der Sammlung von Interessentendaten (Erhebung von Interessentendaten)
- d. Einverständniserklärung für die Verarbeitung von Interessentendaten (Zustimmungserklärung).

Interne Umsetzung (vom Unternehmen auszufüllen):

6. Auftragsverarbeitung

Verantwortlicher: GeschäftsführerIn

Beginn: 16.04.2018

Ende: 24.05.2018

Beschreibung:

Werden Tätigkeiten wie zum Beispiel IT oder Lohnverrechnung an Dritte ausgelagert muss hinsichtlich Datenschutz mit diesen Auftragsverarbeitern eine Vereinbarung abgeschlossen werden, deren Inhalte in Art. 28 der DSGVO wie folgt definiert sind:

- Verarbeitung nur auf dokumentierte Weisung des Verantwortlichen (inkl Informationspflicht bei abweichender rechtlicher Verpflichtung)
- Vertraulichkeitserklärung/Verschwiegenheitspflicht des Personals
- Sicherstellung von technischen und organisatorischen Datenschutzmaßnahmen
- Zustimmungsrechte oder Informationspflicht mit Einspruchsrecht bei Subauftragsverarbeitern und Überbindung aller eigenen Verpflichtungen
- Verpflichtung zur Unterstützung des Verantwortlichen hinsichtlich Datensicherheit und Betroffenenrechte
- Pflicht zur Datenlöschung/-rückgabe nach Beendigung der Tätigkeit
- Nachweis- und Inspektionsrechte

Der auslagernde Unternehmer als Verantwortlicher hat eine Rechenschaftspflicht über die Einhaltung von geeigneten technischen und organisatorischen Maßnahmen beim Auftragsverarbeiter (Auswahlverschulden).

Das Toolset enthält dazu die folgenden Dokumente:

b. Auftragsverarbeitungsvertrag

Interne Umsetzung (vom Unternehmen auszufüllen):

7. Technisch organisatorische Maßnahmen

Verantwortlicher: David Rozak

Beginn: 16.04.2018

Ende: 24.05.2018

Beschreibung:

Die Definition der Technisch Organisatorische Maßnahmen ist in Artikel 32 der DSGVO zu finden. Verantwortliche und Auftragsverarbeiter haben dafür zu sorgen, dass „geeignete technische und organisatorische Maßnahmen“ implementiert sind, die sicherstellen, dass „ein angemessenes Schutzniveau zu gewährleistet ist“.

Die Maßnahmen sollen sicherstellen, dass die Vertraulichkeit, Integrität, Verfügbarkeit und Sicherheit der Daten und damit der Systeme gegeben ist.

Für den Verantwortlichen sind dabei der Stand der Technik, die Implementierungskosten und das Risiko (Eintrittswahrscheinlichkeit und Schadenshöhe) zu berücksichtigen.

Das Toolset enthält dazu das folgende Dokument:

a. Technisch/Organisatorische Maßnahmen

Die Datenschutz-Grundverordnung mit der Digitalisierung und mit Prozessänderungen

In der Toolbox ist zu Technisch organisatorischen Maßnahmen ein Dokument enthalten, das die Maßnahmen beschreibt und eine Liste von technischen und organisatorischen Maßnahmen enthält.

Jedes Unternehmen muss nach einer Risikoeinschätzung die geeigneten technisch-organisatorischen Maßnahmen einführen.

Interne Umsetzung (vom Unternehmen auszufüllen):

8. Datenschutz Folgenabschätzung

Verantwortlicher: David Rozak

Beginn: 01.05.2018

Ende: 12.05.2018

Beschreibung:

Eine Datenschutzfolgenabschätzung ist dann durchzuführen, wenn Daten besonderer Kategorien verarbeitet werden und in diesem Zusammenhang ein Risiko für den Betroffenen besteht. Auch ist für Verarbeitungstätigkeiten, die auf der sog „Blacklist“ der Datenschutzbehörde stehen, eine Folgenabschätzung durchzuführen.

Im ersten Schritt muss eine Risikoabschätzung erfolgen. Sollte als Ergebnis ein Risiko für Betroffene bestehen, ist eine Datenschutzfolgenabschätzung durchzuführen.

Sollte in Ihrem Unternehmen eine Datenschutz-Folgenabschätzung notwendig sein dann ist es aufgrund der Komplexität einer solchen am besten, externe Unterstützung in Anspruch zu nehmen.

Beispiel:

a. Risikoeinschätzung

Eine Risikoeinschätzung als erster Schritt einer Datenschutz Folgenabschätzung ist bereits im Dokument der Verfahrensdokumentation (Verfahrensverzeichnis) enthalten.

Interne Umsetzung (vom Unternehmen auszufüllen):

9. Unternehmensrichtlinien und Schulungen

Verantwortlicher: GeschäftsführerIn, David Rozak

Beginn: 12.05.2018

Ende: 24.05.2018

Beschreibung:

Um das Thema Datenschutz im Unternehmen bekannt zu machen und die Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen zu sensibilisieren, müssen Schulungen abgehalten werden.

Auch muss es im Unternehmen Richtlinien für Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen geben, wie mit Daten umzugehen ist und welche Tätigkeiten nicht erlaubt sind.

Um diesen Bereich abzudecken sind im Toolset folgende Musterdokumente enthalten:

a. Allgemeine Datenschutzrichtlinie

Muster für eine allgemeine Richtlinie zum Umgang mit Daten im Unternehmen

b. Richtlinie Umgang mit Daten besonderer Kategorien

Muster für eine Richtlinie für den Umgang mit sensiblen Daten (v.a. für Personaldaten)

c. Richtlinie Umgang mit Datenträgern oder Privatgeräten

Umgang mit externen Datenträgern und Mobiltelefonen. Um im Falle des Verlusts eines Datenträgers oder Mobiltelefons keine personenbezogenen Daten zu verlieren und eventuell eine Data Breach Notification an die Datenschutzbehörde machen zu müssen, sollen keine Daten direkt auf diesen Geräten gespeichert werden. ein Verbot einer solchen Speicherung enthält diese Musterrichtlinie.

d. Schulungsunterlage (inkl. Bestätigung)

Diese Schulungsunterlage soll Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen in Handelsbetrieben (v.a. Verkäuferinnen und Verkäufern) ein Grundlagenwissen zum Datenschutz geben. Das Muster muss um die unternehmensspezifischen Details ergänzt werden. Der Besuch der Schulung/der Erhalt der Unterlage muss dokumentiert werden.

Interne Umsetzung (vom Unternehmen auszufüllen):

10. Datenschutz im laufenden Betrieb

Verantwortlicher: GeschäftsführerIn

Beginn: 12.05.2018

Ende: 25.05.2018

Beschreibung:

Ab dem 25.5.2018 gelten die Anforderungen der DSGVO. Ab diesem Zeitpunkt muss die Datenschutzorganisation im Unternehmen funktionieren und alle Beschäftigten müssen mit dem Thema umgehen können. Vor allem muss die Datenschutzorganisation bekannt sein.

Beigelegt sind dazu die folgenden Dokumente:

Die Datenschutz-Grundverordnung mit der Digitalisierung und mit Prozessänderungen

- a. Datenschutzanfragen Anweisung fuer MitarbeiterInnen
- b. Datenschutzanfragen Aushang

Bei Anfragen zum Thema Datenschutz (Löschbegehren, Richtigstellungen, Beschwerden) müssen Beschäftigte richtig reagieren und immer auf die Wichtigkeit des Datenschutzes im Unternehmen hinweisen und auf den Verantwortlichen verweisen. Das Dokument a1 enthält dazu eine Musteranweisung, die um den Namen des Datenschutzverantwortlichen ergänzt werden muss. Das Dokument a2 enthält einen Mustertext, der eventuell übergeben werden kann bzw. am Telefon mitgeteilt werden kann.

Die weiteren Dokumente sind hauptsächlich für den Datenschutzverantwortlichen bestimmt:

- c. Prozess Datenschutzanfrage

Dieses Musterdokument beschreibt den Umgang mit einer Datenschutzanfrage und welche Schritte gesetzt werden müssen.

- d. Data Breach

Im Falle eines Verlusts von personenbezogenen Daten (Hacking, Verlust von Geräten oder Speichermedien) kann es notwendig sein, dass binnen 72 Stunden nach Bekanntwerden die Behörde verständigt werden muss. Die Anforderungen an so eine Data Breach Notification sind in diesem Dokument zu finden.

- e. Prozess Anfragen Datenschutzbehoerde

Wie wird mit Anfragen der Datenschutzbehörde umgegangen. Welche externe Hilfe steht zur Verfügung.

- f. Logbuch Datenschutz

Das Muster für ein einfaches Logbuch Datenschutz. Dies dient der Dokumentation von Vorgängen zum Datenschutz. Da der Behörde die getätigten Maßnahmen im Bedarfsfall nachgewiesen werden müssen ist es sinnvoll alle Tätigkeiten im Zusammenhang mit Datenschutz (Anfragen von Betroffenen und deren Bearbeitung, Schulungen, Änderungen der Verarbeitungen, etc) laufend zu dokumentieren.

Interne Umsetzung (vom Unternehmen auszufüllen):

8.2 Verarbeitungsverzeichnis/Verfahrensverzeichnis

Verfahrensverzeichnis

Es folgt eine Übersicht von wesentlichen Verfahrenstätigkeiten einfach strukturierter Einzelhändler, wobei jene Tätigkeiten ohne farblicher Hinterlegung als optional gesehen werden können und die Beurteilung der Relevanz der Tätigkeiten im Einzelfall zu erfolgen hat. Die optional angeführten Tätigkeiten stellen jedenfalls keine abschließende Auflistung dar.

Im Rahmen der einzelnen Tätigkeiten wurden bereits einzelne Verarbeitungsprozesse definiert, welche jedenfalls einer individuellen Ergänzung bedürfen.



Verantwortliche Person:

Im Rahmen der einzelnen Verfahrenstätigkeiten bedarf es der Bestimmung eines Verantwortlichen je Tätigkeit. Aus Gründen der Praktikabilität kann dies jedoch gesammelt für alle Tätigkeiten erfolgen:

Art 30 lit a DSGVO

GeschäftsführerIn
Musterstraße 1
0000 Musterort
Tel +43 yyy xxxx
Email max.mustermann@mustermann.at

Technische und organisatorische Maßnahmen:

Siehe entsprechende Beilage.

Änderungsprotokoll:

Das Verzeichnis bedarf einer regelmäßigen Aktualisierung. Eine entsprechende Dokumentation der Änderungen ist notwendig.

Risiko und Folgenabschätzung

Für **jede** Verfahrenstätigkeit ist abzuschätzen, ob diese ein Risiko für die Rechte anderer bergen könnte. Sollte man in Zuge dieser Abschätzung zu einem hohen Risiko gelangen, so ist eine weitergehende Beurteilung im Sinne einer Folgenabschätzung notwendig. Achten sie dabei unbedingt auf eine ausreichende Dokumentation (Etwaige Ergänzungen dieses Dokuments). Sofern Auftragsverarbeiter einbezogen werden, sind diese in die Beurteilung entsprechend einzubeziehen.

Zur Info:

Grundsätzlich sollte die Behörde sogenannte "White" und "Black"-Listen veröffentlichen, welche verschiedene Tätigkeiten von der Folgenabschätzung ausschließt bzw eine verpflichtende Folgenabschätzung anordnet. Aktuell liegen diese jedoch noch nicht auf.

Im Rahmen der vordefinierten wesentlichen (farblich hinterlegten) Tätigkeiten kann bei einem gewissen Maß an ordentlicher Sorgfalt ein tendenziell eher niedriges Risiko angenommen werden, wobei jedenfalls eine Beurteilung im Einzelfall zu erfolgen hat.

Welche Indikatoren können dabei zur Beurteilung herangezogen werden, ob ein Risiko vorliegt:

- Einsatz von Cloud Services
- Einsatz von individuellen Softwarelösungen
- Werden Daten in hohem Umfang verarbeitet
- Verarbeitung von Daten schutzbedürftiger Personen
- Entsteht die Gefahr von Identitätsdiebstahl oder -betrug
- Existieren keine wirksamen Schutzmechanismen vor unbefugter (Verschließbare Räume, Firewalls, Passwortschutz, ...)
- Drohen erhebliche Schäden durch Verlust der Vertraulichkeit
- Besitzen zugriffsberechtigte Personen keine angemessenen Bereich des Datenschutzes

ja	nein
X	
X	
X	
X	
X	
X	
X	
X	

Sollten Sie die überwiegende Anzahl der Fragen mit "Ja" beantwortet haben, **könnte** für die entsprechende Verarbeitungstätigkeit eine **Folgenabschätzung notwendig sein**.

Bei den folgenden Verarbeitungstätigkeiten ist man **jedenfalls** zu einer Folgenabschätzung verpflichtet:

- Automatisierte Analyse und Bewertung persönlicher Aspekte von Personen
 - Verarbeitung von Daten mit strafrechtlichem Bezug (in erhöhtem Umfang)
 - Umfangreiche Verarbeitung Daten besonderer Kategorie
 - Überwachung von öffentlichen Bereichen (Videokameras, ...)
- Art 35 DSGVO

ja	nein
X	
X	
X	
X	

Eine Folgenabschätzung sowie eine Abschätzung der Notwendigkeit im Zweifelsfall bedarf tiefergehender Kenntnisse im Bereich des Datenschutzes und sollte daher jedenfalls in Abstimmung mit fachkundigen Dritten erfolgen.

Die oben durchgeführten Einschätzungen beziehen sich auf folgende Verarbeitungstätigkeiten und ergaben die Notwendigkeit einer Folgenabschätzung:

- VT01 (SA001) Rechnungswesen und Geschäftsführung
- VT02 (SA002) Personalverwaltung
- VT03 (SA022) Marketing

ja	nein
X	
X	
X	

VT01 Rechnungswesen und Geschäftsführung

Rechnungswesen und Geschäftsführung VT01 (SA001)

- Buchhaltung bzw Einnahmen-Ausgaben-Rechnung
- Verarbeitungen im Rahmen des Steuerrechts bzw Übermittlungen an Steuerberater und Finanzamt
- UVAs
- Kostenrechnung
- Verwaltung der Bankkonten bei Kreditinstituten (Zahlungsverkehr)
- Auflagen iZm Registrierkassen
- Ausgangs- und Eingangsrechnungen (Einkauf / Verkauf)
- Miet- und Leasingverträge
- Versicherungen
- Lagerverwaltung (incl Inventurunterlagen)

Zweck:

- Verarbeitung von Daten im Rahmen der unternehmens- und steuerrechtlichen Dokumentationspflichten
- Vertragsverwaltung (Bestandsverträge, Einkauf / Verkauf)
- Durchführung des Zahlungsverkehrs
- Führen des täglichen Geschäftsverkehrs

Löschfrist/Höchstdauer:

Bis zur Beendigung der Geschäftsbeziehung oder bis zum Ablauf der für den Auftraggeber geltenden Garantie-, Gewährleistungs-, Verjährungs- und gesetzlichen Aufbewahrungsfristen; darüber hinaus bis zur Beendigung von allfälligen Rechtsstreitigkeiten, bei denen die Daten als Beweis benötigt werden.

Übermittlungsempfänger:

- 1 Banken zur Abwicklung des Zahlungsverkehrs
- 2 Rechtsvertreter im Geschäftsfall
- 3 Wirtschaftsprüfer und Steuerberater
- 4 Gerichte
- 5 Zuständige Verwaltungsbehörden, insb. Finanzbehörden
- 6 Inkassounternehmen zur Schuldeneintreibung (ins Ausland daher nur, soweit die Schuld im Ausland
- 7 Fremdfinanzierer wie Leasing- oder Factoringunternehmen und Zessionare, sofern die Lieferung oder
- 8 Vertrags- oder Geschäftspartner, die an der Lieferung oder Leistung mitwirken bzw. mitwirken sollen
- 9 Versicherungen aus Anlass des Abschlusses eines Versicherungsvertrages über die Lieferung/Leistung oder
- 10 Bundesanstalt „Statistik Österreich“ für die Erstellung der gesetzlich vorgeschriebenen (amtlichen) Statistiken
- 11 Konzernleitung des Auftraggebers, bei Lieferanten sowie gewerblichen Kunden und Großkunden
- 12 Kunden (Empfänger von Leistungen)

Übermittlung in Drittländer (Nicht-EU-Länder)

Wenn ja,

ja	nein
	X

Kategorien betroffener Personen:

- 1 Kunden
- 2 Lieferanten
- 3 Mitarbeiter
- 4 An der Geschäftsabwicklung mitwirkende Dritte

Kategorien personenbezogener Daten:

- 1 Stamm- und Kontaktdaten
- 2 Vertragsdaten
- 3 Verrechnungs- und Zahlungsdaten
- 4 Registerauszüge
- 5 Korrespondenz

Anwendung Profiling

Bewerten, Analysieren bzw Vorhersagen von personenbezogenen Daten (zb personalisierte Onlinewerbung)

ja	nein
	X

Art 9 DSGVO

Seite 1/1

VT02 Personalverwaltung

Personalverwaltung VT02 (SA002)

- Personalverwaltung von bestehenden Dienstverhältnissen
- Verwaltung von Bewerbungen bzw Stellenausschreibungen
- Zeiterfassungssysteme
- Zutrittssysteme (Schlüssel- u Chipsysteme)
- Krankmeldungen
- Kündigungen
- An/Abmeldung Krankenkasse
- Personalverrechnung incl Pfändung
- Gehaltszahlungen
- Dienstverträge
- Stellenausschreibungen
- Arbeitsplatzbeschreibungen

Zweck:

- Personalverrechnung und Erfüllung von gesetzlichen Dokumentations- und Melde bzw Auskunftspflichten
- Personalverwaltung (insb hinsichtlich Bereitschaft, Dienstpläne und Vertragsverwaltung)
- Bewerbermanagement von laufenden Bewerbungen und in Abstimmung
- Mit dem Bewerber in Evidenz gehaltene Bewerbungen

Löschfrist/Höchstdauer:

Bis zur Beendigung der Beziehung mit dem Betroffenen und darüber hinaus solange als gesetzliche

Übermittlungsempfänger:

- 1 Banken
- 2 Rechtsverkehr im Geschäftsfall
- 3 Wirtschaftsprüfer und Steuerberater
- 4 Gerichte
- 5 Verwaltungs- und Finanzbehörden
- 6 Inkassounternehmen
- 7 Vertrags- oder Geschäftspartner sofern direkte Mitwirkung
- 8 Versicherungen
- 9 Externe Veranstalter für Events und Fortbildungen
- 10 Vorsorge- und Krankenkassen
- 11 AMS
- 12 gesetzliche Interessensvertretung

Übermittlung in Drittländer (Nicht-EU-Länder)

Wenn ja,

ja	nein
	X

Kategorien betroffener Personen:

- 1 Mitarbeiter (Unabhängig von der Art der Anstellung: freier DN, Angestellter, Arbeiter, ...)
- 2 Bewerber und Interessenten
- 3 Kunden und Lieferanten
- 4 An der Geschäftsabwicklung mitwirkende Dritte

Kategorien personenbezogener Daten:

- 1 Stamm- und Kontaktdaten
- 2 Vertragsdaten
- 3 Verrechnungs- und Zahlungsdaten
- 4 Bewerberdaten
- 5 Korrespondenz

Anwendung Profiling

Bewerten, Analysieren bzw Vorhersagen von personenbezogenen Daten (zb personalisierte Onlinewerbung)

ja	nein
	X

VT03 Marketing

Marketing
VT03 (SA022)
- Außenauftritt
- Newsletter Systeme
- Homepages

Zweck:

- Verwendung von Kunden- und Interessentendaten
- Für die Geschäftsanbahnung im Rahmen der eigenen Geschäftstätigkeiten

Löschfrist/Höchstdauer:

Bis Ablauf der im Rahmen der Erhebung definierten Frist bzw bis Widerruf durch den Betroffenen.

Übermittlungsempfänger:

- 1 Event-Veranstalter

Übermittlung in Drittländer (Nicht-EU-Länder)

Wenn ja,

ja	nein
	X

Kategorien betroffener Personen:

- 1 Interessenten (Dritte)
- 2 Kunden und Lieferanten

Kategorien personenbezogener Daten:

- 1 Stamm- und Kontaktdaten (Ordnungsnummer, Name, Anrede/Geschlecht/Titel, Geburtsdaten,...)
- 2 Nutzungsdaten Online-Angebot (IP, Verweildauer, Klick-Statistiken, Herkunft IP, Browserinformationen,...)
- 3 Korrespondenz

Anwendung Profiling

Bewerten, Analysieren bzw Vorhersagen von personenbezogenen Daten (zb personalisierte Onlinewerbung)

ja	nein
	X

Art 9 DSGVO

VT04 Akten- und Datenverwaltung (IT)

Akten- und Datenverwaltung (IT)
VT04

- Sicherungssysteme
- Ausfall- und Backupsysteme

Zweck:

- Sicherung der täglichen Rechnungslegung und wöchentliches Gesamtbackup des Systems

Löschfrist/Höchstdauer:

Bis Ablauf der im Rahmen der Erhebung definierten Frist bzw bis Widerruf durch den Betroffenen.

Übermittlungsempfänger:

- 1 Keine

Übermittlung in Drittländer (Nicht-EU-Länder)

Wenn ja,

ja	nein
	X

Kategorien betroffener Personen:

- 1 Kunden und Lieferanten
- 2 Mitarbeiter

Kategorien personenbezogener Daten:

- 1 Kontaktdaten
- 2 Korrespondenz

Anwendung Profiling

Bewerten, Analysieren bzw Vorhersagen

Von personenbezogenen Daten (zB personalisierte Onlinewerbung)

ja	nein
	X

8.3 Technisch organisatorische Maßnahmen



Technisch organisatorische Maßnahmen

Für die Umsetzung technisch/organisatorischer Maßnahmen gelten folgende Grundsätze:

- **Sicherheit:** Daten müssen gegen unbefugten Zugriff durch technische und organisatorische Maßnahmen geschützt sein.
- **Vertraulichkeit:** personenbezogene Daten dürfen niemand anderem, als im eigentlichen Zweck vorgesehen, zur Verfügung gestellt werden, bzw. muss verhindert werden, dass jemand anderer darauf Zugriff erhält.
- **Integrität:** Datensätze dürfen nicht fälschlicherweise verändert werden. Es muss die Korrektheit gewährleistet werden.
- **Verfügbarkeit:** Die Systeme und Dienste müssen verfügbar bleiben. Sie dürfen nicht unwiederbringlich verloren gehen durch Systemabsturz oder Verlust eines Ordners.

In unserem Unternehmen sind die folgenden technischen und organisatorischen Maßnahmen vorhanden:

Maßnahme	Technisch/organisatorisch
Virens Scanner	Technisch
Firewall	Technisch
Passwortregelungen	Technisch
Regelmäßige Datensicherung	Technisch
Beispiel: Berechtigungskonzept mit Rollen die den Zugriff auf die Daten beschränken	Organisatorisch mit technischer Umsetzung
Mitarbeiter bezüglich IT-Sicherheit schulen	Organisatorisch
Notfallpläne für IT-Sicherheitsvorfälle	Organisatorisch
Richtlinie zur sicheren Nutzung von IT und Internet	Organisatorisch

8.4 Balanced Scorecard

austrodekor
Balanced Scorecard - Finanzen
 22.04.2018

Finanzen										
Strategisches Ziel	Kennzahl	Einheit	Toleranz unten	Zielwert	Q1	Q2	Q3	Q4	Jahr	Analyse
Profitabilität steigern	Rohertrag / Produkt	%								
Konkurrenzfähig bleiben	Konkurrenzpreise	%								
Gewinn steigern	Gewinn	%								
Umsatz erhöhen	Umsatzsteigerung	%								
Deckungsbeitrag erhöhen	Deckungsbeitrag / Kunde	EURO								

austrodekor
Balanced Scorecard - Kunden
 22.04.2018

Kunden										
Strategisches Ziel	Kennzahl	Einheit	Toleranz unten	Zielwert	Q1	Q2	Q3	Q4	Jahr	Analyse
Kundenzufriedenheit verbessern	Kundenfeedback	Anzahl								
Qualität / Service verbessern	Rücknahmen / Kunde	Anzahl								
Anteil Neukunden erhöhen	Neukundenakquisition	%								
Beschwerdemanagement verbessern	Kundenbeschwerden erfolgreich bearbeitet	%								

austrodekor
Balanced Scorecard - Lernen & Entwicklung
 22.04.2018

Lernen & Entwicklung										
Strategisches Ziel	Kennzahl	Einheit	Toleranz unten	Zielwert	Q1	Q2	Q3	Q4	Jahr	Analyse
Technische & Organisatorische Infrastruktur verbessern	Abgeschlossene Projekte	Anzahl								
Produktrends nicht verpassen	Wettbewerber Sortiment	Anzahl								
Mitarbeiterzufriedenheit steigern	Mitarbeiterzufriedenheit	Anzahl								
Kompetenzen der Mitarbeiter verbessern	Lernbereitschaft / Schulungstage	Anzahl								
Klare Verantwortlichkeiten	Rollendurchführung	%								

Digitalisierung und die Datenschutz-Grundverordnung

austrodekor
Balanced Scorecard - Prozesse
22.04.2018

Prozesse										
Strategisches Ziel	Kennzahl	Einheit	Toleranz unten	Zielwert	Q1	Q2	Q3	Q4	Jahr	Analyse
Prozessabläufe beschleunigen	Stehzeiten	Stunden								
Arbeitsabläufe optimieren	Effizienz von IT System	%								
DSGVO klarer kommunizieren	Logbuch DSGVO	Anzahl								
Prozessabläufe verbessern	Fehler / Lieferung	Anzahl								

austrodekor
Balanced Scorecard - Wachstum
22.04.2018

Lernen & Entwicklung										
Strategisches Ziel	Kennzahl	Einheit	Toleranz unten	Zielwert	Q1	Q2	Q3	Q4	Jahr	Analyse
Technische & Organisatorische Infrastruktur verbessern	Abgeschlossene Projekte	Anzahl								
Produktrends nicht verpassen	Wettbewerber Sortiment	Anzahl								
Mitarbeiterzufriedenheit steigern	Mitarbeiterzufriedenheit	Anzahl								
Kompetenzen der Mitarbeiter verbessern	Lernbereitschaft / Schulungstage	Anzahl								
Klare Verantwortlichkeiten	Rollendurchführung	%								

8.5 EFQM Bewertungsmaßstab

Befähigerkriterien 1-5	Bewertung	Ergebniskriterien 6-9
<p>Wird nicht thematisiert Bis jetzt wurden darüber noch nicht geredet und es gibt auch keine Ideen dazu</p>	1	<p>Wird nicht erhoben Es liegen bis jetzt keine Ergebnisse vor</p>
<p>Wird manchmal thematisiert Es gibt eine Idee. Wird aber noch nicht umgesetzt.</p>	2	<p>Wird manchmal erhoben Es liegen in einigen Bereichen Ergebnisse vor</p>
<p>Wird entwickelt Es gibt schon erste entwicklungen in dieser Richtung und es wird schon zum Teil eingesetzt</p>	3	<p>Wird gemessen Es liegen in gewissen Abständen Ergebnisse vor die zufriedenstellend sind.</p>
<p>Wird entwickelt und umgesetzt Die Idee wurde schon konkret durchdacht und wird eingesetzt. Es gibt aber noch Bereiche die diese Idee nicht einsetzen.</p>	4	<p>Wird gemesse und es werden Ziele definiert Es liegen in regelmäßigen Abständen Ergebnisse von allen relevanten Bereichen vor. Zu den Ergebnissen werden neue Ziele definiert.</p>
<p>Wird entwickelt umgesetzt und bewertet Die Idee hat sich schon bewährt und wird in allen relevanten Bereichen eingesetzt. Es wird laufend überprüft und neu bewertet.</p>	5	<p>Wird gemessen, Ziele werden gesetzt und auch erreicht Es gibt Möglichkeiten die Ergebnisse für alle relevanten Bereiche zu messen. Diese Ergebnisse enthalten die Zielvorgaben und übertreffen sie im optimalen Fall.</p>
<p>Wird entwickelt, umgesetzt, bewertet und angepaßt Die Idee hat sich in allen relevanten Bereichen al bewährt durchgesetzt und wird laufend bewertet und verbessert.</p>	6	<p>Ergebnisse zeigen Wirkung Mit geeigneten Maßnahmen werden die Ergebnisse von allen relevanten Bereichen gemessen und halten die definierten Ziele all über ein Jahr ein.</p>

8.6 EFQM Fragebogen

1. Kriterium: Führung

Unterkriterien	1	2	3	4	5	6
Die Führungskräfte formulieren die Ziele, Aufgaben und Prioritäten verständlich und kommunizieren diese mit den MitarbeiterInnen.						
Die Führungskräfte fördern die internen Arbeitsabläufe und Kommunizieren diese auch. Es gibt klare Zuständigkeiten für die Aufgaben und Ziele						
Die Führungskräfte fördern die Kommunikation mit den Kunden. Sie führen Informationsveranstaltungen durch, ermöglichen Feedback Gespräche mit den Kunden, organisieren Fachmessen und andere.						
Die Führungskräfte pflegen den Kontakt mit den MitarbeiterInnen und sind stets bemüht eine Zusammenarbeit konstruktiv zu ermöglichen.						
Die Führungskräfte setzen sich stets für die Verbesserung der Arbeitsqualität ein. Erwartungen werden von den Führungskräften selbst vollzogen und bilden somit eine gute Basis als Vorbild der MitarbeiterInnen.						
Die Führungskräfte fördern die Erhebung von Ergebnissen die für die Arbeitsweise der MitarbeiterInnen wichtig ist und um diese zu verbessern (Definition von Kennzahlen wie: Monatsumsatz, neue Kunden, Retouren, technische Probleme,...)						
Die Führungskräfte sind für die MitarbeiterInnen erreichbar, gehe auf Sie ein und motivieren diese. Die Führungskräfte unterstützen die MitarbeiterInnen bei der Erreichung der Aufgaben und Ziele. Die Leistungen werden anerkannt und belohnt.						
Die Führungskräfte sind an den Ideen der MitarbeiterInnen interessiert und fördern diese auch. Sie unterstützen die MitarbeiterInnen beim Lernen und ermöglichen Bildungsmaßnahmen.						
Die Führungskräfte bewerten ihr eigenes Verhalten und verbessern es regelmäßig um eine konstruktive Arbeitsweise zu gewährleisten und diese weiter zu optimieren.						
Die Führungskräfte erkennen neue Veränderungen am Markt und in der Branche und motivieren die MitarbeiterInnen diese auch zu unterstützen und umzusetzen.						

2. Kriterium: Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Unterkriterien	1	2	3	4	5	6
Die MitarbeiterInnen erfüllen die erforderlichen Qualifikationen die für die Erreichung der definierten Ziele und Anforderungen benötigt werden.						
Die MitarbeiterInnen besitzen zusätzliche professionelle Kompetenzen oder werden darin gefördert und weitergebildet. (Sozialkompetenz, Kenntnisse der Kassen Systeme, Fachabteilung Kenntnisse, Kundenmanagement)						
Die Geschäftsführung plant ausreichend MitarbeiterInnen ein um den Anforderungen zu genügen und um die aktuellen Aufgaben erfüllen zu können. Neue Mitarbeiter werden in Ihre Aufgabenbereiche eingeschult und erhalten auch durch andere MitarbeiterInnen bzw. der Geschäftsführung Unterstützung.						
Es werden mit jedem MitarbeiterInnen seine Ziel und seine Aufgaben besprochen. Die Umsetzung der Aufgaben und die Erreichung der Ziele werden von der Geschäftsführung unterstützt.						
Die MitarbeiterInnen bekommen regelmäßig Feedback zu ihren Aufgaben. Es werden auch Anreize (Belohnungen) gesetzt um gute Leistungen zu belohnen.						
Die Anliegen von MitarbeiterInnen werden ernst genommen und von der Geschäftsführung zufriedenstellend gelöst.						
Die Geschäftsführung analysiert regelmäßig die Qualifizierungsanforderungen und fördert diese bei Bedarf. Dabei werden Mitarbeitergespräche durchgeführt und Schulungen, Fortbildungen angeboten.						
MitarbeiterInnen werden motiviert neue Ideen und Verbesserungsvorschläge zu kommunizieren die im Unternehmen die Qualität steigern. Es werden neue Produkte und Dienstleistungen entwickelt und ausprobiert.						

Die Datenschutz-Grundverordnung mit der Digitalisierung und mit Prozessänderungen

3. Kriterium: Strategie

Unterkriterien	1	2	3	4	5	6
Die Ziele sind mit den MitarbeiterInnen entwickelt und auch jedem MitarbeiterIn bekannt. Die Aufgaben sind somit für jeden Verständlich.						
Die Führungskräfte bzw. die Fachabteilung kennt die Kundenbedürfnisse und erhebt diese laufend neu. Erwartungen und Anforderungen der Kunden werden erkannt und umgesetzt.						
Für die Ziele werden Daten analysiert um auf zukünftige Trends rechtzeitig zu reagieren. Dabei werden vom Warenwirtschaftssystem Daten erhoben die eine Bewertung der Firmensituation erlauben (Verkäufe, Umsatz, Gewinn, Produkte). Es wird auf neue gesetzliche Änderungen reagiert und die erforderlichen Maßnahmen durchgeführt.						
Es wird von Kunden Feedback eingeholt und damit die laufenden Prozesse im Unternehmen zu verbessern						
Es werden neuen Produkte und Dienstleistungen ausprobiert. Die MitarbeiterInnen sind über die neuen Produkte und Dienstleistungen informiert und können neue Erkenntnisse anwenden.						
Es gibt im Unternehmen eine Möglichkeit die Ziele und Aufgaben zu messen und die Mitarbeiter werden auch mit einbezogen.						
Für die Definition der Ziele werden auch andere Gruppen einbezogen (Kunden, Bekannte, Lieferanten, Politik)						
Die Mitarbeiter werden über die Ziele aktuell gehalten und die Geschäftsführung stellt sicher das die Ziele auch verständlich für alle Mitarbeiter sind.						
Die Geschäftsführung nimmt neue Ideen auf und bespricht diese mit den MitarbeiterIn und versucht diese umzusetzen.						
Das Unternehmen stellt sich auf die Ziele ein und organisiert sich den Zielen entsprechend. Wenn ein Ziel definiert wurde dann wird es auch konsequent verfolgt.						

4. Kriterium: Partnerschaften und Ressourcen

Unterkriterien	1	2	3	4	5	6
Die MitarbeiterInnen kennen die Leistungen und Produkte der anderen Anbieter und können neue Partnerschaften mit diesen Anbietern eingehen oder die Kunden auch an diese verweisen. (Produkte die nicht im Angebot sind den Kunden eine Auskunft erteilen wo er diese besorgen kann)						
Partnerschaften mit anderen Anbietern werden gepflegt und weiterentwickelt.						
Die Verfügbaren Ressourcen (Finanzmittel, Büromaterial,...) werden geplant und wirtschaftlich genutzt bzw. eingesetzt.						
Daten zur wirtschaftlichen Situation sind verfügbar und können kurzfristig ausgewertet werden.						
Der Bestand (Computer, Arbeitsmittel, Material) wird gepflegt und auch auf einem aktuellen Stand gehalten						
Informationen die für die MitarbeiterInnen nötig sind um die internen und externen Aufgaben zu erledigen stehen jederzeit zu Verfügung.						
Das Unternehmen besitzt moderne Informations- und Kommunikationstechnologie (IKT) und nutzt diese um die Abläufe effizienter und schneller zu gestalten.						
Die Geschäftsführung sorgt dafür das die MitarbeiterInnen in ihrem Umfeld laufend am aktuellen Stand gehalten werden und stellt nötiges Material zu Verfügung.						
Das Unternehmen stellt den Kunden fachliches Wissen und Informationen in geeigneter Form zu Verfügung.						

Digitalisierung und die Datenschutz-Grundverordnung

5. Kriterium: Prozesse, Produkte und Dienstleistungen						
Unterkriterien	1	2	3	4	5	6
Alle relevanten Unternehmensprozesse sind definiert und beschrieben. Die Mitarbeiter kennen diese und können jederzeit diese Prozessbeschreibungen einsehen.						
Zuständigkeiten sind klar geregelt und jeder MitarbeiterIn kennt sein Verantwortungsbereich						
Die Dienstleistungen sind aufeinander abgestimmt und werden effizient ausgeführt.						
Es gibt für jeden Kernprozess qualitative und quantitative Ziele die mit Kennzahlen gemessen werden können.						
Die Prozesse werden von der Geschäftsführung oder von leitenden MitarbeiterInnen auf ihre Effektivität und Effizienz überprüft.						
Für neue Produkte und Dienstleistungen werden Partner und Kunden mit einbezogen.						
Es gibt Qualitätskriterien für Produkte. Diese Kriterien werden laufend verbessert und erweitert.						

6. Kriterium: Mitarbeiter/innenbezogene Ergebnisse						
Unterkriterien	1	2	3	4	5	6
Es gibt Kennzahlen bzw. Indikatoren die die MitarbeiterInnen Zufriedenheit messen lassen.						
Es werden Kennzahlen erhoben die die Leistungen und die Professionalität der MitarbeiterInnen messen						
Es gibt Kennzahlen die Beschwerden und Probleme der Mitarbeiter aufnehmen						

7. Kriterium: Kundenbezogene Ergebnisse						
Unterkriterien	1	2	3	4	5	6
Es wird regelmäßig die Kundenzufriedenheit erhoben/gemessen. Hierzu gibt es Kennzahlen die es erlauben eine Auswertung der Ergebnisse durch zu führen.						
Es wird von Partnern/Lieferanten die Leistung erfasst und ausgewertet.						
Es gibt geeignete Verfahren bei Kundenbeschwerden die zu einer geeigneten Lösung führen.						
Es werden Kundenwünsche berücksichtigt und auch Ideen oder Produktvorschläge angenommen.						
Es werden Maßnahmen ergriffen die die Kundenzufriedenheit verbessern, dabei wird auch auf Ideen der MitarbeiterInnen Rücksicht genommen.						

8. Kriterium: Gesellschaftsbezogene Ergebnisse						
Unterkriterien	1	2	3	4	5	6
Es gibt Kennzahlen die das Image(Akzeptanz und Wertschätzung) des Unternehmens messen.						
Werden Behördliche Auflagen und Standards umgesetzt.						
Es werden Kennzahlen erfasst die den Gesellschaftlichen Nutzen der eigenen Leistungen analysiert.						

9. Kriterium: Schlüsselergebnisse						
Unterkriterien	1	2	3	4	5	6
Es gibt Kriterien die die quantitativen Ergebnisse messen. Die Ergebnisse werden Ausgewertet und neue Maßnahmen gesetzt.						
Es gibt Kriterien die die qualitativen Ergebnisse messen. Die Ergebnisse werden Ausgewertet und neue Maßnahmen gesetzt.						
Es gibt Kriterien die die finanziellen Ergebnisse messen. Die Ergebnisse werden Ausgewertet und neue Maßnahmen gesetzt.						
Es gibt Kriterien die die organisatorischen Ergebnisse messen. Die Ergebnisse werden Ausgewertet und neue Maßnahmen gesetzt.						

8.7 Agenda Workshop



AUSTRODEKOR WORKSHOP

28.07.2018 - Agenda

David Rozak
e1427584@student.tuwien.ac.at

Inhaltsverzeichnis

Einführung und Momentane Situation.....	2
Themen (Herausforderungen).....	4
-> Aktuelle Situation,.....	4
Besprechung der ausgewählten Themen / Prozesse.....	4
-> Brainstorming.....	4
(5min - max. 5 Ideen oder Verbesserungen / Person).....	4
.....	4
-> Welche Ideen haben wir?.....	5
-> Ideen priorisieren:.....	5
-> Welche Ideen wollen wir umsetzen (Zieldefinition)?.....	5
Pause 10 – 15min.....	6
-> Wie erreichen wir die Ziele?.....	7
Wie können kurzfristige Erfolge sichtbar werden?.....	7
Wie auf Änderungen der DSGVO reagieren.....	8
Abschluss / Fragen?.....	8

Einführung und Momentane Situation

Heutiges Ziel:

- **Aktive Teilnahme aller Beteiligten**
- **Neue Lösungen und Verbesserungen finden und Umsetzung prüfen**
- **Bewusstsein für die zukünftigen Herausforderungen stärken**

Momentaufnahme:

- DSGVO umgesetzt
- Prozesse modelliert
- Optimierung und Änderungen Aufgrund der Digitalisierung erforderlich
- Effizienzsteigerung ist in einigen Bereichen durchführbar

Kernprozesse:

- Beratung & Verkauf
- Kundenbetreuung
- Fakturierung
- Warenbestellung
- Auftragsverwaltung
- Warenauslieferung

Unterstützungsprozesse:

- DSGVO Management
- Reklamationsmanagement
- Lagerorganisation
- Kundenveranstaltungen
- IT Störungsmanagement
- Kundennachbetreuung
- WWS Management
- Produktinnovation

Herausforderungen

- Digitalisierung (Marketing, Automatisierung, Webshop)
- Mitarbeiterentlastung
- Kundengewinnung & Kundenbindung

Themen (Herausforderungen)

-> Aktuelle Situation,
Besprechung der ausgewählten Themen / Prozesse

- Prozessmodelle präsentieren
- Fehler in Prozessen korrigieren
- Nach Relevanz neue Prozesse definieren

-> Brainstorming
(5min - max. 5 Ideen oder Verbesserungen / Person)



-> Welche Ideen haben wir?

-> Ideen priorisieren:

-> Welche Ideen wollen wir umsetzen (Zieldefinition)?

Pause 10 – 15min



-> Wie erreichen wir die Ziele?

(Umsetzung der Ziele bzw. der Verbesserungsvorschläge)

Wie können kurzfristige Erfolge sichtbar werden?

Vorschläge:

Umsetzung:

Wie auf Änderungen der DSGVO reagieren

- Informationen und Neuerungen von SteuerberaterIn einholen
- Intern einen Verantwortlichen Benennen der sich laufend informiert
- Auf Informationen von ETRON achten

Vorgehensweise:

DSGVO Neuerung auf eigene Relevanz prüfen.

Müssen wir diese umsetzen? Ist diese auch für uns gedacht?

Falls ja, frühzeitig beginnen und Verantwortlichen benennen falls noch nicht geschehen.

Zeitpunkt der Umsetzung und der Fertigstellung festsetzen.

Budget dafür einplanen

Status laufend vom Verantwortlichen einholen um Verzögerungen oder Problemen rechtzeitig entgegen zu wirken

Abschluss / Fragen?

8.9 Workshop Abschlussprotokoll



ABSCHLUSSPROTOKOLL – WORKSHOP VOM 28.07.2018

David Rožak
e1427584@student.tuwien.ac.at



Herausforderungen:

- Ware im System schneller eintragen
- Produktbezeichnungen auf Deutsch
- Neue verantwortungsvolle Mitarbeiter
- Entlastung der Mitarbeiter / Verkaufsleiter (WE)
- Urlaub frühzeitig festlegen
- Warenwirtschaftssysteme (WWS) in Polen und Österreich angleichen
- Eigene Situation prüfen (Eigentümerwechsel am Großgrünmarkt)
- Oft falsche Lieferungen, stimmen mit Lieferschein nicht überein

Ideen:

- Warenbestellung mit frühzeitiger Systemerfassung
- Produktbezeichnung in Polen neu definieren, gegeben falls mit austrodekor abstimmen
- Headhunter beauftragen neu Mitarbeiter zu suchen
- Aufgaben mit Verantwortlichen festlegen
- Durch neue Mitarbeiter Entlastung der bestehenden Mitarbeiter
- Urlaube sollen am Anfang jedes Jahres geplant werden
- Prüfen ob Listenexporte möglich sind oder Excel Vorlagen verwendet werden können
- Szenarien Workshop organisieren
- Bestellscheine für jede Bestellung verpflichtend durchführen

Weitere Ideen und Punkte für Verbesserungen:

- Ausweitung der Kategorie Baumschule / Innenpflanzen
- Tourverkauf
- Kunden halten und neue Kunden gewinnen
- Zeitkritische Prozesse identifizieren und verbessern
- Betriebsbesprechung im Jänner mit bevorstehenden Aufgaben und den Fortschritten der festgelegten Ziele abhalten
- Statistische Auswertungen (Produkte, Lieferanten, Kunden, ...)
- Alle Produkte scannen (EAN) über Etikett oder Mappe
- Reduktion des Warenbestandes auf die Profitabelsten
- Produktnummern im Katalog gleich wie im WWS

Lösungsvorschläge:

1. Bestellscheine erstellen und im Vorfeld nach Möglichkeit neue Produkte anlegen
2. Über Bestellschein nur Lieferung prüfen und einbuchen
3. Auswertungen mindestens einmal pro Quartal um geeignete Maßnahmen (Umsatz, Produkte, Roherträge) rechtzeitig zu planen
4. Etiketten bei allen Produkten einführen; bei Lieferanten einfordern; bei Saisonware von Koga Mappe mit EAN Code anlegen (Vorlaufzeit für Erstellung beachten!)
5. Lieferscheine/Rechnungen digital zu Verfügung stellen nach der Erstellung
6. Agenturen für neue Mitarbeiter beauftragen
7. Unprofitable Waren aus Sortiment herausnehmen, mindestens einmal pro Quartal auswerten
8. Bessere Aufgabenaufteilung der Mitarbeiter & Neueinstellung
9. Betriebsurlaub Anfang Jänner einplanen
10. Angebot von beiden Anbietern einholen für einheitliches System / Lieferschein per Excel des jeweiligen Programms bereitstellen – von Koga Lieferschein Digital an Austrodekor schicken
11. Auszug der Produkte aus dem WWS und Übernahme in den nächsten Katalog
12. Firmenworkshops einführen und die aktuelle Situation und zukünftigen Themen aktiv besprechen und schriftlich festhalten bzw. auch Jahresziele festlegen
13. Szenario Workshop abhalten
14. Lieferverträge prüfen (Pönale bei Falschlieferrung)

Verantwortlichkeiten:

GeschäftsführerIn Koga – 4, 5

GeschäftsführerIn austrodekor – 6, 7, 8, 9, 12, 13, 14

David Rozak – 3, 10, 11

VerkaufsleiterIn – 1, 2, 8, 14

Aufgaben:

Aufgabenplanung	Start	Ende
Bestellscheine	09.08.2018	29.08.2018
Bestellscheine anwenden	30.08.2018	21.11.2018
Statistische Auswertungen	01.08.2018	28.08.2018
Etiketten mit EAN	13.08.2018	31.12.2018
Etiketten in Deutsch	13.08.2018	31.12.2018
Neue Mitarbeiter	13.08.2018	02.10.2018
Warenbestand optimieren	29.08.2018	29.08.2018
Aufgabenaufteilung	01.08.2018	01.08.2018
Urlaubsplanung	13.08.2018	13.08.2018
WWS vereinheitlichen	27.08.2018	27.08.2018
Bestellnummern für Katalog vereinheitlichen	31.08.2018	13.12.2018
Szenario Workshop	06.10.2018	07.10.2018
Lieferverträge prüfen	01.08.2018	23.12.2018
Betriebsbesprechung	05.01.2019	05.01.2019