

# known\_sense-Sicherheitsstudien 2008/2009

## Partnerinformationen



known\_sense

Aus der Abwehr in den Beichtstuhl – CISO-Studien Teil II-IV  
Expedition SEELEN-FLAT – die geheime Logik MOBILE SECURITY  
Sicherheitskultur in Europa – Teil I: D – A – CH

Im Rahmen unserer neuen für Ende 2008 bzw. 2009 geplanten Sicherheitsstudien zu den Topics „CISO-Image“, „Mobile Security“ und „Sicherheitskultur in Europa“ werden pro Forschung bis zu 30 Probanden u.a. nach Ihrer Einstellung zum jeweiligen Forschungsthema befragt. Hieraus können Learnings für sämtliche Zielgruppen, die im Kontext von Informationssicherheit agieren, generiert werden. **Hätten Sie Lust, sich an dieser Untersuchung als Partner und Sponsor zu beteiligen?**

### Welche Vorzüge haben die Partner und Sponsoren?

- **Studien-Branding und Imagegewinn:** Sie werden im Studien-Berichtsband und allen im Zusammenhang mit der Studie erscheinenden Mitteilungen via Logo und Nennung als Mitherausgeber der Studie benannt und ebenso bei Veröffentlichungen unserer Medienpartner.
- **Generische PR & Aufmerksamkeit:** Sie treten im Zusammenhang mit den potenziell häufig zitierten Studien in Erscheinung und erhalten Sonderkonditionen für Mediaschaltungen im unmittelbaren Umfeld der Studien-Berichterstattung oder in Sonderdrucken.
- **Forschungs-Kooperation & Informationen aus erster Hand:** Sie erhalten vor den Lesern der Studie Ergebnisse und Insider-Informationen. Als Sponsoren können Sie mit Ihren spezifischen Fragstellungen den Leitfaden mitbestimmen und nehmen VOR dem Launch der Studie an einer zweistündigen Präsentation der psychologischen Projektleiter teil, die Ihnen auch wertvolle Hintergrundinformationen und Argumentationshilfen bei der Verwertung der Ergebnisse liefert. Darüber hinaus erhalten Sie die Möglichkeit, bei bis zu zwei Tiefeninterviews zuschauen, damit Sie sich ein Bild von der Methodik machen können (alternativ per Video) und stehen während der Untersuchung und während der PR-Aktivitäten nach dem Launch in einem ständigen Dialog mit unserem Team.
- **Ausstattung:** Sie erhalten neben Ihrem Studien-Berichtsband auch weitere Printausgaben für Ihre Partner und/oder Kunden – außerdem bei einigen der Projekten auch eine englische Übersetzung (PDF), Management Summaries und bei Bedarf weiteres Analyse- und PR-Material unserer Psychologen. Weitere Berichtsbänder erhalten Sie oder Ihre Kunden mit hohem Rabatt.
- **PR:** Die Ergebnisse werden in der Regel während Pressekonferenzen im Rahmen von Fachmessen präsentiert und mit Hilfe eines umfangreichen Pressevertellers (ca. 2.000 internationale Medien und Multiplikatoren) in Auszügen veröffentlicht. Darüber hinaus bieten wir allen Sponsoren die Möglichkeit, im Rahmen von Roundtables u.a. Veranstaltungen, Events, etc. Position zu den Ergebnissen zu beziehen.
- **Aufbau-Module:** Bei Interesse erhalten Sie durch known\_sense Rabatte bei Beauftragung von Awareness-Veranstaltungen oder -Tools, die unmittelbar auf den Ergebnissen der jeweiligen Studie aufbauen, z.B. Workshops bzw. Referate über die Studie innerhalb Ihres Unternehmens oder bei einem Ihrer Kunden.

All diese Leistungen sind mit einem einmaligen Sponsorbeitrag (s. Tabelle n. S.) abgegolten. In Zeiten knapper Budgets eine kreative Möglichkeit, Know-how aus erster Hand, einen hohen Werbeeffect und Imagegewinn zu erzielen und möglicherweise einen Einstieg in die Welt der tiefenpsychologischen Marktforschung zu erhalten.

Mit freundlichen Grüßen



Dietmar Pokoyski (known\_sense)

## Tiefenpsychologische Forschung – wie funktioniert das?

Auf Basis der morphologischen Psychologie, die an der Universität Köln entwickelt worden ist, analysieren Diplom-Psychologen die unbewussten seelischen Einflussfaktoren und Sinnzusammenhänge, die das Handeln eines jeden Menschen mitbestimmen. Mit oft überraschenden Ergebnissen.

## Wie werden die Analysen durchgeführt?

Beim psychologischen Tiefeninterview graben wir so tief, bis wir in der Lage sind, die PSYCHO-LOGISCHE Wurzel eines Phänomens erkennen und beschreiben zu können. Eine damit verbundene Darstellung gerät so breit und umfassend, wie es die jeweilige Fragestellung pragmatischer Weise erfordert. In den zwei-stündigen Einzelinterviews oder Gruppendiskussionen decken wir die unbewussten seelischen Wirkungen und Einflussfaktoren auf, die das Verhalten aller von der Security betroffenen Personen bestimmen. Diese werden motiviert, in ihrer eigenen Sprache alles zu beschreiben, was ihnen im Zusammenhang mit Ihrer Arbeit, ihrem Wirken und der Unternehmenssicherheit durch Kopf und Bauch geht. Statt quantitativer Meinungsumfrage ohne Tiefung handelt es sich hier offene Interviews, in dem auf Zusammenhänge zwischen Gesagtem, Mimik/Körperausdruck und vor allem auf Fehlleistungen geachtet wird. So sind diese Explorationen gewissermaßen Forschungsreisen, auf denen Ihre Mitarbeiter und unsere Interviewer bisher unverstandene Phänomene gemeinsam erkunden. Dabei werden die geheimen bzw. nicht bewusst wahrgenommenen Bedeutungs-Zusammenhänge erforscht und nachvollziehbar gemacht. D.h. in einem derartigen Setting eröffnen sich stets neue Wendungen und oft überraschende Einblicke, die dann systematisch auf ihre Verhaltensrelevanz weiterverfolgt werden.

Der hier zugrunde liegende Leitfaden ist ein lernender Leitfaden, d.h. in Tiefeninterviews überraschend auftretende Aspekte können innerhalb nachfolgender Explorationen berücksichtigt werden. Damit liefern unsere Security-Studien intensive und wissenschaftlich abgesicherte Analysen auf Basis von kleinen aussagekräftigen Stichproben. Hierbei reicht eine verhältnismäßig kleine Stichprobe aus, da die wirksamen Motivkomplexe und Einflussfaktoren in jedem Einzelinterview vollständig repräsentiert sind. Theoretisch ist die Psycho-Logik einer Security-Wirkungseinheit bereits in einem (1!) idealen Interview erfassbar. Der Vorteil dieser Methode: es werden alle verdeckten Motive erfasst und in einen psycho-logischen Kontext gestellt. Auf Basis dieser Ergebnisse können dann zielgenaue und konkrete Empfehlungen zur Verbesserung der Sicherheit eines jeden Unternehmens formuliert werden.

## Welche Leistungen umfasst die Forschung?

- Briefing der jeweiligen Interessen durch die Partner
- Erstellung eines Leitfadens (unter Berücksichtigung Ihren Fragen)
- Konfektionierung eines Teams aus erfahrenen Psychologen/Marktforschern
- Team-Briefing
- Durchführung von 2-stündigen Interviews
- Organisation von bis zu 2 Interview-Beobachtungen on Location
- Zwischenanalyse
- Endanalyse
- Gutachten-Erstellung inkl. Empfehlungen
- Layout eines Gutachten-Berichtsbandes
- Präsentation des Gutachtens im Rahmen einer Partner-Präsentation
- Medienwirksamer Launch des Berichtsbandes
- Erstellung von Übersetzungen, Summaries, etc.
- Begleitende Kommunikation (PR, Launch-Even, etc.)

Titel (AT)	Aus der Abwehr in den Beichtstuhl			Expedition SEELEN-FLAT	Sicherheitskultur in Europa
	II	III	IV		
Thema	Teil II: Qualitative Wirkungsanalyse CISO-Image im Business	Teil III: Qualitative Wirkungsanalyse CISO-Image im Management bzw. Vorstand	Teil IV: CISO: Selbstbild vs. Image	– die geheime Logik MOBILE SECURITY	Teil I: D–A–CH (Deutschland – Österreich – Schweiz)
Methodik	Morphologische Markt- und Medienforschung inkl. tiefenpsychologische Wirkungsanalyse		Desk Research inkl. Mapping der vorangegangenen CISO-Studien	Morphologische Markt- und Medienforschung inkl. tiefenpsychologische Wirkungsanalyse	
Projektleitung	Dipl. Psychologin Anka Haucke				
Feldarbeit	K&M, known_sense (Köln), Partnerstudios on Locations				
Sample (Anzahl Interviews)	min. 15/max. 20	min. 15/max. 20	keine weiteren (Desk Research auf Basis der TI's Teil I-III)	min. 20/max. 30	15 pro Land
Feldarbeit	Herbst/Winter 2008	Frühjahr 2009	2009	Ende 2008/Anfang 2009	n.n.b.
Partner	min. 3/max. 5 (bisher EnBW)	min. 3/max. 5 (bisher EnBW)	min. 3 (bisher EnBW)	min. 4/max. 6	max 3 pro Land (bisher ISPIN AG)
Höhe Sponsoring zzgl. MwSt.	Euro 5000,00	Euro 5.000,00 + 500,00 (erhöhte Incentives)	Euro 5.000,00	Euro 5.000,00	Euro 5.000,00 + 1.000,00 (Reisespesen u. erhöhte Kosten Feldarbeit A/CH)
Rabatte	bis zu Euro 2.000,00 (Endpreis 13.500,00 für Teil II-IV) bei Zusage für alle 3 Studien bis zum 31.08.2008			-	-
Rechnungsstellung	50% bei Start der Feldarbeit / 50% anl. Partner-Präsentation				
Partner Live-Präsentation	in Köln bzw. abweichend nach Absprache				in Köln oder Wien bzw. Zürich
Launch mit Pressekonf.	nach Absprache		+	+	+

Titel (AT)	Aus der Abwehr in den Beichtstuhl			Expedition SEELLEN-FLAT	Sicherheitskultur in Europa
	II	III	IV		
Berichtsband (dt.)	PDF/Print (Digitaldruck, 3 Ex./Partner)	PDF/Print (Digitaldruck, 3 Ex./Partner)	PDF/Print (Offset, 20 Ex./Partner)	PDF/Print (Offset, 20 Ex./Partner)	PDF/Print (Offset, 20 Ex./Partner)
Engl. Version	bei anteiliger Übernahme d. Übers.kosten		+ (PDF)	+ (PDF)	+ (PDF)
Summary (dt.)	PDF	PDF	PDF	PDF	PDF
Medienpartner	<kes>, securitymanager.de			<kes>, securitymanager.de, weitere n.n.b.	
koordinierte PR-Strategie	+	+	+	+	+
Summary als Sonderdruck	bei anteiliger Kosten-Übernahme, z.B. via Mediaschaltung der Partner				
spätere Buch-Verwertung	+ (geplant)			+ (geplant)	+ (geplant)
Inhalt	<p><b>Was erwartet man vom CISO? Wie wird er gesehen? Was hat sich seit seinem Start verändert und was wird noch kommen?</b> Nach Wirken und Selbstbild (Teil I, 2008 erschienen) wird hier in zwei weiteren Studien-Teilen das Fremdbild CISO aus Sicht des Business bzw. Managements/Vorstands evaluiert. Den Sicherheitsverantwortlichen wird gespiegelt, wie das in der Grundlagenstudie (Teil I) beschriebene Dilemma der Spaltung bei Partnern und Entscheidern wirkt und welche Konsequenzen dies für Images bzw. für die Sicht auf und den Wert der Unternehmenssicherheit nach sich zieht. Hieraus können u.a. Learnings bzgl. Security-Strategie und Risk-Management abgeleitet und insbesondere auch Lösungen möglicher Kommunikationsstörungen zwischen Security-Abteilung, IT, Unternehmenskommunikation, Businesspartnern und Geschäftsleitung dargestellt werden.</p>	<p><b>Zum Abschluss soll ein Desk Research auf Basis aller 3 bis dahin produzierten Evaluationen erfolgen, bei dem das in Teil I beschriebene Selbstbild mit den Images aus Teil II und III gemapt wird.</b> Diese komplette Serie der CISO-Forschung führt zu einem Imagegewinn des noch relativ jungen Berufsbildes und unterstützt bei interner wie externer Kommunikation sowie vor allem bei der Argumentation gegenüber dem Management. Auch können Learnings für Aus- und Weiterbildung formuliert werden. Und schließlich fließen sämtliche Ergebnisse in das von known_sense entwickelte CISO-Coaching ein.</p>	<p><b>Die mobile Kommunikation hat unser Leben nicht nur innerhalb einer einzigen Dekade entscheidend verändert, sondern auch nahezu völlig im Griff. Was aber sind die originären psychologischen Motive für die Nutzung von Handy, PDA &amp; Co?</b> Welche Unterschiede existieren zwischen Business- und Consumer-Verfassung? Und vor allem: welche Auswirkungen hat das alles auf die MOBILE SECURITY? Was sind die GEHEIMEN FAKTOREN, die selbst PROFESSIONALS dazu verleiten, mobil nahezu ungeschützt zu agieren? Motive, wie STÖRUNGSFREIES DURCHKOMMEN (analog zum Fahren auf den Autobahnen) oder die SEELLENSTRIP-STRATEGIE lassen darauf schließen, dass gerade der MOBILE USER Risiken nicht vereiteln will, sondern sich geradezu sehnsüchtig auf die Suche nach ENTSCHEIDUNGEN begeben hat. Was können wir aus der Sehnsucht nach dem THRILL, INFIZIERT zu werden lernen? Und warum arbeiten sich die RISK-JÜNGER gerade an den Mobilgeräten ab?</p>	<p><b>Wie unterscheiden sich die Sicherheitskulturen in Europa? Was können Deutsche von Österreichern lernen und die wiederum von den Schweizern?</b> Der Umgang mit Sicherheitsmaßnahmen ist davon geprägt, wie Mitarbeiter und CISOs ihr jeweiliges Unternehmen als Ganzes und seine Stellung innerhalb von Branchen und Standorten erleben, so dass jedes Land seine individuelle Sicherheitskultur produziert. Diese Sicherheitskultur ist untrennbar mit dem jeweiligen Kulturkreis verbunden und hat Konsequenzen für die Ausrichtung jeglicher Kommunikation, die Sicherheit zum Thema hat. In Teil I einer umfangreichen europäischen Analyse geht es um Fehlerkultur von Mitarbeitern und um das Wirken von Sicherheitsbeauftragten im D-A-CH-Gebiet sowie insbesondere um die Unterschiede. Dargestellt werden kulturspezifische Entsicherungszenarien sowie der länderspezifische Umgang (Security-Strategien und -Maßnahmen) hiermit.</p>	

# Rücksendebogen

Nach Ausfüllen bitte faxen an: 0221/2403910 oder mailen an: pokoyksi@known-sense.de

## known\_sense-Security-Studien 2008/09

Wir beteiligen uns an folgenden Sicherheitsstudien mit dem u.g. genanntem Beitrag und nehmen dafür die angebotenen Leistungen in Anspruch.\*

- Aus der Abwehr in den Beichtstuhl II (Euro 5.000,00)
- Aus der Abwehr in den Beichtstuhl III (Euro 5.500,00)
- Aus der Abwehr in den Beichtstuhl IV (Euro 5.000,00)
  
- Aus der Abwehr in den Beichtstuhl II-IV (Gesamtpaket Euro 13.500,00)
  
- EXPEDITION SEELENFLAT – die geheime Logik MOBILE SECURITY (Euro 5.000,00)
- Sicherheitskultur in Europa – Teil I: D-A-CH (Euro 6.000,00)

Optional:

- Bitte unterbreiten Sie uns ein Angebot für einen Sonderdruck der Ergebnisse.
- Bitte unterbreiten Sie uns zu gegebener Zeit ein Angebot für Mediaschaltungen im direkten Umfeld einer Beilage des Medienpartners.

Ort/Datum: \_\_\_\_\_ Name: \_\_\_\_\_

Absender: \_\_\_\_\_

Unterschrift: \_\_\_\_\_

• Die hier dargestellten Forschungsprojekte werden dann realisiert, sobald die dafür notwendige Mindestzahl an Partner verbindlich zugesagt hat.



known\_sense

Dietmar Pokoyksi | Kaiser-Wilhelm-Ring 30-32 | D-50672 Köln | pokoyksi@known-sense.de | Fax: 0221 2403910 | Fon: 0221 91277778

# Das sagen die Medien ...

»Studie fordert, Mitarbeiter zu Mitstreitern zu machen (... und) erklärt, warum das höchste Sicherheitsrisiko nach wie vor die Mitarbeiter sind.«

**(VDI-Nachrichten)**

»Als Resultat kommt es dann zu einem (...) Befreiungsschlag gegen die Unternehmenskultur, gewissermaßen zum einem Schädelküssen toter Admins (...) anders wird es den jungen Hanseln nicht vorgekommen sein, die in Afghanistan mit den Schädeln spielten.«

**(heise online, Was war. Was wird.)**

»IT-Security beeinflusst die Unternehmenskultur in entscheidendem Maß.«

**(eCommerce Magazin, 31.10.2006)**

»Das Paradox der IT-Sicherheit: Je mehr sich der Schutz vor Ein- und Ausbrechern in ein Zwangssystem verwandelt, desto eher versuchen Mitarbeiter den Käfig zu sprengen.«

**(Sicherheit heute)**

»Mitarbeiter, die seelisch vollkommen deformiert, leblos und traurig in einem komplett überwachten abgeriegelten Unternehmen sitzen – ein wahres Horrorszenerario tut sich auf, wenn es mit der IT-Security so weitergeht.«

**(CIO)**

»Eine Studie entschlüsselt erstmalig die psychologische Wirkweise des Sicherheitsverhaltens.«

**(Sicherheits-Berater)**

»Die Mitarbeiter begehen Fehler, um durch das hiermit verbundene ‚menschliche Eröffnen‘ etwas Menschliches in ihre Arbeit zu retten und damit ihre Produktivität zu sichern.«

**(Deutsches Ärzteblatt)**

»Mitarbeiter lassen sich von IT Sicherheit psychisch beeinflussen.«

**(iBusiness)**

»Erst sinnliches Einbeziehen in eine dramatische Geschichte erzeugt wirkliche, dauerhafte Awareness. Informations-Sicherheit braucht eine Bebilderung ihrer Tätigkeit.«

**(kes)**

»Eine lebendige, dramatische Vermittlung von Bedrohungen und Sicherheitsmaßnahmen kann für mehr Motivation sorgen.«

**(FAZ Managementkompass)**

»Geheime Faktoren hebeln IT-Systeme aus.«

**(Krankenhaus-IT-Journal)**



»Ein guter Chief Information Security Officer (CISO) sollte so etwas Ähnliches wie ein Streetworker sein.«

**(CIO)**

»CISOs, das zeigt die Studie deutlich, werden als Vertreter einer anderen, einer unbekannteren und unfassbaren Welt mit eigener Sprache und Ordnung betrachtet. Diese Sonderstellung geht mit einer gewissen Form der Entrückung vom Unternehmensbetrieb einher.«

**(All about Security)**

»Die Sicherung gegen Angreifer von außen scheint also für den CISO weniger ein Problem darzustellen als der gleichberechtigte Austausch mit den eigenen Mitarbeitern.«

**(Info Point Security)**

»Durch die Typisierung der CISOs lässt sich die Lösung des Grundproblems darstellen«

**(IT SecCity)**

»Verantwortliche für IT-Sicherheit haben noch kein klares, eingefahrenes Berufsbild; dementsprechend unscharf sind bisweilen sowohl eigene als auch äußere Erwartungen an CISO & Co.«

**(kes)**

»Als Schwierigkeit ihrer Aufgaben sehen viele CISOs, selber nichts Konkretes zu produzieren, das vorzeigbar wäre und an dem man die eigene Wirksamkeit erleben und demonstrieren könnte.«

**(eCommerce Magazin)**

»Insgesamt eine interessante Studie.«

**(Sicherheits-Berater)**

»IT-Sicherheitsverantwortliche müssen ihr Image nachhaltig aufpolieren und ihren Wertbeitrag für Absicherung kritischer Infrastrukturen in den Vordergrund rücken.«

**(Computer Zeitung)**

