

T-Systems International GmbH

Sicherheitspreis für die „Mission Security“



Sicherheit in den Unternehmen ist wichtiger denn je. Das wissen auch die Mitarbeiter. Doch Sicherheitsmaßnahmen sind manchmal lästig, stören sie doch vordergründig den Arbeitsablauf. T-Systems hat daher 2006 die weltweite Security-Awareness-Kampagne „Mission Security“ durchgeführt, die den Mitarbeitern im In- und Ausland die Bedeutung des Themas Sicherheit nochmals auf unterhaltsame und informative Weise näher gebracht hat. Die Konzeption, Planung und Durchführung der T-Systems-Kampagne unterstützten das Beratungsunternehmen Secorvo Security Consulting aus Karlsruhe und die Agentur Südpol aus Niedereschach.

Mitarbeiter empfinden Maßnahmen zur Informationssicherheit häufig als Behinderung oder als zusätzliche Arbeit. Den persönlichen Nutzen dagegen erkennen sie meist nicht. Diese Einstellung verstärken gelegentlich sogar Führungskräfte, die wegen des hohen Termin- und Erfolgsdrucks notwendigen Sicherheitsmaßnahmen oder -vorkehrungen eine geringere Priorität einräumen.

Die Security-Awareness-Kampagne sollte daher einen Imagewechsel des Themas „Informationssicherheit“ herbeiführen, damit Führungskräfte und Mitarbeiter Sicherheit zukünftig als Mehrwert für die T-Systems aktiv nutzen. Gleichzeitig legte die Kampagne damit den Grundstein für die Entwicklung einer optimierten

Sicherheitskultur, die das Sicherheitsniveau im Unternehmen weiter erhöht und zu einem dauerhaften Qualitätsmerkmal erhebt. Mindestens drei konkrete Vorteile der Informationssicherheit sollten alle Mitarbeiter im Unternehmen benennen können.

Bei dieser Kampagne, die von März bis Juli 2006 bei T-Systems durchgeführt wurde, ging es nicht allein um die Vermittlung von Wissen zum Informationsschutz. Die Mitarbeiter sollten vor allem darin bestärkt werden, Informationen auch gegen etwaige Widerstände zu schützen und sich richtig zu verhalten. Diese Aufgabe erledigte „James Bit“, ein fiktiver T-Systems-Mitarbeiter mit einer eigenen Biographie. Er stand als Leitfigur mit Eigenschaften wie Integrität, Tatkraft und Einsatz im Mittelpunkt der Kampagne.

*„Beeindruckende Beispiele
für funktionierenden Schutz
vor Wirtschaftsspionage“*

Heribert Rech, Baden-Württembergs Innenminister,
über die Gewinner des Sicherheitspreises 2007



Success Story

Der fiktive T-Systems-Mitarbeiter James Bit kennt den Arbeitsalltag eines integrierten Dienstleisters für Informations- und Kommunikationstechnologie und hat darüber hinaus einen kritischen Blick auf dessen ICT-Sicherheit. Aus diesem Grund startet er die „Mission Security“. Sie soll deutlich machen, dass jeder etwas für mehr Sicherheit tun muss und kann. Mit seinem Slogan „Mir ist es nicht egal“ entwickelte sich James Bit zur Identifikationsfigur für viele Mitarbeiter, die ähnliche Erfahrungen mit dem Thema Sicherheit gemacht haben.

James Bit wählte als Hauptmedium zur Wissensvermittlung das Intranet. Es bietet für den Agenten eine kostengünstige Präsentationsplattform mit großer Reichweite. Zudem lässt sich der Auftritt im Intranet schnell und kostengünstig aktualisieren und weiterentwickeln. Ein Newsletter informierte bei Bedarf über aktuelle Neuerungen und stieß bei den Mitarbeitern auf großes Interesse. Weiterhin setzte die Kampagne zur Wissensvermittlung auf einen Weblog von und mit James Bit. Unterhaltsam, aber fachkundig gab der Sicherheitsagent hier seine Informationen weiter. Dazu kam zum Kampagnenstart ein dreiminütiger Action-Kurzfilm.

Ein zentrales Element der Kampagne war die Ausschreibung eines Security Awards. Er sollte Mitarbeiter dazu motivieren, Sicherheitsbelange wahrzunehmen, mögli-

che Schwachstellen aufzuzeigen und Vorschläge zur Verbesserung abzugeben. Das T-Systems-Sicherheitsteam sammelte die Vorschläge, wertete sie aus, integrierte sie in bestehende Sicherheitsprozesse. Manche Ideen waren so gut, dass das Team sogar ganz neue Prozesse aufsetzte. Die Preisträger lieferten unter anderem die Idee, nach dem Systemstart auf den Benutzer-PCs Hinweise auf die Sicherheitsrichtlinien einzublenden. Des Weiteren müssen sich neue Mitarbeiter zukünftig mit Erhalt des Mitarbeiterausweises per Unterschrift zum sichtbaren Tragen des Ausweises verpflichten.

Auch die nachvollziehbare Erfolgsmessung spielte während der Kampagne eine wichtige Rolle. Denn schließlich galt es, möglichst viele Mitarbeiter zu erreichen. Daher gab es eine Online-Befragung zu den Inhalten der Kampagne. Das Sicherheitsteam wertete die Zugriffszahlen im Intranet aus und registrierte die Newsletter-Anmeldungen und dokumentierte die Reaktionen der Mitarbeiter und Art und Zahl der gemeldeten Sicherheitsvorfälle.

Es ist ein psychologisch einfühlsam aufbereitetes Konzept gelungen, das das Bewusstsein der Mitarbeiter für das Thema Informationssicherheit schärfen kann.

The logo for T-Systems, featuring a stylized 'T' with three dots to its right, followed by the word 'Systems' in a serif font.

T-Systems International GmbH

T-Systems vereint hochwertige Dienstleistungen für Informations- und Kommunikationstechnik und ist bevorzugter Partner von Konzernen, mittelständischen Unternehmen sowie Institutionen der öffentlichen Hand. Von der besonderen Kompetenz profitieren über 160.000 Kunden aus allen Branchen.

Über Secorvo

Die Secorvo Security Consulting GmbH ist ein auf Informationssicherheit und Datenschutz spezialisiertes und bereits mehrfach ausgezeichnetes Beratungsunternehmen. Alle Mitarbeiter sind ausgewiesene Experten mit vieljähriger Erfahrung.

Telefon +49 721 255171-0 · info@secorvo.de · www.secorvo.de

Weil Sicherheit Erfahrung braucht.