

Jahresbericht 2013/2014



Bundesverband der Dienstleister
für Online-Anbieter e.V.

Inhaltverzeichnis

Ausblick	3
1. Fachbereiche	
1.1 Cloud Computing	4
1.2 IPTV	6
1.3 Datensicherheit	8
1.4 E-Payment	12
1.5 Legal Affairs	14
2. Kooperationen	
2.1 Internet World und Developer Week	16
2.2 E-Commerce-Center Köln	18
2.3 Netzblicke	19
2.4 Payment World	20
3. Initiativen	
3.1 Bundesweite Initiativen	21
3.2 Isarnetz	22
4. BDOA-Partner	23

Webseitenhinweis

www.bdoa.de

Impressum

Herausgeber: Bundesverband der Dienstleister
für Online-Anbieter BDOA e.V.
Im Mediapark 6a
50670 Köln

Tel.: 0221-139750232
Fax: 0221-139750268
info@bdoa.de
www.bdoa.de

Ausblick

Liebe Kolleginnen und Kollegen,

der E-Commerce und damit auch die Leistungen unserer Mitglieder werden von Jahr zu Jahr umfassender. Online-Anwendungen sind nun Standard für die Massen, alles andere ist meist nur noch die Ausnahme. Jede Neuanschaffung wird im Netz vorher nach Anbieter, Leistung und Preis gecheckt. Bei Waren, Reisen und Dienstleistungen wird eine vor Jahrzehnten noch nicht für unmögliche gehaltene Markttransparenz erreicht. Dies hat viele neue Anbieter vor allem im volkswirtschaftlich wichtigen Mittelstand entstehen und zugleich alte Geschäftsdinosaurier aussterben lassen. Auf den ersten Blick sind dies zugleich zerstörerische und neuschaffende Wettbewerbsinnovationen lehrbuchmäßig im Sinne des Wiener Ökonomen Joseph Schumpeter.

Auf den zweiten Blick zeigt sich jedoch, dass sowohl ökonomische als auch gesellschaftliche Entwicklungen der wirksamen Steuerung durch angemessene Rahmenbedingungen bedürfen. These: Die Vielfalt der Anbieter ist wichtig. Ihre Freiheit der eigenen Leistungsbestimmung bei Online-Marketing, Warenangebot und Präsentation, Warenwirtschaft/Logistik, Zahlungsabwicklung, CustomerCare, IT-Sicherheit und Datenschutz schafft ein buntes Feld, das sich den jeweiligen neuen Bedingungen besser anpassen kann. Diese Vielfalt ist jedoch aktuell bedroht durch nationale und europäische Regulierungen, die nur noch von Großunternehmen erfüllt werden können. Sie ist bedroht durch Großanbieter, die sich auf Dauer steuerlich hilfreiche

Verluste leisten, um kleinere cash-flow-angewiesene Anbieter aus dem Markt zu drängen. Die Folge könnten in der Zukunft geringere Leistungen, weniger Service und höhere Preise für die Verbraucher sein. Gesellschaftlich stellt sich die Frage, ob unsere Kinder und Enkel irgendwann nur noch von einem oder zwei Social-Network Anbietern in Ihrer Kommunikation erfasst und kontrolliert werden. These: Die Vielfalt der Kommunikation ist wichtig. Die Freiheit, verschiedene Medien auch mit Medienbruch einsetzen zu können, eigene Sprache noch zeitgleich zu übertragen, d.h. „telefonieren“ mit unmittelbarer Reaktion statt Sprachnachrichten nur noch als Datei zu verschicken, das Post und Fernmeldegeheimnis gewahrt zu wissen und sich anonym äußern zu können müssen auch in Zukunft erhalten bleiben.

Der BDOA engagiert sich deshalb bei der Aus- und Weiterbildung in Zusammenarbeit mit Unternehmen, Universitäten, Kammern und verschiedenen anderen öffentlichen Trägern. Unsere Mitglieder bündeln eigene Erfahrung, Marktanalysen und Konzepte, um unsere junge Branche langfristig sinnvoll zu gestalten. Im Namen des gesamten Verbandes bedanke ich mich bei allen Mitgliedern, den Fachbereichsleitern und bei den externen Partnern für ihr Engagement und freue mich darauf, dass wir auch 2014 mit Kompetenz und Spaß die Zukunft mitgestalten werden.



Manfred K. Wolff
Vorsitzender des Vorstandes BDOA e.V.
manfred.wolff@bdoa.de

Fachbereich Cloud Computing

Cloud Computing bleibt wichtiger Wachstumsmotor



Vojko Vojkovic
Leiter Fachbereich Cloud Computing
cloud.computing@bdoa.de

Das Analystenhaus Crisp Research beziffert die Ausgaben in Cloud-Services für das Jahr 2014 in Deutschland mit 2,9 Milliarden Euro. Das Wachstum wird in den kommenden Jahren stetig anhalten und im Jahr 2018 etwa 13,4 Milliarden Euro erreichen. Kritische Erfolgsfaktoren sind dabei die Anbieter-Auswahl, die Cloud Integration in bestehende IT-Landschaften sowie das Verständnis für die Cloud-Technik. Wie eine internationale Studie von Robert Half Technology unter 600 CIOs zeigte, wollen 48 Prozent der Befragten in den nächsten 12 Monaten zusätzliches Personal im Bereich Cloud Computing aufbauen. Allerdings ist es schwierig, geschultes Personal zu rekrutieren.

Unterstützung bei neuem Cloud-Computing-Schulungskonzept

Der Cloud Computing & Technologie Analyst und Advisor René Büst (Crisp Research) sowie der BDOA Fachbereichsleiter Dr. Dietmar G. Wiedemann (Proventa AG) kennen die Herausforderung der CIOs und haben das Schulungskonzept CLOUD-PRO.de entwickelt. „Das Ziel unserer Schulungen ist es, IT-Experten zu befähigen, Cloud Computing in Organisationen umzusetzen“, sagt René Büst. Einzigartig am Konzept ist, dass die Teilnehmer sofort umsetzbare Werkzeuge, Checklisten und Methodenbausteine für Strategie-Entwicklung, Einführung und Nutzung erhalten. Benötigtes Wissen zu Datenschutz, IT-Sicherheit und IT-Governance im Kontext des Cloud Computing komplementieren das Schulungsangebot. Der Fachbereich unterstützte bei der Konzeption und Realisierung der Cloud-Computing-Schulung.

Zunehmende Mobilität fördert Cloud Computing in Unternehmen

Die zunehmende Mobilität der Mitarbeiter ist ein Grund für viele Unternehmen, Cloud-basierte Technologien für Zusammenarbeit und Kommunikation einzusetzen. Doch gerade wenn ein Unternehmen plant, den Weg in die Cloud zu beschreiten, sind Praxisberichte eine unersetzbare Hilfestellung. Das Fachbereichstreffen Cloud Computing zeigte am 14. März 2013 in Frankfurt, wie Zusammenarbeit und Kommunikation mit Cloud Computing funktioniert. Welche Hindernisse galt es im Cloud-Projekt zu bewältigen? Was ist auf dem Weg in die Cloud zu beachten und welchen konkreten Nutzen brachte die Einführung der Cloud für die eigenen Geschäftsprozesse? Unter dem Motto „von der Praxis für die Praxis“ stellten sich Unternehmen in ihren Erfahrungsberichten diese Fragen und weitere Fragen. Wie insbesondere Unternehmen von Cloud Computing mit Google profitieren, deren Angestellte viel unterwegs und auf standortunabhängige Zusammenarbeit angewiesen sind, zeigte Lutz Kohler von Google Enterprise in seinem Vortrag. Michael Herkens, Geschäftsführer der CLOUDPILOTS Software & Consulting, erläuterte Beispiele aus der Praxis für effiziente Geschäftsprozesse in der Cloud. Im Anschluss an die Praxisberichte und Key Notes griffen die etwa 40 geladenen IT-Experten in einer offenen Diskussion aktuelle Trends und Themen auf.

Ausblick

In 2014 sind weitere Veranstaltungen geplant, etwa zum Thema „Skalierung mit Cloud Technologien“. Zudem wird an einem Konzept für weitere Trainings für kleine Unternehmen gearbeitet. Dabei ist der Fachbereich stets auf der Suche nach Experten, die an einem regelmäßigen Erfahrungsaustausch oder der Vorstellung eigener Erfahrungsberichte und Praxisbeispiele interessiert sind.

<Dr. Dietmar Georg Wiedemann>



Dr. Dietmar Georg Wiedemann
Leiter Fachbereich Cloud Computing
cloud.computing@bdoa.de

Fachbereich IPTV



Sven Slazenger
Leiter Fachbereich IPTV
sven.slazenger@bdoa.de

Das neue Fernsehen

Viele Diskussionen kreisen derzeit um die Bedeutung von Online Video Angeboten. Meist geht es um Erlösmodelle, die Frage der Monetarisierung und die Verbindung von Klassischem Fernsehen mit Online Video. Fast immer wird dabei übersehen, dass der grundlegende Wandel schon geschehen ist. Die klassischen Fernsehsender sind bereits weit ins Abseits geraten und drohen den Status des Massenmediums zu verlieren. ARD, ZDF, RTL und ProSieben-Sat1 sind – wenn überhaupt – nur noch Transportkanal für Abfallprodukte der neuen Medienhäuser. Die gehören oft gar nicht mehr zu den Fernsehkonzernen, sondern haben diese längst überholt.

Alte Sender für alte Leute

Die klassischen Sender erreichen fast nur noch ältere Menschen. Das Durchschnittsalter der Zuseher der privaten Sender ist inzwischen längst jenseits der 50, das von ARD und ZDF weit jenseits der 60. Werbeerlöse brechen massiv ein. Die Reichweiten sinken. Wer heute die Schüler und Azubis in Deutschland fragt, ob sie einen Fernseher besitzen erhält oft eine negative Antwort. Junge Menschen konsumieren Bewegtbild, aber nicht mehr linear und nicht mehr über das klassische TV Gerät. Notebook, Tablet und Smartphone sind die Geräte der Wahl. Die von den jungen Menschen gewählten Anbieter der so transportierten Inhalte sind meist auch keine klassischen Sender mehr, sondern neue Anbieter, die aus dem Internet entstanden und inzwischen groß geworden sind. Dazu zählen nicht nur Kinoangebote wie Maxdome, sondern auch YouTube, das inzwischen weit mehr als Videos von Katzen liefert und von zahlreichen neuen Medienakteuren als Verbrei-

tungsplattform entdeckt wurde. YouTube verfügt zudem über eine weit größere Reichweite als klassische TV Sender und bietet für gut gemachte Inhalte eine weitaus bessere Refinanzierungsmöglichkeit durch Werbeeinnahmen.

Von der Musik- und Verlagsbranche lernen

Die TV Anstalten scheinen so mit der Konsolidierung ihres Betriebes unter dem Einfluss einbrechender Werbeerlöse zu stehen, dass sie weitgehend blind für die Entwicklungen anderer Branchen sind. Die Musikbranche hat vor Zehn Jahren einen grundlegenden Wandel erlebt. Dank Internet wurde Musik illegal getauscht. CD Verkäufe brauchen ein, die Drohung Raubkopien seien illegal verhallte. Erst als der Verfall der Erlösmodelle nicht mehr aufzuhalten war, reagierte die Branche – getrieben vom Online Pionier Apple – und stellte über iTunes und andere Portale Musiktitel für kleines Geld zur Verfügung. Inzwischen ist die Abo-Flatrate für Musikstreams das Standardmodell. Gute Musik für kleines Geld komfortabel zu konsumieren hat sich als praktischer für die Nutzer erwiesen als lange einzelne Titel im Internet zu suchen und illegal herunterzuladen. Die Umsätze steigen wieder. Neue Geschäftsmodelle sind etabliert.

Die Verlage haben ähnliches erlebt. Viele haben die Schrumpfungskur bereits hinter sich, die den großen TV Sendern noch bevorsteht. Lange wurde bereits mit Online Redaktionen experimentiert, die aber immer nur an die klassischen Redaktionen angedockt waren und selten ernst genommen wurden. Die Axel Springer AG hat als erster erkannt, dass der Konzern kein Verlagshaus mehr sein kann wenn er überleben will, sondern sich in ein Medi-

enhaus der neuen Art verwandeln muss. Inzwischen wurden die Redaktionen radikal umgebaut. Die Tageszeitung ist nur noch Abfallprodukt von Online. Das macht auch Sinn, denn Online ändert sich im Minutentakt, die Printausgabe nur alle 24 Stunden und die WELT am Sonntag nur alle sieben Tage. Die Chefredaktion und die gesamten Ressorts stehen inzwischen hauptsächlich den Onlinern zur Verfügung. Das spiegelt sich auch im Newsroom wider, der komplett umgebaut wurde. 2/3 der Fläche steht den Redakteuren der Onlineausgabe zur Verfügung, das restliche Drittel teilen sich die Redakteure der WELT Druckausgabe und der WELT am Sonntag. Der kulturelle Wandel ist schwierig. Die Onliner sind nicht mehr selbständig, sondern wurden von der klassischen Chefredaktion übernommen und sozusagen entmachtet. Die Printredakteure wiederum mussten ihre wichtige Stellung an die Onliner abgeben. Diese Veränderung in den Köpfen klappt nur, wenn alle von der Geschäftsführung mitgenommen werden. Springer gelingt das, viele andere Verlage sind noch nicht so weit. Bei TV Sendern sucht man diese realistische Sicht der Zukunft und der Veränderung meist noch vergeblich. Zusätzlich hat Deutschland den Standortnachteil der Rundfunkgebühren, die den Wandel des klassischen Fernsehens zumindest bei den öffentlich-rechtlichen Anstalten gar nicht notwendig machen.

Die neuen Akteure

Doch wer sind die neuen Akteure, wer ist das „neue Fernsehen“. Sender ist im Prinzip heute jeder. Dank Internet und der Delinearisierung der Videokonsum steht jedem der Zugang zu den Konsumenten offen. Satelliten und

große Sendeanlagen sind überflüssig. Es gibt zumindest im Moment noch keine neuen Gatekeeper. Aggregatoren wie YouTube und andere entstehen allerdings und professionalisieren sich. Die werden in Zukunft bestimmen, welche Zugangsbarrieren die neuen Sender haben, um ihr Publikum zu erreichen. Letztlich wird aber – wie immer – Angebot und Nachfrage das Programm regeln. Die neuen Akteure sind oft Nischenangebote. Von Horse Media TV bis hin zu FotoTV gibt es zahlreiche Spezialangebote, die bereits über eigene Abomodelle oder YouTube Werbeeinnahmen Geld verdienen und oft schon jetzt schwarze Zahlen schreiben. Axel Springer kauft derzeit wie viele andere bereits gewandelte Medienhäuser verstärkt solche Nischenanbieter ein. Klassische Nachrichtmeldungen sind inzwischen Allgemeingut geworden und frei verfügbar. Spezielle Inhalte, die ansonsten nicht verfügbar sind können in gebündelter Form jedoch ein großes Publikum erreichen. Ob sich diese fragmentierte Welt sinnvoll bündeln und vermarkten lässt testen derzeit zahlreiche Aggregatoren von Nischeninhalten, die Zugriffszahlen bündeln und eine Vermarktung erleichtern. Zumindest einige dieser Aggregatoren gehören inzwischen auch den klassischen TV Anstalten. Vielleicht ist es für einen Wandel der TV Riesen doch noch nicht zu spät.

<Sven Slazenger>





Fachbereich Datensicherheit

Verschlüsseln eine Bürgerpflicht?

Ob das Jahr 2013 als Wendepunkt in Punkto Datenschutz in die Geschichte eingehen wird, lässt sich erst in einigen Jahrzehnten rückblickend entscheiden. Definitiv markiert der Juni des vergangenen Jahres einen Meilenstein im Bewusstwerdungsprozess einer noch jungen digitalen Gesellschaft.

Befürchtet hatten es so manche unter uns, doch die meisten verbannten die Idee als Verschwörungstheorie ins Reich der Legende. Dabei kursierten in IT-Sicherheitskreisen schon seit längerem Hinweise und Belege, dass verschiedentlich Überwachungsaktivitäten stattfinden. Die Enthüllungen Edward Snowdens löschten mit einem Paukenschlag jede auch noch so vage Illusion einer heilen digitalen Welt aus den Köpfen der Internetnutzer. Was dank der Dokumente zutage kam, übertraf in Ausmaß, Systematik und minutiöser Umsetzung selbst die Vorstellungen pessimistischer Sicherheitsexperten.

Rund drei Monate nach Snowdens Enthüllungen gab der berühmte amerikanische Informatiker Phil Zimmermann in der ZEIT ein denkwürdiges Interview, in welchem er

für die allgemeine Verschlüsselung digitaler Nachrichten eintritt. Was den Erfinder der ersten massentauglichen Verschlüsselungssoftware PGP umtreibt, sind jedoch weniger vermeintlich naheliegende, merkantilistische Beweggründe. Zimmermann (59) schätzte schon früh den Wert von Freiheit und Demokratie höher ein als den Gehorsam gegenüber einer unberechenbaren Staatsmacht. Denn wir wissen nicht, welche politischen Gruppierungen in einigen Jahren in den datensammelnden Ländern an der Macht sein werden. Bereits heute ist es möglich, aus den digitalen Spuren eines Menschen ein vollständiges Persönlichkeitsprofil zu erstellen, inkl. politischer Gesinnung, persönlicher Vorlieben, Hobbies etc. Welchen Gebrauch werden Regierungen von den gesammelten Daten vielleicht in Zukunft machen?

Bewusstsein schafft Sicherheit

Die originäre Aufgabe eines Nachrichtendienstes ist es, Daten zu erheben und zu sammeln, um aus der Interpretation dieser Daten Erkenntnisse zu gewinnen, mit deren Hilfe sich militärische, politische oder wirtschaftliche Ziele durchsetzen lassen. Seit den Anschlägen des

11. September 2001 gilt, nicht zuletzt beim größten und mit einem Jahresbudget von ca. 11 Milliarden US \$ finanzstärksten Geheimdienst der Erde, jeder Mensch als potentielle Gefahrenquelle. Das Internet eröffnet technisch gesehen alle Möglichkeiten einer effizienten Flächenüberwachung. Feiern Orwell und Huxley fröhliche Urständ? Oder sind nicht die Datenkraken der Onlinehändler, Suchmaschinen und Social Media Plattformen, nicht zuletzt dank des stupenden Exhibitionismus, mit dem viele Menschen darin Privates oder Intimes preisgeben, die eigentliche Gefahr?

Beides dürfte zutreffend sein. Die Snowden Affäre hat jedenfalls noch einen weiteren, bedenklichen Sachverhalt aufgezeigt: die Unmöglichkeit, in einem Unternehmen mit 40.000 Mitarbeitern den kontrollierten Umgang mit Exa- (10¹⁸), Zetta- (10²¹) und Yottabytes (10²⁴) an – teilweise vertraulichen – Daten zu gewährleisten. Zimmermanns Appell ist daher so einfach wie naheliegend: Bürger, nehmt endlich Eure Verantwortung für Recht, Freiheit und Sicherheit wahr, verschlüsselt Eure privaten Daten! Denn es ist keineswegs erwiesen, dass die prophylaktische Erfassung aller Datenströme tatsächlich das probate Mittel

ist, Sicherheit und Freiheit für die Menschheit zu gewährleisten. Teufel und Beelzebub geben hier die Janusköpfe der Medaille.

Es ist höchste Zeit, dass jeder Einzelne beginnt, das Internet als das zu begreifen, was es ist: ein virtueller Raum, gebildet aus den sich teilweise diametral gegenüberstehenden Interessen von Milliarden von Teilnehmern. Weder gibt es eine Internetpolizei, die alles Böse identifiziert und fernhält, noch eine gütige Mutter Cloud mit Schürze und Haube, die einen mit Stulle und Milch freundlich begrüßt, wenn man wieder einen Datensatz im vermeintlich sicheren Limbo der Netzknoten abgelegt hat. Ob das Internet gut oder böse ist entscheiden ganz alleine wir selbst durch unsere Handlungen. Alle guten und bösen Dinge des Lebens, Zuneigung und Hass, Güte und Neid, Freundlichkeit und Aggression, Ehrlichkeit und Betrug finden sich ebenso im Netz – mit dem entscheidenden Unterschied, dass wir als Teilnehmer jederzeit sichtbar und leicht erreichbar sind. Jeder Mensch und jedes Unternehmen muss daher selbst entscheiden und dafür Sorge tragen, wie exponiert und verletzlich wir sein wollen.



Dr. Peter Schill, CISSP
Leiter Fachbereich Datensicherheit
peter.schill@bdoa.de



Sollten wir also unsere eMails verschlüsseln? Ja, unbedingt. Schließlich ist das Briefgeheimnis ein seit der Aufklärung verbrieftes Grundrecht aller demokratischen Staaten und wir hängen ja auch nicht eine Kopie unserer privaten Post am Schwarzen Brett des Rathauses aus. Reicht das aus? Nein, keineswegs. Als mündige Netzbürger sollten wir stets aufs Neue hinterfragen, welche Informationen wirklich notwendigerweise (mit-)geteilt werden müssen und welche wir nur aus Bequemlichkeit preisgeben. Und es sollten alle sinnvollen, technischen Mittel ausgeschöpft werden, um uns vor Angriffen aus dem Internet zu schützen. Schließlich würden wir auch nicht mehr ohne Gurt und ABS Auto fahren.

Unternehmen in der Pflicht

Was für den Einzelnen gilt, ist für Unternehmen nur umso relevanter. Gerade der innovationsgetriebene deutsche Mittelstand gibt in dieser Hinsicht ein ernüchterndes Bild ab. Ein Großteil der Unternehmen ist weder technisch noch organisatorisch in der Lage, das Thema Cyberdefense stand heute wirkungsvoll anzugehen. eMail-Verschlüsselung? Fehlanzeige. Schaden im Falle von entwendeten Produktideen vor Patenterteilung? Schon heute erheb-

lich, Tendenz steigend. Die meisten Mittelständler setzen noch immer auf perimeterorientierte Sicherheitskonzepte, die bereits seit Jahren als nicht mehr ausreichend gelten. Auch werden Investitionen in die nachgelagerten organisatorischen Prozesse und Ressourcen vernachlässigt. Nicht selten begegnet man einem naiven Glauben an die Wirkmacht eines Sicherheitsprodukts qua Existenz: ich habe ein renommiertes Sicherheitsprodukt gekauft und in mein Firmennetz gestellt, also bin ich sicher. Die Notwendigkeit kontinuierlicher Anpassungen von Konfigurationen und Regelwerken wird gerne ebenso wegdiskutiert wie der notwendige weitere, technische und personelle Ausbau der Sicherheitsinfrastruktur. Angesichts der rasanten Entwicklung der Cyberkriminalität ist ein Status Quo jedoch meist innerhalb weniger Tage Makulatur.

Bei so manchen Verantwortlichen kursiert noch immer die irrije Meinung, es passiere schon nichts, schließlich habe man keinen digitalen Einbruch bemerkt. Diese Haltung ist nur durch konsequentes Negieren der bekannten Fakten erklärbar. Anders als bei einem konventionellen Einbruch, liegt das Erfolgsrezept digitaler Datendiebstähle ja gerade darin, dass die Daten nicht entwendet, sondern nur kopiert

werden. Über 60% aller Vorfälle werden erst Monate später entdeckt .

Auch im Bereich der Provider und Online-Händler sind die Zahlen alarmierend: Gab es 2012 noch einen Datendiebstahl mit mehr als 10 Millionen entwendeter Identitäten, zählten wir 2013 deren acht. Diese Zahlen werfen zugleich ein Streiflicht auf die Tauglichkeit gängiger Zertifizierungen wie beispielsweise PCI-DSS, bei denen im Sinne einer Checkliste das Vorhandensein organisatorischer und technischer Kriterien abgeprüft wird, nicht jedoch deren konkrete Umsetzung.

Und damit schließt sich der Kreis zu Phil Zimmermann und seiner Forderung nach einem geschärften Bewusstsein bei den betroffenen Personen, natürlichen wie juristischen. Wir sollten beginnen, selbst Verantwortung für die Sicherheit unserer Daten zu übernehmen. Investieren wir die Zeit (und als Unternehmen die Ressourcen), um wieder Herr über unsere Daten und deren Verwendung zu werden. Und ja, auch Unternehmen sollten Ihren eMail Verkehr verschlüsseln – wenigstens intern.

Diese und ähnliche Fragen diskutiert der Fachbereich Datensicherheit auch 2014 auf seinen Treffen.

Eine Veranstaltung zum Thema Security Operation Center ist für den Herbst 2014 geplant.

<Dr. Peter Schill>



Fachbereich E-Payment

Der Arbeitskreis E-Payment richtet sich an Fach- und Führungskräfte der Branche, um (Ausbildungs-) Standards zu fördern



Dr. Georg Wittmann
Leiter Fachbereich E-Payment
georg.wittmann@bdoa.de

Das Jahr 2013 stand beim Fachbereich E-Payment im Zeichen von SEPA, Mobile Payment und Innovationen rund um das Thema „Bezahlen“. Dabei stand insbesondere der Erfahrungsaustausch zwischen den Teilnehmern im Vordergrund des Interesses. Dieser erfolgte über regelmäßige Treffen, bei denen aktuelle Entwicklungen des E-Payment vorgestellt und kritisch, kontrovers diskutiert wurden.

Als Fazit lässt sich festhalten, dass auch 2013 im Umfeld des Themas „Payment“ noch vieles in Bewegung ist und noch nicht klar ist, welche Lösungen und Player sich zukünftig durchsetzen werden. Das das Thema SEPA von vielen Unternehmen, trotz seiner Dringlichkeit, völlig unterschätzt wurde war insbesondere Mitte des Jahres zu sehen. Zum Jahresende hin wurde SEPA jedoch von vielen Akteuren deutlich entspannter gesehen, als zu Beginn des Jahres. Jedoch stehen für 2014 schon wieder weitere regulatorischer Themen wie z. B. die Änderung der EU-Zahlungsdiensterichtlinie (PSD II) auf der Agenda.

Beim Bezahlen im Netz und am POS bot das Jahr 2013 zahlreichen Innovationen und neue Marktteilnehmer. Klassischen Bezahlverfahren wie der Rechnungskauf, Kreditkarte, Lastschrift aber auch PayPal und SOFORT Überweisung haben sich im E-Commerce bei Kunden und Online Händler mittlerweile etabliert, während neue und innovative Bezahlformen dagegen, wie zum Beispiel Mobile Bezahlssysteme (mpass) oder auch kanalübergreifenden Lösungen wie Yapital sowie die Bezahlung über Intermediäre wie Amazon Payment oder Google, noch ihren

Fachveranstaltungen:

Insbesondere der BDOA Payment Tag 2013, mit über 40 Teilnehmern, stieß auf großes Interesse. In Wiesbaden beim Mobile-Payment Start-up paj, gab Volkan Özkan, Managing Director paj GmbH, in seinem Vortrag „The amazing World of APIs“ einen Einblick in technologische Lösungsansätze für die digitale Geldbörse. Florian Swoboda, von barzahlen.de / Zerebro Internet GmbH, zeigte dann

wie eine innovative bargeldbasierte Internet-Zahlungsmethode aussehen kann. Aktuelle Entwicklungen rund um das Thema SEPA, stellte dann Dr. Georg Wittmann vor.

Arbeit des Fachbereichs

Einen Schwerpunkt der Fachbereichs-Arbeit bildete die fachliche Unterstützung und Begleitung verschiedener Veranstaltungen zum Thema E-Payment, sei es durch die aktive Übernahme von Vorträgen oder Moderationen, die Beteiligung an Diskussionen oder die Überlassung von Case Studies.

Hervorzuheben ist auch die Unterstützung des E-Commerce-Leitfaden-Projekts (www.ecommerce-leitfaden.de) durch unser fachliches Know-how sowie bei Veranstaltungen und Erhebungen. Die in diesem Rahmen gelebte Kooperation mit ibi research an der Universität Regensburg ermöglichte zahlreiche Kooperationsveranstaltungen, die in Zusammenarbeit mit verschiedenen Kammern in

ganz Deutschland durchgeführt wurden. Die Förderung von wissenschaftlichen Arbeiten, zum Beispiel im Rahmen dieser Kooperation, tragen dazu bei, dem selbstgewählten Anspruch unseres Fachbereichs, die Aus- und Weiterbildung zu unterstützen, auch gerecht zu werden.

Wir freuen uns auch im Jahr 2014 die systematische Aus- und Weiterbildung unserer Branche durch die Arbeit des Fachbereichs E-Payment weiterhin zu prägen und fachlich an vielen Stellen begleiten zu dürfen.

<Dr. Georg Wittmann>





Fachbereich Legal Affairs

Schwerpunkt Social Media

Im Jahr 2013 haben verschiedene rechtliche Themen die digitale Landschaft bewegt und wurden daher auch im Fachbereich Legal Affairs aufgegriffen.

Nachdem das ursprünglich geplante Timing für die Umsetzung der SEPA Regelungen als Deadline den 1. Februar 2014 vorsahen, wurde im vergangenen Jahr mehr oder weniger intensiv an der Umsetzung gearbeitet. Während offenbar die größeren Unternehmen gut und rechtzeitig auf die Umsetzung vorbereitet schienen, war das Thema in kleinen und mittelständischen Unternehmen noch weniger umgesetzt. Dies ist möglicherweise der Komplexität des Themas geschuldet. Denn die Umstellung auf SEPA berührt viele verschiedene Bereiche des Unternehmens und muss daher zentral für das Unternehmen organisiert werden. Die Umstellung der Finanzsoftware wurde dabei im Regelfall als unproblematischer angesehen, als die Anpassung der internen Strukturen. Insbesondere die Zusammenarbeit zwischen IT-Abteilung und der Buchhaltung wurde oft als schwierig angesehen. Der BDOA hat

zusammen mit der IHK München und ibi Research von der Uni Regensburg eine Informationsveranstaltung im Rahmen der Netzblicke Veranstaltungsreihe durchgeführt. Die Verschiebung der Umsetzung auf August 2014 hat hier zu leichter Entspannung geführt. Vor allem bei Unternehmen, die sich auch nach Verschiebung der Deadline auf eine zeitnahe Umsetzung konzentriert haben. Mittlerweile belegen auch die Statistiken, dass die Unternehmen nunmehr gut auf die Umstellung vorbereitet sind.

Ein weiteres sehr wichtiges Thema war für viele Unternehmen die steigende Bedeutung des Datenschutzes. Die Wichtigkeit des Themas ist bei den meisten Unternehmen in der Geschäftsführung angekommen und wird mit dem entsprechenden Nachdruck verfolgt. So haben viele Unternehmen angefangen datenschutzrechtliche Missstände zu beheben. Hierzu wurde die Benennung interner oder externer Datenschutzbeauftragter überprüft, Verfahrensverzeichnisse überarbeitet und Verträge mit Dienstleistern, vor allem im Bereich der Auftragsdatenverarbei-



Stefan Schicker
Leiter Legal Affairs
stefan.schicker@bdoa.de

tung, überprüft und angepasst. Der Hype im Bereich der sozialen Plattformen scheint etwas weniger zu werden, bzw. die problematischen Themen bekannter und nicht mehr ganz neu. Nachdem sich auch die Kundenkommunikation auf mehr und mehr Plattformen verteilt, haben viele Unternehmen wieder angefangen, sich auf den zentralen Bereich des eMail Marketing zu konzentrieren. Oftmals sind eMail Archive sowohl aus technischer als auch aus rechtlicher Sicht nicht auf dem aktuellen Stand. Der Handlungsbedarf wurde erkannt und Vorkehrungen zur Bereinigung getroffen. So haben viele Unternehmen die Einwilligungsprozesse bei der Erhebung von Daten überarbeitet, insbesondere im Bereich der Kundenansprache und bei Newslettern. Denn in der Praxis haben falsche Abläufe im Unternehmen zu erheblichen Problemen mit Abmahnungen und Überprüfungsverfahren geführt.

Auch wurden von einigen Unternehmen bereits im Jahr 2013 erste Vorkehrungen getroffen, um die für 13.06.2014 geplante Umsetzung der Verbraucherrechte-Richtlinie umzusetzen. Die Regelungen sind vor allem für eCom-

merce Unternehmen wichtig, bringen aber auch für den stationären Handel Änderungen mit sich. Der BDOA wird sich 2014 weiter mit dieser Entwicklung beschäftigen.

Falls Sie sich ebenfalls mit den obigen Themen auseinandergesetzt haben und sich mehr Austausch mit Gleichgesinnten gewünscht hätten, laden wir Sie gerne zur Kontaktaufnahme ein. Ebenso, wenn Sie sich mit einem anderen Thema aus dem Bereich IT oder digital Business beschäftigen und Ihre Erfahrungen mit anderen teilen möchten.

<Stefan Schicker>





Internet World und Developer Week

Eine Kooperation mit der Neuen Mediengesellschaft Ulm mbH

Über die Internet World – Die E-Commerce Messe

Die wichtigste deutsche E-Commerce Messe Internet World öffnet am 24. und 25. März 2015 ihre Pforten auf dem Münchner Messegelände. An beiden Tagen präsentieren namhafte Aussteller ihre Produkte und Dienstleistungen. Im Jahr 2015 findet die Messe zum 19. Mal statt. Schwerpunkte der Messe sind E-Commerce, Multichannel, Online Marketing, Logistik, Software, E-Payment, Usability und Social Media. Die Messe wird begleitet von einem umfangreichen Rahmenprogramm: Fachvorträge auf vier Bühnen, Diskussions-Foren, Speed-Networking, Guided Tours, Preisverleihungen u.v.m.

Parallel zur Messe findet ein hochkarätig besetzter Kongress zu den Top-Trends im E-Commerce statt. Praxiserfahrene Referenten namhafter Unternehmen präsentieren den Teilnehmern spannende Vorträge und aktuelle Case Studies in drei parallelen Panels.

Über die Developer Week

Ein weiteres Großevent der Neuen Mediengesellschaft Ulm – Kongresse & Messen ist die vom 14.-17. Juli 2014 stattfindende Developer Week, eine der größten unabhängigen Entwicklerkonferenzen Europas. Die Developer Week bildet das Dach für die etablierten Veranstaltungen DDC (.NET Developer Conference), MDC (Mobile Developer Conference) und WDC (Web Developer Conference).

Unter dem Motto: „3 Konferenzen – 1 Event für alle Softwareentwickler“ bringt die DWX die drei Konferenzen an einem Ort und in einer Woche zusammen. Aus 40 Tracks, 250 Sessions von 150 Referenten können die Teilnehmer ihr persönliches Konferenzprogramm zusammenstellen. Thementracks der Konferenz .NET-Tools, Architektur, Architektur-Praxis, Azure, Craftmanship, Daten, Desktop, Next.NET, Sprachen, Visual Studio, Webarchitekturen, Webentwicklung, Web-Frameworks, ALM, Android, Datenbanken/Datenzugriff, iOS, JavaScript, Responsive Webdesign, Schnittstellen, Websprachen, Cross-Plattform, Mobile Praxis, Mobile-Tools, Node.js, Softskills, Vorgehensmodelle, Windows Phone, Trends.

Am 17. Juli 2014, dem Workshop-Tag, können die Teilnehmer aus insgesamt 10 Workshops zu .NET, Web und Mobile Development wählen.

Während der Konferenz findet eine große Fachausstellung mit 50 Partnern statt. Die Aussteller präsentieren an den drei Konferenztagen ihre Produkte und Dienstleistungen.

Über die Neue Mediengesellschaft Ulm mbH

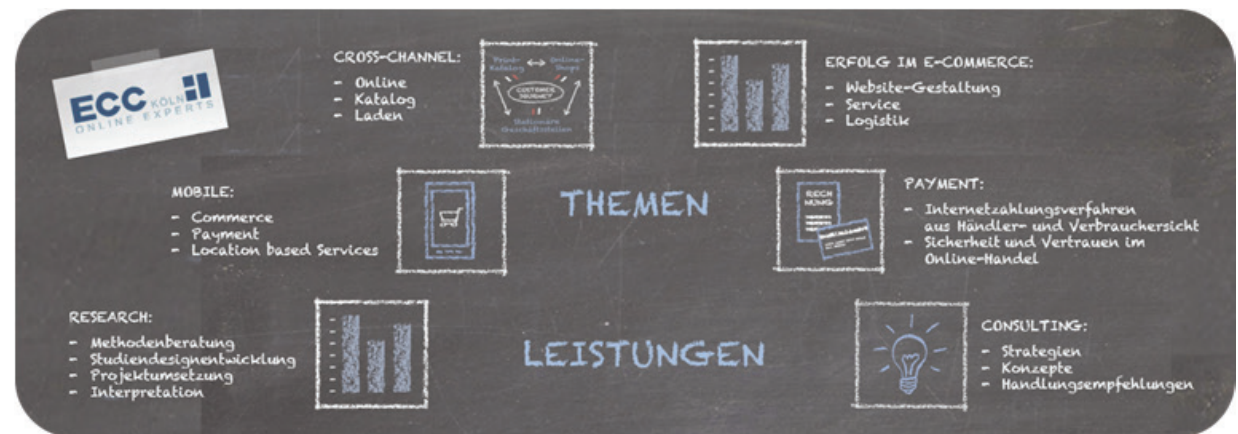
Die Neue Mediengesellschaft Ulm mbH, München und Adliswil/Schweiz, ist ein Medien- und Weiterbildungsunternehmen für die Zielgruppen Internet-Professionals, Software-Entwickler und Telekom-Händler. Diese Zielgruppen werden umfassend bedient mit Messen und Kongressen, Fachzeitschriften und Internet-Angeboten, die profundes Fachwissen, topaktuelle News und wichtige Kontakte liefern. Die Weiterbildungsangebote sind im einzelnen: Internet World – Die E-Commerce Messe, Social Media Conference, Social Media Conference B2B, Mobile Business Conference, Online B2B Conference, Online Marketing Forum, ecommerce conference, Search Conference, online communication conference, DWX – Developer Week, DDC – .NET Developer Conference, WDC – Web Developer Conference, MDC – Mobile Developer Conference und IPDC – iPhone Developer Conference.



Weitere Informationen:
www.internetworld-messe.de
www.developer-week.de

Das E-Commerce-Center (ECC) Köln

Die Online-Experten für Handel und Konsumgüterindustrie



Als Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Praxis bietet das IFH Köln neutrale Analysen und Strategieberatung für Händler, Hersteller und Dienstleister. Das ECC Köln, die Online-Abteilung des Instituts für Handelsforschung, fokussiert dabei bereits seit 1999 den Einfluss des Internets auf die Handelslandschaft.

Die Erfolgsfaktoren des E-Commerce werden in öffentlichkeitswirksamen Studien und individuellen Auftragsprojekten analysiert und die Key-Themen des Online-Handels – von der Webseitengestaltung, über Online-Payment, Services oder Logistik – werden regelmäßig beleuchtet. So können die ECC-Experten stets einschätzen, was Hype und was eine nachhaltige Entwicklung ist. Auch die Digitalisierung des stationären Handels steht im Fokus des ECC

Köln. Entwicklungen im Bereich Mobile Commerce werden dabei genauso in den Kontext eines effizienten Cross-Channel-Managements gesetzt, wie digitale Angebote für den Point of Sale.

Für Händler, Hersteller und Dienstleister bietet das ECC Köln vielfältige Leistungen rund um das Thema E-Commerce – B2C und B2B und in der gesamten D-A-CH-Region. Maßgeschneiderte qualitative und quantitative Analysen, öffentlichkeitswirksame Studien sowie Strategieberatung und Konzepterstellung gehören ebenso zu den Kernleistungen des ECC Köln, wie individuelle Workshops und Vorträge rund um den Online-Handel. Hierfür steht ein schlagkräftiges Team an Experten für einzelne Themen und Branchen im Groß- und Einzelhandel bereit.

Weitere Informationen
www.ecckoeln.de
www.ecckoeln.de/Newsletter

Kooperation: Netzblicke

„Netzblicke“ – Veranstaltungsreihe IHK

Die Veranstaltungsreihe „Netzblicke“ der IHK München und Oberbayern widmet sich aktuellen Themen rund um das Internet. Die Veranstaltungsreihe erfreut sich großer Beliebtheit, an jeder Veranstaltung nehmen im Durchschnitt zwischen 30-130 Besucher teil.

Der BDOA e.V. unterstützt „Netzblicke“ als Projektpartner bei der inhaltlichen Jahresplanung. Außerdem kooperieren wir bei der Durchführung einzelner Abendveranstaltungen:

Fachbereichsleiter des BDOA bereichern die Veranstaltung immer wieder mit interessanten themenbezogenen Beiträgen.

Ziel der BDOA Aktivitäten ist es, ein Weiterbildungsangebot für eine breite Zielgruppe im Segment Mittelstand zu unterstützen und gemeinsam mit der IHK München und Oberbayern bereitzustellen. Ebenso wie alle BDOA Veranstaltungen, sind auch „Netzblicke“ der IHK München kostenlos und frei zugänglich.

2013 fanden Vorträge zu folgenden Themen statt

- Internet-Auftritt und die Balance zwischen Kosten, Anwenderfreundlichkeit und Datensicherheit
- Online-PR
- Internet und Recht
- Social Media Marketing – Ein Anwalt erklärt wie's rechtlich geht
- Mit Wiki-Managementsystemen interne Herausforderungen in Unternehmen
- Besser texten, mehr verkaufen
- Video-Marketing: Nicht nur was für große Unternehmen
- Fotos, Texte, Musik – rechtliche Rahmenbedingungen für Web und Social Media
- SEPA – Was Sie zur Umstellung im August 2014 wissen müssen



Ansprechpartner bei der IHK München:
Bernhard Kux
kux@muenchen.ihk.de

Kontakt beim BDOA e.V.:
Stefan C. Schicker LL.M.
stefan.schicker@bdoa.de

Sven Slazenger
sven.slazenger@bdoa.de

Der Top-Jahreskongress für Handel und Kreditwirtschaft

9. Payment World 2014

Neue Perspektiven für den Zahlungsverkehr

3. und 4. November 2014 | Dorint Pallas Wiesbaden



Payment World

Auch in diesem Jahr bestätigen aktuelle Meldungen aus Brüssel, dass sich der Zahlungsverkehr im stetigen Wandel befindet.

Auf unserer zweitägigen Payment World, am 3. und 4. November in Wiesbaden, erwartet Sie auch 2014 wieder ein hochkarätiges Kongressprogramm:

- Wie werden Händler und Issuer mit der neuen Interchange Lösung umgehen? Werden die Jahresgebühren für Kreditkartennutzer steigen? In wie weit ist mit steigenden Disagien für Akzeptanzstellen zu rechnen und entstehen gar ganz neue Geschäftsmodelle?
- Betrug und immer mehr Schadensfälle – alleine im europäischen Raum sorgen EC- und Kreditkartenmissbrauch jährlich zu Schäden in Milliardenhöhe. Neue Authentisierungsrichtlinien sollen dem entgegenwirken – unsere Bezahlkarten werden künftig mit Hilfe zweier Elemente geschützt die sich aus Wissen, Besitz und biometrischen Eigenschaften ergeben sollen. Doch welche Auswirkungen haben diese neuen Autorisierungsrichtlinien?
- Bitcoin, Dodgecoin und Co. – Überlegungen Kryptowährungen in Payment Prozesse zu implementieren, halten an. Trotz der Pleite der Bitcoin-Börse MtGox Anfang des Jahres überlegt eine französische Supermarktkette ebenso wie eBay sich auf die umstrittene Kryptowährung einzulassen – eine Reise ins Ungewisse?

Dies sind nur einige Themen die wir Ihnen auf der Payment World 2014 präsentieren werden.

Zusammen mit unseren Kooperationspartnern, dem BDOA, dem ECC Köln sowie dem Handelsverband Deutschland freuen wir uns, Ihnen interessante Fachvorträge, spannende Best Practices und innovative Lösungen für die wachsenden Herausforderungen im Payment Markt anbieten zu können.

Nehmen Sie wertvolle Erkenntnisse mit in Ihr Unternehmen, knüpfen Sie neue Kontakte und präsentieren Sie selbst einen Lösungsansatz vor unserem hochkarätigen Publikum.

Wir freuen uns bereits heute Sie auf der 9. Payment World am 3. und 4. Oktober im Dorint Pallas Hotel in Wiesbaden begrüßen zu dürfen.

Melden Sie sich noch heute unter www.managementforum.com/Veranstaltungen/Payment/ an und profitieren Sie bis zum 1. September von unserem Frühbucherspecial. Wir freuen uns Sie im November persönlich in Wiesbaden begrüßen zu dürfen!

<Ihr Management Forum Team>

Weitere Informationen
www.managementforum.com

Bundesweite Initiativen

Der BDOA engagiert sich gerne und häufig auch in Zusammenarbeit mit anderen, meist größeren Verbänden. D.h. Initiativen, die aus unserer Sicht a) wichtig und b) unterstützungswürdig sind sowie c) in unseren Kompetenzbereich passen, tragen wir gerne mit. Durch Größe und Zusammenhalt können alle mehr erreichen. Gemäß dem von Clauswitz'schen Motto: Getrennt marschieren, vereint schlagen.

Dies betrifft in 2012 vor allem den Bemühungen des Deutschen Einzelhandels HDE und der BITKOM, die Online-Lastschrift durch entsprechende Anpassungen des EPC-Regelwerks bei der Umsetzung von SDD in nationales Recht sinnvoll weiterführen zu können. Zahlreiche Konsultationen scheinen darauf hinzudeuten (Stand April 2013), dass die Anfang 2011 gestarteten und in 2012 intensivierten Bemühungen zum Erfolg geführt haben. Weitere BDOA-Gespräche in Brüssel u.a. mit der BITKOM, Mitarbeitern von IBM und Mitgliedern des Europäischen Parlaments waren auf Themen des Datenschutzes und der Zukunft der Auftragsdatenverarbeitung hin ausgerichtet.

Besonders erfreulich hat sich die neue Zusammenarbeit mit der vbw, Vereinigung der Bayrischen Wirtschaft, entwickelt. Durch deren Empfehlung konnte die vom BDOA konzipierte und vom Managementforum der Verlagsgruppe Handelsblatt getragene Veranstaltung CyberCrime2012 weiterentwickelt und mit prominentem Gastwort gestaltet

werden. Wir nehmen an Veranstaltungen des Bayerischen Verbandes für Sicherheit in der Wirtschaft BVSU teil, die ebenfalls Mitglied der vbw ist und engagieren uns zukünftig verstärkt u.a. um das Thema Zukunft der Medien.

Weitere Schwerpunktthemen wurden im persönlichen Gespräch, gemeinsamen Veranstaltungen oder gemeinsamen Veröffentlichungen in 2012 auch mit diesen Institutionen erörtert:

Arbeitsgemeinschaft für wirtschaftliche Verwaltung AWW e.V., Arbeitskreis der EC-cash Netzbetreiber, BDEW Bundesverband der Energie- und Wasserwirtschaft, BDIU Bundesverband Deutscher Inkasso-Unternehmen, BDVZ Bundesverband Deutscher Zeitungsverleger, bvh Bundesverband Versandhandel, BDK Bund Deutscher Kriminalbeamter, Bundesverband IT-Sicherheit Teletrust, Cyber Sicherheitsrat Deutschland, DRV Deutscher Reiseverband, DIHK Deutscher Industrie- und Handelskammertag, Deutschen Fraud Forum DFF, EPSM Verband der Europäischen Zahlungsdiensteanbieter, vatm Verband der Anbieter von Telekommunikations- und Mehrwertdiensten, Verband Deutscher Zeitschriftenverleger VDZ.

Wir bedanken uns bei allen Partnern, auch denen, die wir hier ggf. nicht erwähnt haben, für die vertrauensvolle, wirkungsvolle und im persönlichen Umgang durchgehend erfreulich Zusammenarbeit!





Isarnetz

BDOA unterstützt Münchner Initiative zur Stärkung der Internetwirtschaft

Isarnetz ist der Kristallisationspunkt der digitalen Wirtschaft in der Metropolregion München. Dabei soll die digitale und kreative Szene mit Hochschulen, Forschungseinrichtungen und der Wirtschaft im Raum München vernetzt werden dazu beitragen, der Metropolregion München digitale Zukunftsfelder zu erschließen.

Verschiedene Organisationen und Unternehmen aus der Metropolregion München haben sich zu dieser Initiative Isarnetz zusammengefunden, um gemeinsam die Internetwirtschaft am Standort zu stärken. Die öffentliche Plattform fördert den Austausch und die Vernetzung. Sie schafft Synergieeffekte zwischen allen, die Teil der Internetszene in München und seiner Region sind. Die Initiative wird von Prof. Wolf Gross und Stefan Schicker geleitet und von diversen privaten und öffentlichen Trägern gefördert.

Unter dem Motto „erleben // gestalten // vernetzen“ werden verschiedene Ansätze für den Austausch geschaffen.

Im Rahmen der Münchner Webwoche sowie auf dem Isarcamp haben Unternehmen, Agenturen, Medien, Freelancer, Netzwerke und Initiativen die Möglichkeit sich zu präsentieren. Start-Up oder Global-Player, Designer oder

Programmierer, App-Entwickler oder Social Media Manager – alle können zeigen, wie kompetent, kreativ und innovativ der Internet-Standort München ist.

Zugleich bietet Isarnetz einen Rahmen, den Menschen, Institutionen, Initiativen, Unternehmen und Medien mit Leben füllen. Alle Interessierten sind aufgerufen, die Initiative zu unterstützen.

Isarnetz tritt nicht in Konkurrenz zu bestehenden Netzwerken, Clustern und Initiativen. Im Gegenteil: Isarnetz versteht sich als Plattform über die sich bestehende Netzwerke, Initiativen, Organisationen, Clubs und natürlich auch einzelne Firmen und Personen austauschen und so Synergien nützen können.

Der BDOA hat die tolle Initiative finanziell und durch eine Medienpartnerschaft unterstützt.

Weitere Informationen:
www.isarnetz.com

BDOA – Partner:



Service-Rufnummern (SRN)

- Logische Weiterleitung nach Herkunft und Zeit
- Intelligente Überlaufsteuerung
- Zeitnahe Administration

Neu: Geographische Nummern als SRN:

0221-, 089-, 040-, 0-xxx, usw. mit gleicher Funktionalität

Wir liefern Ihnen attraktive Lösungen

... sicher, flexibel und wirtschaftlich.

01805-

0800-

01802-

telego! GmbH
Mehlbeerenstr. 2
82024 Taufkirchen

info@telego.de
www.telego.de
Tel.: 089/273747-0



Aufnahmeantrag BDOA e.V. per Fax an: 0221-139 750 268

Hiermit beantrage ich die Mitgliedschaft im BDOA e.V. gemäß der aktuellen Satzung, die im Internet unter www.bdoa.de eingesehen werden kann.

Der Mitgliedsbeitrag wird pro angefangenem Kalenderjahr erhoben und beträgt seit dem 01.01.2006:
für Firmen € 250,- p.a.

Nicht kommerzielle Organisationen, öffentliche Träger sowie andere Verbände als Kooperationspartner sind von der Beitragspflicht befreit.

Mitgliedschaft

Firma andere

Name: _____

Firma: _____

Anschrift _____

PLZ/Ort: _____

Tel.: _____

E-Mail: _____

Website: _____

Bei Firmen:

Handelsregisterauszug
ist beigelegt.

Ort: _____

Datum: _____

Unterschrift: _____

Vorstand: Manfred K. Wolff (Vorsitzender), Sven Slazenger (Stellv. Vorsitzender), Stefan C. Schicker (Stellv. Vorsitzender),
Dr. Karsten Stroborn, Johannes F. Sutter

www.bdoa.de