

Nette Geste, böse Absicht: Clever getarnter Lauschangriff im weihnachtlichen Werbegeschenk

Rund dreieinhalb Milliarden Euro Umsatz werden in Deutschland alljährlich mit Werbegeschenken gemacht, und die Hauptsaison hat für die Hersteller bereits begonnen: Vier von fünf Unternehmen ab 50 Mitarbeitern beschenken ihre Kunden und Geschäftspartner regelmäßig, vorzugsweise in der Vorweihnachtszeit. Die Gratis-Kugelschreiber, Briefbeschwerer oder Tischventilatoren müssen allerdings keineswegs immer nett gemeint sein: „Sie eignen sich nämlich hervorragend, um ganz unauffällig eine Abhörvorrichtung im Unternehmen zu platzieren – und so Betriebsgeheimnisse auszuspionieren“, weiß Jochen Meismann, Geschäftsführer der Detektei A Plus, aus Erfahrung. Was viele nach wie vor für abenteuerlich halten, ist für den Lauschatwehr-Spezialisten längst zum Tagesgeschäft geworden: Experten schätzen, dass 60 Prozent der deutschen Unternehmen bereits Ziel eines Lauschangriffs waren oder noch sind – oft sogar, ohne es zu ahnen.

Rund dreieinhalb Milliarden Euro Umsatz werden in Deutschland alljährlich mit Werbegeschenken gemacht, und die Hauptsaison hat für die Hersteller bereits begonnen: Vier von fünf Unternehmen ab 50 Mitarbeitern beschenken ihre Kunden und Geschäftspartner regelmäßig, vorzugsweise in der Vorweihnachtszeit. Die Gratis-Kugelschreiber, Briefbeschwerer oder Tischventilatoren müssen allerdings keineswegs immer nett gemeint sein: „Sie eignen sich nämlich hervorragend, um ganz unauffällig eine Abhörvorrichtung im Unternehmen zu platzieren – und so Betriebsgeheimnisse auszuspionieren“, weiß Jochen Meismann, Geschäftsführer der Detektei A Plus, aus Erfahrung. Was viele nach wie vor für abenteuerlich halten, ist für den Lauschatwehr-Spezialisten längst zum Tagesgeschäft geworden: Experten schätzen, dass 60 Prozent der deutschen Unternehmen bereits Ziel eines Lauschangriffs waren oder noch sind – oft sogar, ohne es zu ahnen.

Der Wettbewerb ist hart und verleitet immer mehr Unternehmer dazu, neue Marktanteile auch mit unlauteren Mitteln zu erobern – vorzugsweise direkt vom Mitbewerber. So wächst die Zahl der Unternehmen, die Wettbewerbsspionage betreiben, kontinuierlich. „Auch kleinere und kleinste Firmen werden hier schon aktiv“, berichtet Lauschatwehr-Experte Jochen Meismann von der Detektei A Plus. „Für sie wird es angesichts des Preisdrucks und wachsender Kundenansprüche immer schwieriger, ihre Marktposition zu verteidigen. Parallel dazu wird der Einsatz von Abhörtechnik immer einfacher und billiger.“

Vorsicht bei Werbegeschenken

Nach Schätzungen des Vereins Deutscher Ingenieure (VDI) büßt die deutsche Wirtschaft durch Wirtschaftsspionage jedes Jahr mindestens 100 Milliarden Euro ein. Dabei geht es der kriminellen Konkurrenz häufig nicht einmal um Patente oder wertvolle Erfindungen: Schon eine gut gefüllte Kundenkartei oder die Kalkulation für eine wichtige Ausschreibung können am Markt zum Objekt der Begierde werden. „Da viele Unternehmen die Gefahr unterschätzen – oder häufig gar nicht sehen – machen sie es Angreifern zudem unnötig einfach“, weiß Jochen Meismann von A Plus. Hat dann die Wanze im Kugelschreiber vom Schreibtisch des Vorstands aus sensible Planungsdaten an den Konkurrenten übertragen oder der geschenkte USB-Stick einen schädlichen Trojaner auf dem Firmen-Laptop des Vertriebschefs platziert, dauert es oft noch Monate, bis die Betroffenen etwas bemerken und aktiv werden. „Selbst wenn der Verdacht schon recht konkret geworden ist, scheuen viele aus Angst vor Rufschädigung vor einer Untersuchung der Vorfälle zurück – mit täglich größer werdendem Schaden“, weiß der Lauschatwehr-Experte.

Drei Tipps für Beschenkte

Da die Weihnachtszeit mit der alljährlichen Geschenkeflut vor der Tür steht, rät der Fachmann dringend zu einem bewussten Umgang mit den netten Gratis-Präsenten: „Wer Lauschangriffen keine Chance geben möchte, sollte Kugelschreiber, USB-Sticks sowie andere Werbegeschenke nicht im Büro behalten. Vielleicht freut sich die Schule der Kinder über ein paar Päckchen für die Weihnachtstombola oder die Putzfrau über eine Aufmerksamkeit vor den Festtagen.“ Und damit Kuli, Speicherstick und Co. nicht durch die Hintertür wieder auf dem Firmen-Schreibtisch landen, sollten zudem alle Mitarbeiter auf die Risiken aufmerksam gemacht werden. Jochen Meismann: „Ein bewusster und aufmerksamer Umgang mit dem Thema ist bereits die halbe Miete.“ Haben Spione trotzdem ein Schlupfloch gefunden und fließt Firmenwissen offensichtlich nach außen ab, hilft nur noch frühzeitiges und besonnenes Handeln: Ein professionelles Screening mit modernster Technik und entsprechender Erfahrung fördert selbst winzigste Wanzen, Linsen und Schadsoftware schnell und zuverlässig zutage. Voraussetzung: „Der Auftraggeber hat uns nicht ausgerechnet von seinem Firmentelefon aus angerufen und die fremden Lauscher damit vor unserem Einsatz gewarnt“, so Meismann.

Weitere Informationen unter www.detektei-aplus.de

Weitere Informationen:

HARTZKOM

Strategische Kommunikation

Dr. Sabine Gladkov

Tel 089/998 461-0

Fax 089/998 461-20

detektei-aplus@hartzkom.de

Über die A Plus Detektei

Die A Plus Detektei wurde 1995 von Jochen Meismann gegründet. Das bundesweit operierende Unternehmen mit Spezialisierung auf professionelle, hochwertige und gerichtsverwertbare Observationen und Ermittlungen hat seinen Sitz in Dorsten/NRW. Als Privat- und Wirtschaftsdetektei mit einer Vielzahl von Dependancen in ganz Deutschland verfügt die A Plus Detektei bundesweit über qualifizierte Teams und Mitarbeiter, die z.T. über langjährige Erfahrung bei staatlichen Ermittlungseinheiten, Geheimdiensten oder Polizeibehörden verfügen.

<http://www.hartzpics.de/APlus/Logo.jpg>