

A close-up photograph of two hands holding silver pens, pointing at a line graph on a document. The graph shows several data series with blue and orange lines and circular markers. The text 'Business Growth' is visible on the right side of the graph. The background is slightly blurred, showing a laptop keyboard and other documents.

Datenschutz-Jahresbericht als wertvolles Kommunikationswerkzeug

**So erstellen Sie den
Tätigkeitsbericht schnell
und kennzahlenbasiert**

Inhaltsverzeichnis

Editorial.....	3
Warum jeder Datenschutzbeauftragte einen Tätigkeitsbericht erstellen sollte	4
So strukturieren Sie Ihren Jahresbericht	5
Beachten Sie diese Regeln für gute Lesbarkeit Ihres Berichts	7
Die Power der Zahlen: So stellen Sie einen datenbasierten Jahresbericht bereit	9
Muster: Datenschutz-Jahresbereich mit Zahlen.....	10
Wie Sie sich am besten Gehör verschaffen.....	11
Checkliste: So gelingt Ihre Präsentation.....	14

Editorial

Liebe Datenschutzbeauftragte, lieber Datenschutzbeauftragter,

am Anfang Ihres Jahresberichts stehen Sie vor dem Nichts, sprich, einem leeren Blatt Papier oder einer jungfräulichen Word-Datei. Doch keine Angst, das bleibt nicht lange so. Denn Sie haben in den letzten Monaten bestimmt alle Hände voll zu tun gehabt und nun ist es an der Zeit, Ihre Leistungen zu verschriftlichen und sich das wohl verdiente Lob dafür abzuholen.

Und damit Sie sich die Arbeit noch leichter machen, sollten Sie sich dieses Heft lesen, um Ihren Bericht ansprechend und überzeugend zu gestalten.

Viel Erfolg dabei wünscht

das Privacy Xperts Team



Warum jeder Datenschutzbeauftragte einen Tätigkeitsbericht erstellen sollte

Jede Menge Beratungstermine, knifflige Fragestellungen, Schulungen, Kontrollen, Termine mit Kollegen, Abstimmungen mit der Unternehmensleitung und, und, und. Dazu kommen komplexe Sachverhalte, die „mal eben so zwischendurch“ zur Bearbeitung auf Ihrem Tisch landen – und deren Frist natürlich schon gestern abgelaufen ist. Und jetzt auch noch einen Bericht schreiben?

Kann man sich diesen Aufwand nicht einfach sparen?

Klare Antwort: Grundsätzlich ja – **denn per Gesetz sind Sie NICHT dazu verpflichtet, einen Tätigkeitsbericht zu verfassen.**

Aber: Seit Anwendung der Datenschutz- Grundverordnung (DSGVO) sind die Dokumentations- und Rechenschaftspflichten für Unternehmen erweitert worden. Auch Sie sollten belegen können, wie es um den Datenschutz steht.

Ein Resümee darüber zu ziehen, was in Sachen Datenschutz in den letzten Monaten passiert ist, hat für Sie gleich mehrere Vorteile: Erstens verschaffen Sie sich durch die Recherche selbst einen Überblick, wie der aktuelle Stand der Dinge in Ihrem Unternehmen ist und an welchen Stellen noch Nachbesserungsbedarf besteht. Zweitens dient Ihr Datenschutzbericht auch als Kommunikationskanal zu Ihren Stakeholdern im Unternehmen. Dazu gehören sowohl Vertreter der Unternehmensleitung als auch die Mitarbeiter. Und drittens: Ihr Bericht hilft Ihnen und Ihrem Unternehmen, die Rechenschaftspflicht aus Art. 5 Abs. 2 DSGVO und Nachweispflichten gemäß Art. 24 Abs. 3 DSGVO zu erfüllen – und dient damit auch als Beleg gegenüber der Aufsichtsbehörde, dass und wie Sie Ihren Job machen.

Weckruf für die Verantwortlichen

Als Datenschutzbeauftragter haben Sie es in der Hand, die Weichen für den Datenschutz in Ihrem Unternehmen zu stellen. Doch auch wenn Sie Ihren Job gewissenhaft und engagiert erledigen, läuft sicherlich nicht immer alles so „rund“, wie Sie es sich wünschen. Manchmal beißen Sie auf Granit oder bekommen die Tür vor der Nase zugeschlagen. Das hat Konsequenzen: Wenn Sie nicht mit am Tisch sitzen, besteht immer die Gefahr, dass der Datenschutz bei wichtigen Projekten oder bei der Einführung neuer Prozesse gar nicht oder nicht ausreichend berücksichtigt wird. Mit Ihrem Bericht können Sie Transparenz schaffen, indem Sie darauf hinweisen, an welchen Stellen und aus welchen Gründen Sie im Unternehmen Datenschutzrisiken sehen. Und: Sie können direkt Gegenmaßnahmen empfehlen. Ob die von Ihnen empfohlenen Maßnahmen umgesetzt werden oder nicht, liegt dann nicht mehr bei Ihnen. Aber Sie haben Ihren Job getan – und das Ganze schwarz auf weiß dokumentiert.

So strukturieren Sie Ihren Jahresbericht

Mal ehrlich: Waren Sie damals nicht froh, als mit Abschluss der Schule auch der Deutschunterricht vorbei war? Oder war Deutsch Ihr Lieblingsfach? Dann stürzen Sie sich wahrscheinlich begeistert auf die Aufgabe, einen Bericht zu schreiben, oder? In beiden Fällen wohl eher nicht. Dabei kann wirklich jeder mit ein paar Tricks zum echten Schreiberling werden.

Legen Sie jetzt los und folgen Sie einfach diesen sechs Schritten:

Schritt 1: Definieren Sie die Zielgruppe

Der Köder muss dem Fisch schmecken! Deshalb überlegen Sie sich genau, wer die Zielgruppe Ihres Berichts ist, z. B.:

- die Unternehmensleitung
- die Mitarbeiter/Kollegen
- die Öffentlichkeit (inklusive Aufsichtsbehörde!)

Vorsicht!

Achten Sie unbedingt auf Vertraulichkeit! Wenn Sie Ihren Datenschutzbericht nicht nur der Unternehmensleitung, sondern auch den Mitarbeitern bzw. der Öffentlichkeit zur Verfügung stellen wollen, prüfen Sie vorab, welche Inhalte als vertraulich einzustufen sind (z. B. Datenschutzvorfälle, Audit- Ergebnisse etc.). Erstellen Sie zwei Versionen des Berichts – eine Version enthält ein zusätzliches Kapitel mit vertraulichen Inhalten. Bei der anderen Version lassen Sie diesen Teil komplett weg. Den Bericht mit vertraulichem Teil stellen Sie dann ausschließlich der Unternehmensleitung zur Verfügung. Die kürzere Version ohne vertraulichen Teil geben Sie nach vorheriger Abstimmung mit der Unternehmensleitung an die Mitarbeiter und die Öffentlichkeit heraus.

Schritt 2: Legen Sie die Themen fest

Mit einem Bericht dokumentieren Sie den Status quo des Datenschutzes in Ihrem Unternehmen. Bei Anfragen der Aufsichtsbehörde dient er dementsprechend als Nachweis.

Gleichzeitig lenken Sie intern Aufmerksamkeit auf Ihren Job als Datenschutzbeauftragter und zeigen der Geschäftsleitung, was Sie in den letzten Monaten geleistet haben: Der Bericht ist Ihr Aushängeschild.

In der Gestaltung sind Sie völlig frei. Um den gewollten Effekt zu erzielen, müssen Sie Zeit und Aufwand in die Struktur und die Themenauswahl investieren. Doch die Mühe lohnt sich!

Ihr Datenschutzbericht beinhaltet beispielsweise folgende Punkte:

1. Einleitung inklusive Status quo des Datenschutzrechts
2. Aufgaben, Verantwortung und Stellung des Datenschutzbeauftragten
3. Maßnahmen zur Sensibilisierung und Awareness
4. Anfragen von Betroffenen
5. Prüfungen und Audits
6. festgestellte Defizite
7. Handlungsempfehlungen
8. Fazit und Ausblick

Nehmen Sie sich genügend Zeit für die Themenauswahl. Fokussieren Sie sich dabei nur auf die wichtigsten Inhalte. Beispielthemen: Projekte, die Sie datenschutzrechtlich beraten haben, wie z. B. Einführung und Prüfung von Datenverarbeitungssystemen, Auftragsverarbeitungen, Datenschutzs Schulungen und Awareness- Kampagnen usw.

Erstellen Sie eine Gliederung und legen Sie fest, wie Sie die ausgewählten Themen ordnen möchten, z. B.:

- Von Allgemein zu Speziell: Am Anfang des Berichts geben Sie einen Überblick zum aktuellen Stand des Datenschutzrechts und erläutern im Anschluss unternehmensspezifische Themen und Regelungen.
- Bilden Sie Themenblöcke und unterteilen Sie z. B. in Kundendaten und Beschäftigtendaten und/oder in Unternehmensbereiche wie Personalabteilung, Marketing/Vertriebsabteilung, IT-Abteilung usw.
- Ziehen Sie ein Fazit und geben Sie Empfehlungen – entweder nach jedem Themenabschnitt oder am Ende des Berichts.
- Bedanken Sie sich bei Kollegen und der Unternehmensleitung für die Zusammenarbeit und Unterstützung – entweder am Anfang oder am Ende des Berichts.
- Geben Sie einen Ausblick auf die Entwicklungen im Datenschutz und erläutern Sie, wie diese in Zukunft Ihr Unternehmen voraussichtlich beeinflussen werden.

Machen Sie auf Mängel aufmerksam

Ihr Bericht ist eine ideale Möglichkeit, um auf Mängel hinzuweisen und Verbesserungsvorschläge zu machen. Ob die empfohlenen Maßnahmen von den Verantwortlichen umgesetzt werden oder nicht, liegt nicht in Ihrer Hand. Ihr Job als Datenschutzbeauftragter ist es, zu beraten und Empfehlungen auszusprechen – und diese sind in Ihrem Bericht schwarz auf weiß nachlesbar.

Schritt 3: Geben Sie Ihrem Datenschutzbericht eine Form

Haben Sie die Frage nach der Zielgruppe und Themen geklärt, entscheiden Sie sich für das geeignete Format. Führen Sie sich vor Augen: Niemand hat Zeit und Motivation, Texte in biblischer Länge zu lesen. Und wenn niemand Ihren Bericht liest, dann ist er das Papier



nicht wert, auf dem er steht. Verzichten Sie auf langatmige Beschreibungen ohne praktischen Nutzen. In der Kürze liegt die Würze. Ihr Bericht sollte höchstens zehn bis 15 DIN-A4- Seiten umfassen.

Schritt 4: Tun Sie's und schreiben Sie los!

Beachten Sie diese Regeln für gute Lesbarkeit Ihres Berichts

Wenn Spezialisten, die ganz tief in der Materie stecken, Texte verfassen, kommt manchmal weder Lesenswertes noch Verständliches dabei heraus. Das ist nicht nur bei juristischen Fachtexten so. Auch Gebrauchsanweisungen können den Leser in den Wahnsinn treiben. Das muss nicht sein. Auch nicht im Datenschutz. Dort müssen die Verantwortlichen ebenso auf Sprache und Verständlichkeit achten.

Regel Nummer eins: Formulieren Sie verständlich. Achten Sie auf Begriffe, die auch Datenschut Laien verstehen. Fremdwörter, Anglizismen und juristische Fachbegriffe sind nur im Ausnahmefall erlaubt, und wenn Sie nicht darauf verzichten können, dann erklären Sie die Begriffe in einfachen Worten.

Bleiben Sie selbstkritisch. Lesen Sie Ihren Text immer mit den Augen eines Dritten. Kontrollieren Sie nach jedem Abschnitt aufs Neue, ob der rote Faden noch da ist. Die Durchgängigkeit Ihres Textes muss inhaltlich und bezüglich des Aufbaus und der Gestaltung vorhanden sein.

Halten Sie sich an folgende Formulierungs- und Gestaltungsregeln:

- klar strukturiertes Inhaltsverzeichnis
- kurze, prägnante Sätze
- ein Satz, ein Gedanke
- keine oder wenige Fachbegriffe, Fremdwörter, Abkürzungen, Anglizismen
- keine oder wenige Fußnoten
- klare Textstruktur durch Absätze und Zwischenüberschriften

Schreibtipps 1: Verzichten Sie auf Füllwörter und Floskeln

Verwenden Sie zu viele Füllwörter oder Floskeln, blähen Sie den Text unnötig auf. Gestalten Sie den Text leserlich und verzichten Sie auf Wörter und Formulierungen wie:

Beispiele für Füllwörter:

- an dieser Stelle
- eigentlich

- ziemlich
- nämlich
- möglicherweise
- vielleicht

Beispiele für unnötige Formulierungen:

- Ich möchte darauf hinweisen ...,
besser: Ich weise darauf hin ...
- Ich möchte Ihnen folgende Mängel aufzeigen ...,
besser: Ich habe folgende Mängel festgestellt ...

Schreibtipptipp 2: Vermeiden Sie Substantivierungen

Achten Sie darauf, aktiv zu formulieren. Das heißt, verwenden Sie möglichst viele Verben und verzichten Sie auf Substantivierungen. Substantivierung bedeutet, ein Substantiv aus einer anderen Wortart zu bilden – insbesondere aus Verben und Adjektiven. Diese Wörter sind an Endungen wie -ung, -keit, -heit, -tät oder -mus zu erkennen.

Beispiele:

- Wir stehen vor der Herausforderung der Digitalisierung,
besser: Die Digitalisierung fordert uns heraus.
- Diesen Faktoren ist Beachtung zu schenken,
besser: Diese Faktoren sind zu beachten.
- Die Förderung des Datenschutzes ist die Zielsetzung ...,
besser: Unser Ziel ist es, den Datenschutz zu fördern.

Schreibtipptipp 3: Streichen Sie Adjektive

Zu viele Adjektive überfrachten den Text. Auf die meisten Adjektive können Sie verzichten, weil sie oft nur Selbstverständlichkeiten beschreiben und den Text aufblähen. Die folgenden Adjektive können Sie streichen. Beispiele:

- andere Alternative
- essenzielle Eckpfeiler
- kritisches Hinterfragen
- einzelne Details

Und ein letzter Tipp zum Schluss: Lassen Sie Korrektur lesen

Ihr Datenschutzbericht ist Ihr Aushängeschild als Datenschutzbeauftragter – und das Ihres Unternehmens. Arbeiten Sie sorgfältig und unterschätzen Sie nicht den Aufwand für die äußere Form des Datenschutzberichts. Bevor Sie Ihren Bericht veröffentlichen, lassen Sie ihn Korrektur lesen, etwa durch einen Kollegen Ihres Vertrauens. Oder Sie geben den Text in ein professionelles Lektorat.

Die Power der Zahlen: So stellen Sie einen datenbasierten Jahresbericht bereit

Daten können Ihre Aussagen nicht nur mit Fakten belegen, wenn Sie die Zahlen richtig aufbereiten, können sie auch eine visuelle Unterstützung sein und komplizierte Sachverhalte übersichtlich darstellen.

Um Zeit bei der Erstellung eines Jahresberichts zu sparen und diesen für die Unternehmensleitung verständlicher zu machen, kam ein Datenschutzbeauftragter auf die Idee, den Jahresbericht **nur mit Zahlen und Kennzahlen zu erstellen** und dann nur noch, um Hinweise zu ergänzen.

Schön ist bei dieser Lösung, dass die Unternehmensleitung darüber auch einfach den Datenschutz-Stand erfahren kann, indem z. B. die Anzahl der überprüften Verfahren, Verfahren mit hohen Risiken oder Datensätze aufgeführt werden.

Wer seine Zahlen aber doch lieber in einen Kontext setzen möchte, kann natürlich auch Text und Datenpunkte miteinander verknüpfen.

Nachfolgend finden Sie ein Muster, mit welcher Datenbasis Ihr Jahresbericht aufgebaut werden kann. Das Muster steht Ihnen auch als Exceltabelle im Rahmen dieses Downloads zur Verfügung oder auf privacyxpert.de/login.

Tipp!

Noch leserfreundlicher ist es, wenn Sie die Datenpunkte der Mustertabelle in passende Diagramme setzen. Diese eignen sich besonders gut, wenn Sie die Inhalte in Form einer Präsentation vor der Geschäftsführung vorstellen sollen.

MUSTER: DATENSCHUTZ-JAHRESBERICHT

Themen	Soll	Ist
Aufgewendete Stunden Datenschutzbeauftragter Januar bis Dezember	80	45
Grundschulung Datenschutz (Anzahl Mitarbeiter)	100	90
Sensibilisierungsmaßnahmen durch Aushänge oder Rundschreiben	4	1
Schriftliche Verpflichtung der Mitarbeiter auf Vertraulichkeit	100	88
Einwilligung zur Veröffentlichung der Bilder auf Website (nur Mitarbeiter, Geschäftsleitung, Vertrieb, Beratung, Support)	60	60
Anfragen, Beschwerden und Meldungen		
Anfragen von Betroffenen		1
Beschwerden von Betroffenen		0
Anfragen der Aufsichtsbehörde		0
Meldungen an die Aufsichtsbehörde nach Art. 33 DSGVO		0
Meldungen an die Betroffenen nach Art. 34 DSGVO		0
Auftragsverarbeitungen mit Kunden		
Ist = unterschriebene Rücksendung durch Kunden		
Auftragsverarbeitungen mit Kunden für Produkt A, Risiko normal	452	298
Auftragsverarbeitungen mit Kunden für Produkt B, Risiko hoch	32	30
Auftragsverarbeitungen mit Lieferanten und Dienstleistern		
Rechenzentrum ABC, Berlin (Risiko normal, Check alle 2 Jahre)	Q3	Q2
...		
Einhaltung Löschfristen		
Datensätze persönlicher Daten im CRM:		
Interessenten Anlage ≤ 35 Monate		280
Interessenten Anlage ≥ 36 Monate (Löschung erforderlich)	0	138
Kunden ohne Umsatz ≤ 60 Monate		2.435
Kunden ohne Umsatz > 60 Monate (Löschung erforderlich)	0	729
Verarbeitungen (siehe Anlage Verzeichnis Verarbeitungen)	Vorjahr	aktuelles Jahr
Verarbeitungen mit normalem Risiko	12	12
Verarbeitungen mit hohem Risiko	5	4

„Bei uns ist doch bisher auch nichts passiert.“

„Muss das wirklich so gemacht werden?“

„Das ist doch noch in Ordnung, oder?“

Kennen Sie diese Sätze?

Viele unterschätzen das Thema Datenschutz, doch Sie wissen, wie wichtig dieser wirklich ist.

Beim Umgang mit personenbezogenen Daten dürfen wir uns **NICHT mit Halbherzigkeit, Bauchgefühl oder „Pi mal Daumen“-Umsetzung zufriedengeben**. Zu viel hängt davon ab.

Wir von [Privacy Xperts](#) haben ein [umfangreiches Paket](#) nur für sie zusammengestellt.

Das exklusive 99-teilige Präventionspaket für Datenschutzbeauftragte



- Mit [diesen 34 Checklisten](#) prüfen Sie JEDEN Anwendungsfall rechtlich sicher
- Ihr Verarbeitungsverzeichnis und andere Dokumentationen genügen im Prüfungsfall den hohen Ansprüchen der Behörden
- Sie schließen zusammen mit der IT eventuell vorhandene Lücken bei der Datensicherheit (weil Sie einen Überblick haben, „was die IT da eigentlich macht“).
- Sie kennen [aktuelle Urteile](#) und wissen, was Sie daraus für Schlüsse für Ihr Unternehmen ziehen
- Wie Sie Datenschutz in Ihrem Unternehmen strategisch aufbauen

Nutzen Sie doch auch die Möglichkeit [„Datenschutz aktuell“](#) **gratis** zu testen:

Wie setzen Sie DSGVO, BDSG und IT-Sicherheit rechtssicher um, so dass Sie als Datenschutzbeauftragte oder Datenschutzbeauftragter

- kompetent beraten
- eventuelle Lücken zuverlässig schließen
- und dadurch allen rechtlichen Vorgaben gerecht werden

– auch dann, wenn Chef oder Kollegen sich querstellen.

Fordern Sie jetzt [„Datenschutz aktuell“](#) an, um keine Umsetzungsempfehlungen und Änderungen im Datenschutzrecht zu verpassen.



Wie Sie sich am besten Gehör verschaffen

Im stressigen Berufsalltag ist Zeit Mangelware – das heißt für Sie: In der Kürze liegt die Würze. Anstatt einen langen Bericht zu schreiben, den sich keiner durchliest, bringen Sie Ihre Botschaft lieber kurz und prägnant auf den Punkt, um sich Gehör bei der Unternehmensleitung zu verschaffen.

Wie Sie das anstellen, zeigen Ihnen die folgenden Tipps:

Tipp 1: „Management Summary“

Die Vertreter der Unternehmensleitung haben wenig Zeit. Deshalb möchten sie sich so schnell wie möglich über wichtige Themen informieren. Stellen Sie Ihrem Jahresbericht einen Abschnitt „Management Summary“ voran, in welchem Sie einen kurzen, auf den Punkt gebrachten Überblick geben. Das heißt, Sie fassen auf den Berichtszeitraum bezogen auf einer Seite alles Wissenswerte über Ihre Arbeit und den Stand der Dinge im Unternehmen zusammen. Bei dieser Zusammenfassung ist es wichtig, dass Sie einerseits Werbung für sich und Ihre Arbeit machen und Ihre größten Erfolge aufzeigen, andererseits aber auch „offene Datenschutz-Baustellen im Unternehmen“ kurz und knapp darstellen. Die Details können Sie dann auf den nachfolgenden Seiten ausführen.

Tipp 2: Der Ton macht die Musik

Auf Datenschutzrisiken oder Versäumnisse im Unternehmen hinzuweisen ist ein heißes Eisen – deshalb gilt hier: Gehen Sie behutsam vor. Seien Sie deutlich, aber nicht anklagend. Damit Sie mit Ihrem Bericht keinen Unmut und verärgerte Kollegen, sondern reges Interesse hervorrufen, gilt es, den richtigen Ton zu treffen.

Tipp 3: Wählen Sie die richtigen Themen aus

Egal ob neues Gesetz verabschiedet wurden, auf die Sie reagieren mussten, oder ob die Corona Pandemie alles durcheinanderbringt. Die Ereignisse überschlagen sich jedes Jahr aufs Neus. Da ist es nicht einfach, genau die Themen herauszupicken, die für Ihren Jahresbericht wirklich relevant sind. Am besten beginnen Sie mit einem Brainstorming und stellen eine Liste mit den Themen zusammen, die seit Beginn des Jahres im Zentrum Ihrer Arbeit standen. Im zweiten Schritt prüfen Sie, welche Themen für die strategische Ausrichtung Ihres Unternehmens – insbesondere vor dem Hintergrund der Corona-Krise – von besonderer Bedeutung sind.

Tipp 4: Lassen Sie nicht nur Worte, sondern auch Zahlen und Bilder sprechen

Vielleicht kennen Sie den Ausspruch: Torte statt Worte. Dieses Motto gilt auch für Ihren Bericht bzw. Ihre Präsentation: Wenn Sie die Aufmerksamkeit gewinnen und fesseln wollen, ist eine Text-Bleiwüste nicht die richtige Wahl. Setzen Sie an den passenden



Stellen auf Tortendiagramme, Balkengrafiken, Tabellen und Übersichten, um Ihre Erläuterungen und Ihre Botschaft besser zu veranschaulichen und schneller ins Auge springen zu lassen. Insbesondere für die Gestaltung von Präsentationsfolien gilt: Um zusätzlich mehr Abwechslung in Ihre Erläuterung zu bringen, können Sie auch Bilder verwenden. Bilder eignen sich dann besonders gut, wenn Sie ein Thema präsentieren, das sich mit Gegenständen veranschaulichen lässt. So erfasst das Publikum direkt auf einen Blick, worum es geht.

Tipp 5: Geben Sie zu jedem Thema praktische Empfehlungen

Keine Frage: In Ihrem Bericht geht es vor allem auch darum, auf Risiken aufmerksam zu machen. Achten Sie aber darauf, Ihre Erläuterungen weniger problem- und mehr lösungsorientiert zu gestalten. Das heißt: Zeigen Sie bei jeder „Datenschutz- Baustelle“ im Unternehmen auch immer im gleichen Zuge auf, welche Gegenmaßnahmen Sie empfehlen und welche Ressourcen (z. B. finanziell oder personell) voraussichtlich notwendig sein werden, um die Lösungen umzusetzen.

Tipp 5: Setzen Sie auf den direkten Austausch

In Ihren Jahresbericht müssen Sie Arbeit und Mühe investieren. Überlegen Sie deshalb ganz genau, auf welchem Weg Sie die Inhalte vermitteln, damit Ihre Botschaft auch wirklich Gehör findet. Ihre Unternehmensleitung zieht es sicherlich vor, sich nicht durch Texte quälen zu müssen, sondern die wichtigsten Punkte von Ihnen in einer PowerPoint-Präsentation vorgestellt zu bekommen. Ein solcher Termin hat außerdem den Vorteil, dass Sie sich mit der Unternehmensleitung direkt austauschen und im Gespräch auf bestimmte Themen intensiver eingehen können.

Tipp 6: Nutzen Sie beim „Verkaufen“ Ihrer Botschaft eine klare Struktur

In der Gestaltung und Präsentation des Berichtes sind Sie völlig frei. Neben der Auswahl der Themen ist die Art, wie Sie Ihre Inhalte präsentieren, eine weitere Stellschraube für Ihren Erfolg. Um den gewollten Effekt zu erzielen, ist eine gut durchdachte Struktur ausschlaggebend.

Nutzen Sie die nachfolgende Checkliste zur Orientierung:

Checkliste: So gelingt Ihre Präsentation

Schritt für Schritt	So gehen Sie vor	Umgesetzt?
1. Stellen Sie sich auf Ihre Zielgruppe ein.	<p>Der erste Schritt, sich über die Zielgruppe Gedanken zu machen, wird häufig übersprungen. Aber genau hier liegt der Hase im Pfeffer: Nur wenn Sie wissen, wie Ihre Zielgruppe „tickt“, können Sie die Vermittlung Ihrer Schlüsselbotschaft und Ihre Art der Kommunikation auch passgenau gestalten. Nicht umsonst heißt es: Der Köder muss dem Fisch schmecken.</p> <p>Unterschätzen Sie diese Aufgabe nicht! Nehmen Sie sich dafür genügend Zeit. Zur Orientierung beantworten Sie folgende Fragen: Wer ist die Zielgruppe Ihrer Präsentation? Wie „tickt“ diese Zielgruppe? Das heißt: Präsentieren Sie vor dem obersten Management des Unternehmens, sollten Sie sich auf dessen Bedürfnisse einstellen. Orientieren Sie sich dafür an folgenden Fragen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Welches Problem steht bei den Verantwortlichen im Unternehmen gerade im Fokus (Stichwort Corona)? • Welche Erwartungen hat das Management an Sie als Datenschutzbeauftragten? • Welches Wissen zum Thema Datenschutz ist beim Publikum bereits vorhanden? • Mit welchen Widerständen müssen Sie rechnen? 	☐ Ja ☐ Nein
2. Wählen Sie die Themen aus.	<p>Im nächsten Schritt wählen Sie die Themen für Ihre Präsentation aus. Hier können Sie zeigen, dass Sie strukturiert arbeiten und priorisieren können, indem Sie sich nur auf die Themen fokussieren, die für die Unternehmensleitung wirklich relevant sind. Legen Sie dabei Ihren Schwerpunkt auf die aktuelle Situation. Mögliche Themen können sein:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Corona und Homeoffice • Cybercrime-Vorfälle und ergriffene Maßnahmen • aktuelle Risiken und Schwachstellen • große, für den Unternehmenserfolg wichtige Projekte, die Sie datenschutzrechtlich beraten haben • Einführung und Prüfung von Datenverarbeitungssystemen (z. B. für die Verarbeitung von Personal- oder Kundendaten) • Auftragsverarbeitung • Datenschuttschulungen/Awareness-Kampagnen • geplante Aktivitäten für das nächste Halbjahr 	☐ Ja ☐ Nein

3. Legen Sie eine Reihenfolge fest.	<p>Als Nächstes legen Sie die Reihenfolge Ihrer Themen fest. Orientieren Sie sich dafür an folgenden Optionen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Sandwichmethode Das heißt, Sie beginnen Ihren Rückblick mit einem besonders positiven Highlight der letzten Monate. Darauf folgen Themen und Herausforderungen, die noch nicht abschließend geklärt und gelöst werden konnten. Und um die Stimmung am Ende wieder zu heben und Ihre Präsentation positiv zu beenden, wählen Sie für den Schluss wieder ein angenehmes Thema. • Aufteilung in Themenblöcke Eine andere Möglichkeit, Ihre Themen zu gliedern, ist die Unterteilung in Themenblöcke wie z. B. Kunden- und Beschäftigendaten. Dann zoomen Sie thematisch in die verschiedenen Unternehmensbereiche wie Marketing und Vertrieb, Personalabteilung, IT-Abteilung etc. • Vom Allgemeinen zum Speziellen Am Anfang Ihres Vortrags erläutern Sie kurz (!) Ihre Tätigkeit als Datenschutzbeauftragter und geben allgemeine Hinweise zum Datenschutz. Danach folgen unternehmensspezifische Themen. <p>Zusatz Tipp: Ihre Einschätzung und datenschutzrechtliche Empfehlungen integrieren Sie entweder in jeden einzelnen Themenabschnitt oder fassen diese am Ende Ihres Vortrags zusammen. Ganz zum Schluss geben Sie einen Ausblick auf die zukünftigen Entwicklungen und die damit verbundenen Herausforderungen für Ihr Unternehmen. Und nicht vergessen: ein Lob und ein Dankeschön an die Kollegen und die Unternehmensleitung für ihre Unterstützung.</p>	☐ Ja ☐ Nein
4. Achten Sie auf die Formulierungen.	<p>Wählen Sie bei Ihren Formulierungen einfache und leicht verständliche Begriffe. Am besten keine Fachbegriffe. Halten Sie sich an die folgenden Gestaltungstipps:</p> <p>Folien nicht überladen</p> <ul style="list-style-type: none"> • kurz und prägnant formulieren: ein Satz, ein Gedanke • Bilder, Tabellen und Übersichten verwenden • Absätze und Zwischenüberschriften einfügen • Schlüsselbegriffe und -themen fett schreiben • Präsentationsfolien (und ggf. weiterführende Infos) vor oder nach dem Termin den Teilnehmern zur Verfügung stellen 	☐ Ja ☐ Nein
5. Überlegen Sie sich das Wie.	<p>Sind die Inhalte geklärt, machen Sie sich über das Wie Gedanken. Beantworten Sie dazu folgende Fragen: Was unterstützt Ihre Botschaft am besten? Welche Unterstützung brauchen Sie, um Ihre Botschaft verständlich und klar zu kommunizieren? Überlegen Sie im Zuge dessen, welche Medien am besten geeignet sind, um Ihre Zielgruppe zu erreichen. Hier gilt: Es müssen nicht immer PowerPoint-Folien sein. Bei einer Gruppe von zehn bis 15 Personen kann z. B. ein geschickt eingesetztes Flipchart eine Alternative darstellen – vorausgesetzt, Sie haben eine gut leserliche Handschrift.</p>	☐ Ja ☐ Nein

Impressum

PrivacyXperts

ein Unternehmensbereich des

VNR Verlag für die Deutsche Wirtschaft AG

Theodor-Heuss-Str. 2–4 • 53095 Bonn

Telefon: 02 28 / 95 50 150 • Fax: 02 28 / 36 96 480

Vorstand: Richard Rentrop, Bonn

Internet: www.privacyxperts.de

E-Mail: kundendienst@privacyxperts.de

Herausgeber: Martin Grashoff, Bonn

Redakteure: Andreas Würtz, Andreas Hessel,

Alle Angaben wurden mit äußerster Sorgfalt ermittelt und überprüft. Sie basieren jedoch auf der Richtigkeit uns erteilter Auskünfte und unterliegen Veränderungen. Eine Gewähr kann deshalb nicht übernommen werden. Vervielfältigungen jeder Art sind nur mit Genehmigung des Verlags gestattet.

© 2021 by PrivacyXperts –

ein Unternehmensbereich der Verlag

für die Deutsche Wirtschaft AG, Bonn, Bukarest,
Manchester, Warschau