

Risiko 2.0: Wie Unternehmen mit Web 2.0 umgehen



Risiko 2.0:
Wie Unternehmen mit Web 2.0 umgehen
Marcus Beyer, Architect Security Awareness, ISPIN AG






Agenda

- Social Media – Wie, Wieso, Weshalb, Was und Warum
- Risiken und Gefährdungspotenziale
- Beispiele für Massnahmen von Unternehmen und Institutionen im Umgang mit Sozialen Netzwerken
- Wie kommt man zu einer „Social Media Policy“
- Was schreibt man hinein?






Definition

Social Media (auch **Soziale Medien**) ist ein Schlagwort, unter dem **Soziale Netzwerke** und **Netzgemeinschaften** verstanden werden, die als Plattformen zum **gegenseitigen Austausch von Meinungen, Eindrücken und Erfahrungen** dienen.

Quelle: Wikipedia



Risiko 2.0: Wie Unternehmen mit Web 2.0 umgehen

Was wir derzeit zu lesen bekommen

LinkedIn, Facebook, Twitter und Co.:
Die 7 Security Todsünden beim Social Networking

- **Erste Sünde:** Unternehmensinterna ausplaudern
- **Zweite Sünde:** Beruf und Privatleben vermischen
- **Dritte Sünde:** Beleidigungen gegenüber anderen
- **Vierte Sünde:** Bei Kontakten geht Quantität vor Qualität
- **Fünfte Sünde:** Passwort-Muffel
- **Sechste Sünde:** Alles wird angeklickt
- **Siebte Sünde:** Sich selbst und andere in Gefahr bringen (Kumuliert 1 – 6)

Quelle: IDG Business Verlag GmbH, <http://www.cio.de/890847>, Andreas Schaffny

Gefährdungspotenzial weil:

- **Social Engineers** nutzen die Netzwerke, um falsche Identitäten anzunehmen oder Kontakt mit potenziellen Opfern zu knüpfen
- Verlust von Arbeitszeit
- Unbewusstes (oder bewusstes) Versenden und kommunizieren interner Informationen
- **Anger-Management** (Wut-Management)
- Imageschädigung (**Reputationsverlust**) des Unternehmens
- Applikations-Gadget-Alles-Ausprobierer
- Wir haben unmündige Mitarbeiter ...
- Der Mensch ist nicht grundsätzlich böse, sondern nur aus Verkehrtheit des Herzens. (I.Kant)

Facebook Post 1:
[Profile Picture] **OMG I HATE MY JOB!!** My boss is a total pervy wanker always making me do shit stuff just to piss me off!! WANKER!
Yesterday at 18:03 • Comment • Like

Facebook Post 2:
[Profile Picture] Hi [Profile Picture], i guess you forgot about adding me on here?
Firstly, don't flatter yourself. Secondly, you've worked here 5 months and didn't work out that i'm gay? I know i don't prance around the office like a queen, but it's not exactly a secret. Thirdly, that 'shit stuff' is called your 'job', you know, what i pay you to do. But the fact that you seem able to fuck-up the simplest of tasks might contribute to how you feel about it. And lastly, you also seem to have forgotten that you have 2 weeks left on your 6 month trial period. Don't bother coming in tomorrow. I'll pop your P45 in the post, and you can come in whenever you like to pick up any stuff you've left here. And yes, i'm serious.
Yesterday at 22:53

Write a comment...

Risiko 2.0: Wie Unternehmen mit Web 2.0 umgehen

Aktuelle Zugriffszahlen Sozialer Netzwerke

- Facebook Deutschland: 6,9 Millionen Nutzer, Verweildauer 15:40 Minute - weltweit 340 Millionen Nutzer, Verweildauer 21:40 Minuten
- 26% aller Online-User weltweit sind bei Facebook aktiv (12% DE)
- MySpace Deutschland: 5,5 Millionen Nutzer
- Wer-kennst-wen.de: 6,8 Millionen Nutzer, Verweildauer 18 Minuten
- StudVZ: 6,8 Millionen Nutzer, Verweildauer 16 Minuten
- SchuelerVZ: 7,4 Millionen Nutzer, Verweildauer 25 Minuten
- MeinVZ: 4,2 Millionen Nutzer, Verweildauer 16 Minuten
- Twitter Deutschland: 2,4 Millionen Nutzer, ca. 10 - 11 Minuten Verweildauer
- Twitter weltweit: 60 Millionen Nutzer
- XING.de: 2,4 Millionen Nutzer, Verweildauer 8 Minuten pro Monat(!)
- LinkedIn Deutschland: 0,5 Millionen Nutzer, weltweit: 28 Millionen Nutzer

Quelle: COMPASS HEADING.
<http://www.compass-heading.de/cms/aktuelle-zugriffszahlen-sozialer-netzwerke/>

Social Media Landscape

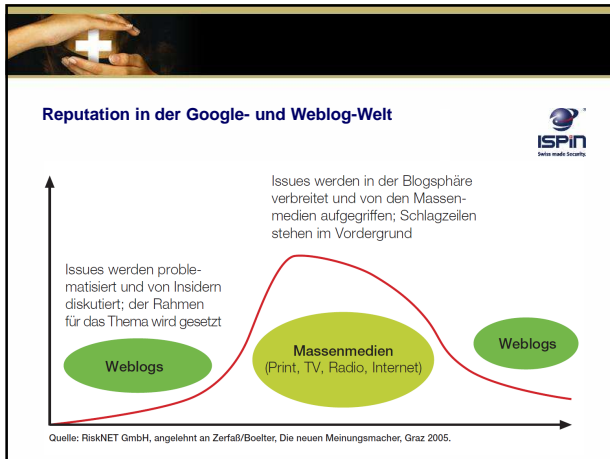
Was unterscheidet Web 2.0 von Web 1.0:
Collaboration

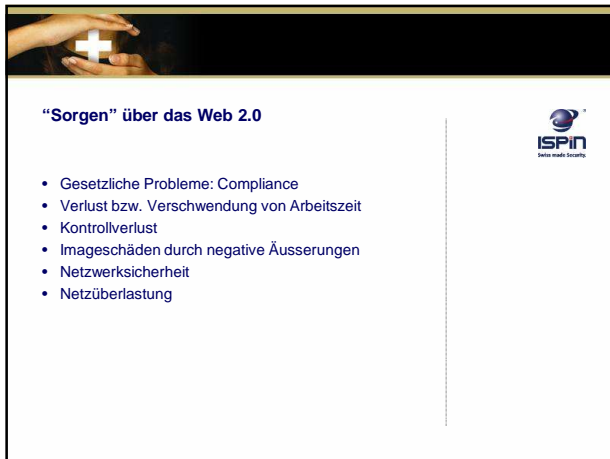
Zahlen der Woche: Reputationsrisiko Web 2.0

- 66% der befragten Manager fürchten aktuell eine Beschädigung der Reputation ihres Unternehmens
- 66% sehen keine Gefahr, dass Mitarbeiter sich im Web schlecht über ihr Unternehmen äußern
- 34% haben hier bereits schlechte Erfahrungen gemacht
- 21% der CEOs sind besorgt über die Inhalte auf social networks, während
- 43% der Managementebene darunter sich Sorgen darüber machen
- 38% beobachten social media
- 58% kümmern sich um ihre Online-Reputation
- 10% der Studienteilnehmer halten gute Kontakte zu Bloggern für notwendig

Quelle: Studie von Weber Shandwick in Kooperation mit der Economist Intelligence Unit unter 703 Führungskräften aus über 20 Branchen in 62 Ländern. <http://publicaffairs.twoday.net/stories/5508294/>

Risiko 2.0: Wie Unternehmen mit Web 2.0 umgehen








Risiko 2.0: Wie Unternehmen mit Web 2.0 umgehen



Was tut man, wenn man es nicht versteht?





©-| KONTROLLE
CONCEPT & PHOTOGRAPHY: EDUARD REICHERT | KANALFACE.ORG



Was tun schweizer Unternehmen und Institutionen: **Bundesverwaltung**

- Wegen Lastgrenze des Netzes der Bundesverwaltung Facebook gesperrt (Download)
- Appell zur Einschränkung der privaten Internet- und Facebook-Nutzung hat nicht gefruchtet
- EDA sowie die Bundeskanzlei behalten den Internetzugang zu Facebook




BLOCKED

Quelle:
<http://www.tagesanzeiger.ch/schweiz/standard/Warum-der-Bund-Facebook-sperret/story/21546757>



Was tun schweizer Unternehmen und Institutionen: **Die Post**

- Die Post begründete dies mit dem steigenden Risiko, dass Facebook Viren transportieren könnte.
- Befürchtet wird auch, dass sich im sozialen Netzwerk aktive Kriminelle unter falscher Identität Zugang zu vertraulichen Daten verschaffen.



BLOCKED

Quelle:
<http://www.20min.ch/news/schweiz/story/19725465>

Risiko 2.0: Wie Unternehmen mit Web 2.0 umgehen




Was tun schweizer Unternehmen und Institutionen: **Schweizer Bundesbahnen SBB**

- Der Rahmen einer vernünftigen Nutzung sei überschritten worden, sagte SBB-Sprecher Frédéric Revaz am Dienstag auf Anfrage der SDA.
- Die SBB befürchtet Missbräuche durch ihr Personal, da dass das Netzwerk sehr oft für private Zwecke genutzt wurde.

BLOCKED





Quelle: <http://www.20min.ch/news/schweiz/story/19725465>




Was tun schweizer Unternehmen und Institutionen: **Coop Schweiz**

- Coop Schweiz hat sämtlichen Mitarbeitern den Zugriff auf Facebook gänzlich gesperrt.
- Nicolas Schmied von Coop begründet dies wie folgt: „Facebook kann kaum geschäftlich genutzt werden und ist in unseren Augen eine Freizeitplattform“.

BLOCKED





Quelle: <http://www.website-marketing.ch/474-facebook-furchten-arbeitgeber-die-social-network-welle/>



Was tun schweizer Unternehmen und Institutionen: **Credit Suisse**


- Und auch die Credit Suisse hat Facebook für ihre gut 30'000 Mitarbeiter sperren lassen.

BLOCKED





Quelle: <http://www.website-marketing.ch/474-facebook-furchten-arbeitgeber-die-social-network-welle/>

Risiko 2.0: Wie Unternehmen mit Web 2.0 umgehen



Was tun schweizer Unternehmen und Institutionen: **UBS**






- Andreas Kern, UBS-Sprecher: „Der Zugriff ist nicht gesperrt“. Aber: „Wir erarbeiten derzeit einen verschärften Kriterienkatalog für eine mögliche Sperrung von Website. Plattformen dieser Art bergen die Gefahr, Informationen zu speichern, die nicht nur Rückschlüsse auf die Person, sondern auch auf den Arbeitgeber zulassen.“

Quelle: <http://www.website-marketing.ch/474-facebook-furchten-arbeitgeber-die-social-network-welle/>



Was tun schweizer Unternehmen und Institutionen: **Novartis**

- sieht in den trendigen Plattformen eine sinnvolle Möglichkeit die Geschäftsprozesse zu verbessern
- Mitarbeiter kommunizieren über Blogs und sogenannte Wiki-Plattformen.
- Novartis-Sprecherin Iris Wahlen: „Die Vorteile sind ein erhöhter Dialog zu geschäftsspezifischen Themen und ein grösserer Wissensaustausch über zeitliche und geografische Grenzen hinweg“.

Quelle: <http://www.website-marketing.ch/474-facebook-furchten-arbeitgeber-die-social-network-welle/>




Was tun schweizer Unternehmen und Institutionen: **Bank Sarasin**




- Die Bank Sarasin lässt ihren Mitarbeitern die Möglichkeit, sich auch während der Arbeitszeit ihrem Facebook-Account zu widmen und setzt damit ganz bewusst auf die Eigenverantwortung ihrer Mitarbeiter.
- Mediensprecher Benedikt Gratzl: „Es gilt grundsätzlich, dass die Nutzung des Internets für private Zwecke auf ein Minimum beschränkt wird“.



Quelle: <http://www.website-marketing.ch/474-facebook-furchten-arbeitgeber-die-social-network-welle/>

Risiko 2.0: Wie Unternehmen mit Web 2.0 umgehen




Was tun schweizer Unternehmen und Institutionen: **Basler Kantonalbank**

- Die Basler Kantonalbank gewährt ihren Mitarbeitern viel Spielraum und bedenkt dabei die Vorteile der Social Network-Plattform.
- „Facebook ist eine wichtige Kommunikationsplattform, welche bei uns hauptsächlich von den jüngeren Mitarbeitern genutzt wird“, so Michael Buess.







Quelle: <http://www.website-marketing.ch/474-facebook-furchten-arbeitgeber-die-social-network-welle/>



Was tun schweizer Unternehmen und Institutionen: **Bühler AG**

- Marcel Eberle, Bühler AG: „Wir haben im Mai auf die Nutzung von Facebook und die damit verbundenen Hinweise mit der KL besprochen und uns bis auf weiteres gegen eine Sperrung entschieden. Im November ist eine erneute Auswertung der Facebook-Nutzung geplant.“



Leitsatz Social Media Policy

"The true goal of every type of social media or web policy should be to make interacting on the social web easier, more comfortable, and safer for your stakeholders." "Period. That's it.

"Das wahre Ziel einer Richtlinie zur Nutzung sozialer Netzwerke und Medien sollte sein, deren Nutzung leichter, bequemer, und sicherer für die Mitarbeiter zu machen."



Quelle: <http://associationmarketing.blogspot.com/search/label/social%20media%20policies>

Risiko 2.0: Wie Unternehmen mit Web 2.0 umgehen







Risiko 2.0: Wie Unternehmen mit Web 2.0 umgehen



Struktur einer Social Media Policy
2. Geltungsbereich

- Für wen gilt die Policy?
- Wo gelten die Regeln?
- Diese Policy gilt wenn:
 - Mitarbeiter dazu autorisiert ist, [Unternehmen] innerhalb Social Media zu repräsentieren und die Tools für geschäftliche Zwecke zu nutzt
 - Mitarbeiter sich auf [Unternehmen], seine Mitarbeiter, Produkte (Dienstleistungen etc.) bezieht, während er Social Media privat nutzt

Die Social Media Policy gilt **nicht** für den privaten Gebrauch von Social Media, bei dem kein Bezug auf das Unternehmen (seine Produkte o.Ä.) genommen wird!



Quelle: talkabout communications gmbh (GPRA)



Struktur einer Social Media Policy
3. Regeln

- Voraussetzungen um das Unternehmen im Social Web (proaktiv) vertreten zu dürfen
Akkreditierungsprozess? zusätzliche Schulungen (extern/ intern)?
- Wie sollen die Mitarbeiter im Netz auftreten?
- Was wird kommuniziert?



Quelle: talkabout communications gmbh (GPRA)



Struktur einer Social Media Policy
4. Konsequenzen bei Nichteinhaltung

Bei (vorsätzlichem?) Verstoß gegen die Social Media Policy müssen Sie mit Disziplinarmaßnahmen rechnen. Dies kann eine mündliche oder schriftliche Verwarnung sein, in besonders schweren Fällen kann dies auch die Beendigung des Beschäftigungsverhältnisses bedeuten.

Das Unternehmen behält sich vor, durch eine Verletzung der Social Media Policy entstandene finanzielle Schäden von Ihnen einzufordern.

Bei Verstößen gegen das Gesetz werden Sie persönlich haftbar gemacht.



Quelle: talkabout communications gmbh (GPRA)

Risiko 2.0: Wie Unternehmen mit Web 2.0 umgehen




10 Must-Haves for Your Social Media Policy

1. Erklären Sie den Zweck des Einsatz von „sozialen Medien“
2. Seien Sie für das verantwortlich, was Sie schreiben
3. Seien Sie authentisch
4. Denken Sie an Ihr Publikum
5. Haben Sie Medienkompetenz und ein gesundes Urteilsvermögen
6. Verstehen Sie den Sinn von (virtuellen) Gemeinschaft
7. Nehmen Sie Rücksicht auf Copyrights und Respektieren Sie diese
8. Schützen Sie vertrauliche und sensible Informationen
9. Bringen Sie mit Ihren Postings Anderen einen „Wert“.
10. Arbeitszeit (Produktivität) geht vor.





Quelle: Sharlyn Lauby, <http://mashable.com/2009/06/02/social-media-policy-musts/>



Nur gemeinsam – ähnlich wie bei BCM-Projekten

- **Abteilung Informationsecurity:** Awareness & Regeln, technische Voraussetzungen, Sicherheit in den Applikationen
- **Corporate Communications:** Selbst nutzen für Marketing- und Kommunikationszwecke und die interne Kommunikation damit und dadurch fördern
- **PR:** Aktive Arbeit im Netz... weinger „PR“, mehr Authentizität
- **Compliance-/Riskmanagemenet:** Social Media Policy, Scanning
- ...





Wir schützen vertrauliche Informationen.



Security Awareness by ISPIN

Kontakt:
 Marcus Beyer, marcus.beyer@ispin.ch, @mbeyer
 Grindelstrasse 15, CH - 8303 Bassersdorf
 Tel. (geschäftl.): +41-44-8383111, Tel. (mobil): +41-79-3078133