

INFO WIRTSCHAFTSSCHUTZ

EINE PUBLIKATION DES ARBEITSKREISES WIRTSCHAFTSSCHUTZ DES BDSW



Gefahr und Chance

→ Für den Begriff Risiko gibt es im Chinesischen zwei Schriftzeichen. Das eine bedeutet Gefahr, das andere Chance. Besser kann kaum beschrieben werden, dass Unternehmen in einer risikoreichen Situation zerbrechen oder wachsen können. Aus einer krisenhaften Lage können sie geschwächt oder gestärkt hervorgehen. Die Herangehensweise macht den Unterschied.

Menschen, so sagt man, greifen in Gefahrensituationen auf zwei Verhaltensmuster zurück: Kampf oder Flucht. Doch es gibt einen dritten, oft übersehenen Reflex: die Schockstarre. In eine solche Aktionslosigkeit verfallen manche Unternehmen, die in eine schwierige Lage geraten, weil ihre Führungskräfte nicht wissen was zu tun ist. Verwunderlich ist das nicht. Denn eine kritische Situation kann nicht mit den üblichen Handlungsmustern bewältigt werden.

Also was tun, wenn ein Unternehmen in eine kritische Lage kommt? Wir können an dieser Stelle nicht den kompletten Prozess eines Krisen-

managements, einer Krisenintervention abhandeln, aber wir können Hinweise geben, wie sich typische Fehler vermeiden lassen. Denn getreu der Devise, dass Sicherheit alles umfassen muss, was dem Fortbestand und der Handlungsfähigkeit von Unternehmen dient, ist der professionelle Umgang mit kritischen Situationen ein Aspekt, der keinesfalls zu vernachlässigen ist.

Während große Unternehmen ein ausgereiftes Krisenmanagement haben, ist bei kleinen und mittleren Unternehmen oft keinerlei Vorsorge getroffen. Dabei sind kritische Situationen praktisch normal. Es gab sie schon früher – allerdings mit einem großen Unterschied. Heute sind Unternehmen quasi öffentlich geworden – und alles, was sie tun, gelangt irgendwie an die Öffentlichkeit.

Das sollten Sie beachten, wenn es um eine öffentliche Erklärung Ihres Unternehmens geht. In diesem Sinne. Bleiben Sie auf der sicheren Seite!

Holger Köster
Vorsitzender
BDSW-Arbeitskreis Wirtschaftsschutz ←



Es ist in allen Branchen so: Trotz sorgfältigster Personalauswahlprozesse können unter den Bewerbern immer Personen sein, die sich als schwarze Schafe entpuppen.

Foto: Anton Porsche / pixelio.de



Nicht kritische Situationen sind das Problem, sondern der falsche Umgang mit ihnen

Von Klaus Henning Glitza

→ Zur Unternehmenssicherheit gehört nicht zuletzt, dass Unternehmen in kritischen Situationen handlungsfähig bleiben. Und nicht durch falsche Schritte eine ohnehin schwierige Lage noch verschlimmern. Denn nicht kritische Situationen an sich sind das Hauptproblem, sondern der falsche Umgang mit ihnen.

Dass eine kritische Situation durch ungeschicktes Agieren eskalieren kann, ist keinesfalls eine abstrakte Gefahr. Unprofessionelles Herangehen kann eine kleine Krise in Nullkommanichts in eine große verwandeln. Denn: Wird gar nichts oder Unpassendes unternommen – wie es leider häufig der Fall ist –, ufer die kritische Situation aus. Aus einem anfänglich lösbaren Problem kann durch wild wuchernde Eigendynamik ein Dilemma erwachsen, das kaum noch in den Griff zu bekommen ist.

Gerade in einer ungewohnten Situation ist schnell mal Öl ins Feuer gegossen. Beispiel: Ein Unternehmen präsentiert eine ganz offensichtlich „schaumgebremste“ Erklärung für einen bestimmten Vorfall. In der Öffentlichkeit entsteht dadurch der Eindruck „Die haben etwas zu verbergen“. Spekulationen und Mythen blühen auf und das Image des Unternehmens leidet. Weitere Erklärungen gehen ins Leere, sie werden sogleich in „Schubladen“ gepackt.

Wir leben heute in einer Zeit, in der sich – vorsichtig geschätzt – mindestens die Hälfte der Menschen im Internet bewegt. Gab es früher nach dem Redaktionsschluss der Zeitungen und dem Büroschluss von Fernsehen und Radio nicht mehr viele Möglichkeiten, dass etwas an die Öffentlichkeit drang, ist heute eine Vielzahl von Informationskanälen aktiv. Doch nicht nur die Anzahl der Kanäle ist gewachsen, sondern auch die Geschwindigkeit, in der sich gerade negative Nachrichten verbreiten. Dem müssen Unternehmen, die etwas erklären und damit gehört werden wollen, Rechnung tragen.

Und: Negativnachrichten wirken lange nach. Die wegen ihres US-polizeiähnlichen Aussehens „Schwarzen Sheriffs“ genannten Angehörigen des ehemaligen Sicherheitsdienstes ZSD sind bis heute in aller Munde und werden sogar in Songs kritisch besungen. Dabei reicht ihr Auftreten in die 1970er Jahre zurück.

Eine kritische Situation tritt schneller auf als viele denken. Unter kritischer Situation ist eine komplizierte und komplexe Lage zu verstehen, die eine erhebliche Gefahr für das Unternehmen und sein Image darstellt.

Beispiel: Mitarbeiter

- » legen gegenüber anderen Personen ein tatsächliches oder angebliches kritikwürdiges Verhalten an den Tag,



Informationen sind längst nicht mehr das Privileg der klassischen Medien: Nachrichten – und das bedeutet auch negative Nachrichten – werden nicht zuletzt über die sozialen Netzwerke verbreitet, deren bekannteste Facebook und Twitter sind.
Foto: Alexander Klaus / pixelio.de

- » entpuppen sich als politische oder religiöse Extremisten,
- » treten außerhalb ihres Dienstes als Tatverdächtige in Erscheinung. Besonders schlimm ist das, wenn der Tatvorwurf im krassen Gegensatz zur sicherheitsrelevanten Tätigkeit steht, zum Beispiel der Wachmann als Dieb oder der Geldtransportfahrer als Räuber.
- » werden in Ausübung ihres Dienstes verletzt, wobei die unvermeidlichen Fragen auftauchen: Hätte das nicht verhindert werden können? Wie stand es um die Arbeitssicherheit, wurden alle Präventionsmaßnahmen umgesetzt?
- » verletzen Dritte. Beispielsweise einen auf frischer Tat ertappten Täter. Auch dann gibt es Fragen zuhauf.

Wohlgemerkt: Niemand ist vor schwarzen Schafen gefeit. Trotz aller Sicherheitsmaßnahmen kann es in Ausnahmefällen passieren, dass nicht gesetzestreue oder unsensible Menschen Eingang in Ihre Mitarbeiterschaft finden. Das ist in allen Branchen so. Wir alle wissen: Hundertprozentige Sicherheit kann es nicht geben – und das gilt natürlich auch bei Personalfindungen und Auswahlprozessen.

Negative Nachrichten sind eine erhebliche Gefahr für den geordneten Betrieb und den Fortbestand eines Unternehmens. Behörden, Geschäftspartner und Kunden könnten erst einmal auf Abstand gehen und die Zusammenarbeit einschränken oder gar einstellen. Die Angst, in eine Problemlage mit hineingezogen zu werden, wiegt meist schwerer als Solidarität und Bündnistreue.

Die oft zitierte Unschuldsvermutung, sie scheint in solchen Fällen nicht zu gelten. Umso wichtiger ist es, adäquat zu reagieren.

Was tun, wenn es zu einer Negativmeldung kommt? Schnelles Handeln ist dann zwingend notwendig, denn eine negative Nachricht, die sich länger unwidersprochen in der Öffentlichkeit hält, bringt einen massiven Image-schaden mit sich. Je länger sie sich in der öffentlichen Wahrnehmung hält, desto mehr verfestigt sie sich.

Der größte, aber nichtsdestotrotz oft zu beobachtende Fehler ist es, in einer solchen Situation nichts zu tun. Nach dem Motto: Wer nichts tut, kann auch nichts falsch machen. Eine schlaue Idee ist das aber ganz und gar nicht. Denn sich Weg-ducken, eine Igelstellung einzunehmen, das funktionierte schon früher nicht wirklich – und schon gar nicht in der heutigen durchmedialisierten Kommunikations-gesellschaft.

Nachlegen hilft nur bedingt. Wer zu lange mit seinem Statement wartet, findet kaum noch Gehör. Denn es wurde die so genannte Deutungshoheit aus der Hand gegeben, wie es Kommunikationswissen-schaftler nennen. Mit anderen Worten: Solange man etwas erklärt, kann die Nachrichtenlage zumindest ein Stück weit gesteuert werden. Hüllt sich ein Unter-nehmen dagegen in Schweigen, überlässt es anderen, mit eigenen Deutungen das Informationsvakuum zu füllen.

Denn die Menschen mögen keine unerklärten Sachverhalte. Darum werden Lücken mit eigenen Erklärungsversuchen ausgeglichen. Viele Alltagsmythen haben darin ihren Ursprung. Logik spielt dabei eine untergeordnete Rolle. Vielfach sind Vorurteile, auf deren Grundlage gerne etwas geglaubt wird, bestimmend. Vorurteile, die zum Teil auch medial vermittelt werden. Es gibt kaum einen TV-Krimi, in dem Sicherheitsunternehmer oder ihre Mitarbeiter als Lichtgestalt daherkommen, sondern eher als Dunkelmänner mit finsternen Absichten.

Kurz zusammengefasst: Wer nichts sagt, öffnet böswilligen Interpretationen und Dichtungen Tür und Tor.

Wenn Sie reagieren, handeln Sie also schnell. Jede nicht zeitnahe Erklärung macht einen ungünstigen Eindruck und befeuert Spekulationen nach der Art „die mussten sich erst einmal eine passende Version zurechtlegen“. Je schneller Sie mit Ihrem Statement auf dem Informationsmarkt sind, desto besser und desto weniger können andere etwas hineingeheimnissen.

Vergessen Sie auch nicht Ihre eigene Internetseite. Menschen, die etwas Nachteiliges über Sie lesen, werden in erster Linie Ihre Webseite besuchen, um Ihre Sicht der Dinge zu erfahren.

Sagen Sie die Wahrheit. Kreative Formen der Wahrheit oder gar Lügen haben in der heutigen Informationsgesellschaft denkbar kurze Beine. In einer

Zeit, in der sich mindestens die Hälfte der Menschen im Internet bewegt, kann nur wenig unter der Decke gehalten werden. Wenn Sie erst einmal bei einer Falschdarstellung erwischt werden, wird Ihnen niemand mehr glauben.

Vermeiden Sie die sogenannte Salami-taktik, also immer nur das zugeben, was ohnehin nicht mehr abgestritten werden kann. Wer die Wahrheit scheinbarweise präsentiert, verliert jede Glaubwürdigkeit.

Betonen Sie stattdessen, wie ernst Sie den jeweiligen Vorfall nehmen. Spielen Sie nichts herunter, das funktioniert ohnehin nicht auf Dauer. Hat ein Mitarbeiter etwas Unrechtmäßiges getan, heben Sie hervor, dass Sie mit den Behörden kooperieren und diese bei ihrer Ermittlungsarbeit unterstützen.

Hüten Sie sich vor gestelzten Formulierungen. Wählen Sie eine Sprache, die jeder versteht, ohne dabei ins allzu Simple abzugleiten. Lassen Sie Begriffe außen vor, die der Fachsprache entstammen und deshalb längst nicht allen geläufig sind. Wenn Sie trotzdem fachsprachliche Begriffe verwenden, erklären Sie diese. Komplizierte Formulierungen erwecken zudem den Eindruck, hier würde um den heißen Brei herumgeredet.

Beobachten Sie, ob sich irgendwo etwas gegen Sie zusammenbraut. Es gibt Agenturen, die das Internet entsprechend durchforsten. Es gibt auch Programme, die Ihnen das richtige Vorgehen erleichtern. Wenn Sie die Kosten scheuen, tragen



Wenn sich die Presse meldet: Nichts sagen, wegducken? Das ist keine so schlaue Idee. Deshalb im Vorfeld festlegen: Wer sagt etwas, wie können die Entscheidungsträger auch im Notfall schnell und zuverlässig erreicht werden?

Foto: Peter Franz / pixelio.de



Rasch wird auf Unternehmen mit dem Finger gezeigt. In solchen Situationen ist es besonders wichtig, schnell und professionell zu reagieren.

Foto: Jorma Bork / pixelio.de

Sie den Namen Ihres Unternehmens und die Namen der führenden Mitarbeiter bei Google Alert (www.google.com/alerts) oder ähnlichen Tools ein.

Wichtig ist auch, dass die interne Kommunikation parallel läuft. Die Mitarbeiter müssen sofort ins Bild gesetzt werden. Auch zum Besten Ihres Unternehmens. TV- und Radioteams machen sich gerne auf den Weg, um vor dem Eingang oder Werkstor Mitarbeiter zu interviewen.

Von großer Bedeutung sind sorgsam gepflegte Pressekontakte. Wer aus dem Nichts kommt, kann nicht erwarten, dass ihm alle Herzen entgegenschlagen. Medienvertreter, mit denen vorher der Kontakt gesucht wurde, werden immer anders reagieren als solche, die Sie vorher ignoriert haben. Es gibt immer Dinge, die für die Medien interessant sind und die Sie guten Gewissens öffentlich machen können. Aber halten Sie Maß bei den Pressemitteilungen und nerven Sie die Medien nicht mit zu vielen kleinen Nachrichten.

So haben Sie gute Chancen, eine kritische Entwicklung zu begrenzen oder zu stoppen. ←



Internetzugang total: Um Nachrichten aus dem World Wide Web zu lesen, bedarf es noch nicht einmal eines PC, sondern lediglich eines Smartphones. So verbreiten sich heute Nachrichten ungleich schneller als früher.
Foto: Peter Freitag / pixelio.de



Analysen und Hilfestellungen zum Wirtschaftsschutz

Von Dr. Berthold Stoppelkamp
Leiter des Hauptstadtbüros des BDSW und zuständiges
Geschäftsführungsmitglied für den Arbeitskreis Wirtschaftsschutz

Verfassungsschutzbericht 2018

→ Der Bericht legt einen besonderen Fokus auf die Gefahr durch Rechtsextreme, von denen es in Deutschland ca. 24.100 Personen gibt. Rund 12.700 von ihnen werden als gewaltorientiert eingestuft. Die Bedrohungslage für Deutschland durch Spionage, Einflussnahme und andere nachrichtendienstliche Aktivitäten hat sich 2018 tendenziell verschärft.

www.verfassungsschutz.de ←

KPMG-Studie: e-Crime in der deutschen Wirtschaft 2019

→ 39 Prozent der 1.001 repräsentativ befragten Unternehmen wurden in den zwei letzten Jahren Opfer von Computerkriminalität. 85 Prozent der von Computerkriminalität betroffenen Unternehmen können die Täter allein der Kategorie „unbekannt extern“ zuordnen. 37 Prozent der Cyberangriffe werden rein zufällig aufgedeckt.

www.kpmg.de ←

Bitkom-Studie: Sicherheit beim Onlinebanking

→ Beim Onlinebanking kommt vielfach die Sicherheit zu kurz. Für 25 Prozent der Nutzer ist Sicherheit unerheblich. 72 Prozent der Nutzer achten beim Onlinebanking darauf, dass keine andere Person auf den Bildschirm schauen kann. Nur 40 Prozent ändern mindestens alle sechs Wochen ihre Zugangsdaten zum Onlinebanking.

www.bitkom.org ←

DsiN-Sicherheitsindex 2019

→ Nachdem der seit Jahren verwendete Kennwert zur Ermittlung des Sicherheitsgefühls der Verbraucher bei der Internetnutzung in den letzten drei Jahren gesunken war, ist er im Jahre 2019 wieder leicht gestiegen. Verbraucher in Deutschland fühlen sich daher im Netz wieder etwas sicherer.

www.sicher-im-netz.de ←