

# ➤ Fellowes: Datenschutz europaweit

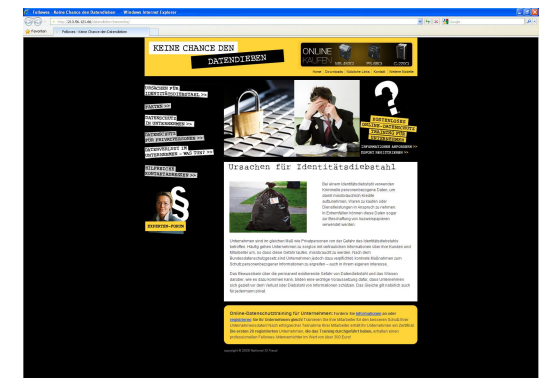
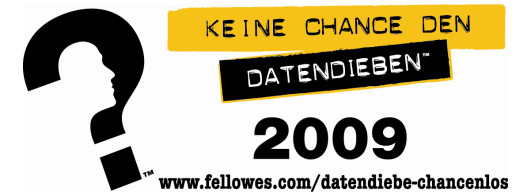


## ➤ Ziele:

- Kleine und mittelständische Unternehmen sowie Privatpersonen über die Gefahren von Identitätsdiebstahl und Diebstahl sensibler Daten aufklären
- Unternehmen zur Teilnahme am Online-Datenschutztraining auf der Kampagnen-Website von Fellowes motivieren
- Fellowes' als Datenschutzexperte innerhalb der Zielgruppe Mittelstand aufbauen
- Sales-Aktivitäten im Bereich Aktenvernichter unterstützen

## ➤ Kampagne „Datendiebe chancenlos!“ – Eckdaten:

- Paneuropäische Kampagne in den wichtigsten Zielmärkten von Fellowes: UK, Frankreich, Deutschland, Benelux und Polen
- Europaweite Umfrage zum Thema Datenschutz im Unternehmen als auch im privaten Umfeld untermauert, wie wichtig Aufklärung und mehr Engagement sind



# ➤ Fellowes: Datenschutz europaweit



## ➤ PR-Ansatz:

- Aufbau von zielgruppenspezifischen Kampagnen-Websites.  
UK: <http://stop-idfraud.co.uk> einschließlich Twitter-Feed  
Deutschland: <http://213.56.121.66/datendiebe-chancenlos> einschließlich Expertenforum
- Erstellen von Informationsmaterial und Ratgebern für KMU zum Download
- Entwicklung eines Online-Datenschutztrainings für KMU
- Entwicklung zielgruppenspezifischen Pressematerials für Print- und Online-Publikationen
- Entwicklung eines Social Media Release

## ➤ Ergebnisse:

- Europaweit breite Aufmerksamkeit dank umfangreicher Berichterstattung der Print- und Online-Medien: über 750 Berichte
- Kampagnen-Websites: über 40.000 Besucher
- European Excellence Award der Fachzeitschrift *Communication Director* im Dezember 2009 ist die insgesamt 6. internationale Auszeichnung für Fellowes im Bereich PR und Kommunikation



**Datenschutz hat zwei Gesichter**

Nicht nur digital vorgehaltene Daten bedürfen eines besonderen Schutzes, sondern auch der Umgang mit ausgedruckten Dokumenten sollte nach gewissen Spielregeln erfolgen.

**D**er Datenschutz ist immer aus zwei Perspektiven zu betrachten: Im IT-Bereich steht dabei der Umgang mit den digital vorgehaltenen personenbezogenen Daten und deren Schutz im Vordergrund des Interesses. Nichtkonformer handelnde Unternehmen bestrafen, wenn es andere Größenkreise gelten sollen. Gut gefällige Papiergebühren bieten Wirtschaftlichkeitsargumente als ein gefälliges Pönal.

Im gewerblichen Bereich sind dies wiederum Unternehmen heranzuführen, nicht des Begriffs der IT, auch wenn es weit entfernt. Allein in den USA hatten Unternehmen über 4 Billionen Euro Verbindlichkeiten, deren Zahl laut Analyse von Privatversicherern von 2008 jährlich um 22 Prozent wuchs. Vergleichbar: Nicht Unternehmen vermeiden... „Nach wie vor landet viel zu viel Vertriebsmaterial in Deutschland Mülltonnen... Das Verbot ist sicher zu erlangen, ist in der öffentlichen Meinung nicht so gut wie beim Thema“, betont Andrea Caning, Unternehmensleiterin bei Fellowes Deutschland, einem Hersteller und Anbieter von Büromaschinen. Das Mitarbeiter in Unternehmen in Sachen Da-

**Wichtiges sehen, nicht hören, nicht wissen**

Datenschutz bleibt in Unternehmen ein gut gehütetes Geheimnis, insbesondere wenn regionale Mitarbeiter der Grund des Übels sind. Abgesehen von den durch Verbotszeichen markierten Bereich des Bundesdatenschutzgesetzes, ist das die Bundesländer. Deshalb empfiehlt es sich für Unternehmen, in jedem Arbeits-

**1. Schutzbeauftragter:** Die Mehrheit (mehr als 50 %) der befragten Unternehmen wählte keinen Datenschutzbeauftragten.

**2. Data Manager:** In den Unternehmen gab es keinen Data Manager.

**3. Richtlinie zum Datenschutz:** Nur 10 % der Unternehmen verfügen über eine Richtlinie zum Datenschutz.

**4. Datenschutzschulung:** Nur 10 % der Unternehmen verfügen über eine Schulung zum Datenschutz.

**5. Awareness:** Nur 10 % der Unternehmen verfügen über eine Awareness zum Datenschutz.

**Datenschutz im Visier**

**Fellowes** unter dem Motto „Keine Chance am Datendiebstahl“ startet Fellowes eine Datenschutzkampagne für den Mittelstand. Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) sollen auf Schwachstellen und Datenschutzlücken in ihren Unternehmen sowie auf die Gefahr von Datenklau hingewiesen werden. Wie wichtig Aufklärung ist, unterstreichen die Ergebnisse einer von Fellowes in Auftrag gegebenen und von Dynamic Markets durchgeführten Studie. So vertrauen 98 % der deutschen Verbraucher nicht...

**www.fellowes.com/datendiebe-chancenlos.de**, bietet Infos sowie einen Datenschutzratgeber. In einem Online-Expertenforum beantwortet eine Rechtsanwältin anonymisiert Fragen. Das Herzstück der Kampagne ist ein Online-Datenschutztraining, das kostenlos absolviert werden kann. „Nach wie vor landen viel zu viele vertrauliche Papiere, so wie sie sind, in Deutschlands Mülltonnen. Datenschutztrainings können ein erster Schritt sein, Mitarbeiter für einen bewussten Umgang mit Daten zu...

**boss**  
BÜROWIRTSCHAFT INTERNATIONAL

**Datenschutz im Visier**

**Fellowes** unter dem Motto „Keine Chance am Datendiebstahl“ startet Fellowes eine Datenschutzkampagne für den Mittelstand. Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) sollen auf Schwachstellen und Datenschutzlücken in ihren Unternehmen sowie auf die Gefahr von Datenklau hingewiesen werden. Wie wichtig Aufklärung ist, unterstreichen die Ergebnisse einer von Fellowes in Auftrag gegebenen und von Dynamic Markets durchgeführten Studie. So vertrauen 98 % der deutschen Verbraucher nicht...

**1. Schutzbeauftragter:** Die Mehrheit (mehr als 50 %) der befragten Unternehmen wählte keinen Datenschutzbeauftragten.

**2. Data Manager:** In den Unternehmen gab es keinen Data Manager.

**3. Richtlinie zum Datenschutz:** Nur 10 % der Unternehmen verfügen über eine Richtlinie zum Datenschutz.

**4. Datenschutzschulung:** Nur 10 % der Unternehmen verfügen über eine Schulung zum Datenschutz.

**5. Awareness:** Nur 10 % der Unternehmen verfügen über eine Awareness zum Datenschutz.

**COMPUTERWOCHE**

**Fahrflüssiger Schutz von Kundendaten**

**Datenschutz im Visier**

**Fellowes** unter dem Motto „Keine Chance am Datendiebstahl“ startet Fellowes eine Datenschutzkampagne für den Mittelstand. Kleine und mittlere Unternehmen (KMU) sollen auf Schwachstellen und Datenschutzlücken in ihren Unternehmen sowie auf die Gefahr von Datenklau hingewiesen werden. Wie wichtig Aufklärung ist, unterstreichen die Ergebnisse einer von Fellowes in Auftrag gegebenen und von Dynamic Markets durchgeführten Studie. So vertrauen 98 % der deutschen Verbraucher nicht...

**1. Schutzbeauftragter:** Die Mehrheit (mehr als 50 %) der befragten Unternehmen wählte keinen Datenschutzbeauftragten.

**2. Data Manager:** In den Unternehmen gab es keinen Data Manager.

**3. Richtlinie zum Datenschutz:** Nur 10 % der Unternehmen verfügen über eine Richtlinie zum Datenschutz.

**4. Datenschutzschulung:** Nur 10 % der Unternehmen verfügen über eine Schulung zum Datenschutz.

**5. Awareness:** Nur 10 % der Unternehmen verfügen über eine Awareness zum Datenschutz.