

FAKTELEICH

Schutz vor Cyberattacken

Mittelständler werden immer häufiger Opfer von Cyberangriffen. Mit speziellen Versicherungen können sie sich schützen. Der Markt wächst stark. „Bislang war die Cyberversicherung ein Nischenprodukt. Da die Zahl der Cyberattacken aber stetig zunimmt, hat sie das Potenzial, eine Standardversicherung für Unternehmen wie etwa Feuer-, Haftpflicht- oder Produkthaftpflichtversicherung zu werden“, sagt Stefan Jöster, Rechtsanwalt sowie Spezialist für Versicherungsrecht und Cyberversicherungen bei der Sozialität Henking Kilian Löh Wajtek.

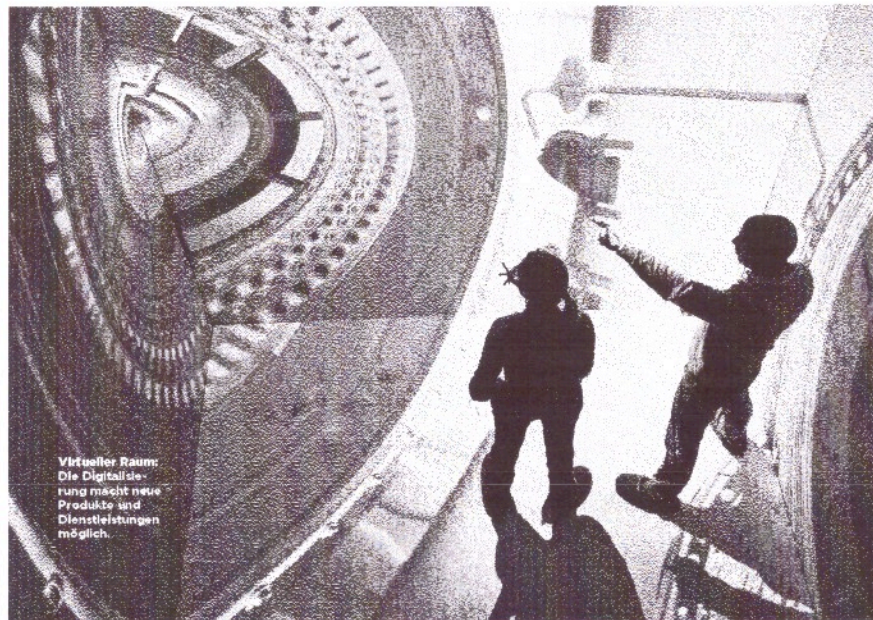
Die Versicherungen decken nicht nur die finanziellen Risiken von externen Cyberattacken ab, sondern kommen zum Teil auch für Schäden auf, die eigene Mitarbeiter verursachen. Sie unterstützen, wenn das IT-System des



Mittelständlers wieder in Gang gesetzt werden soll oder Daten gerettet werden müssen. Darüber hinaus übernehmen Cyberversicherungen die Kosten, wenn es im Zuge einer Attacke zu einem Strafverfahren oder einer Ermittlung durch die Behörden kommt.

Das Umfeld zum Abschluss sieht Experte Jöster gegenwärtig als günstig an. „Derzeit versuchen viele Versicherer, Cyberversicherungen im Markt zu platzieren. Für Mittelständler ist das insofern von Vorteil, als die Prämien für die Versicherungen vergleichsweise günstig sind.“ Der Experte geht eher davon aus, dass die Prämien in Zukunft wegen der zunehmenden Zahl von Angriffen steigen werden. Dirk Wohleb

IMPRESSUM
Florian Flicke (planet c), Dirk Wohleb



Virtueller Raum: Die Digitalisierung macht neue Produkte und Dienstleistungen möglich.

axiaaward 2017
Nachhaltiges Unternehmen

Sie schaffen eine Zukunft, die Perspektive hat?

In diesen Unternehmen werden Wachstum, Innovation, Arbeitszufriedenheit und Umweltbewusstsein großgeschrieben. Ausgewählt mit dem Axia Award präzisieren wir nachhaltig erfolgreichste Mittelstandsunternehmen, die Zukunft orientiert agieren.

Jetzt bewerben:
axia-award.de
Bewerbung bis 17.02.2017

Ein Award von: **Deloitte**, **WirtschaftsWoche**, **BDI**

Digitalisierung Schöne neue Welten

Technikbegeisterte Chefs treiben den Fortschritt im Unternehmen voran. Sie schaffen den Rahmen für Innovation.

Gian Hessami Aachen

Wenn Besucher bei der Stegerer GmbH in bayerischen Regensburg an der Tür klingeln, können sie über die digitale Telefonanlage jedes Telefon der Firma erreichen. Und auch wenn der Chef außer Haus sein sollte, bekommt er mit, wer um Einkauf bittet, egal, wo er gerade ist – die Anlage ist per Internet mit seinem Smartphone verbunden. „Wir betreiben große Serveranlagen und sind stets von außen erreichbar“, sagt Geschäftsführer Ingo Lederer. In seinem Metallhandbetrieb sind mehr als 30 Leute beschäftigt, die meisten von ihnen um die 30 Jahre alt oder jünger. Lederer, selbst erst 34 Jahre alt, ist ein regelrechter Technikfan.

„Die Bezeichnung ‚Digital Native‘ passt zu den Metallverarbeitungs-Experten. Der Unternehmer macht vor, wie Digitalisierung in der Praxis funktioniert: Das analoge Fassgerät wurde schon lange abgeschafft. Auf

tragsabwicklung, Bestellungen, Zeichnungen und Dokumentationen und sogar die Energieversorgung werden digital gesteuert. Im gesamten Unternehmen wird Digitalisierung aktiv gelebt.

Auf der Baustelle hilft ein 3D-Laserscanner, der alle relevanten Daten misst. In einem Raum nimmt das Gerät rund 70 Millionen Punkte pro Scan auf. Am Computer entsteht aus diesen Daten ein präzises 3D-Modell als Basis für die Konstruktion von Metallroten, Balkongeländern oder Treppenanlagen. „Das geht deutlich schneller und genauer als beim herkömmlichen Maschinenbau per Zollstock“, erklärt Lederer.

Nachwuchs denkt digital
Die Konstrukture bei Stegerer sind wie ihr Chef klassisch ausgebildete technische Zeichner. Und die müssen erst einmal lernen, mit der neuen Technik umzugehen. Trainer unterstützt die Konstrukteure live am Objekt. Beim Kunden vor Ort wird

gemessen, im Büro werden die Daten aufbereitet und 3D-Grafiken erstellt. Wer bei der Stegerer GmbH als Mitarbeiter einsteigen will, tut gut daran, außer dem handwerklichen Know-how auch ein gutes Stück Technik- und Internetbegeisterung mitzubringen.

Jüngste Studien zeigen, dass sich engagierte und qualifizierte Nachwuchskräfte nur bei solchen Mittelständlern bewerben, die digital auf der Höhe der Zeit sind. „Ich kann die Unternehmer nur warnen: Wer nicht mit der Zeit geht, geht mit der Zeit“, sagt der Präsident des Bundesverbands mittelständischer Wirtschaft (BVMW), Mario Ohoven. Vor dem Hintergrund des akuten Fachkräftemangels sei es für Mittelständler daher unerlässlich, digital gut aufgestellt zu sein. „Die Digital Natives von heute sind die Fachkräfte von morgen. Deshalb muss digitale Kompetenz integraler Bestandteil der Lehrpläne werden“, meint Ohoven.

Mitarbeiter fördern
„Vor allem für technologisch ausgerichtete Unternehmen ist es wichtig, Mitarbeiter mitzunehmen, die neue Fähigkeiten erwerben müssen“, sagt Markus Deutsch von der Beratungsgesellschaft KPMG. Um das benötigte Know-how ins eigene Unternehmen zu holen, gebe es zwei Optionen: „Mitarbeiter entwickeln oder einkaufen.“

Für Luz Tilker, Partner der Internationalen Personalberatung Eric Salmon & Partners, bilden Human Resources im Mittelstand eine Schlüsselfunktion. „Die Personalführung muss sich genau überlegen, wie die Digitalisierung im Unternehmen verankert wird und was dies im Einzelnen für die Mitarbeiter bedeutet.“ Seiner Erfahrung nach fehle es häu-

fig an digitalem Bewusstsein. Als Vorbilder nennt er Konzerne wie Amazon oder Google. „Die haben flexible Arbeitszeiten, flache Hierarchien und arbeiten sehr projektbezogen.“ Hinzu komme noch die starke Internetaffinität vieler Mitarbeiter, was die digitale Weiterentwicklung des Unternehmens fördere.

Die digitale Kultur ist laut Tilker bei vielen Unternehmen hierzulande noch nicht angekommen und nennt einen Mittelständler als Beispiel: „Deren IT-Plattform war vor nicht allzu langer Zeit noch völlig veraltet – obwohl im Geschäftsfeld der Firma digitale Schnittstellen das Maß der Dinge sein müssten.“ Dies habe vor allem am damaligen Chef gelegen, der zuvor bei einem traditionellen Konzern gearbeitet hatte. „Erst mit dem neuen Chef, der deutlich innovativer als sein Vorgänger war, wurden digitale und moderne Prozesse etabliert.“ Selbsten gebe es dort einmal wöchentlich Brainstorm-Meetings, um sich Gedanken zu machen, was Digitalisierung im eigenen Unternehmen bedeutet.

Für Tilker ist es entscheidend, dass die Unternehmensführung den Anstoß für die Digitalisierung gibt. „Dies funktioniert am besten nach dem Top-down-Prinzip.“ Wesentlich ist für ihn die Installation eines Chief Digital Officers (CDO) oder einer vergleichbaren Funktion. Der CDO ist für Digitalisierungsprozesse und alle damit verbundenen Strategien im Unternehmen zuständig. Die Empfehlung von Tilker: „Führungskräfte sollten zudem das Trial and Error-Prinzip akzeptieren und auch bereit sein, Neues auszuprobieren.“ Mitarbeiter, die wissen, dass sie Fehler machen dürfen, können größeres Potenzial für digitale Innovationen entwickeln.

Expost

Kontrollen auch bei Daten

Der Zoll schaut nicht nur beim Export von Waren genau hin. Auch beim Transfer von Technologien gelten strenge Auflagen.

„Jedes Unternehmen sollte Handlungsanweisungen für seine Mitarbeiter entwickeln.“

Philip Haeltingk
Außenhandelsanwalt

Täglich exportieren Mittelständler Waren ins Ausland. Dabei müssen sie Zollbestimmungen einhalten. Was viele nicht wissen: Auch beim Export von technischen Daten und Informationen ins Ausland schaut das Bundesamt für Wirtschaft und Ausfuhrkontrolle (Bafu) genau hin. Denn bestimmte Technologien könnten für die Herstellung von Massenvernichtungswaffen eingesetzt werden.

Für Firmen bedeutet das, dass sie die Weitergabe von Daten mit und ohne Zoll anmelde und sogar um eine Bewilligung bitten müssen. Wer gegen Richtlinien verstößt, dem drohen sogar Gefängnisstrafen.

„Technologie transfer kann auf unterschiedlichstem Weg erfolgen: über den Versand von E-Mails ins Ausland, den grenzüberschreitenden Austausch via Internet, die Mitnahme eines Datenträgers im Flugzeug oder sogar durch den Zugriff über das Smartphone auf den Unternehmensserver, wenn man gerade im Ausland ist“, erklärt Außenhandels- und Exportkontroll-Anwalt Philip Haeltingk. Seltener Besichtigungen für ausländische Unternehmen oder die Teilnahme an Konferenzen fallen unter die exportkontrollrechtlichen Bestimmungen, wenn es dabei um Technologieaustausch geht.

„Jedes Unternehmen sollte Handlungsanweisungen für seine Mitarbeiter entwickeln, welche Schritte im Fall eines Datenaustausches für eine Abklärung beim Zoll notwendig sind“, so Haeltingk. Ein internes Regelwerk sollte festlegen, welche Vorabprüfung nötig ist. Lara Sogorok

Wir fördern das Gute in NRW.

Sabine Baumann-Duvenbeck und ihr Kraftpaket
unterstützt durch die Fördermittel der NRW.BANK.

Die Stärke mittelständlicher Unternehmen liegt nicht bei der Mitarbeiterzahl, sondern bei der Qualität. Eine Eigenschaft, die es wert ist, gefördert zu werden. 2 Mrd. durch die NRW.BANK. Effizienter. Zielgerichtet. Bis zu 25.000 € bis 5 Mio. höher für die Modernisierung. Bis 1000 Anlagen zukunftsfähig machen. Sprechen Sie mit uns über Ihre Unternehmen. Einmal ist nie.

www.nrwbank.de/stärke

NRW.BANK
Wir helfen Ihnen