

## Studie

**known\_sense und <kes> gewinnen Deutschen Sparkassen Verlag, EnBW und Pallas als Partner**

„Wachsende betriebswirtschaftliche und gesetzliche Anforderungen an die IT steigern deren Komplexität permanent. Die Zuverlässigkeit und Sicherheit des IT-Betriebes sind insbesondere für Sparkassen mit ihren kundensensiblen Daten wesentliche Erfolgsfaktoren. Daher sind wir immer daran interessiert, aktuelle Kundenbedürfnisse sowie neue Marktanforderungen in unsere Lösungen einzuarbeiten,“ sagt Jürgen Schneider, Leiter der Geschäftssparte Systemhaus des Deutschen Sparkassenverlags, der die Institute umfassend im Bereich IT-Sicherheitsmanagement, Web Based Training IT-Sicherheit, Business Continuity Management/Notfallvorsorge und Mobile Security unterstützt.

Die DSV-Gruppe (Deutscher Sparkassenverlag) ist neben der EnBW Energie Baden-Württemberg AG und der Pallas GmbH einer der Partner der von known\_sense und <kes> in Kooperation mit nextsolutions initiierten Sicherheitsstudie „ENTSicherung am Arbeitsplatz“. → S. 6

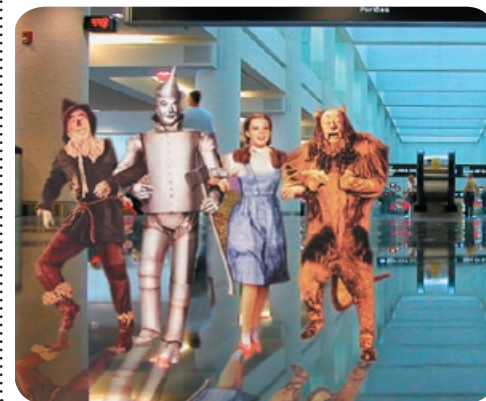
## Sicherheitskultur

**Über Chancen und Fallstricke einer Unternehmenskultur im Dienste der Unternehmenssicherheit**  
 von Silja Fleissner

**Veröffentlichungen und Beratungsangebote zu Fragen der Sicherheitskultur haben Konjunktur. Sie setzen dort an, wo technische Sicherheitslösungen ihren blinden Fleck haben: „Sicherheitskultur“ scheint ein neues Zaubermittel zu sein, das den sogenannten „Sicherheitsfaktor Mensch“ an die Leine zu legen verspricht.**

**Woher das neue Interesse für Unternehmenskultur?**

Das Interesse für die Ausbildung einer unternehmensweiten Sicherheitskultur speist sich aus drei Quellen:



- >> aus anstehenden organisatorischen Veränderungen im Risiko- und Sicherheitsmanagement von Unternehmen
- >> aus dem Wunsch nach Stärkung der Position von Sicherheitsexperten unternehmensintern und im Markt für Beratungsdienstleistungen
- >> aus dem Bedarf an Instrumenten, mit denen sich das sicherheitsrelevante Verhalten von Mitarbeitern beeinflussen lässt

Studien und Befragungen von Sicherheitsverbänden zufolge sieht eine Mehrzahl der Experten für Unternehmenssicherheit heute eine ihrer bedeutenden Aufgaben darin, das Zusammenspiel unterschiedlicher Unternehmensbereiche in Sicherheitsfragen organisatorisch grundlegend neu zu gestalten. An die Stelle des Schutzes einzelner Güter und Geschäftsprozesse soll die funktionsübergrei-

### Die Themen

- >> **Sicherheitskultur**  
Über Chancen und Fallstricke einer Unternehmenskultur im Dienste der Unternehmenssicherheit von Silja Fleissner
- >> **Studie** – known\_sense und <kes> gewinnen Deutschen Sparkassen Verlag, EnBW und Pallas als Partner
- >> **Neues Giveaway „Passworthalter“** – Awareness mit „Paradoxe Intervention“
- >> **Sicherheits„Stammtisch“**  
Premiere Mitte Oktober in Köln

### Impressum

**Herausgeber:**

Dietmar Pokoyski  
 known\_sense  
 Kaiser-Wilhelm-Ring 30-32  
 D-50674 Köln  
 Fon +49 221 9127778  
 securitytools@known-sense.de  
 www.virusquartett.de  
 www.known-sense.de

fende, vereinheitlichende Zielsetzung „Absicherung der Geschäftstätigkeit“ treten. Im Unternehmen verstreutes Wissen über Sicherheitsfragen gilt es zusammenzuführen und die Arbeit aus unterschiedlichen Bereichen – wie z.B. der IT-Sicherheit und der physischen Sicherheit – aufeinander abzustimmen.

Die auf diese Weise neu zugeschnittene Struktur des Sicherheitsmanagements ist in der Diskussion mit der Idee verknüpft, man möge eine gemeinsame übergeordnete Zielvorstellung von der Sicherheit des Unternehmens entwickeln, der alle zustimmen und auf die alle hinstreben.

Gemeinsame Leitvorstellungen haben ihren Ankerplatz in der Unternehmenskultur. Es sind daher nicht nur die angestrebten organisatorischen Veränderungen in Gang zu setzen. Vielmehr muss man parallel lenkend in die Entwicklung der Unternehmenskultur eingreifen, wenn die organisatorische Neugestaltung erfolgreich sein soll. Die Idee dahinter: Anstehende organisatorische Veränderungen im Risiko- und Sicherheitsmanagement gehen friedlicher und freund-

licher vonstatten, wenn man gemeinsame Werte und Ziele verfolgt.

Die Klage von Sicherheitsexperten, dass es bei den relevanten Entscheidern häufig an Verständnis für gravierende Sicherheitsprobleme mangeln würde, erscheint vor dem Hintergrund solcher Verschiebungen in einem neuen Licht: Vor einigen Jahren höhnte ein amerikanischer Fachjournalist noch, Sicherheitsexperten seien Leute, die es nicht verstünden, einem Mann in Flammen Löschwasser zu verkaufen. Denn obwohl die Bedürfnisse der Kunden offensichtlich seien, dozierten die Experten konsequent an ihrer Zielgruppe vorbei.

Die neue Rede von Sicherheit als einem Wert, den es in der Unternehmenskultur zu verankern gelte, deutet so gesehen auch auf einen Bewusstseinswandel der vormals meist nur technisch versiert erscheinenden Berater hin. Es scheint nun, als habe man die Notwendigkeit erkannt, sich mit Kommunikationsstrategien zu befassen. Ja, es scheint fast, als sei man mehr oder weniger bewusst zu einem sogenannten Agenda-Setting übergegangen.

*Agenda-Setting* bedeutet, andere davon zu überzeugen, Themen, die einem persönlich wichtig sind, möglichst weit oben auf die Tagesordnung zu setzen. Bei der Etablierung einer Sicherheitskultur geht es deshalb auch darum, die Position von Sicherheitsexperten unternehmensintern und im Markt für Beratungsdienstleistungen zu stärken. Das diffuse Bedürfnis vieler Menschen nach einer wieder abgesicherten, verbindlich und berechenbar scheinenden Welt liegt derart in der Luft, dass man förmlich danach greifen kann – und sollte. Die weit verbreitete Rede von Sicherheit als Wert der Unternehmenskultur ist also auch ein Versuch, dem aktuellen Zeitgeist Beständigkeit in die Zukunft hinein zu sichern.

Schließlich besteht eine Hoffnung darin, das sicherheitsrelevante Verhalten von Mitarbeitern über die Unternehmenskultur zu verändern. Man baut darauf, dass sich eine Art Schutzinstinkt von Mitarbeitern gegenüber dem Unternehmen ausbildet, mit dem sie sich stark identifizieren.

Doch was genau bedeutet eigentlich „Unternehmenskultur“? Welche Bilder und

Vorstellungen verknüpfen wir mit diesem Ausdruck? Und welche Vorurteile könnten uns deshalb den Blick eventuell im Einzelfall verstellen?

### Was bedeutet „Unternehmenskultur“?

Als *Unternehmenskultur* bezeichnet man gemeinhin historisch gewachsene Gemeinsamkeiten von Angestellten, die sich in deren Verhaltensweisen und Äußerungen so erkennbar niederschlagen, dass sie von Außenstehenden als charakteristische Eigenschaften des Unternehmens wahrgenommen werden können. Dazu müssen die Gemeinschaft stiftenden Merkmale über einen längeren Zeitraum als gleichförmig und beständig erscheinen, obwohl sie sich durchaus kontinuierlich verändern. Solche Gemeinsamkeiten können typischerweise in gleichen Zielsetzungen, Werten, Normen oder Überzeugungen bestehen. Es ist aber auch eine Vielzahl anderer Gemeinsamkeiten denkbar.

Die Bilder und Metaphern, mit denen wir den Begriff der Unternehmenskultur fassbar machen, leben von dem, was wir



alltäglich mit dem Begriff der *Kultur* in Verbindung bringen. Umgangssprachlich ist dieser Begriff der Kultur reich an positiven und negativen Konnotationen. So sind wir beispielsweise gewohnt, zwischen einer *Hochkultur* und einer *Popkultur* zu unterscheiden. Wir verbinden damit gegensätzliche Werturteile wie „weit entwickelt“ im Unterschied zu „ursprünglich“ und „komplex“ im Unterschied zu „primitiv“.

Dies färbt auch auf unsere Vorstellungswelt ab, sobald wir von „Unternehmenskulturen“ sprechen. Dann bringen wir schnell Bilder ins Spiel, die auf Vorstellungen von Reifungsprozessen beruhen. Zum Beispiel ähnelt die Beschreibung einer sich entwickelnden Unternehmenskultur der Beschreibung eines mehrere Zyklen durchlaufenden Programm-Managements. Denn etwas in dieser Art stellt man sich gemeinhin vor, wenn man über die bewusste Gestaltung einer Unternehmenskultur nachdenkt, um mit ihr das Verhalten von Angestellten in eine fest gelegte Richtung zu lenken.

Manchmal stellen wir uns das Ideal einer Gemeinschaft auch als ein Gebilde vor, das wie ein Individuum vereinigt seine Ziele reflektiert und verfolgt. Platon verwendete zur Beschreibung des idealen Staatsgebildes die Metapher eines Körpers, dessen Teile optimal aufeinander abgestimmt agieren. Hobbes „Leviathan“ griff im Titelstich ein solches Bild auf. Und im 19. Jahrhundert begleiteten solche Vorstellungen die Bildung von Nationalstaaten. Anfang des 20. Jahrhunderts schließlich zeichnete der Film *Metropolis* das imposante Bild eines modernen Unternehmens, das einem Orga-

nismus gleich, von „Kopf, Herz und Hand“ (Geschäftsführung, Angestellte, Arbeiter) regiert wird.

Eine Quelle für prägende Bilder, die hieran anknüpfen, ist auch Kohlbergs psychologisches Modell der individuellen Moralentwicklung: Nach Kohlberg ist die Ausbildung moralischer Werte Ergebnis eines Entwicklungsprozesses in der kindlichen Psyche. An dessen Ende hat sich im Idealfall ein Entscheidungsvermögen ausgebildet, das nicht nur Nutzenkalküle, sondern auch moralische Überzeugungen als handlungsleitend akzeptiert. Im Umkehrschluss erscheint die Ausrichtung auf moralische Werte deshalb auch als positives Zeichen einer höheren Entwicklungsstufe zu gelten.

Das Bild der zyklisch verlaufenden individualpsychologischen Reifung vom Egozentriker hin zu einem sozialen und moralischen Wesen wird von daher häufig auch auf Organisationen übertragen. Deshalb beschreiben Unternehmen ihre Kultur nicht nur gerne mit *Wertvorstellungen*, sondern bevorzugt mit *moralischen Wertvorstellungen* – und grenzen sich damit von anderen, weniger entwickelt scheinenden Unternehmen ab.

Die tiefer liegenden Gründe dafür können verschieden sein: Es kann tatsächlich den inneren Überzeugungen der Unternehmensführung entsprechen. Oder es kann sein, dass die Unternehmensführung danach strebt, von anderen so gesehen zu werden. Schließlich kann es auch nur die Form sein, in der sich ein Unternehmen im Markt positioniert, um sich von Wettbewerbern zu unterscheiden. Es ist also nicht zwingend

identisch mit dem, was das Unternehmen tatsächlich kulturell zusammenhält.

Das also ist (in sehr groben Zügen) das Inventar an Bildern, aus denen sich viele der Assoziationen speisen, die in unserem Kulturkreis mit Fragen der Unternehmenskultur in Verbindung gebracht werden. Solche Assoziationen können sich leicht in Voreingenommenheiten verwandeln, die sich einem bei der Analyse einer konkreten Firmenkultur in den Weg stellen.

### Warum „Sicherheitskultur“ nicht die Lösung ist

Wenn es darum geht, Verhaltensänderungen zu bewirken, dann sind die Wertsetzungen einer Unternehmenskultur erstens viel zu allgemein und zu abstrakt, als dass man sich von ihnen unmittelbare Hilfe erhoffen könnte. Zweitens erstrecken sich Prozesse kultureller Veränderung über zu lange Zeiträume, als dass sie kurzfristig konkrete Verhaltensänderungen bewirken könnten. Kulturelle Veränderungen lassen sich nur mit langfristig angelegten, immer neu anzupassenden strategischen Maßnahmen beeinflussen.

Eingriffe in die Unternehmenskultur hingegen, die auf kurzfristige Ziele ausgerichtet sind, bewirken schnell, dass sich Parallelkulturen entwickeln: Eine offiziell zur Leitkultur erklärte Werteordnung, an die sich die Sprechweisen der Mitarbeiter anpassen, auf der einen Seite. Und daneben eine inoffizielle Art und Weise, in der man die Dinge weiter wie schon immer handhabt.

Der entscheidende Grund dafür, dass sich Verhaltensänderungen nicht direkt über





die Unternehmenskultur in Gang setzen lassen, liegt jedoch darin, dass allein schon der Gedanke, so etwas könne funktionieren, die Komplexität unserer heutigen Welt verkennt, die sich nicht mehr über die Stiftung von Gemeinschaftsgefühlen steuern lässt. Die gesamte Vorstellungswelt, in der wir uns mit der Rede von Unternehmenskultur bewegen, stammt aus dem 18. und 19. Jahrhundert. Aus einer Zeit, in der sich vieles um die Formierung nationalstaatlicher Identitäten drehte. Heute haben wir es dagegen mit gänzlich anderen, transnationalen Problemen zu tun.

Heute lautet die zentrale Frage, wie Unternehmen effektiv mit Unterschieden, Meinungsdifferenzen und Interessenwidersprüchen umzugehen lernen. Denn Unternehmen müssen ein Stück weit Differenzen und Unwägbarkeiten zulassen, um sich auf Dauer schneller und effektiver den Veränderungen einer globalisierten Welt anpassen zu können. „Unternehmenskultur“ im Sinne eines Strebens nach Vereinheitlichung ist deshalb keine taugliche Lösung.

Es gibt zwei Gründe dafür.

Zum einen müssen international aufgestellte Unternehmen – und dazu zählen auch immer mehr kleinere mittelständische Unternehmen – verschiedenen Gesetzeslagen, landestypischen Regulationen und kulturellen Unterschieden im moralischen Empfinden von Kunden und Mitarbeitern gerecht werden. Diese Unterschiede lassen sich nicht wegdiskutieren oder mit einem Ideal der über alles stehenden Unternehmenskultur über-tünchen. Erschwerend kommt hinzu, dass Unternehmen angesichts des absehbaren Mangels an Fachkräften in Zukunft gezwun-

gen sein werden, ihre Wünsche nach persönlicher Anpassungsfähigkeit der Mitarbeiter teilweise einzuschränken. Es ist eher so, dass viele Unternehmen auf Dauer lernen müssen, größere Unterschiede sowohl in den Lebensentwürfen als auch in den Überzeugungen ihrer Mitarbeiter zu integrieren. Man wird sich in manchen Bereichen nicht mehr so einfach der Probleme entledigen können, indem man großzügig die Mitarbeiter, die nicht ins Bild passen, aussortiert.

Zum anderen gilt die Innovationsfähigkeit von Unternehmen vielen als ein wesentlicher langfristiger Wettbewerbsfaktor. Innovationsfreundliche Organisationsformen sind aber typischerweise durch Heterogenität gekennzeichnet sind. Organisationsformen hingegen, die man aufgrund von Sicherheitsüberlegungen vielleicht bevorzugen würde, nämlich Netzwerke des Vertrauens, sind tendenziell innovationsfeindlich.

Zukunftsfähige und international agierende Unternehmen müssen daher lauter Dinge tolerieren und fördern, die einem traditionellen Sicherheitsdenken und einem traditionellen Kulturverständnis zuwider laufen.

Heute geht es deshalb nicht mehr darum, das alte Bild vom „gemeinsamen Ziehen an einem Strang“ mit immer neuem Leben zu füllen. Heute geht es darum, eine Vorstellung davon zu entwickeln, welches die typischen Konfliktlinien des eigenen Unternehmens sind und wie sich mit diesen gleichermaßen effektiv wie produktiv umgehen lässt.

Das Problem: Wir haben einen Topf mit siedendem Wasser vor uns und wollen, dass der Deckel drauf bleibt. Die Lösung kann nicht sein, ab sofort mit kaltem Wasser zu kochen.

### Warum man sich trotzdem mit Unternehmenskultur befassen sollte

Trotzdem gibt es viele Gründe, sich mit Fragen der Unternehmenskultur aus sicherheitspolitischer Sicht zu befassen – allerdings mit etwas verschobener Perspektive. An dieser Stelle soll nur einer der Gründe herausgegriffen werden.

Untersuchungen zur *crisis prone organisation* zufolge hat die Mentalität der Entscheidungsträger eines Unternehmens selbst erheblichen Anteil an der Krisenanfälligkeit eines Unternehmens. Nach dieser Deutung ist im Selbstbild westlicher Manager die Vorstellung tief verankert, man könne alle Situationen mit intellektueller Begabung, rationaler Anstrengung und kluger Planung, kontrollieren. Aus diesem Blickwinkel betrachtet, scheint eine krisenhafte Situation immer das Ergebnis grundsätzlich vermeidbarer Fehlleistungen zu sein. Sie lässt sich somit nicht in das Selbstbild eines perfekten Managers integrieren.

Eine solche, in vielen Hinsichten nützliche Vorstellung scheint sich als schädlich zu erweisen, wenn es um die Absicherung von Unternehmen geht. Denn in der Konsequenz geht der Glaube an die eigenen Fähigkeiten mit dem Streben einher, die Möglichkeit unerwarteter, krisenhafter Ereignisse und unkontrollierter Situationen grundsätzlich zu verdrängen oder zu verleugnen. Anstrengungen, die auf Krisen vorbereiten helfen, werden danach unterlassen.

Krisenanfällige Unternehmen scheinen von solchen Vermeidungs- und Verleugnungsstrategien geprägt zu sein. Die skizzenhaft angedeutete individualpsychologische Lesart erlaubt deshalb auch eine organisationspsy-



chologische Interpretation: Wenn die Mentalität in einem Unternehmen dominiert, dass perfekte Manager keine Krisen zu bewältigen haben (weil sie diese von vornherein zu verhindern wissen), wird dieses Unternehmen keinerlei Anstalten machen, sich mit dem Thema weiter zu beschäftigen. Der eine Teil der Verantwortlichen wird das Thema ignorieren, weil es die Möglichkeit grundsätzlich verleugnet. Der andere Teil der Verantwortlichen, weil er zurecht fürchten muss, in seiner Kompetenz angezweifelt zu werden, wenn er das Thema angeht. Er wird all die negativen Konsequenzen zu fürchten haben, die jeder auf sich zieht, der bewusst oder auch nur unbedacht am Selbstbild anderer kratzt.

Dies im Hinterkopf: Wie wäre es, wenn wir über „Sicherheitskultur“ mal nicht in dem Bild einer befestigten Burg mit hohen, meterdicken Mauern, Wassergräben und einer Zugbrücke nachdenken. Wie wäre es, wenn wir statt dessen an ein starkes, flexibles Immunsystem denken, das sich unterschiedlichsten klimatischen Bedingungen anpassen kann; das im Laufe eines Menschenlebens allerlei Herausforderungen gut meistert – und das mit jedem bewältigten Infekt unempfindlicher wird. Was müsste man tun, um dieses „Immunsystem“ eines Unternehmens zu stärken?

**Projekt „Sicherheitsfreundliche Unternehmenskultur“**

Ein Großteil der Diskussionen um den „Sicherheitsfaktor Mensch“ zäumt das Pferd von hinten auf: In der Regel unterstellt man, es gäbe eine überschaubare Menge an menschlichen Fehlleistungen und schlechten Gewohnheiten, die man im Top-down-Verfahren durch Aufklärung, Erziehung, „Unterneh-

menskultur“ genannten Sprachregelungen sowie Kontrolle und Sanktionen ausmerzen könnte. Das ist falsch.

Tatsächlich verhält es sich mit den aus der Sicht der Unternehmenssicherheit fahrlässigen Verhaltensweisen von Menschen ganz ähnlich wie mit anderen unerwünschten Verhaltensweisen wie dem Rauchen: Die meisten Raucher wissen, dass sie sich selbst massiv schaden und ein signifikant hohes Risiko eingehen, frühzeitig tödlich zu erkranken. Trotzdem ändern viele Raucher ihr Verhalten selbst dann nicht, wenn sie schwer erkranken.

Diese Menschen über die Folgen ihres Tuns aufzuklären, wird nichts bewirken. Ihnen zu sagen, dass Gesundheit ein erstrebenswertes Ziel ist, und es ein klasse Gefühl ist, sich zu der Gruppe der Jungen, Fitten und Attraktiven zählen zu dürfen, auch nicht. Das einzige, was helfen könnte, besteht darin herauszufinden, welchen Zweck das Rauchen für diese Menschen erfüllt.

Dies ist eine Frage nach den zugrunde liegenden Motiven, Präferenzen und Entscheidungsprinzipien. Es gilt herauszufinden, warum diese Menschen sich so und nicht anders verhalten. Daran knüpft als nächstes die Frage an, welche konkreten Hürden auf dem Weg zwischen Raucher-Sein und Nichtraucher-Werden liegen. Bei genauerer Betrachtung wird sich auch hier herausstellen, dass diese Hürden nicht bei allen Rauchern gleich sind. Vermutlich lassen sich stattdessen verschiedene Typen von Rauchern unterscheiden.

Ganz ähnlich verhält es sich mit den sicherheitsrelevanten Verhaltensweisen von Mitarbeitern. Wer es ernst meint mit dem Projekt „Sicherheitskultur“, wird sich in gleicher

Weise mit der Frage beschäftigen müssen, welches die konkreten Hürden sind, die einen aufgeklärten Mitarbeiter immer noch daran hindern, sich in der gewünschten Weise zu verhalten. Er wird ihm nicht das Ziel immer neu einbläuen, sondern die Hindernisse auf dem Weg dorthin beiseite räumen.

**Schluss**

Das Streben nach Sicherheit ist bei den meisten Menschen tief verankert. Es ist nicht nötig, Sicherheit als einen zentralen Wert der Unternehmenskultur zu verkaufen. Eine Sicherheitskultur zu etablieren, bedeutet vielmehr, ein Umfeld zu schaffen, das es Mitarbeitern ermöglicht, sich einem natürlichen Streben gemäß zu verhalten. Die Frage der Sicherheitskultur ist eine Frage der *enabling culture*. ■



**Silja Fleissner** studierte Philosophie, Germanistik und Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkten in Ethik und Diskurstheorie. Sie arbeitete mehrere Jahre als selbständige Researcherin für Personal- und Unternehmensberater und befasst sich seitdem mit den wirtschaftsethischen und psychologischen Aspekten der Informationssicherheit. Zur Zeit bereitet sie eine Konferenz zum Thema „Hinweisgeber“ vor.

→ „ENTsicherung am Arbeitsplatz – Die geheime Logik der IT-/Information Security in Unternehmen“ ist die vermutlich erste tiefenpsychologische Studie, die betriebliche Entsicherungszenarien erforscht. Dr. Kurt Brand, Geschäftsführer der Pallas GmbH, erklärt das Interesse des Brühler IT-Dienstleisters an der Untersuchung: „Wir erfahren in der Praxis bei mittelständischen Kunden immer wieder, dass ein allseits bekannter Bedarf alleine noch keine Sicherheitsmaßnahme auslöst. Wir sind deshalb gespannt, mehr über die psychologischen Faktoren zu erfahren, die das Sicherheitsbewusstsein prägen.“

In den Tiefeninterviews geht es um die unbewussten Faktoren mit dem Ziel, die „eigenti-

chen“, wahrscheinlich z. T. unaussprechbaren Aspekte zu ergründen, die in Unternehmen im Umgang mit dem Thema eine Rolle spielen. Erfahrene Psychologen decken hierbei in knapp zweistündigen Einzelexplorationen die seelischen Wirkungen und Einflussfaktoren auf, die das Security-Verhalten der Mitarbeiter bestimmen. Dabei richten sie ihren Blick *hinter* häufig bemühte Floskeln wie etwa „Unfall“, „Unvorsicht“, etc. und versuchen, die Symptomatik bewusster und unbewusster Entsicherungen („Unfälle“) zu klären.

#### Den Menschen erreichen und abholen

Wolfgang Reibenspies, IuK Security Manager und Konzernbevollmächtigter IuK-Security bei der EnBW, ergänzt: „Ich bin der festen Überzeugung, dass wir zum Thema Security nur dann etwas erreichen werden, wenn wir die Menschen erreichen und abholen. Nur wenn der Wert der Informationen, Daten und Systemkomponenten für den Fortbestand des Unternehmens und zum Schutz der Marktposition zunächst im Management und dann bei den Anwendenden verstanden wird, werden die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter diese auch schätzen und damit schützen können. Daher ist die Studie von großem Interesse für das IuK-Security-Management der EnBW.“

Der Berichtsband mit den Ergebnissen wird am 24. Oktober 2006 im Rahmen einer Pressekonzferenz auf der Systems in München vorgestellt und kann zum Preis von € 380,00 (Vorzugspreis bei Bestellungen bis zum 31.10.2006 € 290,00) über known\_sense oder <kes> erworben werden. Ihre Bestellung richten Sie bitte an [sense@known-sense.de](mailto:sense@known-sense.de) ■



## Neues Giveaway „Passworthalter“

Unser neues Giveaway für Awarenesskampagnen greift die Verfassung der Mitarbeiter beim risikoreichen Aufschreiben von Passwörtern auf. Dabei bedient sich der Passworthalter der aus therapeutischen Settings bekannten „Paradoxen Intervention“.

Die „Paradoxen Intervention“ ist eine Methode die man auch als „Symptomverschreibung“ bezeichnen könnte. Dabei ist der Ausgangsgedanke, dass jedes Mitarbeiterverhalten auf seine soziale Funktion in dem System „Unternehmen“ zurückzuführen ist. Problematische Verhaltensweisen sind (möglicherweise) eine Reaktion auf Züge paradoxer Kommunikation innerhalb des Systems und dienen als Beitrag zum Bestehen des Unternehmens als Community. Ziel dieser Strategie ist es, den Mitarbeitern die Funktion des problematischen Verhaltens durch die Verschreibung in seiner Paradoxie bewusst zu machen. Zudem wird kommuniziert, dass das hier behandelte (Fehl-)Verhalten keineswegs spontan oder unkontrollierbar ist, sondern von jedem Mitarbeiter durchaus gesteuert werden könnte.



Das Giveaway mit Aufdruck „Passworthalter“ und Passwort-Block (in kartonierter und gelbeter Umverpackung) kann ab einer Auflage von 700 Exemplaren im Branding Ihres Unternehmens produziert werden. ■

## Sicherheits„Stammtisch“ in Köln Premiere im Oktober – Einladungen auf Anfrage

known\_sense und Silja Fleissner, Autorin unseres Beitrags über Sicherheitskultur, laden Mitte Oktober erstmals zu einem Sicherheitsstammtisch ein, auf dessen Tagesordnung einzig und allein die Topics Unternehmenskultur und Security stehen werden. CSO's, Securityberater und weitere am Thema interessierte Personen können sich in diesem Rahmen regelmäßig über Sicherheit austauschen. Bei der Premiere wird Dietmar Pokoyski die aktuelle known\_sense-Sicher-

heitsstudie vorstellen. Darüber hinaus wird gemeinsam mit den persönlich eingeladenen Teilnehmern geklärt werden, in welcher Form der „Stammtisch“ weiter bestehen soll. Interessenten wenden sich zwecks Einladung an [sense@known-sense.de](mailto:sense@known-sense.de). ■

Im Newsletter Nr. 4, der Anfang Oktober erscheint, präsentieren wir Ihnen eine Vorschau auf die Ergebnisse unserer Studie „ENTsicherung am Arbeitsplatz“.