



SAS Studie zur DSGVO-Fitness: Nur 7 Prozent der Unternehmen weltweit sind vorbereitet

Fast die Hälfte rechnet mit signifikanten Auswirkungen der Datenschutz-Richtlinie auf ihre KI-Projekte

Heidelberg, 25. April 2018 - Die Uhr bis zum Inkrafttreten der EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) tickt - dennoch sind längst nicht alle Unternehmen auf die neuen Vorschriften vorbereitet. Eine aktuelle SAS Studie zeigt, dass 93 Prozent der Umfrageteilnehmer meinen, noch nicht vollständig richtlinienkonform zu sein.

Weniger als die Hälfte (46 Prozent) der globalen Unternehmen, die dazu befragt wurden, geht zumindest davon aus, dass sie bis zum Stichtag 25. Mai bereit sein wird. Dabei gibt es einen beachtlichen Unterschied zwischen US- und EU-Unternehmen: Lediglich 30 Prozent in den USA sind zuversichtlich, die Deadline zu schaffen, während der Anteil in Europa bei immerhin 53 Prozent liegt.

Die DSGVO stellt den Schutz von Personendaten für EU-Bürger auf eine neue Stufe. Verbraucher bekommen mehr Kontrolle darüber, wie Unternehmen mit ihren Daten umgehen. Dabei betreffen die Richtlinien nicht nur EU-Unternehmen, sondern potenziell jede Organisation, die Daten zu EU-Bürgern speichert oder verarbeitet.

"Vor der Forderung nach mehr Datenschutz kann man nicht die Augen verschließen - wir helfen Unternehmen dabei, für ihre Kunden nachvollziehbar zu machen, wie ihre Daten verwendet werden", erklärt Todd Wright, Senior Product Marketing Manager bei SAS. "Dafür müssen Unternehmen jeden Bereich ihrer Geschäftsaktivitäten in eine langfristige DSGVO- und Datenschutzstrategie einbinden. Verlassen sie sich in diesem Punkt nur auf die IT, ist ein Scheitern programmiert."

Auch wenn laut Studie die Mehrheit für den Stichtag im Mai noch nicht bereit ist, arbeiten doch fast alle daran. 93 Prozent sagen, dass sie immerhin einen Plan haben (oder demnächst haben werden). Und der überwiegende Anteil erwartet sich Vorteile unterschiedlichster Art davon, richtlinienkonform zu werden - sei es im Hinblick auf bessere Data Governance oder steigendes Kundenvertrauen.

"Verbraucher erwarten heute genau das Vertrauen, das die DSGVO herstellen soll", führt Wright weiter aus. "Unternehmen, die die Vorgaben erfüllen, profitieren von einem effizienteren Datenmanagement, was wiederum zu höherer Produktivität sowie einem besseren Kundenverständnis und -service führt."

Tatsächlich rechnen 84 Prozent aller Befragten (in der EU sogar 91 Prozent) mit einer Verbesserung ihrer Data Governance durch die DSGVO. 68 Prozent sehen darin Potenzial, das Vertrauen zwischen ihnen und ihren Kunden zu stärken. Zusätzlich erhoffen sie sich davon eine höhere Qualität der Personendaten, ein besseres Unternehmensimage und eine Weiterentwicklung in Richtung datengetriebenes Unternehmen.

Die wichtigsten Ergebnisse der Studie auf einen Blick:

- 58 Prozent haben einen strukturierten Plan für die DSGVO-Umsetzung bereits in der Schublade - und 35 Prozent haben einen solchen zumindest schon auf der Agenda. Damit ist der Anteil derer, die sich bewusst auf die Gesetzesvorgabe vorbereiten, im Vergleich zu der Studie vom vergangenen Jahr (https://www.sas.com/de_de/news/press-releases/2017/oktober/pm171018.html) gestiegen, als noch weniger als die Hälfte (45 Prozent) soweit war. Allerdings haben immer noch 15 Prozent der US- und vier Prozent der EU-Unternehmen keine Pläne für einen strukturierten Prozess.
- 75 Prozent nehmen rechtliche Unterstützung oder Beratung in Anspruch - oder ziehen dies in Betracht.
- 63 Prozent sehen beträchtliche Auswirkungen für ihre Geschäftspraxis.
- Als größte Herausforderung im Vorfeld der DSGVO empfinden die Befragten das Aufspüren sämtlicher Quellen, in denen Personendaten abgelegt sind. Darauf folgt das Erlangen der erforderlichen Fähigkeiten, um DSGVO-Compliance zu managen.
- 49 Prozent sehen Auswirkungen auf ihre Projekte im Bereich künstliche Intelligenz (KI). Die größten Bedenken bereiten in dem Zusammenhang das Herstellen eines informierten Konsenses, das Loggen und Bereitstellen von Profildaten für Auditoren sowie das Einbinden menschlicher Intelligenz in KI-Entscheidungen.
- 75 Prozent gehen davon aus, dass die DSGVO auch Effekte auf ihre IT-Abläufe haben wird.

Für die globale Umfrage wurden branchenübergreifend 183 Mitarbeiter befragt, die für die Vorbereitung ihres Unternehmens auf die Richtlinie verantwortlich sind. Eine umfassende Infografik gibt es unter https://www.sas.com/content/dam/SAS/en_us/doc/infographic/gdpr-109649.pdf.

Weitere Informationen, wie SAS Unternehmen dabei hilft, sich auf die DSGVO vorzubereiten, stehen unter https://www.sas.com/de_de/solutions/personal-data-protection.html zur Verfügung.

circa 4.200 Zeichen

Pressekontakt

Dr. Haffa & Partner GmbH

Frau Anja Klauck
Karlstraße 42
80333 München

haffapartner.de
postbox@haffapartner.de

Firmenkontakt

SAS Institute GmbH

Herr Thomas Maier
In der Neckarhelle 162
69118 Heidelberg

sas.de
thomas.maier@ger.sas.com

SAS ist Marktführer im Bereich Analytics und mit 3,24 Milliarden US-Dollar Umsatz einer der größten Softwarehersteller. Kunden weltweit setzen innovative Software und Services von SAS ein, um Daten in Wissen zu verwandeln und intelligente Geschäftsentscheidungen zu treffen. Seit 1976 verschafft SAS Kunden THE POWER TO KNOW.

Mit SAS entwickeln Unternehmen Strategien und setzen diese um, messen den eigenen Erfolg, gestalten ihre Kunden- und Lieferantenbeziehungen profitabel, steuern in Echtzeit die gesamte Organisation und erfüllen regulatorische Vorgaben.

Firmensitz der US-amerikanischen Muttergesellschaft ist Cary, North Carolina. SAS Deutschland hat seine Zentrale in Heidelberg und weitere Niederlassungen in Berlin, Frankfurt, Hamburg, Köln und München.

Weitere Informationen unter
http://www.sas.com/de_de/company-information.html.

Anlage: Bild

