ECONSTOR
Make Your Publications Visible.

A Service of
ZBW
Leibniz-Informationszentrum Wirtschaft
Leibniz Information Centre for Economics

Engels, Barbara; Scheufen, Marc

Research Report

Wettbewerbseffekte der Europäischen Datenschutzgrundverordnung: Eine Analyse basierend auf einer Befragung unter deutschen Unternehmen

IW-Report, No. 1/2020

Provided in Cooperation with:
German Economic Institute (IW), Cologne

Suggested Citation: Engels, Barbara; Scheufen, Marc (2020) : Wettbewerbseffekte der Europäischen Datenschutzgrundverordnung: Eine Analyse basierend auf einer Befragung unter deutschen Unternehmen, IW-Report, No. 1/2020, Institut der deutschen Wirtschaft (IW), Köln

This Version is available at:
https://hdl.handle.net/10419/213421

Standard-Nutzungsbedingungen:

Die Dokumente auf EconStor dürfen zu eigenen wissenschaftlichen Zwecken und zum Privatgebrauch gespeichert und kopiert werden.

Sie dürfen die Dokumente nicht für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, öffentlich zugänglich machen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Sofern die Verfasser die Dokumente unter Open-Content-Lizenzen (insbesondere CC-Lizenzen) zur Verfügung gestellt haben sollten, gelten abweichend von diesen Nutzungsbedingungen die in der dort genannten Lizenz gewährten Nutzungsrechte.

Terms of use:

Documents in EconStor may be saved and copied for your personal and scholarly purposes.

You are not to copy documents for public or commercial purposes, to exhibit the documents publicly, to make them publicly available on the internet, or to distribute or otherwise use the documents in public.

If the documents have been made available under an Open Content Licence (especially Creative Commons Licences), you may exercise further usage rights as specified in the indicated licence.

WWW.ECONSTOR.EU

Mitglied der Leibniz-Gemeinschaft

Wirtschaftliche Untersuchungen,
Berichte und Sachverhalte

IW-Report 1/20

Wettbewerbseffekte der Europäischen Datenschutzgrundverordnung

Eine Analyse basierend auf einer Befragung unter deutschen Unternehmen

Barbara Engels, Marc Scheufen

Köln, 15.01.2020

INSTITUT DER DEUTSCHEN WIRTSCHAFT

Inhaltsverzeichnis

Zusammenfassung **2**

1 Einleitung **3**

2 Datengrundlage **4**

3 Analyse: Auswirkungen der DSGVO auf die Wettbewerbsposition von Unternehmen **5**

3.1 Die Vorteile: positive Effekte 6

3.2 Die Nachteile: negative Effekte 8

3.3 Konkrete Vorteile und Nachteile 11

3.4 Aufwand und Nachteile nach Unternehmenseigenschaften 13

4 Politische Implikationen und Fazit **16**

Literatur **18**

Abstract **20**

Tabellenverzeichnis **21**

Abbildungsverzeichnis **22**

JEL-Klassifikation:
D18 – Consumer Protection
K20 – Regulation and Business Law, General

Zusammenfassung

Die Europäische Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) erhöht das Schutzniveau von personenbezogenen Daten und vereinheitlicht es europaweit. Reagieren müssen darauf alle Unternehmen, die personenbezogene Daten verarbeiten. Dies hat ganz unterschiedliche unmittelbare und mittelbare Auswirkungen auf die Unternehmen. Sie haben durch unterschiedliche Geschäftsmodelle, Unternehmensgrößen und Organisationsstrukturen verschiedene Ausgangspositionen und können mit verschiedenen personellen und finanziellen Ressourcen auf die DSGVO reagieren. Die Fähigkeit und Weise, mit der und auf die Unternehmen mit der DSGVO umgehen, hat damit mittelbare Effekte auf die Position der Unternehmen im wettbewerblichen Umfeld. Aber auch unmittelbar kann es zu Effekten der DSGVO auf die Wettbewerbsposition der Unternehmen kommen. Dies ist dann der Fall, wenn Unternehmen, welche die DSGVO einhalten müssen, mit Unternehmen im Wettbewerb stehen, welche die DSGVO nicht einhalten müssen, etwa bei Wirtschaftsaktivitäten außerhalb der Europäischen Union im Wettbewerb mit nichteuropäischen Unternehmen. Vor diesem Hintergrund untersucht dieser Report auf Basis einer Befragung im Rahmen des IW-Zukunftspanels, welchen Aufwand deutsche Unternehmen durch die Umsetzung und Einhaltung der DSGVO bislang erfahren haben und wie sie die Auswirkungen der DSGVO auf die eigene Wettbewerbsposition einschätzen. Dies ist insbesondere deshalb relevant, als dass Daten zu einer immer wertvolleren Ressource werden. Für die meisten befragten Unternehmen hat die DSGVO keine Vorteile für ihre Wettbewerbsposition. Ein Drittel sieht sogar vor allem Nachteile, insbesondere weil der Aufwand der Umsetzung als sehr hoch eingeschätzt wird. Besonders digitalisierte und innovative Unternehmen sehen die DSGVO hingegen als vorteilhaft für ihre Position im Wettbewerb an. Vor diesem Hintergrund sollten politische Anstrengungen unternommen werden, die DSGVO als internationalen Datenschutzmaßstab zu etablieren, während die Unternehmen stärker bei der Implementierung unterstützt werden sollten.

1 Einleitung

Daten sind für Unternehmen zu einer wertvollen Ressource geworden. Gleichzeitig wissen viele Unternehmen nicht, wie sie die bei ihnen anfallenden Daten sinnvoll und effektiv verwalten und einsetzen können (Azkan et al., 2019). Besonders stellt der Datenschutz viele Unternehmen aller Größen und Branchen vor Herausforderungen (ebd., 64).

Dies gilt insbesondere, seit mit der Europäischen Datenschutzgrundverordnung (DSGVO), die seit Mai 2018 volle Anwendung findet, der Schutz personenbezogener Daten für in der Europäischen Union wirtschaftende Unternehmen auf ein europaweit gleiches Niveau erhöht wurde. Dies betrifft vor allem Unternehmen, die intensiv mit personenbezogenen Daten arbeiten. Die DSGVO erleichtert Verbrauchern den Zugang zu den eigenen Daten, was Transparenz- und Informationspflichten für Unternehmen bedeutet. Daneben stärkt die DSGVO die Kontrollmöglichkeiten der betroffenen Person in Bezug auf ihre Daten. Hierzu zählt unter anderem, dass Unternehmen dem Nutzer nicht nur die Art der Verarbeitung und Dauer der Speicherung mitteilen müssen, sondern oftmals gezielt die Einwilligung für die Erhebung, Speicherung und Verarbeitung der Daten einholen müssen, die jederzeit widerrufen werden kann.

Ziel der DSGVO ist vor allem der Schutz der Verbraucher. Daneben soll mit einer europaweiten Harmonisierung des Datenschutzes der europäische Binnenmarkt gestärkt werden, indem Rechtsdifferenzen und damit Rechtsunsicherheiten gemindert werden. Tatsächlich zeigen jedoch öffentliche Diskussionen, dass die DSGVO bislang zu viel Unsicherheit unter Unternehmen in Deutschland und in der gesamten Gesellschaft geführt hat (z.B. Anger/Neuerer, 2019).

Dabei stimmen die Grundsätze der DSGVO mit dem bereits vorher geltenden Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) überein. Es sind vor allem die umfassenden Dokumentationspflichten sowie potenziell drakonische Strafen im Falle einer Nichtbeachtung, welche die DSGVO inhaltlich vom BDSG unterscheiden. Für das Immobilienunternehmen Deutsche Wohnen wurde beispielsweise im November 2019 ein Bußgeld in Höhe von 14,5 Millionen Euro aufgrund eines Verstoßes gegen die DSGVO verhängt (Betschka et al., 2019).

Trotz drohender Strafen von bis zu 20 Millionen Euro beziehungsweise vier Prozent des weltweiten Jahresumsatzes setzen viele Unternehmen in Deutschland die DSGVO nur zögerlich um: Auch mehr als ein Jahr nach dem Stichtag hat lediglich ein Viertel der Unternehmen die DSGVO vollständig umgesetzt (Bitkom, 2019d). Es wird davon ausgegangen, dass regulatorische Maßnahmen wie die DSGVO verschiedene Unternehmen unterschiedlich stark betreffen. Unternehmen haben durch unterschiedliche Geschäftsmodelle, Unternehmensgrößen und Organisationsstrukturen verschiedene Ausgangspositionen oder können mit divergierenden personellen und finanziellen Ressourcen auf eine Regulierung reagieren. Mittelbar haben die Möglichkeiten, mit denen Unternehmen auf die DSGVO reagieren, auch Konsequenzen für die Position der Unternehmen im Wettbewerb mit anderen Unternehmen. Zu unmittelbaren Effekten der DSGVO auf die Wettbewerbsposition der Unternehmen kommt es, wenn Unternehmen, welche die DSGVO einhalten müssen, mit Unternehmen konkurrieren, die die DSGVO nicht einhalten müssen, etwa bei Wirtschaftsaktivitäten außerhalb der Europäischen Union und im Wettbewerb mit nichteuropäischen Unternehmen.

Vor diesem Hintergrund untersucht dieser Report auf Basis einer Befragung im Rahmen des IW Zukunftspanels, welchen Aufwand deutsche Unternehmen durch die Umsetzung und Einhaltung der DSGVO bislang erfahren haben und wie sie die Auswirkungen der DSGVO auf die eigene Wettbewerbsposition einschätzen. Die Bedeutsamkeit einer solchen Analyse wird durch die immer stärkere Rolle datengetriebener Geschäftsmodelle verstärkt (Gassmann et al., 2017).

Der Aufbau der Studie ist wie folgt. Kapitel 2 erläutert die Datengrundlage. Die Ergebnisse der Analyse der Auswirkungen der DSGVO auf die Wettbewerbsposition der Unternehmen werden in Kapitel 3 dargestellt. Kapitel 4 enthält die politischen Implikationen der empirischen Beobachtungen.

2 Datengrundlage

Die im Folgenden verwendete Stichprobe basiert auf einer Befragung im Rahmen des IW-Zukunftspanels 2019 (33. Welle). Das Zukunftspanel ist eine regelmäßig durchgeführte, repräsentative Befragung der Geschäftsführenden von Industrie- und Dienstleistungsunternehmen in Deutschland. Die Umfrage erfasst allgemeine Daten, wie zum Beispiel Umsatz, Branche, Alter des Unternehmens und Führungsstruktur, sowie Antworten der Unternehmen auf Fragen zur Internationalisierung, zu Forschung und Entwicklung, zu Innovationen, zum Marktumfeld, zu Lage- und Zukunftseinschätzungen sowie zu Erfolg und Erfolgsfaktoren. In der 33. Welle wurden die Unternehmen auch nach den Auswirkungen der Europäischen Datenschutzgrundverordnung auf ihr Unternehmen und ihre Position im globalen Wettbewerb befragt.

Die befragten Unternehmen können mehrheitlich fünf Branchen zugeordnet werden, wobei die meisten der Branche der Industrie oder der Branche der Dienstleistungen zuzuordnen sind (Tabelle 2-1). 49 der 862 Unternehmen bezeichnen sich selbst als nicht mehrheitlich zu einer bestimmten Branche zugehörig und können deshalb nicht eindeutig zugeordnet werden. Rund 40 Prozent der 813 eindeutig zuordbaren Unternehmen stammen aus der Industrie, 37 Prozent aus der Dienstleistungsbranche. 11 Prozent der Unternehmen gehören zum Handwerk, gefolgt von Industriedienstleistungen (7 Prozent) und Baugewerbe (5 Prozent).

Tabelle 2-1: Wirtschaftsbranchen der befragten Unternehmen

Absolute und relative Anzahl der befragten Unternehmen, die sich der jeweiligen Wirtschaftsbranche zuordnen; Rundungsdifferenzen

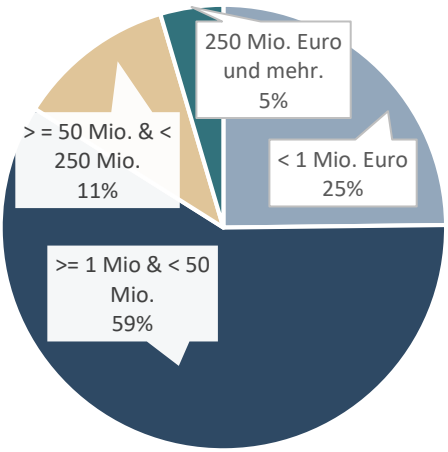
Wirtschaftsbranche	Anzahl	Prozent
Industrie	324	40
Dienstleistungen	297	37
Industriedienstleistungen	59	7
Bauen	41	5
Handwerk	92	11
Gesamt	**813**	**100**

Quelle: eigene Berechnungen basierend auf dem IW-Zukunftspanel, 33. Welle, 2019; n=813

Auch bezüglich der Anzahl der Mitarbeiter zeigen die Unternehmen Unterschiede. 62 Prozent der befragten Unternehmen haben bis zu 49 Mitarbeiter. 23 Prozent haben 50 bis 249 Mitarbeiter. 15 Prozent haben 250 Mitarbeiter und mehr. Auch die Umsätze sind sehr unterschiedlich verteilt, wobei ein Schwerpunkt auf mittleren Umsatzwerten von einer bis zu 50 Millionen Euro liegt (59 Prozent der Unternehmen; Abbildung 2-1).

Abbildung 2-1: Umsätze der befragten Unternehmen

Anteil befragten Unternehmen in Prozent



Quelle: eigene Berechnungen basierend auf dem IW-Zukunftspanel, 33. Welle, 2019; N=862

3 Analyse: Auswirkungen der DSGVO auf die Wettbewerbsposition von Unternehmen

Da die Europäische Datenschutzgrundverordnung insbesondere mit kleinteiligen Transparenz-, Informations- und Dokumentationspflichten für Unternehmen einhergeht, müssen viele Unternehmen für die Umsetzung und Einhaltung der DSGVO alle Prozesse im Unternehmen, die personenbezogene Daten involvieren, identifizieren, analysieren und gegebenenfalls verändern.

Dies geht mit einem entsprechenden personellen und finanziellen Aufwand einher, der sich je nach Unternehmen unterscheidet. Unternehmen, für die die Umsetzung und Einhaltung der DSGVO mit einem höheren Aufwand einhergeht, sowie Unternehmen, die weniger Ressourcen zur Bewältigung dieses Aufwandes zur Verfügung haben, erfahren damit unter Umständen gegenüber Unternehmen, für die dies nicht der Fall ist, einen Wettbewerbsnachteil. Auch Unternehmen, die der DSGVO unterliegen, könnten einen Wettbewerbsnachteil gegenüber solchen Unternehmen haben, die dieser nicht unterliegen und damit diesen Aufwand nicht betreiben müssen (Bitkom, 2019a). Bei Wirtschaftsaktivitäten innerhalb der EU oder wenn Daten von Personen verarbeitet werden, die sich in der EU aufhalten, müssen sich alle Unternehmen unabhängig von ihrem Sitz an die DSGVO halten. Bei Aktivitäten außerhalb der EU müssen sich nur Unternehmen mit Sitz in der EU an die DSGVO halten.

Die DSGVO könnte allerdings auch zu Wettbewerbsvorteilen führen: Ihre Befolgung könnte Vertrauen bei Kunden und Kooperationspartnern stärken, sofern sie Wert auf ein hohes Datenschutzniveau legen. Außerdem könnte die Beschäftigung mit den Datenprozessen im Unternehmen im Rahmen der DSGVO-Umsetzung zu einer Verbesserung dieser Prozesse führen.

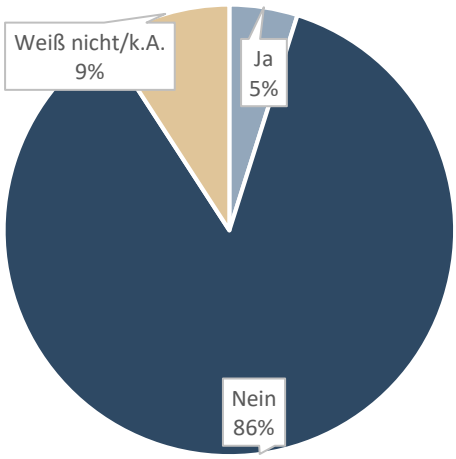
Sowohl Wettbewerbsvorteile als auch Wettbewerbsnachteile sind aus theoretischer Sicht denkbar. Ob die DSGVO zu mehr Rechtssicherheit führt, weil sie unterschiedliche Regelungen harmonisiert, oder zu mehr Rechtsunsicherheit führt, weil sie von Unternehmen unter Umständen nicht verstanden wird, ist ebenfalls nicht eindeutig. Um die Auswirkungen der Europäischen Datenschutzgrundverordnung auf die Wettbewerbsposition der Unternehmen aus deren Sicht zu analysieren, wurden sie im Rahmen der Befragung eingangs gebeten, die Aussagen „Die DSGVO führt für unser Unternehmen zu Vorteilen im Wettbewerb“ und „Die DSGVO führt für unser Unternehmen zu Nachteilen im Wettbewerb“ zu bewerten (Abbildung 3-1). Anschließend wurden konkrete Vorteile und Nachteile abgefragt.

3.1 Die Vorteile: positive Effekte

Die DSGVO ist für die überwiegende Mehrheit der befragten Unternehmen insgesamt nicht vorteilhaft für ihre Wettbewerbsposition. Insgesamt sehen nur 5 Prozent der Unternehmen die DSGVO als vorteilhaft für den Wettbewerb an. Lediglich 1 Prozent der befragten Unternehmen stimmen der Aussage „Die DSGVO führt für unser Unternehmen zu Vorteilen im Wettbewerb“ mit einem klaren „ja“ zu (Abbildung 3-1). Knapp 4 Prozent der Unternehmen antworten „eher ja“.

Abbildung 3-1: Vorteile durch die DSGVO

Anteil der befragten Unternehmen, welche die Aussage „Die DSGVO führt für unser Unternehmen zu Vorteilen im Wettbewerb“ mit „Ja“, „Nein“, oder „Weiß nicht“/ „keine Angabe“ bewerten, in Prozent



„Ja“: Antwortmöglichkeiten „ja“ und „eher ja“

„Nein“: Antwortmöglichkeiten „nein“ und „eher nein“

Quelle: eigene Berechnungen basierend auf IW-Zukunftspanel, 33. Welle, 2019; n=862

Für 4 Prozent der Unternehmen hat die DSGVO nur Vorteile im Wettbewerb und keine Nachteile („ja“/ „eher ja“ bei Aussage zu Vorteilen und gleichzeitig „nein“/ „eher nein“ bei Aussage zu Nachteilen, siehe Kapitel 3.2). Ein Unternehmen, das Vorteile sieht, macht keine klare Aussage zu den Nachteilen.

Eine Analyse des Antwortverhaltens nach Wirtschaftsbranchen (Industrie, Dienstleistungen, Industriedienstleistungen, Bauen und Handwerk) zeigt, dass insbesondere Unternehmen aus der Industrie Wettbewerbsvorteile durch die DSGVO eindeutig verneinen. Knapp 87 Prozent verneinen die Aussage „Die DSGVO führt für unser Unternehmen zu Vorteilen im Wettbewerb“ (Tabelle 3-1). 72 Prozent der Industrieunternehmen beantworten die Aussage sogar eindeutig mit „nein“ (statt des uneindeutigeren „eher nein“ mit etwa 17 Prozent). Gerade in dieser eindeutigen Haltung unterscheidet sich die Industrie gegenüber anderen Branchen, die zwar auch oft Vorteile der DSGVO verneinen, aber häufiger mit „eher nein“ anstelle von „nein“. Eine mögliche Erklärung für dieses Antwortverhalten könnte sein, dass Unternehmen aus der Industrie eher mit maschinenbezogenen Daten denn mit personenbezogenen Daten arbeiten und deshalb auch von den Vorteilen der DSGVO nicht so stark profitieren, weil sie nicht so stark betroffen sind.

Tabelle 3-1: Vorteile durch die DSGVO nach Wirtschaftsbranche

Anteil der befragten Unternehmen nach Wirtschaftsbranche, welche die Aussage „Die DSGVO führt für unser Unternehmen zu Vorteilen im Wettbewerb“ mit „ja“, „eher ja“, „eher nein“, nein“, oder „weiß nicht/keine Angabe“ bewerten, in Prozent

	Wirtschaftsbranche					
	Industrie	Dienstleistungen	Industriedienstleistungen	Bauen	Handwerk	Mittelwert
Ja	3,0	1,3	1,7	0,0	0,0	0,7
Eher ja	2,5	6,4	5,1	0,0	3,3	4,1
Eher nein	16,7	23,6	27,1	17,1	18,5	20,2
Nein	71,9	62,3	54,2	65,9	64,1	65,9
Weiß nicht / keine Angabe	8,3	6,4	11,9	17,1	14,1	9,0

Quelle: eigene Berechnungen basierend auf IW-Zukunftspanel, 33. Welle, 2019; n = 813

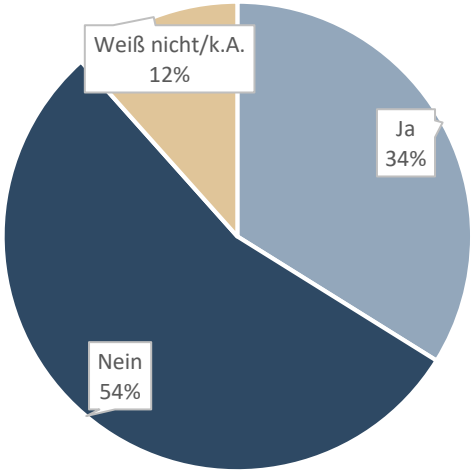
Auch für Unternehmen, die Dienstleistungen anbieten, ist die DSGVO eher nicht vorteilhaft. Etwa 86 Prozent der Unternehmen aus der Dienstleistungsbranche bewerten die Aussage „Die DSGVO führt für unser Unternehmen zu Vorteilen im Wettbewerb“ mit einem „eher nein“ oder „nein“. Eine Erklärung für diese empirische Beobachtung könnte sein, dass Dienstleistungsunternehmen zwar eher mit personenbezogenen Daten wie Kundendaten und Nutzungsdaten arbeiten als Unternehmen, die nicht dieser Branche zuzuordnen sind, ihre Kunden oder Kooperationspartner aber kein hohes Datenschutzniveau einfordern und damit auch kein Wettbewerbsvorteil entsteht (etwa wegen des vielfach belegten Privacy Paradox, siehe Engels/Grunewald, 2017).

3.2 Die Nachteile: negative Effekte

Auch wenn viele Unternehmen kaum Vorteile für ihre Wettbewerbsposition in Folge der Umsetzung und Einhaltung der DSGVO sehen, so relativiert sich diese negative Haltung ein wenig, wenn man die Unternehmen zu den Nachteilen durch die DSGVO befragt. Die DSGVO führt für die meisten Unternehmen nicht zu Nachteilen. Lediglich ein gutes Drittel (293) der befragten Unternehmen empfindet die DSGVO als nachteilig im Wettbewerb und stimmt der Aussage „Die DSGVO führt für unser Unternehmen zu Nachteilen im Wettbewerb“ mit „Ja“ oder „Eher ja“ zu (Abbildung 3-2). Drei Unternehmen machen keine Angabe.

Abbildung 3-2: Nachteile durch die DSGVO

Anteil der befragten Unternehmen, welche die Aussage „Die DSGVO führt für unser Unternehmen zu Nachteilen im Wettbewerb“ mit „Ja“, „Nein“ oder „Weiß nicht“/ „keine Angabe“ bewerten, in Prozent



„Ja“: Antwortmöglichkeiten „ja“ und „eher ja“

„Nein“: Antwortmöglichkeiten „nein“ und „eher nein“

Quelle: eigene Berechnungen basierend auf IW-Zukunftspanel, 33. Welle, 2019; n=862

Drei Unternehmen stimmen beiden Aussagen zu, sehen also sowohl Vorteile und Nachteile durch die DSGVO. Diese Zahl ist überraschend gering, vor allem wenn man bedenkt, dass der Anteil der Vorteilsverneiner (86 Prozent) nicht mit dem Anteil der Nachteilsbejaher (34 Prozent) übereinstimmt. Eine konkretere Abfrage der Vorteile und Nachteile (siehe Kapitel 3.3) soll die Einschätzung der Effekte präzisieren.

Die Auswertung nach Wirtschaftsbranchen (Industrie, Dienstleistungen, Industriedienstleistungen, Bauen und Handwerk) zeigt, dass Handwerksunternehmen am seltensten die DSGVO als nachteilhaft empfinden. So stimmen etwas weniger als 30 Prozent der Aussage „Die DSGVO führt für unser Unternehmen zu Nachteilen im Wettbewerb“ mit „ja“ oder „eher ja“ zu (Tabelle 3-2).

Tabelle 3-2: Nachteile durch die DSGVO nach Wirtschaftsbranche

Anteil der befragten Unternehmen nach Wirtschaftsbranche (bedingte Häufigkeiten), welche die Aussage „Die DSGVO führt für unser Unternehmen zu Nachteilen im Wettbewerb“ mit „ja“, „eher ja“, eher nein“, nein“, oder „weiß nicht“/ „keine Angabe“ bewerten, in Prozent

	Wirtschaftsbranche					
	Industrie	Dienstleistungen	Industriedienstleistungen	Bauen	Handwerk	Mittelwert
Ja	13,3	13,5	6,8	17,1	8,7	12,5
Eher ja	21,3	19,9	30,5	14,6	20,7	21,0
Eher nein	18,5	19,5	13,6	17,1	15,2	18,1
Nein	36,4	38,4	33,9	31,7	37,0	36,8
Weiß nicht / keine Angabe	10,2	8,8	15,3	17,1	17,4	11,2

Quelle: eigene Berechnungen basierend auf IW-Zukunftspanel, 33. Welle, 2019; n= 813

Ein Grund für dieses Antwortverhalten könnte sein, dass das Handwerk einen geringeren Digitalisierungsgrad als andere Branchen aufweist (vbw, 2017, 74) und deshalb weniger Berührungspunkte mit der DSGVO hat. Dies bestätigen die Befragungsergebnisse: Basierend auf dem digitalen Reifegrad (Krotova/Fritsch, 2019; Lichtblau et al., 2018; vbw, 2017) liegt der Anteil digitalisierter (ab Reifegradstufe 3) Unternehmen unter den befragten Unternehmen im Handwerk bei 8 Prozent, während der Anteil digitalisierter Unternehmen in der Dienstleistungsbranche bei 25 Prozent und bei Industriedienstleistungen sogar bei 29 Prozent liegt. Daneben könnte ein Grund darin bestehen, dass das Handwerk weniger international und vor allem lokal tätig ist und vor diesem Hintergrund alle Wettbewerber den gleichen Datenschutzregeln unterworfen sind. Auch dies bestätigen die Befragungsergebnisse.

Hinzu kommt, dass Handwerksunternehmen oft weniger als 20 Mitarbeiter haben, was sie von der Pflicht befreit, einen Datenschutzbeauftragten zu bestellen (Art. 37 DSGVO i.V.m. § 38 BDSG). Größere Unternehmen müssen zusätzlichen personellen Aufwand betreiben oder die Rolle des Datenschutzbeauftragten outsourcen, woraus sich ein finanzieller Aufwand ergibt. Keine Nachteile durch die DSGVO im Wettbewerb sehen am ehesten die Unternehmen aus der Dienstleistungsbranche. Von ihnen bewerten knapp 58 Prozent der Dienstleistungsunternehmen die Aussage „Die DSGVO führt für unser Unternehmen zu Nachteilen im Wettbewerb“ mit „nein“ oder „eher nein“ (Tabelle 3-2). Das Antwortverhalten lässt jedoch keine eindeutigen Rückschlüsse zu, da die Einschätzung der Dienstleister offenbar fast zweigeteilt ist, weil es fast so viele Unternehmen in der Branche gibt, die die Aussage mit „ja“ oder „eher ja“ bewerten.

Um zu identifizieren, ob es Unterschiede in der Wahrnehmung der Vor- und Nachteile nach Unternehmenseigenschaft gibt, werden Chi-Quadrat-Tests über die Gleichheit der Mittelwerte der Antwortwerte unterschiedlicher Subsamples der befragten Unternehmen durchgeführt. Dafür wurden die Unternehmenscharakteristika so definiert, dass es jeweils zwei Kategorien pro Variable gibt. Wo das nicht möglich war (Branche), wurde auf Chi-Quadrat-Tests verzichtet. Eine

Aufteilung der Variablen in mehr als zwei Kategorien hätte im Rahmen der Mittelwerttests zu sehr kleinen Subsamples geführt. Statt zwischen vier verschiedenen Mitarbeitergrößen zu unterscheiden, werden die Unternehmen in solche mit unter 49 und solche mit mindestens 50 Mitarbeitern (viele Mitarbeiter) unterteilt. Diese Grenze wird auch gewählt, um in den Größenklassen eine hinreichend hohe Unternehmenszahl zu erhalten. Außerdem wird zwischen Unternehmen mit kleinem Umsatz (unter 1 Million Euro) und solchen mit höherem Umsatz (1 Million Euro und mehr) unterschieden. Des Weiteren wird zwischen international wirtschaftenden Unternehmen (solchen mit Exporten und/oder Auslandsproduktion) und nicht international wirtschaftenden Unternehmen unterschieden und zwischen Innovatoren und Nichtinnovatoren. Außerdem wird zwischen digitalisierten und nicht-digitalisierten (computerisierten) Unternehmen unterschieden.

Gemäß den Ergebnissen der Chi-Quadrat-Tests nennen digitalisierte oder innovative Unternehmen die DSGVO signifikant häufiger als vorteilhaft für ihre Wettbewerbsposition als nicht-digitalisierte oder nicht-innovative Unternehmen (Tabelle 3-3). Nachteile sehen sie nicht häufiger oder seltener als ihre Pendants.

Tabelle 3-3: Vor- und Nachteile nach Unternehmenseigenschaften

Ergebnisse der Chi-Quadrat-Tests auf die Differenz der Mittelwerte verschiedener Subsamples, je nachdem, ob die Zeilenvariablenausprägung 1 oder 0 ist (das Unternehmen in die jeweilige Kategorie fällt oder nicht); ***/**/*: signifikant auf dem 1-/5-/10-Prozent-Niveau; ein positiver signifikanter Wert bedeutet, dass Unternehmen, auf die die jeweilige Unternehmenseigenschaft zutrifft, signifikant häufiger Vorteile beziehungsweise Nachteile sehen als Unternehmen, auf die die jeweilige Unternehmenseigenschaft nicht zutrifft

	Vorteile	Nachteile
Innovator	0,049***	0,038
International	-0,006	0,015
Viele Mitarbeiter	0,007	0,022
Hoher Umsatz	0,003	0,055
Digitalisiert	0,066***	0,015

Quelle: eigene Berechnungen basierend auf IW-Zukunftspanel, 33. Welle, 2019

Dies lässt darauf schließen, dass gerade digitalisierte und innovative Unternehmen den erhöhten und harmonisierten Datenschutz nutzen können, um ihre Wettbewerbsposition zu stärken. Wer dementsprechend flexibel ist und offen für Neues, kann die DSGVO positiv nutzen, auch wenn sie zumindest in der kurzen Frist zu einem teils erheblichen Aufwand führt (siehe auch Abbildung 3-5). Dass digitalisierte Unternehmen und Innovatoren eher Vorteile sehen als nicht-digitalisierte Unternehmen und Nichtinnovatoren, bestätigen auch ergänzende logistische Regressionen, bei denen für Unternehmenseigenschaften wie Internationalität, Wirtschaftsbereich und Unternehmensgröße (nach Mitarbeitern/Umsatz) kontrolliert wird (detaillierte Ergebnisse aus Gründen der Übersichtlichkeit nicht aufgeführt). Die Wahrscheinlichkeit, dass die DSGVO als vorteilhaft angesehen wird, ist bei einem innovativen Unternehmen demnach mehr als drei Mal so hoch wie bei einem nicht-innovativen Unternehmen. Bei einem digitalisierten

Unternehmen ist die Wahrscheinlichkeit 1,7 Mal so hoch wie bei einem nicht-digitalisierten Unternehmen.

Die anderen Unternehmenseigenschaften führen gemäß der Chi-Quadrat-Tests zu keinem signifikant anderen Antwortverhalten bei den Fragen zu der Vor- beziehungsweise Nachteilhaftigkeit der DSGVO.

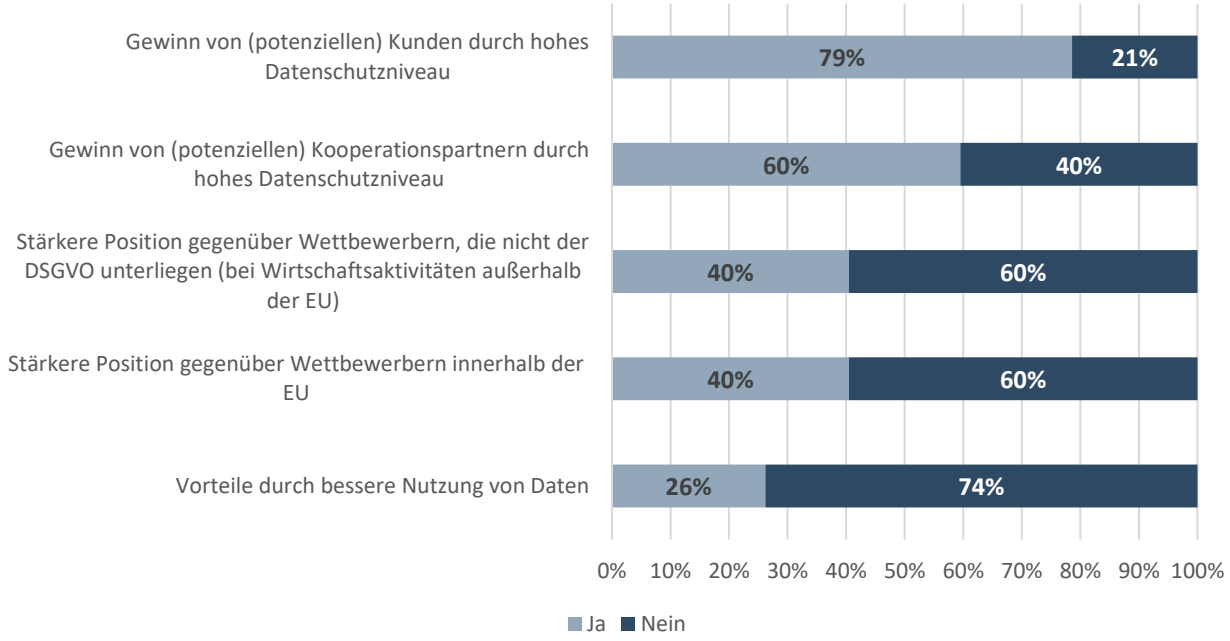
3.3 Konkrete Vorteile und Nachteile

Um die Vorteile beziehungsweise Nachteile durch die DSGVO detaillierter zu analysieren, wurden die Unternehmen, die diese als vor- oder nachteilhaft empfinden, zu konkreten Vorteilen und Nachteilen befragt. Dies dient auch der Präzisierung und Erläuterung des bisher gesehenen uneindeutigen Antwortverhaltens der Unternehmen.

Allerdings wurden jeweils nur die Unternehmen nach konkreten Vorteilen beziehungsweise konkreten Nachteilen befragt, die der Aussage zu Vorteilen beziehungsweise Nachteilen zugestimmt haben. Schließlich scheint es wenig zielführend, ein Unternehmen, das keine Vorteile beziehungsweise Nachteile in der DSGVO sieht, konkret nach diesen Vorteilen bzw. Nachteilen zu befragen. Vor dem Hintergrund, dass nur 5 Prozent der Unternehmen Vorteile in den Datenschutzbestimmungen sehen, ist die Anzahl der Beobachtungen in diesem Fall mit n = 42 gering und die Ergebnisse sind mit entsprechender Vorsicht zu interpretieren.

Abbildung 3-3: Konkrete Vorteile durch die DSGVO

Anteil der Unternehmen, die den jeweiligen Aspekt als Vorteil der DSGVO sehen, an allen Unternehmen, die die DSGVO als vorteilhaft für den Wettbewerb erachten, in Prozent



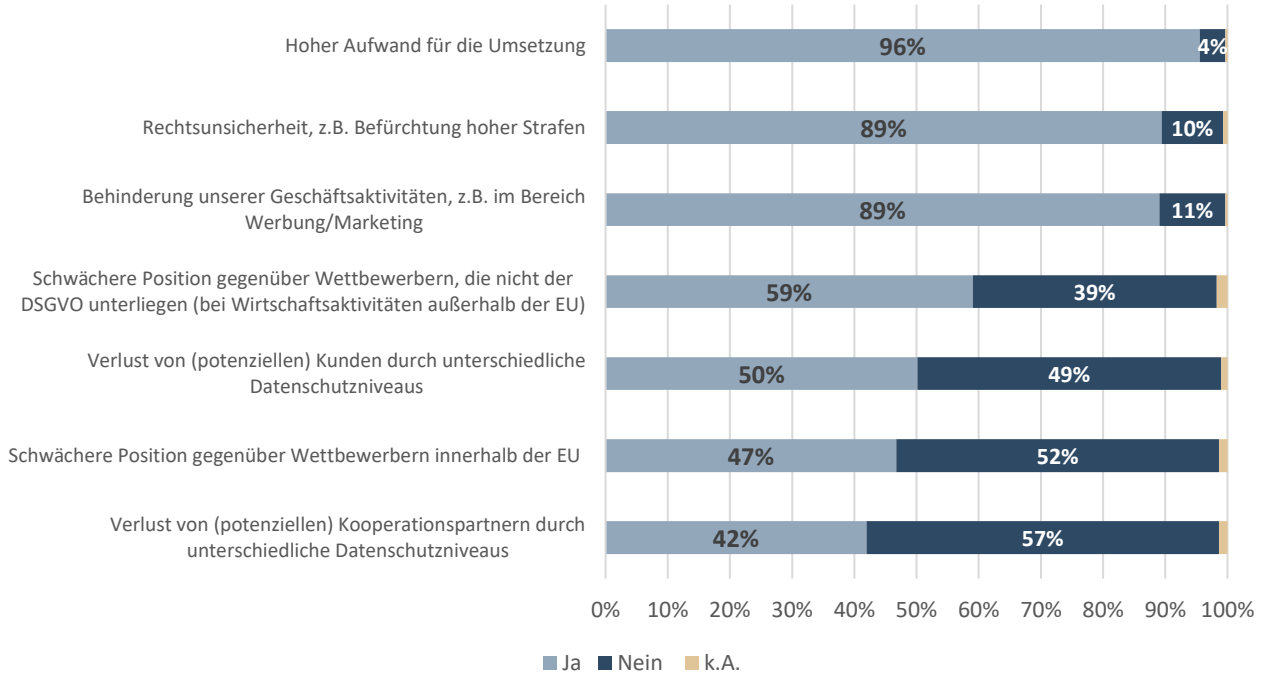
Quelle: eigene Berechnungen basierend auf IW-Zukunftspanel, 33. Welle, 2019; n=42

Der am häufigsten genannte Vorteil ist der des Gewinns von (potenziellen) Kunden durch ein hohes Datenschutzniveau (79 Prozent; Abbildung 3-3). Eine mögliche Erklärung für diese Beobachtung könnte sein, dass Kunden dem Datenschutz eine hohe Bedeutung beimessen und sich vor diesem Hintergrund bewusst für Unternehmen entscheiden (Selligent, 2019), die ihren Fokus auf dieses Interesse lenken und sogar damit werben, dem Datenschutz eine besondere – gegebenenfalls über die Regelungen der DSGVO hinausgehende – Bedeutung beizumessen. 60 Prozent der Unternehmen sehen Datenschutz auch als Verkaufsargument gegenüber Kooperationspartnern. 40 Prozent der Unternehmen sehen direkte wettbewerbliche Vorteile gegenüber Wettbewerbern innerhalb beziehungsweise außerhalb der EU. Den Vorteil der besseren Nutzung von Daten, etwa durch die erzwungene Beschäftigung mit datengetriebenen Prozessen und der sich daraus ergebenen Chance zur Verbesserung dieser, sehen lediglich 26 Prozent. Dieses Ergebnis ist besonders erstaunlich vor dem Hintergrund, dass viele Unternehmen in Deutschland noch deutliches Verbesserungspotenzial im Bereich von Data Governance (Engels/Schäfer, 2020) und Datennutzung sowie Datenmanagement (Azkan et al., 2019) haben.

Bei den Nachteilen dominiert sehr deutlich der hohe Aufwand für die Umsetzung. 96 Prozent der Unternehmen, die die DSGVO als nachteilhaft für den Wettbewerb empfinden, geben den Aufwand als Nachteil an (Abbildung 3-4; eine detailliertere Analyse des Aufwandes erfolgt in Kapitel 3.4)

Abbildung 3-4: Konkrete Nachteile durch die DSGVO

Anteil der Unternehmen, die den jeweiligen Aspekt als Nachteil der DSGVO sehen, an allen Unternehmen, die die DSGVO als nachteilhaft für den Wettbewerb erachten, in Prozent



Quelle: eigene Berechnungen basierend auf IW-Zukunftspanel, 33. Welle, 2019; n=293

Besonders erwähnenswert ist der Nachteil der Rechtsunsicherheit, der von 89 Prozent der Unternehmen genannt wird. Die Harmonisierung der unterschiedlichen Datenschutzniveaus in der

Europäischen Union durch die DSGVO sollte eigentlich Rechtsunsicherheit beseitigen. Allerdings ist denkbar, dass sich dies erst in der mittleren bis langen Frist zeigt, wenn sich die Unternehmen an die neue Regulierung gewöhnt haben und auf der DSGVO basierende Gerichtsurteile und -verfahren die Theorie der DSGVO mit der Praxis ergänzen und die Regulierung somit präzisieren. Auch die Tatsache, dass für 2020 mit vermehrten Bußgeldforderungen und Klagen wegen Verstößen gegen die DSGVO gerechnet wird (Wensing, 2019), könnte die hohe Zustimmung hinsichtlich der Rechtsunsicherheit der deutschen Unternehmen erklären.

Darüber hinaus sehen 89 Prozent der Unternehmen die DSGVO sogar als eine Behinderung der eigenen Geschäftsaktivitäten (siehe auch Bitkom, 2019b). Das dürfte insbesondere für solche Firmen der Fall sein, die personenbezogene Daten als Grundlage neuer und innovativer datengetriebener Geschäftsmodelle verwenden. Aber auch Unternehmen, deren Marketingmaßnahmen stark auf personenbezogenen Daten basieren – und dies dürfte in Zeiten personalisierter Onlinewerbung häufig der Fall sein – sind von diesem Nachteil betroffen, denn die DSGVO setzt der Verwertung der personenbezogenen Daten enge Grenzen und fordert Einwilligungen zur Datenverarbeitung.

Das Antwortverhalten bei den Nachteilen der DSGVO ist im Vergleich zu den Vorteilen sehr eindeutig. Die Deutlichkeit der Nachteile der DSGVO betonen auch andere Studien. Bitkom (2019c) hebt die allgegenwärtige Rechtsunsicherheit unter den deutschen Unternehmen hervor, Wensing (2019) die Angst vor Bußgeldern. Jedes zehnte Unternehmen sieht sich durch die DSGVO gar in der Existenz bedroht (Bitkom, 2019a).

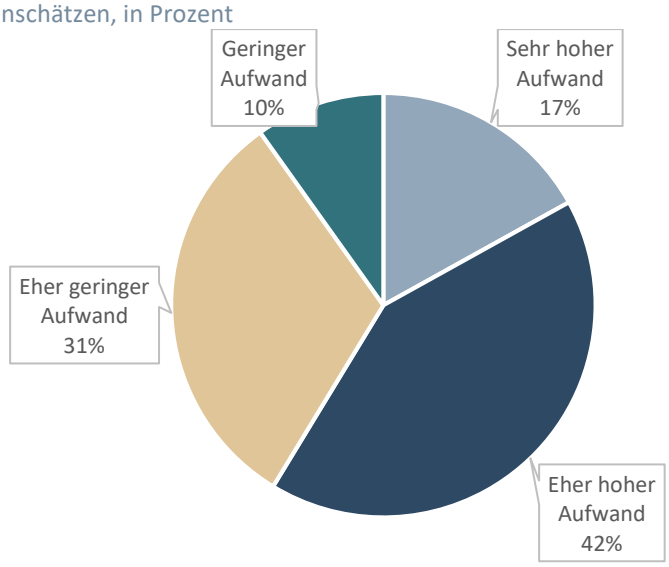
3.4 Aufwand und Nachteile nach Unternehmenseigenschaften

Der Aufwand der Umsetzung ist mit Abstand der am häufigsten genannte Nachteil der DSGVO. Gerade vor dem Hintergrund der besonderen Dokumentationspflichten durch die DSGVO geht eine rechtskonforme Umsetzung der Richtlinie mit hohen personellen und finanziellen Aufwendungen einher. Die Gründe hierfür liegen vor allem in der Einführung eines Datenmanagements, der Überprüfung der unternehmensinternen Prozesse sowie technisch-organisatorischen Maßnahmen, die getroffen werden müssen, um der rechtlich geforderten Transparenz- und Informationspflicht nachzukommen (DIHK, 2019). Auch die Anpassung bestehender IT-Systeme stellt einen Kostenpunkt in der Umsetzung der Datenschutzregelungen dar (Capgemini, 2019).

Alle Unternehmen der Stichprobe wurden befragt, wie sie den Aufwand, den die DSGVO bisher in ihrem Unternehmen verursacht hat, einschätzen. 59 Prozent der Unternehmen schätzt diesen Aufwand als hoch oder sogar sehr hoch ein (Abbildung 3-5). Nur jedes zehnte Unternehmen hält den Aufwand für gering.

Abbildung 3-5: Aufwand

Anteile der Unternehmen, die den Aufwand, den die DSGVO bislang in ihrem Unternehmen verursacht, in der jeweiligen Höhe einschätzen, in Prozent



Quelle: eigene Berechnungen basierend auf IW-Zukunftspanel, 33. Welle, 2019; n=862

Um zu identifizieren, ob es Unterschiede in der Einschätzung des Aufwandes je nach Unternehmenseigenschaft gibt, werden Chi-Quadrat-Tests über die Gleichheit der Mittelwerte der Antwortwerte unterschiedlicher Subsamples der befragten Unternehmen durchgeführt (Tabelle 3-4, Ergebniszeile 1). Ebenfalls zeigt diese Tabelle, inwiefern es Unterschiede basierend auf den Unternehmenseigenschaften in der Nennung der Nachteile der DSGVO gibt (ab Ergebniszeile 2).

Unternehmen mit vielen Mitarbeitern schätzen den Aufwand höher ein als Unternehmen mit wenigen Mitarbeitern, ebenso Unternehmen mit einem hohen Umsatz. Dies könnte darauf zurückzuführen sein, dass größere Unternehmen in der Regel mehr Unternehmensbereiche und auch Stellen und Positionen beachten müssen, für die die DSGVO relevant ist, weil personenbezogene Daten verarbeitet werden. Diese Prozesse abzugleichen und über das ganze Unternehmen zu harmonisieren ist oft aufwändiger als für ein kleineres Unternehmen, in dem tendenziell eine bessere Übersicht über datenverarbeitende Prozesse und Stellen besteht.

Auf der anderen Seite kann davon ausgegangen werden, dass größere Unternehmen über bessere finanzielle und personelle Ressourcen verfügen, um den Aufwand der Umsetzung der DSGVO zu stemmen. Das Ergebnis, dass umsatzstarke beziehungsweise mitarbeiterstarke Unternehmen den Aufwand signifikant häufiger hoch einschätzen als umsatzschwache beziehungsweise mitarbeiterarme Unternehmen bestätigen die Ergebnisse einer ergänzenden logistischen Regression, bei der die Internationalität der Unternehmen, die Innovativität und der Wirtschaftsbereich kontrolliert werden. Demnach haben Unternehmen mit vielen Mitarbeitern oder hohem Umsatz eine 1,7- bis 1,9 Mal höhere Wahrscheinlichkeit, den Aufwand der DSGVO als hoch einzuschätzen (detaillierte Ergebnisse aus Gründen der Übersichtlichkeit nicht aufgeführt). Allerdings nennen große Unternehmen den hohen Aufwand nicht signifikant häufiger als Nachteil der DSGVO als kleine Unternehmen (zweite Ergebniszeile in Tabelle 3-4).

Tabelle 3-4: Aufwandsbewertung und Nachteilsnennung nach Unternehmenseigenschaften

Chi-Quadrat-Tests; Differenz der Mittelwerte verschiedener Subsamples, je nachdem, ob die Zeilenvariablenausprägung 1 oder 0 ist (das Unternehmen in die jeweilige Kategorie fällt oder nicht); ***/**/*: signifikant auf dem 1-/5-/10-Prozent-Niveau; ein positiver signifikanter Wert bedeutet, dass Unternehmen, auf die die jeweilige Unternehmenseigenschaft zutrifft, signifikant häufiger den entsprechenden Nachteil sehen (ab Ergebniszeile 2) als Unternehmen, auf die die jeweilige Unternehmenseigenschaft nicht zutrifft bzw. den Aufwand häufiger als hoch einschätzen (Ergebniszeile 1)

	Innovator	International	Viele Mitarbeiter	Hoher Umsatz	Digitalisiert
Bewertung des Aufwandes der Umsetzung					
Aufwand hoch	0,033	0,010	0.174***	0,131***	0,108**
Nennung der Nachteile					
Aufwand	-0,038	0,005	0,020	0,008	-0,028
Rechtsunsicherheit	-0,052	0,050	-0,038	-0,037	-0,002
Behinderung der Geschäftsaktivitäten	0,075**	0,049	0,023	-0,027	0,010
Schwächere Position gegenüber Wettbewerbern:					
- außerhalb der EU	0,106*	0,297***	0,079	0,132*	0,103
- innerhalb der EU	-0,130**	0,140**	-0,052	0,117	0,080
Verlust von … durch unterschiedliche Datenschutzniveaus:					
- Kunden	0,026	-0,013	-0,106*	-0,035	0,080
- Kooperationspartnern	0,127**	0,049	-0,005	0,112	0,143*

Quelle: eigene Berechnungen basierend auf IW-Zukunftspanel, 33. Welle, 2019; n=293

Der Digitalisierungsgrad eines Unternehmens spielt ebenfalls eine Rolle bei der Bewertung des Aufwands der Umsetzung der DSGVO. Digitalisierte Unternehmen schätzen den Aufwand eher als hoch ein als nicht-digitalisierte, computerisierte Unternehmen. Der personelle und finanzielle Aufwand zur Umsetzung der Datenschutzregeln für ein digitales Unternehmen ist tendenziell höher als für ein lediglich computerisiertes Unternehmen, da dieses über mehr und komplexere datenverarbeitende Prozesse verfügt als ein computerisiertes Unternehmen. Einige digitalisierte Unternehmen basieren ihr Geschäftsmodell auf Daten, dementsprechend weitreichend ist für sie der Anwendungsbereich der DSGVO. Digitalisierte Unternehmen fürchten häufiger den Verlust von Kooperationspartnern durch unterschiedliche Datenschutzniveaus. Dies könnte damit zusammenhängen, dass digitalisierte Unternehmen oft auf internationaler Ebene kooperieren und entsprechend die Wahrscheinlichkeit unterschiedlicher Datenschutzniveaus steigt – und somit auch die Gefahr, dass dies zum Nachteil werden könnte. Schließlich erschwert die DSGVO den Austausch personenbezogener Daten erheblich.

Innovative Unternehmen nennen häufiger den Nachteil, dass die DSGVO ihre Geschäftsaktivitäten behindert, als nicht-innovative Unternehmen. Dies ist insofern logisch, als dass innovative Unternehmen häufiger mit Daten arbeiten (vgl. Bertelsmann Stiftung, 2019, 62). Auch sehen innovative Unternehmen eher den Nachteil, dass sie eine schwächere Position gegenüber Wettbewerbern einnehmen, die nicht der DSGVO unterliegen. Dies ist nachvollziehbar, wenn man bedenkt, dass viele „Hotspots“ innovativer Unternehmen wie Tel Aviv und das Silicon Valley zumindest vor Ort nicht der DSGVO unterliegen. Der California Consumer Privacy Act (Becerra, 2019) dürfte die Situation für die Unternehmen des Silicon Valley jedoch mittelfristig ändern. Innovative Unternehmen fürchten überdies auch eher den Nachteil, dass sie Kooperationspartner verlieren, weil diese einem unterschiedlichen Datenschutzniveau unterliegen. Dies könnte dadurch zu erklären sein, dass die Innovatoren der Stichprobe eher international tätig sind als Nichtinnovatoren (55 Prozent vs. 35 Prozent), womit auch das Risiko unterschiedlicher Datenschutzniveaus steigt.

Allerdings fürchten generell international tätige Unternehmen dies nicht häufiger als Nachteil als nicht-internationale. Internationale Unternehmen sehen jedoch eher die Nachteile der schwächeren Position gegenüber Wettbewerbern, die nicht der DSGVO unterliegen, sowie gegenüber anderen Wettbewerbern in der EU (für die die DSGVO unter Umständen weniger aufwändig oder anderweitig nachteilhaft ist). Innovatoren äußern hingegen weniger häufig die Befürchtung als Nichtinnovatoren, dass andere Wettbewerber in der EU durch die DSGVO in eine bessere Wettbewerbsposition rücken könnten (erkennbar am negativen Vorzeichen in der Tabelle 3-4).

Die Antworten zu den Vorteilen der DSGVO konnten nicht nach Unternehmenseigenschaften mit einem Chi-Quadrat-Tests ausgewertet werden, da mit n=42 die Anzahl der Unternehmen zu gering ist, um statistisch valide Erkenntnisse aus den Ergebnissen ziehen zu können.

4 Politische Implikationen und Fazit

Die Studie zeigt, dass insbesondere international agierende Unternehmen die DSGVO als nachteilig für ihre Wettbewerbsposition sehen. Diese negative Sichtweise zeigt sich dabei vor allem gegenüber nichteuropäischen Wettbewerbern bei Wirtschaftsaktivitäten außerhalb der EU, die nicht den strengen Datenschutzregulierungen der DSGVO unterliegen und aus Sicht deutscher Unternehmen hierdurch Vorteile genießen.

Vor diesem Hintergrund sollten auf politischer Ebene Anstrengungen dahingehend unternommen werden, die DSGVO als internationalen Standard zu etablieren. Die DSGVO könnte Vorbild zur Ausgestaltung nationaler und transnationaler Datenschutzregelungen im globalen Wettbewerb werden. Die Bemühungen, den Datenschutz nach europäischem Vorbild in Kalifornien umzusetzen, deuten dabei bereits die möglichen Potentiale einer solchen internationalen Datenschutzbewegung an.

Das Ergebnis, dass deutsche Unternehmen zudem eine schwächere Position im Wettbewerb gegenüber Wettbewerbern innerhalb der EU fürchten, hebt die Bedeutung einer stringenten

Rechtsdurchsetzung der DSGVO-Regelungen innerhalb der EU hervor. Die drohenden Strafzahlungen im Falle eines Verstoßes gegen die datenschutzrechtlichen Regelungen und deren Durchsetzung in allen europäischen Mitgliedsstaaten ist dabei Voraussetzung dafür, dass rechtskonform agierende Unternehmen in ihren Anstrengungen zum Datenschutz keine Nachteile gegenüber ihren Wettbewerbern sehen. Eine weitere Begründung für die Einschätzung hinsichtlich einer schwächeren Position gegenüber Wettbewerbern könnte ein tendenziell erhöhter Aufwand bei der Umsetzung der Datenschutzregelungen darstellen.

In diesem Zusammenhang wird deutlich, dass umsatzstarke beziehungsweise mitarbeiterstarke Unternehmen den Aufwand signifikant häufiger hoch einschätzen als umsatzschwache beziehungsweise mitarbeiterarme Unternehmen. Diesen empirischen Beobachtungen kann dadurch begegnet werden, dass Standardisierungen (zum Beispiel Datenschutzleitlinien) erarbeitet und bereitgestellt werden. So weisen andere Studien darauf hin, dass gerade die fehlenden Umsetzungshilfen von vielen Unternehmen beklagt werden (Bitkom, 2019c). Ferner gilt es bürokratische Hürden zu entfernen, zumal die Bürokratie bei der Umsetzung der Datenschutzregulierungen zum Teil zu erheblichen personellen und finanziellen Aufwendungen deutscher Unternehmen führen.

Bemerkenswert ist das Studienergebnis, dass digitalisierte und innovative Unternehmen die DSGVO eher als vorteilhaft empfinden, obwohl sie gleichzeitig den Aufwand der Umsetzung häufiger als Nachteil nennen. Trotz eines relativ höheren Aufwandes sind diese zukunftsgerichteten Unternehmen eher vom positiven Charakter der DSGVO überzeugt, was gleichermaßen als Bestätigung der Wichtigkeit des Datenschutzes an sich gesehen werden kann.

Literatur

Anger, Heike / Neuerer, Dietmar, Verwirrung und Unsicherheit – ein Jahr DSGVO, https://www.handelsblatt.com/politik/deutschland/datenschutz-verwirrung-und-unsicherheit-ein-jahr-dsgvo/24361014.html?ticket=ST-53986147-sBq7rzzbiUjcC6csahGA-ap4 [29.11.2019]

Azkan, Can / Demary, Vera/ Fritsch, Manuel / Goecke, Henry / Korte, Tobias/ Krotova, Alevtina / Lichtblau, Karl / Schmitz, Edgar, 2019, READINESS DATA ECONOMY – Bereitschaft der deutschen Unternehmen für die Teilhabe an der Datenwirtschaft, https://www.demand-projekt.de/paper/Gutachten_Readiness_Data_Economy.pdf [29.11.2019]

Becerra, Xavier, 2019, California Consumer Privacy Act (CCPA), https://oag.ca.gov/privacy/ccpa [11.11.2019]

Bertelsmann Stiftung, 2019, Innovative Milieus, https://www.bertelsmann-stiftung.de/fileadmin/files/BSt/Publikationen/GrauePublikationen/NW_Innovative_Milieus.pdf [11.11.2019]

Betschka, Julius/ Kiesel, Robert/ Christ, Sebastian, 2019, Deutsche Wohnen muss 14,5 Millionen Euro Strafe bezahlen, https://www.tagesspiegel.de/berlin/rekordbussgeld-wegen-datenschutzverstoessen-deutsche-wohnen-muss-14-5-millionen-euro-strafe-bezahlen/25191038.html [20.11.2019]

Bitkom, 2019a, Datenschutzkonforme Datenverarbeitung nach der EU-Datenschutz-Grundverordnung, https://www.bitkom.org/Themen/Datenschutz-Sicherheit/Datenschutz/Inhaltsseite-2.html [12.11.2019]

Bitkom, 2019b, Zwei Drittel der Unternehmen sehen sich durch Datenschutzregeln behindert, https://www.bitkom-research.de/de/pressemitteilung/zwei-drittel-der-unternehmen-sehen-sich-durch-datenschutzregeln-behindert [12.11.2019]

Bitkom, 2019c, Bitkom zieht gemischte Bilanz zur DSG-VO https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Bitkom-zieht-gemischte-Jahresbilanz-zur-DS-GVO [12.11.2019]

Bitkom, 2019d, Zwei Drittel der Unternehmen haben DS-GVO größtenteils umgesetzt, https://www.bitkom.org/Presse/Presseinformation/Zwei-Drittel-Unternehmen-DS-GVO-groesstenteils-umgesetzt [29.11.2019]

Capgemini, 2019, Championing Data Protection and Privacy – a source of competitive advantage in the digital century, https://www.capgemini.com/de-de/wp-content/uploads/sites/5/2019/09/Report_GDPR_Championing_DataProtection_and_Privacy.pdf [26.11.2019]

DIHK, 2019, Evaluierung der Verordnung (EU) 2016/679 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 27. April 2016 zum Schutz natürlicher Personen bei der Verarbeitung personenbezogener Daten, zum freien Datenverkehr und zur Aufhebung der Richtlinie 95/46/EG (DSGVO), Positionspapier, 2. Juli 2019, Berlin.

Engels, Barbara / Grunewald, Mara, 2017, Das Privacy Paradox – Digitalisierung versus Privatsphäre, IW-Kurzbericht Nr. 57, Köln.

Engels, Barbara / Schäfer, Christin, 2020 (forthcoming), Data Governance in deutschen Unternehmen, Köln.

Gassmann, Oliver /Frankenberger, Karoling/Csik, Michaela, 2017, Geschäftsmodelle entwickeln, 2. Auflage, Hanser Verlag, München.

Krotova, Alev/ Fritsch, Manuel, 2019, Berücksichtigung von Daten in digitalen Reifegradmodellen, Gutachten, Köln

Lichtblau, Karl/ Fritsch, Manuel/ Millack, Agnes, 2018, Digital-Atlas Deutschland: Überblick über die Digitalisierung von Wirtschaft und Gesellschaft sowie von KMU, NGOs, Bildungseinrichtungen sowie der Arbeit in Deutschland, Köln

Selligent, 2019, Selligent Global Connected Consumer Index, 2nd Edition, https://info.selligent.com/maximize-every-moment [12.11.2019]

vbw – Die bayerische Wirtschaft, 2017, Neue Wertschöpfung durch Digitalisierung, Studie, München

Wensing, 2019, Was seit der Einführung der DSGVO passiert ist, WirtschaftsWoche, https://www.wiwo.de/erfolg/trends/ein-jahr-datenschutzgrundverordnung-was-seit-einfuehrung-der-dsgvo-passiert-ist/24377918.html [12.11.2019]

Abstract

Competition Effects of the General Data Protection Regulation – An analysis based on a survey among German companies (Engels/Scheufen)

The European General Data Regulation (GDPR) increases the level of protection of personal data and standardises it throughout Europe. All companies that process personal data must react to this. This has very different direct and indirect effects on companies. They have different starting positions due to different business models, company sizes and organisational structures and can react to the GDPR with different personnel and financial resources. The ability and way companies deal with the GDPR thus has indirect effects on the position of the companies in the competitive environment. But the GDPR can also have direct effects on the competitive position of companies. This is the case if companies that have to comply with the DSGVO compete with companies that do not have to comply with the DSGVO, for example in the case of economic activities outside the European Union. Against this background, this report examines, on the basis of a survey conducted as part of the "IW Zukunftspanel", the effort German companies have experienced to date in implementing and complying with the GDPR and how they assess the effects of the GDPR on their own competitive position. This is particularly relevant because data is becoming an increasingly valuable resource. For most of the companies surveyed, the GDPR has no advantages for their competitive position. One third even sees disadvantages, in particular since the implementation effort is estimated to be very high. On the other hand, particularly digitalized and innovative companies perceive the GDPR as advantageous for their competitive position. Against this background, political efforts should be made to establish the GDPR as an international data protection standard, while companies should receive greater support in its implementation.

Tabellenverzeichnis

Tabelle 2-1: Wirtschaftsbranchen der befragten Unternehmen 4
Tabelle 3-1: Vorteile durch die DSGVO nach Wirtschaftsbranche 7
Tabelle 3-2: Nachteile durch die DSGVO nach Wirtschaftsbranche 9
Tabelle 3-3: Vor- und Nachteile nach Unternehmenseigenschaften 10
Tabelle 3-4: Aufwandsbewertung und Nachteilsnennung nach Unternehmenseigenschaften 15

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 2-1: Umsätze der befragten Unternehmen 5
Abbildung 3-1: Vorteile durch die DSGVO.....6
Abbildung 3-2: Nachteile durch die DSGVO 8
Abbildung 3-3: Konkrete Vorteile durch die DSGVO 11
Abbildung 3-4: Konkrete Nachteile durch die DSGVO.....12
Abbildung 3-5: Aufwand 14