

## Projektupdate 3

### **Forschungsprojekt *Sphere* – Finale mit anwendererprobtem Prototyp**

*Ob Kunden-, Lieferanten- oder Mitarbeiterdaten im Social Web: Datenschutzgerechter Umgang mit personenbezogenen Daten ist für jedes Unternehmen Pflicht. Datenschutz spielt daher auch bei der Nutzung von Social Media und deren Anknüpfung an das CRM eine wichtige Rolle. Bei Versäumnissen drohen Strafen und Imageschäden.*

**Landau, September 2014.** Seit 2011 beschäftigt sich bowi mit dem Thema Social CRM und nimmt sich in diesem Kontext der Datenschutz-Problematik an. Zu deren Erforschung initiierte bowi im Januar 2013 das vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderte Projekt Sphere: Shielding Privacy within CRM. Neben Konsortialführer bowi und dem Unabhängigen Landeszentrum für Datenschutz Schleswig-Holstein ist das Institut für Wirtschaftsinformatik der Universität Leipzig beteiligt. Das Projekt endet zum Dezember 2014.

Der zweite Prototyp geht noch genauer als sein Vorgänger auf Anwenderbedürfnisse ein und bildet relevante Hilfestellungen zu Datenschutzrisiken innerhalb der typischen Social CRM-Prozesse im Marketing, Vertrieb und Service ab. Statt auf reine Dokumentation im Sinne des Datenschutzmanagements setzt das Sphere-Team zusätzlich auf pro-aktive Risikoidentifikation.

#### **Praxisnahe Erforschung rechtlicher Themenkomplexe**

„Sphere ist das Ergebnis einer tiefgehenden Analyse durch Datenschutzexperten“, beschreibt Olaf Reinhold vom Institut für Wirtschaftsinformatik der Uni Leipzig den aktuellen Prototyp und stellt damit die Bedeutung der Forschungsleistungen neben der Softwareentwicklung klar. Durch rege Beteiligung namhafter Unternehmen als Fallstudienpartner kann sich das Projekt-Team stark an Fällen aus der Praxis orientieren, marktübliche Vorgehensweisen beobachten und kreative Ansätze aus den verschiedenen Fachabteilungen verfolgen. Die Ergebnisse des vorangegangenen Projektabschnittes bilden die Basis dieser Arbeiten. Es geht dabei um die Analyse der Datenschutzprozesse und Aktivitäten zur Planung, Durchführung und Kontrolle von Social Media Vorgängen sowie deren Verknüpfung mit Kundendaten, Kampagnen, Serviceleistungen aus dem CRM.

Die Ergebnisse dieser Forschung fließen in die Weiterentwicklung des Prototyps ein und helfen dabei, die Risikoanalyse praxisnah in vielen Anwendungsfällen zu erproben. Sie hilft dem Anwender beispielsweise dabei, die Ansprache von Nutzern in Sozialen Netzwerken, den Einsatz von Monitoring-Werkzeugen oder die Art Speicherung personenbezogener Daten unter bestimmten Voraussetzungen zu bewerten.

#### **Pressekontakt**



## Ein neues Datenschutzmanagement wird geboren

Die neuen Forschungsergebnisse geben einen Ausblick darauf, wie ein Datenschutzmanagement-System geartet sein muss, das den Anforderungen modernen Marketings gerecht wird. Eine Kernanforderung ist, Datenschutz als Querschnittsfunktion mit den ordinären Geschäftsprozessen zu verbinden, sodass er über alle Geschäftsprozesse hinweg steuerbar bleibt. Fachbereiche und Juristen sprechen unterschiedliche Sprachen und arbeiten in Prozessen, die heute selten ineinander greifen. In Zukunft sollen diese synchronisiert werden. Den einzelnen Anwender individuell unterstützende Methoden bieten dann ein einheitliches Verständnis komplexer Problematiken, leiten auf den relevanten Sachverhalt hin und liefern Handlungsempfehlungen in passender Ausführlichkeit und Verständlichkeit; für den Juristen anders als für den Marketer. Auch im konzernweiten Einsatz stärkt Sphere das Verständnis und den Informationsfluss zwischen den Unternehmensbereichen und etabliert eine zukunftsweisende, konzernweite Sicht auf den Datenschutz.

Aus Sicht des Projekt-Teams wird Datenschutz heute oft noch nicht befriedigend durch moderne IT unterstützt und erzielt dadurch im Unternehmen nicht die erforderliche Reichweite. Für dieses Problem stellt das Forschungsprojekt Sphere neue Lösungen vor.

Fallstudienpartner werden!

In der finalen Phase des Projektes unterzieht das Konsortium den Prototyp intensiven Tests und entwickelt die Software weiter. Zur vertiefenden Evaluation vertieft das Team nochmals die Kommunikation mit den Datenschutz-Experten und Fachanwendern. „Sphere macht Forschungsergebnisse praktisch nutzbar“, erklärt bowi-Geschäftsführer Karl Schmid. Wer Interesse hat, den Prototyp in seinem Unternehmen zu testen, meldet sich auf [www.bowi.de](http://www.bowi.de) als Fallstudienpartner an.

### bowi GmbH

Seit der Gründung 1987 entwickelt und implementiert die bowi GmbH mit Sitz in Landau/Pfalz und Leipzig Relationship-Management-Lösungen in allen Vertriebs-, Marketing- und Servicebereichen. Tätig vor allem für international agierende Unternehmen unterschiedlicher Branchen, verfolgt das interdisziplinär aufgestellte Team aus Prozess- und Technologiespezialisten über langjährige Projekterfahrung im CRM-Umfeld. Durch Forschungspartnerschaften mit Wissenschaftlern und Universitäten reichert das Unternehmen von Geschäftsführer Karl R. Schmid seine Projekte permanent um zukunftsweisende Ansätze und technologische wie wirtschaftsrelevante Trends an. Mehr Informationen unter [www.bowi.de](http://www.bowi.de) und im Blog [insider.bowi.de](http://insider.bowi.de)

### Pressekontakt

Tanja Deilecke & Jörg Wiedebusch • Borgmeier Public Relations • Rothenbaumchaussee 5 • 20148 Hamburg •  
Tel.: 040/4130 960 • Fax: 040/4130 9620 • Mail: [deilecke@borgmeier.de](mailto:deilecke@borgmeier.de)