



ÖSTERREICHS INSIDERBLATT FÜR DIE ELEKTROBRANCHE
Ausgabe 1-2/2018

RETAIL BAROMETER 2018

TEKTONISCHE VERSCHIEBUNGEN

Die Neuordnung der Handelswelten ist voll im Gang.
Wer findet auch in Zukunft seinen Platz?

KREJCIK

Leistung zeigen, Leistung fordern

BRANCHEN-MESSE

Aktion Kompakt in Linz

THOMAS UND NINA OLLINGER

Die DSGVO in der Praxis

REVOX

Jetzt geht's richtig los

EMPORIA

Wisch-Handys für alle

CES

Neues Jahr, neue Trends



14 Krejcik
Unterstützung einfordern



24 Thomas und Nina Ollinger
Pragmatisch an die DSGVO ran gehen

RUBRIKEN

- 3 EDITORIAL
Nur eine Frage der Antwort
- 50 VOR 20 JAHREN

HINTERGRUND

- 6 ES EILT!
Kommentar
- 8 **DIE NEUVERMESSUNG DER HANDELSWELT**
Retail Barometer Österreich 2018: Die Neuordnung ist jetzt!
- 11 **ABSCHIED VON EINEM PIONIER**
MediaMarkt-Mitbegründer und Ausnahmeunternehmer Erich Kellerhals ist tot
- 12 **SERVICE MATTERS, SERVICE SELLS**
Service-Revolution im Handel: Service als größter Erfolgsfaktor
- 14 **LEISTUNG HONORIEREN!**
BGO Wolfgang Krejcik: EFH muss Unterstützung einfordern
- 16 **ÜBERLEBEN GESICHERT**
Finanzspritze für kika/Leiner

- 17 **RAT & TAT**
LEI (lei) und neue Werte
- 18 **(K)EIN BISSAL FREUDE**
Bilanz: So performte der heimischen Einzelhandel in 2017
- 19 **REGISTRIERKASSE DIE ZWEITE?**
Datenschutzgrundverordnung naht unerbittlich
- 20 **UMZUG NACH LINZ**
Kompakter Neuanfang für die Elektrofachhandelstage
- 22 **STARTKLAR FÜRS SONNENJAHR**
Suntastic.Solar läutet die neue PV-Saison ein
- 23 **AKTUELLES**
- 24 **„DAS IST KEINE EINMALAKTION“**
Thomas und Nina Ollinger zur DSGVO und gebotenem Pragmatismus

HAUSGERÄTE

- 27 **DAMALS & HEUTE**
Kommentar
- 28 **GELUNGENER JAHRESAUFTAKT**
Das Miele Neuheiten- und Angebotsfeuerwerk zu Jahresbeginn
- 29 **SPECIALIST DAYS 2018**
Philips Kleingeräteschulungstour in den Startlöchern
- 29 **EIN MARKTPLATZ VOLLER INNOVATIONEN**
Die Liebherr Innovationstage sind am Start
- 30 **ALLES NUR EINE FRAGE DES IMAGE**
Wie zufrieden sind die Österreicher mit den großen Weißen?
- 32 **AKTUELLES**

IMPRESSUM

MEDIENINHABER (VERLEGER) UND ANZEIGENVERWALTUNG
Motopress Werbe- u. VerlagsgesmbH, 1150 Wien, Mariahilfer-Straße 167,
Telefon: 01/485 31 49 Serie, Fax: 01/ 485 31 49-30
Internet: www.elektro.at
E-Mail: redaktion@elektro.at, verkauf@elektro.at

GESCHÄFTSFÜHRER
DI Andreas Rockenbauer

HERAUSGEBER
DI Andreas Rockenbauer

CHEFREDAKTEUR
Mag. Dominik Schebach

REDAKTION
Stefanie Bruckbauer, Ing. Karl Pichler, DI Andreas Rockenbauer, Wolfgang Schalko

ANZEIGENLEITUNG
Mario Ernst

GRAFIK
Alexander Khun, Katrin Rehling

GRUNDLEGENDE RICHTUNG
Unabhängige Fachzeitschrift für den Elektrohandel und das -gewerbe

HERSTELLER
Druck Styria GmbH & CoKG,
8042 Graz, Styriastraße 20

ABONNEMENTS
Ein Jahresabonnement für Österreich
10 Ausgaben EUR 69,30 (inkl. 10% MWSt.),
Einzelpreis EUR 9,24 (inkl. 10% MWSt.),
Preis für Auslandsabonnement Europa EUR 132,- (inkl. 10% MWSt.),
Übersee EUR 225,-. Das Abonnement verlängert sich um ein weiteres Jahr, wenn es nicht bis

spätestens 31.10. lfd. Jahres schriftlich gekündigt wird.
Reklamationen die Zustellung betreffend werden nur innerhalb von 4 Wochen nach Versand akzeptiert.
Für unverlangt eingesandte Manuskripte und Fotos wird keine Haftung übernommen. Bei mit „Advertorial“ gekennzeichneten Seiten handelt es sich um bezahlte Anzeigen.



Die aktuellen Auflagezahlen und Anzeigenpreise entnehmen Sie unseren Mediadaten auf www.elektro.at

THOMAS UND NINA OLLINGER ZUR DSGVO UND GEBOTENEM PRAGMATISMUS

„Das ist keine Einmalaktion“

Es ist schön, aber mittlerweile leider selten, wenn Leute, die offenkundig Ahnung von einer Materie haben, Klartext über diese sprechen. E&W hatte das Vergnügen, gleich zwei davon zu treffen: Thomas und Nina Ollinger. Der Unternehmensberater, zertifizierte Datenschutzbeauftragte und ehem. ABUS Austria-GF sowie die Rechtsanwältin mit Spezialgebiet Franchise- und Kartellrecht rollten gemeinsam das Thema Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) auf. Im Gespräch mit E&W erläuterten sie den gesamteuropäischen Hintergrund, zogen Parallelen zum Kartellrecht und machten deutlich, warum die Umsetzung eigentlich nur bedingt gelingen kann.

TEXT: Wolfgang Schalko | FOTOS: RA Ollinger | INFO: www.ra-ollinger.at, www.ub-ollinger.at

Das Näherrücken des 25. Mai 2018 treibt vielen heimischen Firmenchefs die Schweißperlen auf die Stirn. An diesem Tag tritt bekanntermaßen die für beinahe alle – und gerade im Elektrohandel wohl tatsächlich jedes – Unternehmen relevante DSGVO in Kraft, was zu allererst die Frage aufwirft, wo wir in Österreich momentan bei der Umsetzung stehen. Darauf kann Unternehmensberater und Datenschutzexperte Thomas Ollinger zwar eine Antwort geben, jedoch liefert diese keinen Grund zur Euphorie: „Ganz anders als noch vor einem halben Jahr wissen die meisten Unternehmer heute, was die DSGVO ist und können mit dem Begriff etwas anfangen. Sehr viele haben auch schon Vorträge, Seminare o.Ä. besucht – da wird ja momentan sehr viel angeboten, auch von der Wirtschaftskammer. Aber die meisten wissen trotzdem nicht, was sie eigentlich machen sollen.“

KOMPLEXE MATERIE

Wie anspruchsvoll die Thematik tatsächlich ist, schildert die Juristin Nina Ollinger: „Die DSGVO ist äußerst umfangreich und auch für mich nicht einfach zu lesen. Wenn man sie durcharbeitet stellt man fest, dass sich diese Verordnung eigentlich nicht zu 100% umsetzen lässt. Dafür bräuhete praktisch jedes Unternehmen einen eigenen Datenschutzmitarbeiter, und das kann es natürlich nicht sein.“

AM PUNKT

NINA OLLINGER

ist Rechtsanwältin und spezialisiert auf Franchise-, Vertriebs- und Kartellrecht.

THOMAS OLLINGER

ist Unternehmensberater und zertifizierter Datenschutzbeauftragter.

ZUR DSGVO

hegen die beiden einen pragmatischen Zugang – wer seine Hausaufgaben mache, habe keinen Grund zur Panik.



Thomas und Nina Ollinger erläutern im E&W-Gespräch die DSGVO in der Praxis – die Tücken ebenso wie Chancen birgt und für KMU definitiv keinen Grund zur Panik darstellt.

Um diese verworrene Situation aufzulösen muss man nicht nur tiefer in die Materie gehen, sondern auch etwas weiter ausholen. Bei der DSGVO gehe es einerseits um die Information der Kunden über ihre Rechte – wie sie größtenteils schon im Vorfeld existiert hat – und andererseits, als wesentlich größere Herausforderung, um Prozessanalyse und Dokumentation, führt Thomas Ollinger aus. Es gelte zunächst sämtliche Prozesse im Unternehmen zu durchleuchten – v.a. dahingehend, wo Daten entstehen, wo diese gespeichert werden und wie die entsprechenden Abläufe bei den Mitarbeitern, Lieferanten und Kunden gestaltet sind – und basierend auf dieser Analyse die Datenverarbeitung entsprechend zu dokumentieren. „In Wirklichkeit ist die DSGVO ja ein reines Prozessthema. Für einen Unternehmer, der geübt ist Prozesse zu definieren und zu dokumentieren, ist

das eigentlich ein Klacks“, so der Experte. Unabhängig von dieser Prozesskompetenz lassen sich laut Ollinger einige völlig unterschiedliche Herangehensweisen der Unternehmen feststellen: Es gebe erstens die, die sich gar nicht damit beschäftigen, zweitens jene, die entsprechende Vorträge oder Workshops besuchen, drittens die Autodidakten, die sich in das Thema einlesen und es nach eigenem Ermessen umsetzen und schließlich die Gruppe derer, die mit der Umsetzung einen externen Datenschutzexperten beauftragen.

Für die letzte Gruppe stelle sich wiederum die Frage, an wen man sich wenden soll – denn es seien im Prinzip drei Berufsfelder, die entsprechende Dienstleistungen anbieten: IT-Spezialisten, Rechtsanwälte und Unternehmensberater. Auch im Rahmen seiner eigenen Ausbildung zum zertifizierten

Datenschutzbeauftragten sei dies thematisiert worden, erinnert sich Ollinger: „Am häufigsten bieten zwar IT-Spezialisten ihre Dienste bei der DSGVO an, aber oft sind jedoch gerade die am wenigsten dafür geeignet – weil sie im prozessorientierten Ansatz selten ihre Stärke aufweisen und meist nur in einem Teilbereich tätig sind, nämlich der IT und hier mitunter nur bei der Hardware. Rechtsanwälte können zwar die rechtliche Sicht super erklären, aber beherrschen das Projektmanagement nicht – doch genau das würde der Unternehmer brauchen. Daher ist nicht vom Wissen, aber von der Durchführung her die beste Branche jene der Unternehmensberater – denn der weiß, wie er das Thema in einem Unternehmen begleiten muss.“

(VOR-)BILDUNGSFRAGEN

Gestützt auf die kombinierte Expertise aus Recht und Unternehmensberatung bieten Nina und Thomas Ollinger auch selbst Seminare zur DSGVO an, bei denen sie einen „etwas anderen Zugang“ pflegen, um sich in der momentanen Flut an Vorträgen und Workshops hervorzuheben (mehr dazu siehe Kasten unten). „Wir haben festgestellt, dass vor allem jene, die in Richtung DSGVO nur wenig unternehmen oder pro forma irgendwann einmal einen Vortrag besuchen, nachher oft nervöser sind als vorher – weil sie einfach erkennen, dass es hier jetzt viel zu erledigen gilt und exorbitant hohe Strafen drohen. Wenn die aus solchen Veranstaltungen rausgehen, wissen sie aber trotzdem nicht, wie sie das Thema anpacken sollen. Daher versuchen wir die Teilnehmer in unseren Seminaren abzuholen, indem wir die Voraussetzungen erklären, was die DSGVO eigentlich ist, die relevanten Begriffe definieren, abstecken, worauf man achten muss und anschließend die Leute in mehreren Workshops selbst daran arbeiten lassen – damit die wissen, was zu tun ist und auch gleich die notwendigen Werkzeuge dazu haben“, erklärt der Datenschutzexperte.

Dieses Vorgehen komme bei den Teilnehmern sehr gut an, wie seine Frau ergänzt: „Natürlich ist noch lange nicht alles fertig, wenn die Teilnehmer unser Seminar verlassen. Aber der erste, für viele besonders schwierige Schritt von der Theorie in die Praxis ist schon getan. Wie schwer das vielen fällt, merke ich ja bei den Seminaren: Wenn ich erkläre, was sensible und was nicht sensible Daten sind oder was verarbeiten und was speichern bedeutet, dann ist das in der Theorie alles fein, aber sobald es darum geht, die Prozesse des eigenen Unternehmens

niederzuschreiben, kommt zumeist die große Ratlosigkeit auf. An diesem Punkt setzt mein Mann an, indem er anhand einer Excel-Liste genau durchgeht, welche Informationen wo hingehören und wie Prozesse richtig abzubilden sind – dh er übernimmt dieses Runterbrechen, mit dem sich viele so unheimlich schwer tun.“

Denn das Ziel laute, kleine oder mittlere Unternehmen – an die sich die angebotenen Seminare und Beratungsleistungen in erster Linie richten – erkennen zu lassen, wieviel getan werden muss, um das Risiko von Strafen zu minimieren. Daraus folgt ein pragmatischer Ansatz, wie die Juristin betont: „Wir entlassen unsere Teilnehmer immer mit dem Gefühl, dass man diese Verordnung unseres Erachtens zwar nicht zu 100% erfüllen kann, aber im Falle einer Prüfung – und die wird es sicher geben – gegenüber der Behörde darlegen kann, dass man seine Hausaufgaben gemacht hat. Man ist vielleicht nicht zur Gänze dort, wo man sein sollte, aber zu 95% – und wenn die Behörde etwas ankreiden will, wird man eine geringere Strafe im vielleicht 3- bis 4-stelligen Bereich in Kauf nehmen müssen. Diesen Zugang versuchen wir unseren Teilnehmern mitzugeben, und auch, dass das Ganze keine Einmalaktion ist, sondern sich die Unternehmen – laut unserer Empfehlung quartalsweise – ihre

Liste hernehmen und checken sollen, ob sich Prozesse geändert haben oder etwas zusätzlich abgebildet werden muss.“

TEURER SPASS

Ein Aspekt der DSGVO, der Unternehmen aus Sicht der Juristin zu Recht zittern lässt, sind die in exorbitanter Höhe drohenden Strafen: „Diese sind so hoch, weil der Gesetzgeber einfach will, dass man sich mit Datenschutz auseinandersetzt. Dh es wird verlangt, sich darüber Gedanken zu machen und zu überlegen, wo man Daten braucht, wann man sie löschen kann und welche Daten man vielleicht gar nicht mehr abfragt – nicht zuletzt von Grundsätzen wie der Datenminimierung ausgehend.“ Außerdem sollte man nicht vergessen, dass für alle verwendeten Daten ein begründetes Interesse bestehen müsse – somit sei die DSGVO auch dahingehend zu sehen, ein Bewusstsein für eine gerechtfertigte Datennutzung zu schaffen.

Wie die Überprüfungen durch die Datenschutzbehörde aussehen werden bzw womit die Unternehmen zu rechnen haben, könne man aus heutiger Sicht aber noch nicht genau sagen, erklärt Nina Ollinger: „Vieles ist unklar, weil die Datenschutzbehörde ja Funktionen und Befugnisse dazubekommt, die sie bis dato

DSGVO-SEMINARE VON THOMAS UND NINA OLLINGER

Mit der sog. „Franchise-Werkstatt“, die erstmals im November 2017 in den Räumlichkeiten der Wienerwald-Wohlfühlkanzlei in Purkersdorf stattfand, wurde rund um das Thema DSGVO ein Format geschaffen, mit dem Thomas und Nina Ollinger den Anforderungen der Seminarteilnehmer gerecht werden können. Darin wird nicht nur fachkundig erklärt, was die DSGVO ist und was hinter Begriffen wie Auftragsverarbeiter, Datenspeicherung u.Ä. steckt, sondern durch den Workshopcharakter arbeiten die Teilnehmer vor Ort an und mit der Materie. Damit erhalten die Teilnehmer einerseits die notwendigen Werkzeuge zur Umsetzung der DSGVO und haben zugleich den ersten Schritt von der Theorie in die Praxis bereits getan.

Kürzlich wurde für mesonic, einen der führenden Softwarehersteller im deutschsprachigen Raum, ein DSGVO Workshop gestaltet, zu dem der IT-Mittelständler seine Fachhandelspartner eingeladen hatte. Gerade IT-Unternehmen sind bei der DSGVO besonders

gefordert, da diese neben den eigenen Anforderungen oft auch Vorkehrungen für deren Kunden zu treffen haben. Wie bei der Franchise-Werkstatt durften sich die Veranstalter auch hier über durchwegs positives Feedback freuen.

Das nächste DSGVO Seminar im Rahmen der Franchise-Werkstatt findet am 10. April von 9 bis 17 Uhr in Purkersdorf statt (Preis p.P.: 980 Euro zzgl. USt.). Details sind unter www.ub-ollinger.at bzw. www.ra-ollinger.at zu finden.



Thomas und Nina Ollinger legen bei ihren DSGVO-Seminaren großen Wert auf die praxisnahe Ausrichtung.

nicht hatte. Aber es bietet sich der Vergleich zum Kartellrecht an, wo die Bundeswettbewerbsbehörde (BWB) vor mehr als zehn Jahren mit mehr Befugnissen ausgestattet wurde, wie zB Hausdurchsuchungen. Von da her wird auch die Datenschutzbehörde solche Prüfungen ausführen, wobei ich mir vorstellen kann, dass das Ausmaß gerade zu Beginn etwas geringer sein und sich – nach einer gewissen Umstellungsphase – im Lauf der Zeit steigern wird, eventuell einhergehend mit dem Aufstocken von Mitarbeitern. Ich glaube auch nicht, dass die Behörde im ersten Step von sich aus anfängt, Unternehmen auf Herz und Nieren zu prüfen, sondern dass die DSGVO zunächst nur dort ein Thema sein wird, wo jemand dezidiert Anzeige erstattet – dann muss die Datenschutzbehörde allein aus ihrer Verpflichtung heraus tätig werden und prüfen. Wenn sie allerdings einmal im Unternehmen ist und dieses durchleuchtet, dann kann das Ganze schnell Beine bekommen und weiter und weiter gehen. Außerdem ist damit zu rechnen, dass die Behörde Strafen verhängt. Vermutlich nicht gleich in voller möglicher Höhe von 4% des Umsatzes bzw 20 Mio Euro, aber Bagatellobjekte wie bisher, wo man oft mit 100 Euro davonkam, wenn man zB beim Newsletterversand einmal ein Problem mit dem Datenschutz hatte, werden's wohl auch nicht mehr sein. Wenn jemand seine Pflichten im Wesentlichen erfüllt hat und ein paar Punkte da und dort nicht ganz passen, werden sich die Strafen für mittelständische Unternehmen gefühlsmäßig in einem 4-stelligen Bereich bewegen – was ich durchaus als fair erachten würde."

Hier schließt sich auch der Kreis zum Seminarangebot der Ollingers: „Genau deshalb versuchen wir zu ver-

BEMERKENSWERTE DETAILS

Für Thomas Ollinger gibt es noch einige weitere Aspekte bei der DSGVO zu beachten. So mache es – wie etwa auch im Steuer- oder Kartellbereich – einen wesentlichen Unterschied, ob es sich um einen Großkonzern oder ein KMU handle.

Weiters sei zentral, ob man mit sensiblen Daten agiere oder nicht: „Ich denke, die E&W-Leser sind hier zum Glück zwar zu fast 100% nicht betroffen, aber es gibt Bereiche, wo man extrem vorsichtig sein sollte – etwa dort, wo mit Gesundheitsdaten gearbeitet wird. Mailadressen oder Kundendaten sind zwar persönliche Daten, aber nicht sensibel, und somit etwas völlig anderes.“ Zudem sei ein genauer Blick auf die internen Daten ratsam, zB wenn es um das Religionsbekenntnis oder die Gewerkschaftszugehörigkeit von Mitarbeitern geht. Denn diese seien sehr wohl sensibel, weshalb sich jeder Unternehmer die Frage stellen sollte, ob und welche dieser sensiblen Daten überhaupt benötigt werden – und welches unnützen Datenballastes man sich bei dieser Gelegenheit gleich entledigen kann.

Außerdem rät der Experte, sich bei externen Dienstleistern unbedingt vertraglich abzusichern – auch wenn man trotzdem haftbar bleibe. Denn so sei zumindest definiert und auch dokumentiert, welche Leistungen vom externen Partner erbracht werden und wie dieser an die Daten kommt. Typische Beispiele für solche Auftragsverarbeiterverhältnisse seien etwa Werbeagenturen oder die Kooperations-Zentralen im Elektrohandel. Die größte Gefahr für Unternehmen sieht Ollinger nämlich nicht von der Datenschutzbehörde ausgehen, sondern von verärgerten Kunden oder ehemaligen Mitarbeitern, die über das Thema Datenschutz eine Retourkutsche erteilen wollen. „Und dann gilt es, im Falle einer Prüfung zumindest irgendetwas in der Hand zu haben.“

Aufschlussreich gestaltet sich zudem ein Blick auf die Hintergründe und Entstehungsgeschichte der DSGVO. Denn die Ausgestaltung nach dem Vorbild des – in Europa gut funktionierenden – Kartell- und Wettbewerbsrechts sei keineswegs zufällig erfolgt, so Ollinger: „Man hat sich einerseits überlegt, wie man das Gesetz und die Strafen ausgestalten kann, damit die Unternehmen das auch wirklich machen. Und man hat sich andererseits Gedanken darüber gemacht, wie man die Abwicklung und den Vollzug der Gesetze in den einzelnen Ländern gestalten kann. Auch hier war das Kartellrecht Vorbild und wie die BWB erhält die Datenschutzbehörde – mit der viele vermutlich in der Elektrobranche durch das Melden von Videoüberwachungsanlagen bereits zu tun hatten – nun ähnlich

weitreichende Rechte, wie etwa das Verhängen erstinstanzlicher Strafen oder das Durchführen von Hausdurchsuchungen. Dazu kommt dann der gesamteuropäische Aspekt, indem die nationalen Behörden stärker miteinander vernetzt werden und einer funktional darüberstehenden Europabehörde Bericht erstatten müssen – damit der Vollzug harmonisiert wird und

man Behörden, die zunächst vielleicht eher zurückhaltend agieren, dazu bringt aktiver zu werden. Und noch einen dritten Punkt hat man geschickt ausgetüfelt: Vereine wie zB der VKI bekommen Parteistellung und haben somit die Möglichkeit, im Namen von Individuen anzuzeigen. Vielen dürfte der Name Max Schrems – jener junge Mann, der sich mit Facebook anlegte – ein Begriff sein. Der hat kürzlich gemeinsam mit Datenschutz-Experten und u.a. unterstützt von der Stadt Wien einen Verein (Anm.: mit Namen „noyb“) gegründet. Das ist deshalb relevant, weil Unternehmen, bei denen Verstöße gegen die DSGVO geortet werden, Klagen angedroht werden – was zumeist in einem außergerichtlichen Vergleich endet.“ Für Vereine, die sich zumindest teilweise auf solche Art finanzieren, geht es hier also auch um viel Geld.

DIE DSGVO ALS CHANCE

Summa summarum scheint die DSGVO vor allem mit viel Aufwand für die Unternehmen verbunden zu sein. Wie Ollinger ausführt, bietet sie aber durchaus auch Chancen: „Wenn man einen Schritt weiter geht, kann man die DSGVO als Anlass nehmen, nicht nur die Daten auszumisten, sondern sämtliche Prozesse im Unternehmen zu durchleuchten und zu hinterfragen – denn betrachten muss man's in diesem Zuge sowieso und sonst nimmt man sich die Zeit dafür ohnehin nicht. Außerdem kann man sich überlegen, grundsätzlich offensiv mit dem Datenschutzthema umzugehen und daraus vielleicht sogar ein Kaufargument machen – indem man den Kunden klar und deutlich zeigt, dass man sich damit auseinandergesetzt hat und auch genau weiß, was mit den Daten passiert und wo sich diese befinden. Idealerweise wäre das wohl hier in Österreich auf einem österreichischen Server. Aus diesem Blickwinkel kann man durchaus die eigenen Mitbewerber betrachten, insbesondere dort, wo man gegen große internationale Konzerne antritt. Denn eines ist klar: Bei Amazon – so wie bei jedem amerikanischen Unternehmen, dem Sie sie geben – sind Ihre Daten futsch.“ ■

Die DSGVO lässt sich nicht 100%-ig umsetzen. Dafür bräuchte jedes Unternehmen einen Datenschutzmitarbeiter.

Nina Ollinger

Eines ist klar: Wenn Sie Amazon Ihre Daten geben, sind sie futsch.

Thomas Ollinger