



Das Web ist „world wide“ überall: online einkaufen und handeln, Datenaustausch mit Geschäftspartnern und Kunden, Dialog mit Behörden und Verbänden, Austausch persönlicher Informationen über soziale Netzwerke à la Facebook oder Xing, die Nutzung geografischer Informationen via Google oder die Verlagerung von Geschäftsprogrammen in die Cloud – all dies macht das Internet möglich. Online-Angebote durchdringen Arbeit und Freizeit und verknüpfen diese Lebensbereiche mehr und mehr. Eine Herausforderung auch für Verbände: Es gilt, das eigene Verbandsmarketing weiter zu professionalisieren, praktisch ein Verband 2.0 zu werden und zugleich Wege aufzuzeigen, wie Mitglieder die Online-Optionen nutzbringend in ihr Geschäftsmodell, ihre tägliche Kommunikation und ihre Personalführung einbringen können.

Sichere Online-Prozesse im Verband

Risikobewusstsein im Netz wächst – praktischer Schutz ist gefragt

So setzen beispielsweise Firmenmitarbeiter ihre privaten IT-Tools zunehmend auch in der beruflichen Kommunikation ein. Nur eine von vielen neuen Fragestellungen zur sicheren IT im Unternehmen. Denn die Ausbreitung des Internets führt automatisch zu immer mehr Berührungen mit sicherheitsrelevanten Abläufen.

RISIKOBEWUSSTSEIN FOLGT INTERNETBEWUSSTSEIN

Leider geht mit der exponentiell wachsenden Verbreitung des Internets bisher kein entsprechend zunehmendes Sicherheitsbewusstsein einher, welches auch in praktische Schutzvorkehrungen mündet. Die Konsequenzen sind das Fehlen beziehungsweise die ungenügende Verbreitung geeigneter Schutzmaßnahmen und dementsprechend eine zunehmende Zahl von Online-Kriminalität, die auf unsicherer Internet-Nutzung beruht. Bis zu 5.000 Betrugsfälle erwarteten der Bundesver-

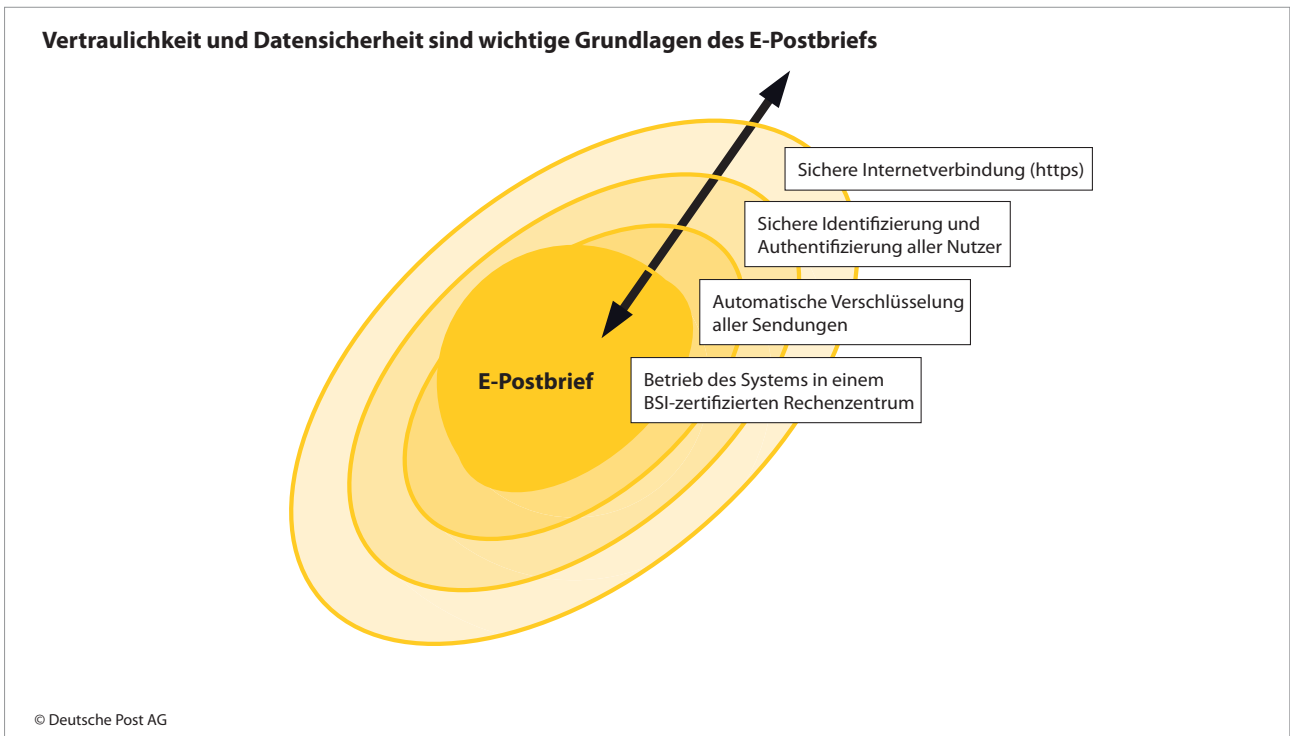
band Informationswirtschaft, Telekommunikation und neue Medien e.V. und das Bundeskriminalamt allein für 2010, wie eine Mitteilung des BITKOM vom 6. September letzten Jahres ausweist. Das ist eine Steigerung gegenüber 2009 um gut 70 Prozent.

„Leider geht mit der exponentiell wachsenden Verbreitung des Internets bisher kein entsprechend zunehmendes Sicherheitsbewusstsein einher, welches auch in praktische Schutzvorkehrungen mündet.“

Neben dem Schaden, den Privatleute davontragen – dazu zählen ausgespähete Finanzdaten, Vertragsdetails oder ver-

trauliche Informationen über private Lebensverhältnisse –, führt Online-Kriminalität auch bei Unternehmen und Institutionen zu erheblichen Schäden: Die Palette reicht von ökonomischen Einbußen über Geheimnisverrat bis hin zu Schädigungen der Reputation.

Ihren Mitgliedern diese Schattenseiten der Online-Welt gut auszuleuchten, ist eine Aufgabe, für die Verbände aufgrund ihrer Stärken prädestiniert sind: Sie haben die Fähigkeit, die Erfahrungen ihrer Mitglieder zu bündeln, gezielt externe Expertise heranzuführen, auf den Bedarf ihrer Mitglieder zu adaptieren und dann für eine entsprechende Kommunikation der Ergebnisse zu sorgen. Dies ist mehr als sinnvoll. Denn die Schere zwischen Online-Relevanz und den unbeantworteten Sicherheitsfragen muss geschlossen werden: Datensicherheit und die Sicherung vertraulicher Kommunikation und Transaktionen



sind heute zentrale Herausforderung für jede Privatperson und jeden Verband und dessen Mitglieder. Nur die Steigerung der Sicherheit wird das weitere Gedeihen der Internet-Wirtschaft im wahrsten Sinne des Wortes absichern.

UNSIKER IM NETZ – DAS UNGUTE GEFÜHL

Wie groß der Handlungsbedarf ist, belegt die Studie „Sichere Kommunikation im Netz“ der Deutschen Post zusammen mit TNS EMNID. Dazu wurden im Februar des Jahres 2011 500 Mitarbeiter in Unternehmen unterschiedlicher Branchen befragt sowie 1.088 private Internetnutzer.

In der Untersuchung bezeichnen 98 Prozent der Befragten die Datensicherheit als wichtig beim Online-Einkauf. Jeder vierte Web-Einkäufer hält diese aber nicht für gewährleistet. Man kauft also ein, weil Ware und Preis stimmen, der Einkauf bequem ist – behält aber ein flaes Sicherheitsgefühl.

Ähnlich gespalten sind Verhalten und Empfindungen bei der Nutzung von Facebook & Co. 47 Prozent der Inter-

netnutzer sind in sozialen Netzwerken aktiv und nutzen diese regelmäßig. Und diesen Surfern sind ihre Daten wichtig: 90 Prozent halten deren Sicherheit für sehr wichtig oder wichtig. Zugleich bezweifeln 44 Prozent dieser Nutzer die Sicherheit ihrer Daten in ebendiesen Netzwerken.

SCHUTZMASSNAHMEN NUR PUNKTUELL UMGESETZT

Die Ambitionen, gerade diesen Schutz der Informationen zu erhöhen, stecken bei den Nutzern allerdings noch in den Startlöchern: Nur 29 Prozent der Befragten kennen Möglichkeiten, auch anonym zu surfen, und zur Anwendung kommen solche Schutzmethoden gar nur bei 17 Prozent. Während Virens Scanner und Firewall für ca. drei Viertel der Privatnutzer schon Standard sind und etwa die Hälfte Cookies gegebenenfalls deaktiviert, sind Anti-Spyware und Anti-Phishing, also Software, die Schnüffelprogrammen einen Riegel, vorschiebt und Maßnahmen, die gefälschte Webadressen, E-Mails oder Kurznachrichten identi-

fizieren, noch nicht einmal bei jedem Dritten etabliert. All dies vor dem Hintergrund, dass die Internetnutzer in Deutschland – direkt befragt – recht sensibel sind und Erfassung, Speicherung sowie Auswertung ihrer Daten ablehnen.

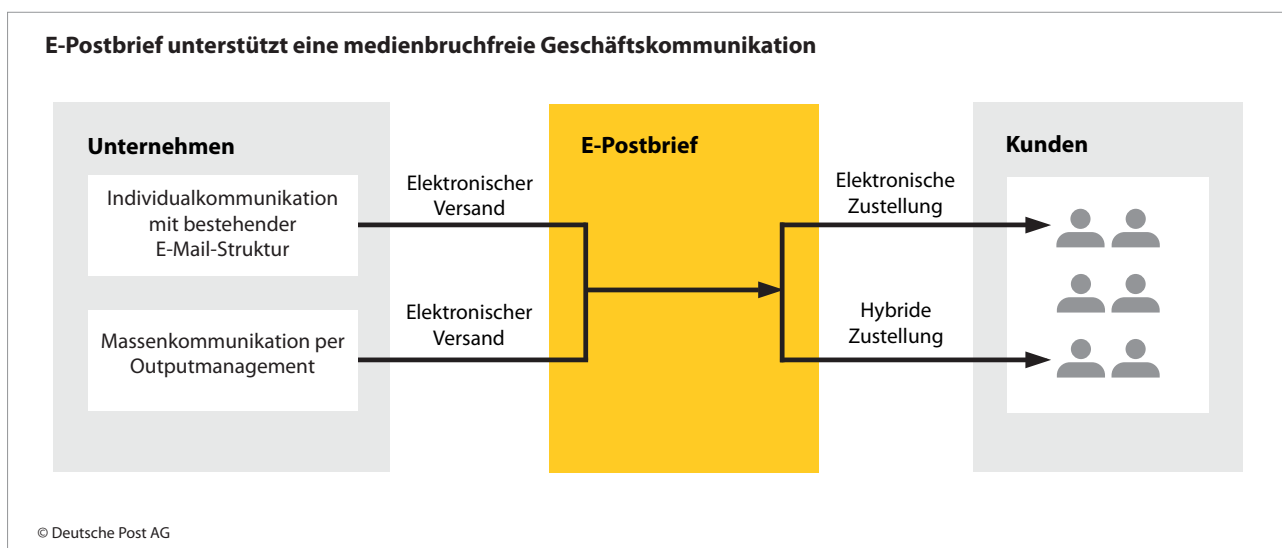
Bei Unternehmen zeichnet sich ein vergleichbares Bild ab. Auch für sie sind Sicherheit und Vertraulichkeit der Daten unverzichtbar – 97 Prozent stimmen hier zu. Die sehr verbreitete Ausstattung mit Virens Scannern, Passwortschutz und geschützten Ordnern unterstreicht diesen Eindruck. Etwa die Hälfte verfügt auch über eine Datenverschlüsselung und zertifizierte Websites. Trotzdem halten nur 52 Prozent der Anwender berufliche E-Mails für sicher. Obwohl das Bewusstsein für die Risiken also vorhanden ist, verschicken zwei Drittel (63 Prozent) auch verbindliche Dokumente und vertrauliche Daten auf diesem Weg.

Dies ist ein deutliches Indiz dafür, dass Verbände jetzt bei ihrer Aufklärungsarbeit einen Schritt weiter gehen können: Die Nutzung wesentlicher On-

line-Werkzeuge hat sich bei den meisten Mitgliedern so weit durchgesetzt, dass zunehmend sensible Abläufe vom Web tangiert werden. Sicherheitsfragen können so immer mehr ins Zentrum der Verbandsinformation rücken. Es ist sinnvoll, diese neben die grundlegenden Informationsservices zu Onlineprozessen treten zu lassen.

Sicherheitsausstattung – wirksam heißt hier auch bequem nutzbar – liefert beispielhaft der E-Postbrief der Deutschen Post. Denn kaum ein Unternehmen wird alle seine Mitarbeiter motivieren können, tagtäglich komplexe separate IT-Sicherheitsprozeduren zu starten und zu pflegen.

dukten der Deutschen Post können Verbände sicher sein, dass alle gültigen gesetzlichen Regelungen berücksichtigt werden, ebenso wie die Anforderungen des Marktes, ihrer Verbandsmitglieder und die von Privat- und Geschäftskunden. Mit dem E-Postbrief haben Verbände die Möglichkeit, bereits heute schon ein am Markt eingeführtes Medium zu



So fällt in der Studie auf, dass Schutzmaßnahmen bisher sehr stark auf Rechner und die IT-Infrastruktur abzielen, aber nur sekundär auf die Kommunikations- und Transaktionsprozesse – ein Aspekt, auf den Verbandsmitglieder sicher sensibel reagieren. Denn so entstehen Sicherheitslücken, die gezielten Angriffen aus dem Netz ausgeliefert sind. Wenn dazu die Risiken addiert werden, die durch den sorglosen Umgang mit Daten entstehen, wird deutlich, wie groß der Bedarf gerade an einfachen und praktikablen Sicherheitslösungen ist. Schutz muss ohne großen Aufwand realisierbar sein. Schon heute werden Zeitmangel und Aufwand als häufige Begründungen für ungenügende oder fehlende Sicherheitsmaßnahmen genannt.

SCHRIFTKOMMUNIKATION MIT INTEGRIERTEM SCHUTZ

Die Verknüpfung von Kommunikationswerkzeug und wirksamer

Der E-Postbrief knüpft dabei an ein verbreitetes Nutzungsverhalten an: Nach der Deutschen Post/TNS-EMNID-Studie empfängt eine Mehrheit der Privatanutzer sensible Daten nach wie vor per Brief. Da ist es eine logische Überlegung, wichtige Eigenschaften des gewohnten Mediums in die digitale Welt zu übertragen, um Gewohnheiten zu schützen und eine hohe Akzeptanz sicherzustellen. Nach wie vor gilt das Briefgeheimnis als Gewähr für Sicherheit und Vertraulichkeit in der Kommunikation. Die Deutsche Post nimmt hier als Hüterin des Briefgeheimnisses ihre gesellschaftliche Verantwortung wahr und bringt auch im Online-Zeitalter ihre Expertise ein.

VORSPRUNG AUSBAUEN, ERFAHRUNGEN NUTZEN

Damit ermöglicht sie Leistungen, die von der Netzgemeinschaft dringend benötigt werden: Beim Einsatz von Pro-

nutzen und ihren Mitgliedern zu empfehlen, welches Medium sich für eine sichere und vertrauliche Kommunikation im Internet eignet beziehungsweise seinen Nutzen schon in erheblichem Maße in der Praxis nachweisen kann. Schließlich haben sich seit dem Produktstart im Juli 2010 bereits über eine Million Privatkunden, mehrere Tausend kleine und mittlere Geschäftskunden sowie über 100 Großunternehmen und Behörden für den E-Postbrief entschieden.

GESCHÜTZTE ELEKTRONISCHE KOMMUNIKATION – DIE WIRTSCHAFTLICHE LÖSUNG

Verbände aller Branchen und ihre Mitglieder können schon jetzt darauf vertrauen, per E-Postbrief mit Kunden und Lieferanten, Behörden und Institutionen zuverlässig und sicher zu kommunizieren. Die herkömmliche E-Mail kann dies nicht leisten: keine eindeutigen Identitäten, keine vertrau-

liche Übermittlung, kein zuverlässiger Versand und Empfang – das Misstrauen gegenüber der E-Mail, welches auch aus der Studie spricht, scheint also durchaus berechtigt.

Ob Antragsformulare, Beratungsunterlagen, Bestellungen, Branchenbriefe, Einladungen, Lieferbenachrichtigungen, Mitgliederbeitrittserklärungen und -rundschriften, Zahlungsaufforderungen – die Einsatzmöglichkeiten für den E-Postbrief sind höchst vielfältig, denn Vertrauen in die elektronische Kommunikation ist für alle Kommunikationsanlässe von zentraler Bedeutung. Dies leistet die Neuentwicklung der Deutschen Post.

DREI TRÜMPFE: IDENTITÄTSPRÜFUNG, VERSCHLÜSSELUNG, ZUSTELLUNG

Die Innovation des Briefexperten aus Bonn ist verbindlich, denn die Identität eines jeden Nutzers wird per Postident-Verfahren überprüft. Die Anmeldung zum E-Postbrief-Konto erfolgt über Benutzername und Passwort. Der Versand von E-Postbriefen erfordert zusätzlich die Eingabe einer HandyTAN.

Der E-Postbrief ist vertraulich, denn modernste Verschlüsselungstechnik

sorgt dafür, dass die Informationen nicht von unbefugten Dritten eingesehen oder verändert werden können. Alle Sendungen werden automatisch ver- und entschlüsselt. Und schließlich ist Verlässlichkeit gegeben: Die Deut-

„
Verbände aller Branchen
und ihre Mitglieder
können schon jetzt darauf
vertrauen, per E-Postbrief
mit Kunden und
Lieferanten, Behörden
und Institutionen
zuverlässig und sicher
zu kommunizieren.“

sche Post bietet Übermittlung und Zustellung aus einer Hand. Alle Anwender profitieren von der Verknüpfung des neuen, sicheren elektronischen Netzes mit dem bewährten physischen Postnetz – flächendeckend und lückenlos. Ob elektronisch oder gedruckt, der E-Postbrief erreicht zuverlässig alle Adressaten in Deutschland. Die bequeme Handhabung macht Versenden, Emp-

fangen, Lesen und Verwalten der E-Postbriefe angenehm und schnell. Die Nutzer werden optimal bei der Bedienung unterstützt.

IN DER PRAXIS: FÜR VERBÄNDE UND IHRE MITGLIEDER: INTEGRIERTE PLATTFORM ALS KOMPLETTLÖSUNG

Für Verbände und ihre Mitglieder – insbesondere, wenn es sich um Unternehmen des Mittelstandes handelt –, aber auch für alle privaten Anwender erweist sich das Ein-Plattform-Konzept des E-Postbriefes als eine äußerst zeitsparende Integration, von der Mitglieder vielfältig profitieren:

- Zuverlässige Erreichbarkeit: Die Zustellung erfolgt elektronisch oder wahlweise klassisch in Papierform durch den Postboten. Daher kann mit dem E-Postbrief sofort gestartet werden – auch wenn Geschäftspartner und Kunden über keine IT-Ausstattung verfügen.
- Mehr Service: Ein- und ausgehende Geschäftspost wird elektronisch schnell bearbeitet. Der Versand erfolgt webbasiert rund um die Uhr an jedem Wochentag (bei Versand eines E-Postbriefs mit klassischer Zustellung bis 18:00 Uhr erfolgt die

Das Duale Hochschulstudium Verbandsmanagement

Jetzt qualifizierten Nachwuchs selbst ausbilden

Exklusiv an der DHBW Mosbach Campus Heilbronn - www.dhbw-mosbach.de/vbm

In Kooperation mit



Zustellung in der Regel am nächsten Werktag).

- Keine Investitionen: Zusätzliche Hardware oder Software sind nicht notwendig. So reichen beispielsweise ein handelsüblicher Computer mit Internetzugang sowie ein Handy mit Nummer eines deutschen Mobilfunkbetreibers für den Zugang über www.epost.de aus. Die automatische Verschlüsselung des Schriftverkehrs ist inklusive.

Briefempfang, ebenso wie Druck und Konfektionierung im Briefausgang. Retouren reduzieren sich, Personal- und Materialaufwände gehen zurück. In diesem Zusammenhang sei noch einmal auf den Beitrag „Sichere elektronische Kommunikation – Chance für Verbände“ aufmerksam gemacht (Verbändereport 9/2010, S. 26–29) und die dort wiedergegebenen Ergebnisse aus der Studie „Wirtschaftlichkeit des Digitalen Schriftgutmanagements“: Dort wird festgestellt, dass sich

sind und welcher Nutzen sich erzielen lässt. Der E-Postbrief wird bereits heute von Verbänden wie dem Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) oder dem ADAC genutzt. Darüber hinaus können die Beratungsteams der Deutschen Post zahlreiche praxisnahe Möglichkeiten aufzeigen.

So ist in der Mitgliederkommunikation – dem Rückgrat der Verbandsarbeit – der Einsatz sehr sinnvoll: Die Verwendungen reichen von der Einladung zu Workshops oder VIP-Gesprächskreisen bis zum Kongressmanagement. Auch Newsletter, Präsentationen und Broschüren werden mit dem E-Postbrief „schneller“: Die umfangreichen Möglichkeiten, Anhänge mit zu verschicken, kommen hier zum Tragen. Schließlich darf die Image-Bildung nicht außer Acht gelassen werden. Das sichere System des E-Postbriefes schafft einen geschützten Kommunikationsraum für die Mitglieder und ermöglicht es Verbänden, selber als Trendsetter in Kommunikationsfragen aufzutreten.

Der Verband 2.0 profitiert vom E-Postbrief, indem er mit seinen Dienstleistungen noch mehr überzeugen kann und die Vernetzung seiner Mitglieder optimiert. Für Pressearbeit und Lobbying ist die vertrauliche Kommunikation eine Schlüsselbedingung. Ist dieses sichere Umfeld für den Informationsaustausch gegeben, lässt sich die Öffentlichkeit besser mobilisieren und auch das vertrauensvolle Verhältnis zu den Akteuren in der Politik fortentwickeln. Schließlich ermöglicht der E-Postbrief eine bequemere, durchgängig elektronisch gestützte Mitgliederverwaltung und mehr Service: Die Mitgliedergewinnung und -bindung wird erleichtert. Der Verband 2.0 präsentiert sich auf der Höhe der Zeit und schafft Begeisterung bei seinen Mitgliedern und darüber hinaus.

Schließlich ermöglicht der E-Postbrief eine bequemere, durchgängig elektronisch gestützte Mitgliederverwaltung und mehr Service: Die Mitgliedergewinnung und -bindung wird erleichtert. Der Verband 2.0 präsentiert sich auf der Höhe der Zeit und schafft Begeisterung bei seinen Mitgliedern und darüber hinaus.

- Bequeme Handhabung: Ob über das benutzerfreundlich gestaltete Portal www.epost.de oder über die gewohnte E-Mail-Arbeitsoberfläche, wenn der E-Postbrief per Gateway in die Unternehmens-IT integriert ist: Die Bedienfreundlichkeit des E-Postbriefs ist stets gegeben. Die Einarbeitungsaufwände sind minimal.
- Mehr Umweltschutz: Die elektronische Kommunikation erfordert weniger Papier, weniger Transport und dadurch weniger Ressourcenverbrauch. Der CO₂-neutrale Service GOGREEN der Deutschen Post ist auch für alle E-Postbriefe nutzbar.

durch den E-Postbrief die Prozesskosten auf der Briefeingangs- und -ausgangsseite signifikant reduzieren lassen. Die Ersparnisse liegen zwischen 30 bis 80 Prozent.

Alle genannten Vorteile machen die sichere elektronische Kommunikation, wie sie der E-Postbrief realisiert, zum Mittel der Wahl für vielfältige Kommunikationsanlässe quer durch alle Branchen.

VERBAND 2.0 REALISIEREN – ZWEI PRAXISBEISPIELE

Ein Werkzeug mit universalen Einsatzmöglichkeiten ist der E-Postbrief in der täglichen Arbeit von Verbänden und ihren Mitgliedern. Dabei haben Verbände, die frühzeitig den E-Postbrief einsetzen, den Vorteil, auf eigene Erfahrungen zurückgreifen zu können, wenn Mitglieder fragen, welche Einsatzfelder im Einzelnen möglich

EFFIZIENZRESERVEN IN DER BRIEF-LOGISTIK HEBEN

Öffnen, Sortieren, Scannen und Nachbearbeiten entfällt beim elektronischen

E-POST BRIEF

Servicenummer: (02 28) 92 39 93 29
(montags bis sonntags von 09:00 Uhr bis 20:00 Uhr)
oder unter: www.epost.de

Für eine persönliche Beratung stehen die bundesweit
28 Direktmarketingcenter zur Verfügung:
→ www.direktmarketingcenter.de

sowie Buchungstransaktionen mit Sicherheit reale Empfänger erreichen. Auch verbindliche Reiseversicherungsunterlagen können im integrierten elektronischen Prozess versendet werden.

ADAC E.V. – MIT SICHERER KOMMUNIKATION GUT FAHREN

Der ADAC und die Deutsche Post arbeiten seit knapp einem Jahr an gemeinsamen digitalen Modellen, die den Mitgliedern des Automobilclubs künftig die Vorteile des neuen E-Postbriefs sichern sollen. ADAC-Kommunikationschef Michael Ramstetter: „Beide Partner haben zahlreiche Ideen entwickelt, wie man diese innovative Kommunikationsform einsetzen kann. Die ersten Testläufe sind auch sehr vielversprechend verlaufen. Jetzt gilt es, die technischen Voraussetzungen für den Einsatz des E-Postbriefs fertigzustellen. Bei einer Organisation in der Größenordnung des ADAC mit seinen über 17 Millionen Mitgliedern geht dies leider nicht von heute auf morgen.“

Einsatzgebiet für den E-Postbrief könnte der ADAC-Mitfahrclub sein, der es möglich macht, Mitfahrgelegenheiten über das Internet sicher und schnell zu organisieren und einen potenziellen Mitfahrpartner aus dem Internet eindeutig zu identifizieren. Aber auch in anderen Bereichen, in denen eine persönliche und sichere Kommunikation erforderlich ist, sehen die Partner künftig entsprechende Einsatzmöglichkeiten.

Vom Einsatz der Verbände für eine zeitgemäße und sichere Kommunikation können sowohl ihre Mitglieder als auch die Kunden profitieren; Verbandsarbeit die einen Mehrwert bietet. ■

VERBAND INTERNET REISEVERTRIEB E.V. – IM REISEMARKT VERBINDLICH

Im Reisemarkt agieren die unterschiedlichsten Teilnehmer von den Veranstaltern selbst über die Transporteure – Fluggesellschaften, Bahnen, Reedereien, Bus- und Taxiunternehmen, PKW-Verleiher etc. –, Reiseportale und -büros bis hin zum Kunden. Für alle diese Akteure sind sichere Kommunikationswege wichtig, um zu einer erfolgreichen Buchung zu kommen. Entpuppt sich am Ende einer Woche im Reisebüro etwa die verkaufte Kreuzfahrt als „Fakebuchung“, so droht ein ärgerlicher Zahlungsausfall, wenn der Kunde nicht eindeutig identifiziert werden kann. Durch den E-Postbrief kann die Zustellung der Unterlagen mit der Offline-Post gleichgesetzt werden und der Nachweis ist dadurch zweifelsfrei möglich.

Der Verband Internet Reisevertrieb e.V. (VIR) hat als Dachverband der deutschen Online-Reiseportale diese unbefriedigende Situation im Fokus, wenn er für seine Mitglieder und ihre Kunden verbindliche Qualitätsstandards schafft. Der E-Postbrief wird vom VIR als modernes Mittel genutzt, seine Ziele zu erreichen und Mitgliedern wie Verbrauchern ein Gefühl der Sicherheit und Verlässlichkeit zu geben: Er nutzt und empfiehlt die Lösung, da Mitglieder mit dem E-Postbrief die Sicherheit haben, ihre Kunden eindeutig zu identifizieren, und Urlaubsinformationen


Den Verbrauchern wird durch den Einsatz des E-Postbriefes eine erhöhte Gewissheit gegeben, auf den Webseiten der Mitgliedsportale seriös, kompetent und kundenfreundlich beraten, betreut und bedient zu werden.

Damit werden umsatzrelevantes Vertrauen und mehr Effizienz geschaffen: Es entsteht ein durchgehender integrierter Prozess, der von der klaren Identifizierung der Teilnehmer über die verbindliche Buchung bis zum zuverlässigen Versand reicht. Das Risiko von Zahlungsausfällen wird minimiert.

„Vom Einsatz der Verbände für eine zeitgemäße und sichere Kommunikation können so seine Mitglieder als auch die Kunden profitieren...“

Außerdem entstehen Synergieeffekte für das Reisemarketing: Denn die Bewertungen, ein zentraler Informationsservice vieler Portalangebote, werden zuverlässiger, da die bewertenden Teilnehmer eindeutig identifizierbar sind. Vorgetäuschte Bewertungen können somit besser ausgeschlossen werden und die Authentizität und der Nutzwert der Beiträge steigen.

WEITERE INFOS

→ www.verbaende.com/fachartikel
(mit  Kennzeichnung: geschützter Bereich für Abonnenten und DGVM-Mitglieder)