

Marketing für Sicherheit?

„Sicherheitsmarketing – Stakeholder begeistern“ war das Motto der 11. Sicherheitskonferenz am 10. Oktober 2013 in der Donau-Universität Krems.

Wie kann das Thema Sicherheit in Unternehmen und Organisationen sichtbar gemacht und das Image gehoben werden? Antworten auf diese Frage gaben Expertinnen und Experten bei der 11. Sicherheitskonferenz am 10. Oktober 2013 an der Donau-Universität Krems. Das Thema Sicherheitsmarketing wurde aus Sicht der Sicherheitspolitik, der Sicherheitsindustrie und der Gesellschaft beleuchtet.

„Um das ohnehin hohe Sicherheitsempfinden der Bewohnerinnen und Bewohner weiter steigern zu können, nimmt der Dialog mit den Menschen eine immer wichtigere Rolle ein“, sagte Innenministerin Mag.^a Johanna Mikl-Leitner bei der Eröffnung der Tagung. „Sicherheit ist ein zentrales Grundbedürfnis und wir in Österreich können uns sicher fühlen, das zeigen immer wieder internationale Rankings. In der realen und digitalen Welt sind wir aber permanent gefordert, uns auf Herausforderungen einzustellen. Dazu braucht es eines guten Zusammenspiels zwischen Polizei, Einsatzorganisationen und der Bevölkerung“, betonte Mikl-Leitner und nannte als Beispiele die Zusammenarbeit des Innenministeriums mit dem *Kuratorium Sicheres Österreich (KSÖ)* und der *Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ)*.

Rückblick. Dr. Walter Seböck, MSc, MBA, Leiter des Departments für E-Governance in Wirtschaft und Verwaltung an der Donau-Universität Krems, wies darauf hin, dass sich die Donau-



Innenministerin Johanna Mikl-Leitner: „Der Dialog mit den Menschen wird immer wichtiger.“

Universität Krems schon früh mit dem Schwerpunkt Sicherheit beschäftigt habe.

Sensibilisierung. Mag. Erwin Hameseder, Obmann der Raiffeisen-Holding NÖ-Wien und Präsident des KSÖ, betonte in seiner Keynote die Notwendigkeit, das Thema Sicherheit „nachhaltig in den Köpfen der Entscheidungsträger und Bürger“ zu platzieren. Sicherheit sei keine alleinige Aufgabe der Sicherheitsbehörden. „Wir alle sind aufgefordert, einen Beitrag zu leisten. Sicherheit kann nur im internationalen Zusammenwirken gewährleistet werden. Wer glaubt, sicher und ungefährdet zu sein, neigt dazu, zumindest fahrlässig mit dem Thema Sicherheit umzugehen. Je länger wir uns in Sicherheit wiegen, desto mehr lässt die Wachsamkeit nach“, warnte Hameseder. „Technologische Entwicklungen machen bequemer und sicherer, bringen aber Herausforderungen mit sich. Sicherheit muss schon bei der Entwicklung neuer Technologien berücksichtigt wer-



Erwin Hameseder (KSÖ): „Je länger wir uns in Sicherheit wiegen, desto mehr lässt die Wachsamkeit nach.“

den“, betonte der KSO-Präsident. „Die Rolle des Staates ist ein ganz starkes Element, wenn es um Regulierungen geht. Die größte Herausforderung liegt beim Anwender. Cybersicherheit muss in der Unternehmensführung angesiedelt sein und integral betrachtet werden.“

„Entwestlichung der Globalisierung“. Über sicherheitspolitische Herausforderungen und Perspektiven global und regional referierte Prof. Dr. Günther Schmid, der bis Ende 2012 im deutschen Bundesnachrichtendienst (BND) für internationale Sicherheitspolitik und globale Fragen zuständig war. „Wir diskutieren noch immer wissensarm über die globale Lage. Es fehlt eine übergreifende strategische politische Perspektive“, sagte Schmid. Der Zerfall regionaler Ordnungen werde sich fortsetzen. Dieser Zerfall sei die Herausforderung in den nächsten Jahrzehnten.

In den so genannten BRICS-Staaten (Brasilien, Russland, Indien, China und Südafrika) und vier weiteren

nicht westlichen Ländern würden bis 2020 75 Prozent des globalen Wachstums stattfinden, es komme zu einer „Entwestlichung der Globalisierung“, betonte der Sicherheitsexperte. In der Weltunordnung werde es eine einzige ordnungsstiftende Macht nicht mehr geben.

Die größte Gefahr für den Weltfrieden gehe nicht von Chemiewaffen in Syrien aus, sondern von einer Welle möglicher Auseinandersetzungen im Nahen Osten – anhand religiöser Bruchlinien. „Diese Konflikte sind nur teilweise religiös motiviert, speisen sich aber aus einem religiösen Fundus“, sagte Schmid.

Sicherheit kontra Freiheit. „Sicherheit ist eine existenzielle Frage. Jeder Zugewinn der Sicherheit hat einen hohen Preis. Er bedeutet einen Verlust an Freiheit. Jedes Sicherheitsstreben nimmt einen Verlust an Freiheit billigend in Kauf“, sagte Dr. Marianne Gronemeyer, Erziehungswissenschaftlerin und Autorin des Bestsellers „Die Macht der Bedürfnisse. Überfluss und Knappheit.“ „Wenn etwas ganz sicher kein Marketing braucht, dann ist es die Sicherheit“, betonte Gronemeyer. Menschen in modernen Gesellschaften seien verängstigt. „Die Frage ist, warum uns die Zuversicht und das Zutrauen, das Leben aus eigenen Kräften zu meistern, so gründlich vergangen ist, dass wir uns nur noch von Maschinen, Institutionen, Überwachungskameras, Bewegungsmeldern, Geheimdiensten und Waffenarsenalen Sicherheit erhoffen.“ Es sei erstaunlich, „wie wenig

wir uns angesichts der Herrschaft der Sicherheitsapparaturen um unsere Freiheit sorgen“.

Sicherheit und Kommunikation. „Über 60 Prozent aller Projekte scheitern wegen Kommunikationsschwierigkeiten. Befehlen war gestern – Erreichen ist heute“, sagte Prof. Dr. Ulrich Wünsch, Rektor der Hochschule der populären Künste in Berlin. Ziel sei die Verständigung mit allen Stakeholdern.

Jan Christoph Berndt (*Brandamazing*, München) betonte, dass auch „Sicherheit“ eine „Marke“ sei. Marke sei ein Produkt aus Persönlichkeit, Qualität und Verpackung. „Marke ist, was man hinter Ihrem Rücken über Sie erzählt“, sagte Berndt.

Corporate Security. Mag. Martin Wiesinger, Geschäftsführer von *Securitas Austria* und Vorsitzender der Fachgruppe Dienstleistungen im *Verband der Sicherheitsunternehmen Österreichs (VSÖ)*, wies darauf hin, dass Konzernsicherheit für jedes erfolgreiche Unternehmen von existenzieller Wichtigkeit sei und einen wichtigen Beitrag zur Wertschöpfung des Unternehmens leiste. „Damit Corporate Security einen entsprechenden Stellenwert erfährt, bedarf es neben professionellen Leistungen privater Sicherheitsunternehmen auch einer Vermarktung der Sicherheitsphilosophie nach innen und außen“, sagte Wiesinger.

In Österreich gebe es 400 bis 500 Sicherheitsdienstleistungsunternehmen mit insgesamt 12.000 Mitarbeitern und einen Umsatz von 350 Million Euro. Die Gewinnspanne sei niedrig. „Wer seriös arbeitet, verdient nichts“, betonte Wiesinger. Ein Problem sei, dass es den Menschen mehr oder weniger an einem Bewusst-



Donau-Universität Krems: Die jährliche Sicherheitskonferenz wurde heuer zum elften Mal abgehalten.



VSÖ-Vorsitzender Martin Wiesinger: „Wir brauchen ein Bewachergesetz mit zwingender Ausbildung.“

sein für die Risiken mangle, die sie eingehen. Menschen, Organisationen und Unternehmen müsse man zu Sicherheitsmaßnahmen „zwingen“. In Großkonzernen sei das Bewusstsein vorhanden; nicht jedoch in vielen Klein- und Mittelbetrieben. In der Branche mangle es an einer qualifizierten Ausbildung, die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter würden zu wenig verdienen. Wiesinger forderte einen einheitlichen Kollektivvertrag und ein „Bewachergesetz mit zwingender, modularer Ausbildung für alle Mitarbeiter“.

Sicherheitskonzepte. „SecureLINE“-Geschäftsführer Michael Zoratti, MSc, berichtete über das Sicherheitskonzept für die Wirtschafts-



Michael Zoratti (SecureLINE): „Licht spielt in der präventiven Sicherheit eine entscheidende Rolle.“

universität Wien am neuen Standort im Prater im zweiten Bezirk. Die Aufgabe bestehe darin, die vorhandenen Sicherheitseinrichtungen und Sicherheitsmaßnahmen den Studenten, dem Lehrpersonal und anderen relevanten Gruppen nachhaltig zu kommunizieren. Ziel sei, die positive Stimmung am neuen Campus zu fördern („Wohlfühlfaktor“) und das moderne Konzept einer offenen Universität im Bereich der Sicherheit umzusetzen. Die Sicherheitsanweisungen sollten einfach und leicht verständlich sein. „Angelehnt an den Hausverstand werden die jeweiligen Situationen erklärt. Auf Dramatisierungen wird verzichtet“, erläuterte Zoratti. Wesentlich seien Informationen über An-

sprechpartner und Erreichbarkeit: Wer kann mir bei welchem Problem helfen. Wo kann ich diese Person finden. Wann ist diese Stelle besetzt/erreichbar? Die Behaglichkeit, Orientierungssicherheit und Aufenthaltsqualität solle hoch sein. „Licht und Lichteffekte spielen in der präventiven Sicherheit eine entscheidende Rolle“, betonte Zoratti.

Risk-Manager Robert Kilian brachte ein Beispiel eines erfolgreichen unternehmensinternen Sicherheitsmarketings. Wesentlich sei die Akzeptanz in der gesamten Organisation. Sicherheitsmanagement müsse in alle Prozesse integriert werden. Sicherheit kann nicht von oben „angeordnet“ werden. Die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter müssten das Gefühl haben, einen „Partner“ zu haben und nicht einen „Aufpasser“. Verantwortung für Sicherheit sei nicht delegierbar. Gegenseitiges Vertrauen und Wertschätzung der Kompetenzen bildeten die Grundvoraussetzung.

Psychologie der Sicherheit. Motivforscherin Dr. Sophie Karmasin berichtete aus der Studie „Österreich 2025“: Das Thema Sicherheit hat einen starken Einfluss auf die Lebensqualität. Sicherheit ist für die Befragten nach Gesundheit und Lebenszufriedenheit der dritt-wichtigste Bereich bei der Lebensqualität – noch vor Einkommen, Wohnen, Arbeit, Bildung und Umwelt.

39 Prozent fühlen sich in Österreich „sehr sicher“ und 37 Prozent „sicher“. 68 Prozent sagen, dass Sicherheit in den letzten Jahren wichtiger geworden ist. „Eine Verbesserung der Vertrauenswürdigkeit gesellschaftlicher Institutionen beeinflusst auch das Sicherheitsgefühl positiv“, sagte Karmasin.

Werner Sabitzer