

# tribune

## Das Magazin mit unternehmerischen Visionen

### Editorial



lic. iur. Roman Felix, Advokat  
Enderle Felix Haidlauf Schmid  
Advokatur und Notariat  
felix@advokatur.ch

Vor rund zwei Monaten ist die Übergangsfrist für die Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) der EU abgelaufen. Wem die DSGVO bisher unbekannt war, wurde spätestens mit der Welle von eingehenden E-Mails mit angepassten Datenschutzerklärungen damit konfrontiert. Die zeitgleiche, teilweise panikartige mediale Informationsflut hat wenig zur Klärung der Auswirkungen beigetragen. Nachdem sich der Staub etwas gelegt hat, die Verunsicherung aber geblieben ist, soll mit der vorliegenden Ausgabe der «tribune» etwas

Licht in den nur schwer verständlichen Verordnungsdschungel gebracht werden. Einführend erläutert Prof. Dr. Beat Rudin, Datenschutzbeauftragter des Kantons Basel-Stadt, die wichtigsten Fragen zur Relevanz für die Schweiz und zur vom Bund in Angriff genommenen Revision des Datenschutzgesetzes. Im «tribune»-Gespräch zeigen Martin Durchschlag, CEO der HIAG und HIAG Data und Hanspeter Tinner, COO der HIAG Data, auf, wie mit der richtigen Infrastruktur Daten selbst über grosse Distanzen auf sicherem Wege in die Cloud gelangen und dort so bewahrt werden können, dass nicht irgendwann die gemäss DSGVO obligatorische (und äusserst reputationsschädigende) Meldung über ein Datenleck bei der zuständigen Aufsichtsbehörde zu erfolgen hat. Dass aber die Anforderungen der DSGVO durchaus auch von einem weltweit tätigen Unternehmen zu meistern sind, zeigt schliesslich das Vorgehen der in Münchenstein ansässigen vanBaerle.

### Die neue Datenschutzverordnung der EU

2 **Datenschutz in aller Munde**

4 **Mehraufwand in Münchenstein?**

6 **Wo Daten schnell und sicher sind**

8 **DSGVO in der Schweiz**

Eine Publikation der Handelskammer beider Basel, der Advokatenkammer Basel und des Basellandschaftlichen Anwaltsverbands mit grosszügiger Unterstützung der Jubiläumstiftung La Roche & Co Banquiers.

---

# Datenschutz in aller Munde



Prof. Dr. Beat Rudin  
Datenschutzbeauftragter  
Kanton Basel-Stadt  
beat.rudin@dsb.bs.ch

## Seit Ende Mai 2018 ist «Datenschutz» in aller Munde – vor allem in aller Berater Munde. Die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) der Europäischen Union war der zündende Funke und die Bussen-Drohung der DSGVO der Brandbeschleuniger. Flächenbrand oder nur kleines Strohfuerchen?

Die EU hat im Jahr 2011 eine Datenschutzreform lanciert. Ziel war eine Stärkung der Rechte der Bürgerinnen und Bürger in der digitalen Gesellschaft. Nach intensiver Diskussion haben sich die Europäische Kommission, der Rat der EU und das Europäische Parlament auf zwei neue Erlasse geeinigt: Die alte Datenschutz-Richtlinie von 1995 wurde abgelöst durch die Datenschutz-Grundverordnung (EU) 2016/679, der alte Rahmenbeschluss für die justizielle und polizeiliche Zusammenarbeit durch die neue Richtlinie (EU) 2016/680.

### Relevanz für die Schweiz

Der zweite Erlass, die Richtlinie, ist Schengen-relevant, muss also für die öffentlichen Organe im Schweizer Recht umgesetzt werden. Der erste Erlass, die DSGVO, ist nicht Schengen-relevant, aber für unser Land trotzdem nicht unbedeutend: Ein Datenaustausch zwischen Unternehmen und Behörden in den EU-Staaten und in Drittstaaten (wie der Schweiz) ist nur ohne Weiteres zulässig, wenn in diesen Drittstaaten durch die Rechtsetzung ein ange-

messenes Datenschutz-Niveau garantiert ist. Über diese Angemessenheit beschliesst die EU-Kommission. Sie hat der Schweiz im Jahr 2000 Angemessenheit zuerkannt – jetzt, nach dem Inkrafttreten der neuen EU-Datenschutzerrasse wird erneut geprüft werden müssen, ob die Schweiz noch ein angemessenes Datenschutzniveau garantiert.

### Stärkung der Personenrechte

Die neuen europäischen Erlasse – die zwei erwähnten der EU ebenso wie die modernisierte Datenschutzkonvention SEV 108 des Europarates – sollen die Rechte der Personen, über die von Unternehmen und Behörden Daten bearbeitet werden, stärken. Das geschieht durch verschiedene Elemente:

- Die DSGVO gilt nach dem sogenannten Marktortprinzip: Sie verpflichtet nicht nur EU-Firmen, sondern auch Unternehmen aus Drittstaaten, die in der EU eine Niederlassung haben, sowie Personen, die in der EU Waren oder Dienstleistungen anbieten oder das Verhalten von Personen in der EU beobachten (Tracking).
- Verschiedene «sensitive» Daten werden zur Kategorie der besonders schützenswerten Personendaten hinzugefügt: genetische Daten, biometrische Daten und Daten über das Sexualleben oder die sexuelle Orientierung.
- An die Einwilligung, mit der ein Datenbearbeiten gerechtfertigt werden kann, werden höhere Anforderungen gestellt. Firmen und Organisationen müssen die Betroffenen von Anfang an darüber informieren, wer zu welchem Zweck welche Daten erheben und allenfalls an Dritte weitergeben will. Von den Betroffenen braucht es eine ausdrückliche Einwilligung, die aber jederzeit widerrufen werden kann.

- Aufgrund des Koppelungsverbots dürfen Unternehmen die Betroffenen nicht mehr zwingen, der Verwendung von Daten zuzustimmen, die für die Erbringung der Dienstleistung nicht nötig wären.
- Die betroffenen Personen haben das Recht, vom Datenbearbeiter eine maschinenlesbare Kopie aller über sie gesammelten Daten zu verlangen («Datenportabilität»).
- Die betroffenen Personen haben, wie der Europäische Gerichtshof schon im Google-Urteil festgehalten hat, ein «Recht auf Vergessenwerden».
- Der präventive Datenschutz wird verstärkt: Die Datenbearbeiter haben bei ihren Vorhaben eine «Datenschutz-Folgenabschätzung» vorzunehmen und sie allenfalls den Aufsichtsbehörden vorzulegen; bei Datenbearbeitungsvorhaben sind die Prinzipien «Datenschutz durch Technik» («Privacy by Design») und der datenschutzfreundlichen Voreinstellungen («Privacy by Default») zu beachten.
- Datenschutzverletzungen müssen der Aufsichtsbehörde und allenfalls den Betroffenen gemeldet werden («Data Breach Notification»).
- Die Einhaltung der Datenschutzvorschriften ist zu dokumentieren und muss nachgewiesen werden können.
- Verstösse gegen Datenschutzbestimmungen können sanktioniert werden – die Sanktionen reichen von einer Verwarnung bis zu Bussen von bis zu 20 Millionen Euro oder vier Prozent des globalen Jahresumsatzes (je nachdem, welcher Betrag höher ist).

### Was ist neu?

Auch ohne Niederlassung in einem EU-Staat können Schweizer Unternehmen in den Geltungsbereich der DSGVO fallen. International tätige Unternehmen etwa aus der Pharmabranche haben deshalb längst begonnen, ihre Datenbearbeitungsprozesse den neuen Vorschriften anzupassen – sie waren Ende Mai bereit. Andere, die sich vorher kaum um Datenschutz gekümmert hatten, bekamen hingegen plötzlich Panik. Dies wurde auch geschürt



von Verbandsvertretern, die mit haarsträubenden Beispielen Stimmung gegen die Datenschutzreform machten. So wurde etwa herumgeboten, eine Coiffeuse, die ihren Kunden zu Weihnachten je nach Haarbestand unterschiedliche Kundengeschenke machen wolle, könnte mit einer Busse von 40'000 Franken bestraft wer-

den, weil sie ein «Profiling» betreibe. Dabei wurden nicht nur Gesetzesbestimmungen sehr kreativ ausgelegt – auch das Verhältnismässigkeitsprinzip wurde krass ausgeblendet. Und heute noch gibt es Kreise, die gegen jeden Datenschutz Fundamentalopposition betreiben und am liebsten nicht nur keine Stärkung der Rechte der Betroffenen sähen, sondern gleich auch das bestehende Datenschutzgesetz weghaben möchten.

### Was läuft in der Schweiz?

Nun trifft ja die DSGVO nicht alle Schweizer Unternehmen und noch weniger die staatlichen Behörden. Die Kantone sind daran, ihre (Informations- und) Datenschutzgesetze, die für das Datenbearbeiten durch die kantonalen und kommunalen öffentlichen Organe gelten, den neuen Anforderungen anzupassen. Auch der Bund hat die Revision des Datenschutzgesetzes (DSG) in Angriff genommen. Der Nationalrat hat beschlossen, die Revision in zwei Teile aufzuteilen: Zuerst soll sichergestellt werden, dass die Schengen-Anforderungen eingehalten werden können; dafür hat der Nationalrat im Juni ein «Schengen-Datenschutzgesetz» (SDSG) beschlossen. Nun will er sich an die vom Bundesrat vorgeschlagene «grosse» DSG-Revision wagen. Inzwischen hat sich auch die Staatspolitische Kommission des Ständerates für dieses Vorgehen entschieden.

### Eine gute Sache?

Meiner Meinung nach hätte es eine bessere Lösung gegeben: Die Aufteilung der Datenschutzbestimmungen in ein Gesetz für die Bundesorgane, das die «Schengen-Bestimmungen» umgesetzt hätte, und in ein Datenschutzgesetz für die Privaten. Hier hätte der Bund durchaus mehr Spielraum gehabt, eine souverän-schweizerische Lösung zu finden, welche die Persönlichkeitsrechte der Betroffenen angemessen

schützt, ohne einfach die – zugegeben – oft etwas bürokratischen Ansätze der EU einzu-eins zu übernehmen.

Nachdem diese Chance aber vertan ist, soll die vorgeschlagene DSG-Revision rasch an die Hand genommen werden. Auch die Schweizerinnen und Schweizer haben ein Recht auf wirksamen Schutz in der digitalen Gesellschaft – nicht, weil es die EU verlangt, sondern weil die Schweiz als Verfassungsstaat das ihren Bürgerinnen und Bürgern schuldet! Ohne angemessenen Datenschutz wird den Menschen das nötige Vertrauen in die Digitalisierung fehlen.

#### Prof. Dr. Beat Rudin

hat in Basel Jurisprudenz studiert und 1988 das Anwaltsexamen im Kanton Basel-Landschaft abgelegt. 1991 promovierte er mit einer Dissertation über den Richtplan des Bundes und der Kantone. Von 1992 bis 2001 war er als Datenschutzbeauftragter des Kantons Basel-Landschaft tätig, 2009 wurde er zum Datenschutzbeauftragten des Kantons Basel-Stadt gewählt. Von 2003 bis 2013 versah Prof. Beat Rudin einen Lehrauftrag an der Juristischen Fakultät der Universität Basel, an welcher er seit 2013 als Professor für Datenschutz- und Informationsrecht lehrt. 2016 erhielt er den Wissenschaftspreis der Stadt Basel «für die wissenschaftliche Verankerung und interdisziplinäre Reflexion seiner Tätigkeit als Datenschutzbeauftragter des Kantons».

---

---

# Mehraufwand in Münchenstein?



Roger Thiriet  
Schriftleitung «tribune»  
thiriet@bluewin.ch

**Zwar betreibt das Münchensteiner Spezialitätenchemieunternehmen vanBaerle ein «Business to Business»-Geschäft, in welchem personenbezogene Daten eine sekundäre Rolle spielen. Dennoch legt Inhaber und CEO Daniel Schenk grossen Wert auf den Datenschutz. Seit zwei Jahren unterstützt ihn dabei Eva Handschin als Chief Digital Officer.**

«Der Datenschutz», liest man auf der Website [www.vanbaerle.com](http://www.vanbaerle.com), «hat bei vanBaerle einen hohen Stellenwert». Das steht da nicht erst seit der Einführung der EU-Datenschutzgrundverordnung DSGVO vom 25. Mai 2018; es ist seit langem Standard in der Gruppe. Das international tätige Unternehmen muss eine Vielzahl an Daten verarbeiten, um seine Aufgaben und Pflichten gegenüber seinen Kunden, Vertragspartnern und Dienstleistern erfüllen zu können, und darunter befinden sich naturgemäss auch solche, die den Augen unberechtigter Dritter verborgen bleiben müssen. «Die Sicherheit der Datenverarbeitung spielt eine Schlüsselrolle bei der Erfüllung unserer Aufgaben», betont der CEO der vanBaerle Gruppe Daniel Schenk. «Im Hygienegeschäft führen wir zum Beispiel Audits durch, für die uns hoch sensible Kundendaten anvertraut werden.»

## **Kaum Personendaten**

Ausser beim Versand von Geburtstagsglückwünschen für Geschäftspartner und Kunden, die dafür ihr Einverständnis gegeben haben, sammelt das Traditionsunternehmen also keine personenbezogenen Daten, die der verschärften Anwendbarkeit der DSGVO unterliegen. Und was die

erwähnten sensiblen Daten aus dem Entwicklungs- und Produktionsbereich betrifft, werden die nun EU-weit geltenden Schutzbestimmungen bei vanBaerle nicht nur seit langem eingehalten, sondern in vielen Fällen sogar übertroffen, wie Eva Handschin bestätigt. Und dies laut Firmenleitbild überall auf der Welt, wo das Unternehmen tätig ist – auch wenn das Thema, wie Daniel Schenk es ausdrückt, «im asiatischen Raum bestenfalls ein müdes Lächeln hervorruft.»

## **Keine Schlupflöcher**

Dennoch ist vanBaerle nie der Versuchung erlegen, sich über seine Tochtergesellschaften ausserhalb des EU-Raums in Taiwan und Singapur datenschutzmassig Vorteile zu schaffen, weil dort der Umgang mit Daten kaum bis gar nicht geregelt ist. Vielmehr war es dem Team um Schenk und Handschin ein Anliegen, rechtzeitig vor Inkrafttreten der EU-Verordnung die Datenschutzpraxis der vanBaerle-Tochtergesellschaften und Joint Ventures in EU-Ländern wie Frankreich, Deutschland, Tschechien und der Slowakei zu überprüfen und anzupassen. Tochtergesellschaften in der EU verkaufen natürlich ihre Produkte auch innerhalb der EU. Hier existieren auch Zusammenarbeitsverträge mit Partnern, deren Bestimmungen und Richtlinien wir im Hinblick auf die DSGVO ergänzt haben», betont Daniel Schenk.

## **Keine Überraschung**

vanBaerle gehört also nicht zu jenen von Experten auf 50 Prozent aller KMU geschätzten Unternehmen, die vom Inkrafttreten der seit Monaten angekündigten EU-Richtlinien am 25. Mai 2018 überrascht worden sind. Schon vor zwei Jahren erweiterte es sein Kader um Chief Digital Officer Eva Handschin, die sich seither schwerpunktmässig um die Digitalisierung der Unternehmensgruppe und das Digital Risk Management kümmert. «DRM ist eine der zentralen Nervenbahnen in unserem System», hält sie fest. «Ohne Risk Management würden wir sehr gefähr-

lich leben.» Deshalb wird jeder Vorgang bei vanBaerle einem Assessment unterzogen, welches die möglichen Risiken definiert und verfolgt.

## **Kaum Mehraufwand**

Ähnlich wie bei einem «Temperaturfühler» werden dabei rund 130 Checkpunkte kontinuierlich und regelmässig geprüft und überwacht. Dabei geriet auch der Webshop in den Fokus, der unter anderem Auswertungen für das Unternehmen, also das «Tracking» von Daten möglich macht. «Wir wollten uns regelkonform verhalten», erinnert sich Daniel Schenk. «Deshalb haben wir sämtliche Prozesse, in denen Datenverarbeitung eine Rolle spielt, mit einer spezialisierten Anwalts-



kanzlei angeschaut.» Der dadurch entstandene Mehraufwand habe sich jedoch in Grenzen gehalten, weil Digital Risk Management generell eine aufwendige Sache sei und vanBaerle bereits vor Inkrafttreten der DSGVO gut vorbereitet war. Als direkte Reaktion auf die Anforderungen der DSGVO intensivierte vanBaerle in die Schulung jener Mitarbeitenden, die mit personenbezogenen Daten in Berührung kommen, überarbeitete die Datenschutzrichtlinien, optimierte Prozesse und überprüfte, wie bereits erwähnt, die Verträge mit Partnern in der EU und Drittländern.



Foto: Roger Thiriet

Sehen der Datenschutzgrundverordnung gelassen entgegen: Daniel Schenk und Eva Handschin.

### Keine Aufregung

Das hört sich im Grossen und Ganzen nicht so an, als habe das Management von vanBaerle die EU-Datenschutzgrundverordnung als das «Monster» erlebt, als das es von anderen Betroffenen dargestellt wurde. Doch bei aller Gelassenheit wird Daniel Schenk deutlich, wenn er auf Sinn und Inhalt des Erlasses zu sprechen kommt. «Ich verstehe keinen Satz in dieser Verordnung auf Anhieb; ich muss jeden Satz fünfmal lesen, bis ich den Sinn erfasst habe», kritisiert er die Bürokraten in Brüssel. «Das zeigt wohl schon, wie «bürger-nah» das Ganze ist.» Seines Erachtens dient die DSGVO sowieso weniger dem Schutz der Konsumenten in Europa, sondern richtet sich gegen die Technologie-Firmen in den USA, «und die verstehen die Sprache natürlich. Für alle anderen ist es einfach Mehrarbeit.»

### Jetzt die Schweiz

Nun sind die Datenschutzspezialisten – nicht nur bei vanBaerle – gespannt, wie sich die neue europäische Datenschutz-

verordnung auf das Schweizer Pendant auswirken wird, das zurzeit von der staatspolitischen Kommission des Nationalrats beraten wird. Entgegen den Versicherungen aus Bern befürchtet der CEO der vanBaerle Gruppe, dass die nun in Kraft getretene DSGVO die Politik zum berühmten «Swiss Finish» verleiten und den vorliegenden Entwurf noch mit dem einen oder anderen zusätzlichen Paragraphen ausstaffieren könnte. «Ich bin überzeugt, dass sich die Schweiz im Verlauf des aktuellen Gesetzgebungsprozesses dieser DSGVO stark annähert.»

### Ein Sonntagsspaziergang

Als warnendes Beispiel für eine solche Dynamik verweist Schenk auf eine andere EU-Verordnung, welche das Spezialitätenchemieunternehmen vanBaerle um ein Mehrfaches stärker betrifft als die DSGVO. «REACH» wurde erlassen, um den Schutz der menschlichen Gesundheit und der Umwelt vor den Risiken, die durch Chemikalien entstehen können, zu verbessern und zugleich die Wettbewerbsfähigkeit der chemischen Industrie in der EU zu erhö-

hen. Darüber hinaus fördert das Programm Alternativmethoden zur Ermittlung schädlicher Wirkungen von Stoffen, um die Anzahl von Tierversuchen zu verringern. «Das ist eine ganz andere Dimension», führt der CEO der vanBaerle Gruppe aus. «Es geht um rund 35'000 Substanzen, die registriert werden müssen. Für jede Substanz muss ein Dossier erarbeitet werden; die Registrierung einer einzigen Substanz führt zu Kosten von bis zu CHF 300'000.-; von den Folgekosten für das à-jour-Halten der Dossiers reden wir da noch gar nicht.» Die EU rechnet mit Gesamtkosten von drei bis vier Milliarden Euro, die von der Industrie zu tragen sind, und stellt demgegenüber einen monetarisierten Benefit für die Bevölkerung von 100 bis 200 Milliarden in Aussicht.

Verglichen mit REACH, beschliessen Daniel Schenk und Eva Handschin unser Gespräch, sei die DSGVO mehr oder weniger ein «Sonntagsspaziergang» ....

### vanBaerle Gruppe

Die aus der 1888 gegründeten Seifenfabrik vanBaerle hervorgegangene Firmengruppe entwickelt, produziert und vertreibt Produkte und Dienstleistungen für die professionelle Geschirr-, Textil-, Küchen- und Raumhygiene sowie Zusatzstoffe für die Schweiss-, Papier-, und Bauindustrie. Das international tätige Traditionsunternehmen verlegt im kommenden Jahr seinen Hauptsitz nach 120 erfolgreichen Jahren in München nach Schweizerhalle.

Daniel Schenk ist Inhaber und CEO der vanBaerle Gruppe; Eva Handschin verantwortet als Chief Digital Officer (CDO) das Digital Risk Management der Gruppe.

---

---

# HIAG Data - Wo Daten schnell und sicher sind



Martin Durchschlag  
CEO HIAG Immobilien und HIAG Data  
martin.durchschlag@hiagdata.com



Hanspeter Tinner  
COO HIAG Data  
hanspeter.tinner@hiagdata.com

**Hervorgegangen aus einem der grossen europäischen Player in der Holzverarbeitung hat sich die HIAG in den letzten Jahrzehnten zur bedeutenden Landbesitzerin und führenden Arealentwicklerin der Schweiz weiter entwickelt. Und die nächste Wandlung des Unternehmens der Basler Familie Grisard ist bereits in vollem Gang: Die HIAG investiert über ihre 100-Prozent-Tochter HIAG Data in grossem Stil in den Aufbau einer eigenen Cloud-Infrastruktur. Ein «tribune»-Gespräch mit Martin Durchschlag, CEO von HIAG und HIAG Data und Hanspeter Tinner, COO von HIAG Data.**

## «tribune»: Worin besteht das Geschäftsmodell von HIAG Data?

Martin Durchschlag: Im Grund genommen machen wir dasselbe wie bei HIAG: Wir stellen eine Infrastruktur zur Verfügung. Die digitale Erschliessung von Immobilien wird immer wichtiger. Deshalb bauen und betreiben wir eigene Cloud Infrastrukturen und verbinden sie mit einem ebenfalls privaten Glasfasernetz. Das ist unser Angebot für Kunden, die für ihr Cloud-System nicht eine eigene Infrastruktur und schon gar keine Immobilie bauen wollen. So gesehen ist das Business von HIAG Data nichts anderes als eine logische Weiterentwicklung unseres Immobiliengeschäfts.

Hanspeter Tinner: Als Vergleich könnte man die Entwicklung in der Automobilindustrie heranziehen. Noch in den 1970-er

Jahren haben die Autobauer praktisch alles, was zu einem Auto gehört, selber produziert. Als dann der Markteintritt der asiatischen Hersteller zu einer Krise der Branche in Europa führte, realisierte man, dass der Markterfolg nicht vom Umfang der Eigenproduktion abhängig war. Dank dieser Einsicht entstand der neue Industriezweig der Zu- oder Plattformlieferanten. Dasselbe beobachten wir heute auch in der IT, am Beispiel der Cloud: Viele kleine Hostler können die steigenden Anforderungen an Skalierbarkeit, Compliance, Regulative und anderes nicht mehr allein stemmen. Und deren Mehrkosten auf die Kundschaft abwälzen schon gar nicht.

Durchschlag: Wir positionieren uns als Cloud-Infrastruktur-Lieferant und stellen die Basis zur Verfügung, auf welcher die Systemintegratoren oder Managed-Service-Anbieter ihre Lösungen bauen und anbieten. Dieses «Business to Business»-Modell hilft unseren Kunden nicht zuletzt, den immer kürzer werdenden Innovationszyklen in diesem Geschäft zu folgen.



## Über welche Stationen führte der Weg der HIAG von der Immobilienunternehmung über die Arealentwicklerin zur Datentransporteurin und -plattformanbieterin?

Durchschlag: Dieser Weg war irgendwie vorgezeichnet und seit geraumer Zeit auch klar geplant. Mit dem Thema in Berührung gekommen sind wir über die Planung von Immobilien samt Infrastruktur für Grossrechenzentren. Bei der Realisierung der technischen Komponenten haben wir gemerkt, dass beim Business-Modell einer «native cloud» ein Engpass dort auftritt, wo hoch verfügbare und sichere Kommunikation gefragt ist. Und dass die Art der Kommunikation, wie sie damals der Markt

zur Verfügung stellte, nicht ausreicht, um unsere Standards ausreichend leistungsfähig zu positionieren. Und da haben wir uns gesagt, da gibt's vielleicht eine Technologie, mit der wir es besser machen können. Das war dann der Moment, wo Hanspeter Tinner an Bord kam.

Tinner: Gefragt war eine Technologie, mit der wir die Reichweite wesentlich erhöhen können. Für ein Live-Backup bei Realtime-Anwendungen sprach man damals von Distanzen von 70 Kilometern. Das Ziel war, diese Reichweite mit einer anderen Technologie und geeigneten Eigenentwicklungen auf 2'000 Kilometer zu steigern. Das haben wir weiterverfolgt, und das war letztendlich die Geburtsstunde der HIAG Data.

## Was bietet HIAG Data ihren Kunden konkret an?

Durchschlag: Unser Angebot muss zuerst eine grosse psychologische Hürde nehmen, nämlich die Hemmung eines jeden Kunden, die Kontrolle über «seine» Server-Infrastruktur aus der Hand zu geben. Das eigene IT-Equipment im Rechenzentrum auf dem eigenen Campus ist immer noch das höchste der Gefühle punkto Sicherheit und Verfügbarkeit. Wir müssen also unseren Kunden eine «end-to-end»-Garantie abgeben für die Sicherheit, die Verfügbarkeit und die Geschwindigkeit ihrer Cloud-Infrastruktur. Und wir sind die ersten, die das anbieten können. Die Infrastruktur, die wir zur Verfügung stellen, erhöht nicht nur Sicherheit, Verfügbarkeit und Leistungsfähigkeit der Kommunikation, die Gesamtkosten (total cost of ownership) sinken sogar. Unsere Dienstleistung ist quasi der «missing link», das Verbindungselement zwischen der privaten Cloud und den grossen globalen «public clouds» von Google, Amazon oder Microsoft.

Tinner: Anders als andere Anbieter auf diesem Feld haben wir diese «edge cloud» so konfiguriert, dass die «connectivity» – die Verbindung vom Kundenstandort in diese Cloud – integraler Bestandteil der Cloud-Plattform ist, sozusagen deren verlängerter Arm. Unser optisches Cloud-Connect-Netz ist in der Art das erste und nicht zu verwechseln mit dem klassischen «carrier»-

Netz, wie es Swisscom oder Sunrise betreiben. Es garantiert dem Kunden, dass nicht nur die Cloud eine hohe Verfügbarkeit hat und nicht abgreifbar ist, sondern auch der Weg dahin. Das heisst, es sind isolierte Verbindungen, die weder von irgendwelchen Organisationen kopiert noch angegriffen noch blockiert werden können. Und auch

wie Sie da hinein kommen. Und möglicherweise gelingt Ihnen das auch. Aber wenn Sie das Haus nicht sehen, werden Sie gar nicht erst in Versuchung geführt. Auf die IT übertragen: Wenn Sie Daten über das Public Internet austauschen, können intelligente staatliche oder nichtstaatliche Organisationen oder Individuen diesen Verkehr

#### HIAG und HIAG Data

HIAG profitiert von 137 Jahren wertschaffender Unternehmensgeschichte. Sie begann 1876 als Familienunternehmen in der Holzindustrie. Zu Beginn des 21. Jahrhunderts wurde das Immobilien-Portfolio in eine eigenständige Gruppe überführt. Die industrielle Herkunft ist bis heute Teil des HIAG-Erfolgs. Analog der Bereitstellung von Wohn- und Gewerbeflächen auf ihren Arealen will die HIAG Gruppe nun mit HIAG Data IT-Dienstleistern schweizweit eine physikalische Plattform zur Verfügung stellen, um diesen mit dem Netzwerk der HIAG-Areale bei der Umsetzung von cloudbasierten Geschäftsmodellen die beste «Lage» zu offerieren. HIAG Data ist eine 100-Prozent-Tochtergesellschaft der HIAG Immobilien Holding AG, die eine intelligente IT-Infrastrukturplattform zur Verfügung stellt.

bei einem Stromausfall kann die Verbindung mit entsprechenden batteriebetriebenen backup-Systemen stromnetzunabhängig aufrecht erhalten werden.

#### Glauben Ihnen die Kunden das in einer Zeit, wo Hacking und Datenklau an der Tagesordnung sind?

Tinner: Wenn Sie ein Haus sehen, in welchem Sie Wertsachen vermuten, können Sie Kreativität entwickeln und sich fragen,

abgreifen und zu entschlüsseln versuchen, wie das ja zunehmend auch passiert. Aber wenn Sie denen gar nie die Chance geben, Informationen in die Hände zu bekommen, haben Sie auf relativ einfache Art die Hürde sehr hoch gebaut.

#### Genügt diese Begründung der Datenschutz-Regulationsbehörde?

Durchschlag: Die Krankenkasse Swica hat seit kurzem als erste in der Schweiz eine Applikation entwickelt, über die Patientendaten ausgetauscht werden. Die läuft auf der Infrastruktur von HIAG Data. Dafür mussten wir in der Architektur nachweisen, dass die Bestimmungen für einen Austausch von Patientendaten erfüllt sind. Und die sind wesentlich strenger als andere sensible Bereiche. Die dafür notwendigen Entwicklungs- und Bewilligungsprozesse haben wir erfolgreich bewältigt und müssen uns deshalb nicht mehr in der Theorie beweisen, sondern tun das täglich in der Praxis.

Tinner: Dabei steht ja nicht nur unsere Leistung auf dem Prüfstand, sondern es geht um insgesamt drei miteinander verbundene Ebenen. Einerseits ist da unsere Infrastruktur, für die wir die Anforderungen des Regulators erfüllen müssen. *Fortsetzung auf Folgeseite*

#### Martin Durchschlag

stiess 2004 zur HIAG-Gruppe und ist CEO von HIAG Immobilien und HIAG Data. Er schloss die Technische Universität Wien mit einem Titel in Industrial Engineering und Mechanical Engineering ab und sammelte Wirtschaftserfahrung als strategischer Unternehmensberater.

#### Hanspeter Tinner

hat Ingenieurwissenschaften an der Interstaatlichen Hochschule für Technik in Buchs (SG) studiert und erwarb das eidgenössische Diplom in Sales Management. Er bekleidete verschiedene Funktionen in nationalen und internationalen Telekommunikations- und IT-Unternehmen. Er arbeitet seit 2016 für die HIAG-Gruppe und ist COO von HIAG Data.

## Drei Fragen an ...



Felix Grisard,  
VR-Präsident HIAG /  
HIAG Data

#### Welche Bilanz ziehen Sie aus der Startphase von HIAG Data?

HIAG wollte sich inner- und ausserhalb der Immobilienbranche digitalisieren. Den ersten Ansatz, mit Rechenzentren Mieten zu generieren, haben wir schon vor einiger Zeit verworfen. Heute stellen wir Cloudsystemanbietern Cloudinfrastrukturen zur Verfügung, welche ihnen einen Wettbewerbsvorteil verschaffen. Die Sache hat sich in den drei Jahren, in denen wir uns diesem Thema gewidmet haben, enorm weiterentwickelt: Die digitale Infrastruktur wurde zum eigenständigen Geschäftsmodell.

#### Wie kommt Ihr Angebot am Markt an?

HIAG hat mit Data eine Infrastruktur geschaffen, welche der Schweiz der Wirtschaft neue Geschäftsmodelle ermöglicht und der Schweiz der Wissenschaft flexible Testumgebungen verfügbar macht. Bezüglich Sicherheit, Leistungsfähigkeit und Skalierbarkeit setzen wir komplett neue Massstäbe: Wir treiben die Industrialisierung der IT!

#### Wo konnten Sie Synergieeffekte erzielen?

Synergien mit den Immobilien bestehen, sind aber für mich nicht mehr im Zentrum. Das Geschäftsmodell der HIAG Data greift heute vor allem im Gesundheits- und Medizinbereich und wird unabhängig vom Immobiliengeschäft international Erfolg haben: Die Stabilität der Schweiz und die Integration eines sehr intelligent gesteuerten Netzes in die Cloud von morgen führen zu unserer «Network Centric Cloud». Die Werte Vertrauen, Leistung und Flexibilität sind aber nicht zufällig deckungsgleich mit denen, mit welchen wir bei HIAG Immobilien Areale entwickeln.

Andererseits gibt es die Applikation, für welche unsere Partner in der Software-Entwicklung die Verantwortung tragen. Und schliesslich kommen obendrauf noch die Prozesse des Kunden, in diesem Fall der Swica. Und den gestellten Anforderungen genügen muss dieses Paket als Ganzes.

#### **Hat die eben in Kraft getretene EU-Datenschutzgrundverordnung dabei einen Einfluss?**

Durchschlag: Diese Verordnung kam mit-ten in unseren Entwicklungsprozess. Erst

dachten wir, dass sie uns nicht betrifft, sondern die Nutzer unserer Infrastruktur. Aber wir mussten lernen, dass dies nicht zutrifft. Sicherheit beginnt bei der Architektur, auch bei der Architektur der hardwarenahen Infrastruktur. Obwohl die DNA unserer Konzepte die Konformität mit Datenschutzvorschriften erleichterte, hat es uns doch drei bis vier Monate zusätzlicher Entwicklungszeit gekostet, um alle sensiblen Punkte der Verordnung abzu- checken und jede Eventualität vorher- zusehen.

Tinner: Eine unerwartete Erkenntnis in diesem Prozess ist übrigens gewesen, dass einzelne der DSGVO-Paragrafen im Widerspruch stehen zu geltenden Gesetz- gebungen zum Beispiel im Schweizer Fernmeldegesetz. Da sind wir manch- mal in die Situation gekommen, wo wir uns fragten, welches Gesetz einfacher und kommerziell vorteilhafter zu ver- letzten wäre (lacht). In der Regel haben wir aber eine salomonische Lösung gefun- den, die es uns erlaubt hat, solche Konflik- te beizulegen.

## Nützliche Hilfen bei der DSGVO-Umsetzung in der Schweiz

Die «tribune»-Redaktionskommission verweist abschliessend auf drei Links, die bei der praktischen Anwendung der DSGVO im eigenen Umfeld hilfreich sein können.

- Seite des Eidgenössischen Datenschutz- und Öffentlichkeitsbeauftragten (EDÖB):  
[www.edoeb.admin.ch/edoeb/de/home/dokumentation/rechtliche-grundlagen/Datenschutz%20-%20International/DSGVO.html](http://www.edoeb.admin.ch/edoeb/de/home/dokumentation/rechtliche-grundlagen/Datenschutz%20-%20International/DSGVO.html)
- Informationsseite des Staatssekretariates für Wirtschaft SECO mit weiteren Links:  
[www.kmu.admin.ch/kmu/de/home/praktisches-wissen/kmu-betreiben/e-commerce/eu-regelung-zum-datenschutz.html](http://www.kmu.admin.ch/kmu/de/home/praktisches-wissen/kmu-betreiben/e-commerce/eu-regelung-zum-datenschutz.html)
- Auf der Website [www.dsat.ch](http://www.dsat.ch) können Interessierte kostenlos überprüfen, inwiefern sie die Anforderungen der EU-DSGVO und des DSG erfüllen:  
[www.dsat.ch](http://www.dsat.ch)

IMPRESSUM Nummer 3/2018, erscheint viermal jährlich.

HERAUSGEBER: Handelskammer beider Basel ([info@hkbb.ch](mailto:info@hkbb.ch)), Advokatenkammer Basel, Basellandschaftlicher Anwaltsverband ([sekretariat@advokaturambahnhof.ch](mailto:sekretariat@advokaturambahnhof.ch))  
grosszügig unterstützt von der Jubiläumsstiftung La Roche & Co ([jubilaeumsstiftung@larochebanquiers.ch](mailto:jubilaeumsstiftung@larochebanquiers.ch))

REDAKTION: Dr. Philip R. Baumann, lic. iur. Roman Felix, Dr. iur. Alexander Filli, lic. phil. | Jasmin Fürstenberger, MLaw Andrea Tarnutzer-Münch, lic. phil. | Roger Thiriet

LAYOUT: Elmar Wozilka, Handelskammer beider Basel, Druck: bc medien ag, Münchenstein

ADRESSE: «tribune», St. Jakobs-Strasse 25, Postfach, 4010 Basel, Telefon: +41 61 270 60 31, Telefax: +41 61 270 60 05, E-mail: [info@hkbb.ch](mailto:info@hkbb.ch)

«tribune» ist eine offizielle Publikation der herausgebenden Organisationen für deren Mitglieder.

Der Abonnementspreis ist im Mitgliederbeitrag inbegriffen. Für Nichtmitglieder kostet das Jahresabonnement CHF 20.–.

**AZB**

CH-4010 Basel  
P.P. / Journal

**tribune**