

Presseinformation

FPZ Interview: Joachim Kleber von SCHUPP

Beim Thema Datenschutz helfen wir unseren Kunden mit Tipps und dem richtigen Kontakt

Das Thema Datenschutz ist die bleibende und sich dynamisch entwickelnde Chefsache mit Priorität 1 in deutschen Unternehmen. Das gilt ganz besonders für Anbieter, Hersteller, Kliniken, Managementgesellschaften und Praxen, die im Gesundheitswesen tätig sind. Das digitale [Datenschutzportal](#) der Tochterfirma FPZ Data Protection ist für diese Zielgruppe die richtige Lösung, um auch weiterhin DSGVO-konform zu bleiben und sich bestens auf die kommende E-Privacy-Verordnung vorzubereiten. Unser heutiger Gesprächspartner im Interview ist Joachim Kleber, Prokurist der Firma SCHUPP GmbH & Co. KG aus Dornstetten. SCHUPP hat den Datenschutz vorbildlich organisiert.

Herr Kleber, wer ist SCHUPP und in welcher Verbindung stehen Sie zu FPZ?

Die Firma Schupp wird 2019 bereits 85 Jahre alt. Wir sind ein familiengeführtes Unternehmen unter der Leitung unserer Geschäftsführerin und Inhaberin Karin Schupp. Hier arbeiten ungefähr 100 Mitarbeiter. Wir zählen uns zum klassischen Mittelstand aus Baden-Württemberg und sind Hersteller im Bereich Physiotherapie und Gesundheit. Wir sind Vertriebspartner für den Gerätehersteller DAVID, der wiederum für seine Geräte die Zulassung für die FPZ Therapie hat.

Welche Aufgabe haben Sie im Unternehmen?

Mit meinen 57 Jahren bin ich nun schon 20 Jahre bei der Firma Schupp und insgesamt über dreißig Jahre in der Medizintechnik tätig. Heute bin ich Prokurist sowie Vertriebs- und Marketingleiter. In dieser Funktion führe ich ein Team mit ungefähr 50 Mitarbeitern. Dazu gehören Marketingleute, Außendienstler, Vertriebsinnendienstler, Techniker sowie Service- und Produktionskräfte.

Wann sind Sie das erste Mal in Kontakt mit FPZ beziehungsweise mit der Datenschutzlösung der FPZ-Tochter in Kontakt gekommen?

Genau weiß ich es nicht mehr. Aber FPZ kenne ich schon länger als zehn Jahre, eben durch den Vertrieb der für die FPZ Therapie zertifizierten DAVID-Geräte. Zum Thema Datenschutz: Hier ist der FPZ Geschäftsführer, Dr. Frank Schifferdecker-Hoch, vor zwei Jahren aktiv auf mich zugekommen. Wir haben ja selber auch gewusst, dass am 25.05.2018 eine Änderung ansteht und er hat mir damals gesagt, dass er für die Reha-Zentren und angeschlossenen FPZ-Häuser eine digitale Lösung entwickelt hat. Ich habe ihm gesagt, dass uns das sehr stark interessiert und wir es unseren Kunden mit anbieten werden. Im September/Oktober 2017 haben wir dann, nach einer hervorragenden Präsentation, die Zusammenarbeit beschlossen.

Wie war es zu dieser Zeit mit dem Datenschutz bei SCHUPP bestellt?

Unser Unternehmen hat schon lange einen externen und internen Datenschutzbeauftragten. Der Interne steht in ständigem Kontakt zu unserem Externen und ist so immer bestens über Gesetzesänderungen und anstehende Neuerungen informiert. Außerdem kommt der Externe regelmäßig zu uns ins Haus und schult nicht nur den Internen, sondern auch alle anderen Mitarbeiter. Unseren Außendienst schulen wir beispielsweise zwei- bis dreimal im Jahr zu diesem Thema.

Sie selbst nutzen das Angebot der FPZ Data Protection also nicht. Ist das richtig und warum?

Weil wir bereits dahingehend bestens aufgestellt sind. Was mir aber viel wichtiger ist: wir haben nun eine Lösung für unsere Kunden an der Hand. Viele von ihnen beschäftigen sich nämlich nicht richtig mit dem Thema.

Wie bringen Sie das Thema bei Ihren Partnern ins Spiel?

Wenn wir heute z.B. ein großes Reha-Zentrum als Kunden gewinnen und merken, dass dort das Thema Datenschutz trotz der DSGVO noch keine große Rolle spielt. In diesem Fall leite ich den Kontakt – natürlich mit Einverständnis der jeweiligen Geschäftsleitung – unmittelbar an Herrn Schifferdecker-Hoch weiter. Wir geben schon ein paar Tipps, was zu tun ist und was sich verschärft hat, aber Einzelheiten und all diese Dinge, dies übernimmt Herr Schifferdecker-Hoch. Er ist ja selbst TÜV-zertifizierter Datenschutzbeauftragter. Uns geht es einfach darum, dass unsere Kunden maximale Sicherheit zum Thema Datenschutz haben und dies gewährleistet die FPZ-Lösung.

Was sind Ihrer Meinung nach die besonderen Herausforderungen, die der Datenschutz im Gesundheitswesen mit sich bringt?

Wir müssen – wie eigentlich alle Protagonisten der Gesundheitsbranche – zum Beispiel sehr vorsichtig mit Patientendaten umgehen. Und wohlgemerkt, wir reden hier nicht nur von Parametern wie Name und Geburtsdatum. Durch unsere Trainingstherapie gilt es darauf zu achten, Patientendaten nicht oder nur in extrem gesicherten Cloud-Lösungen zu speichern, damit die sichere Übernahme der Daten gewährleistet ist. Wir alle in der Branche müssen mit solchen Daten einfach ganz sensibel umgehen, etwa mit Diagnosen, Rezepten und Trainingsergebnissen.

Wie schaut Ihre Vertriebstätigkeit für das FPZ Datenschutzportal konkret aus?

Unseren Kunden angeboten haben wir es schon sehr häufig. Die Zahl der direkten Vermittlungen kann ich aktuell nicht benennen. Jedenfalls sind die meisten dankbar dafür, dass wir sie überhaupt auf das Thema ansprechen. Viele haben es leider immer noch nicht auf dem Schirm. Daher planen wir zum Beispiel in Kürze ein entsprechendes Mailing an 21.000 Praxen, die bei uns rechtskonform im Kundenverteiler abgelegt sind. Davon versprechen wir uns sehr viel.

Warum engagieren Sie sich so für andere Firmen?

Weil es wichtig ist. Und natürlich befürchten wir auch, dass unsere Kunden irgendwann richtig Ärger bekommen. Deswegen sind wir auch so stark daran interessiert, dass Dr. Schifferdecker-Hoch in diesem Bereich aufklärt. Wir unterstützen unsere Kunden so gut wir können, damit für alle Beteiligten Rechtssicherheit herrscht. Wenn danach noch einer ignorant ist, dann ist er selber schuld.

Ich möchte noch einmal auf die allgemeine Panik vor dem 25. Mai 2018 zurückkommen: Wie haben Sie bei SCHUPP diesem Datum entgegengesehen?

Ganz entspannt. Wir hatten praktisch schon alles im Vorfeld erledigt. Nur Facebook haben wir, wegen der Unsicherheit in Sachen Impressum und Co., erst einmal offline geschaltet. Dazu WhatsApp auf den Firmenhandys deinstalliert und eine extra Box für Bewerbungen eingerichtet. Und solche hübschen Dinge, wie bei einem externen Anruf zu erzählen, dass der Mitarbeiter krank ist, das machen wir schon seit fünf Jahren nicht mehr. Der Betreffende ist in diesem Fall eben nicht im Büro – punkt. Und ganz ehrlich, wenn mir im B-2-B-Umfeld ein Gegenüber seine Visitenkarte gibt, dann darf ich doch wohl davon ausgehen, dass er einwilligt, seine Kontaktdaten zu speichern, oder? Sonst würde er mir sie ja nicht geben wollen. Das kommt übrigens auch manchmal vor.

Gerade klang ein bisschen Ironie in Ihrer Aussage durch. Warum?

Dazu sage ich lieber nichts. Aber wenn du in der Medizin tätig bist, dann hast du einfach einen enormen bürokratischen Aufwand. Bei SCHUPP sind mittlerweile rund 20 Prozent der Belegschaft nur mit der Verwaltung beschäftigt: Medizinproduktegesetz, Lebensmittelgesetz, Kosmetikverordnung, DSGVO etc. Dazu kommen noch Dinge wie DIN/ISO Zertifizierung etc. Wie soll das denn eine kleinere Firma überhaupt noch leisten? Wir selbst haben ja wenigstens noch 100 Mitarbeiter und können entsprechend Ressourcen einplanen. Wahnsinn, was selbst die Kleinen für einen Aufwand betreiben müssen.

Nennen Sie uns doch bitte mal ein Beispiel.

Gerne. Sie kennen doch diese Igelbälle, oder? Dieser Massageball wird einfach nur in der Hand gehalten, ein wenig gedrückt und gerollt. Fertig. Jeder Mensch weiß, da beiße ich besser nicht rein. Auch für dieses Produkt muss es aber eine Gebrauchsanweisung geben. Dem Gesetz nach ist es ein Medizinprodukt. Theoretisch muss sogar unser Außendienstler zum Kunden hinfahren und eine Einweisung machen. Der Ball kostet 85 Cent. Wer da in Brüssel und Berlin sitzt und die Gesetze macht, frage ich mich. Das erscheint einfach weltfremd.

Zum Abschluss noch eine Frage: Was ist in den kommenden 12 Monaten Ihre größte Herausforderung bei SCHUPP?

Im März 2019 haben wir ein großes Audit. Wir stellen um von DIN ISO 9001 auf 13485, also produzierendes Unternehmen mit allem, was dazu gehört. Dann stehen hier eine Woche lang die Räder still.

Dafür wünschen wir Ihnen und dem gesamten Team natürlich viel Erfolg. Vielen Dank für das Interview.

Dito. Ich habe mir die Zeit gerne genommen. Datenschutz ist ein wichtiges und existenzsicherndes Thema.

Hinweis: Hier geht es zum digitalen Datenschutzportal der FPZ Data Protection:
<https://dr-datenschutz.online/>

Das Interview führte Peter Laaks. Der freie Journalist mit eigenem Pressebüro in Essen schreibt für verschiedene Print- und Online-Medien im Bereich HealthCare und Wirtschaft. Außerdem unterstützt er Unternehmen bei ihrer Presse- und Medienarbeit, u.a. das Forschungs- und Präventionszentrum (FPZ GmbH). E-Mail: redaktion@pressebuero-laaks.de.

Das Unternehmen FPZ erforscht, entwickelt und vermarktet wirksame Präventions- und Therapieprogramme zur individuellen Verbesserung der durch Bewegungsmangel verursachten Funktionsverluste und zur Steigerung der Lebensqualität von Menschen mit Rückenschmerzen.

Mit ihren kooperierenden Ärzten, Rückenzentren und Kostenträgern bildet die FPZ GmbH mit Zentralsitz in Köln ein bundesweites Netzwerk der Rückenexperten unter der Leitung des Sozialwissenschaftlers Dr. Frank Schifferdecker-Hoch.

Bereits 1990 wurde mit der Entwicklung der analyse- und gerätegestützten Rückenschmerztherapie – FPZ Therapie – für Patienten mit chronischen oder wiederkehrenden Rücken- und/oder Nackenschmerzen begonnen.

1993 wurde das damalige Forschungs- und Präventionszentrum (FPZ) gegründet. Die dort entwickelte, individuelle Therapie wird von Ärzten verordnet, von Therapeuten in FPZ Rückenzentren persönlich betreut und von aktuell mehr als 50 Kostenträgern erstattet. Das FPZ unterhält inzwischen eine einmalige Datenbank wissenschaftlicher Auswertungen zum Thema Rückenschmerz. // FPZ GmbH. GF: Dr. rer. soc. Frank Schifferdecker-Hoch. HRB 24453 Köln.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung männlicher und weiblicher Sprachformen verzichtet. Sämtliche Sammelbezeichnungen wie Ärzte, Mitarbeiter, Patienten, Wissenschaftler sind daher als geschlechtsneutral anzusehen.