

Jahresbericht 2014/2015



Bundesverband der Dienstleister
für Online-Anbieter e.V.

Inhaltverzeichnis

Ausblick	3
1. Fachbereiche	
1.1 Cloud Computing	4
1.2 Digitales Lernen / E-Learning	6
1.3 Datensicherheit	8
1.4 CyberCrime	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 Initiativen des BDOA e.V	21
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,

die meisten wirtschaftlichen und sozialen Umwälzungen durch vernetzte Anbindung, jederzeit und überall, liegen noch vor uns. Bisher ging es primär um den „E-Commerce“: Kataloge, Zahlverfahren, Logistikketten, Suchfunktionen usw. sind bereits munter optimiert, mobilisiert und werden sich, ja, auch noch weiter entwickeln. Die Konzentration großer Anbieter zeigt jedoch, dass E-Commerce schon eine gewisse „Reife“ erlangt hat. Es funktioniert, es hat bekannte Brands auch bei den Diensten, selbst Oma und Opa machen mit.

Es kommt das Internet der Dinge, d.h. die totale Vernetzung aller Gegenstände und Lokationen um uns herum. Alles ist sofort erreichbar, bewertbar, vergleichbar. Backed-up in der Cloud mit Bestandsdaten und mit Ablauflogiken liegt nur noch die Steuerung, im wahrsten Sinne des Wortes, oberflächlich vor uns. Es kommen neue Dienste, wenn Bandbreite und effiziente Abrechnungsmöglichkeiten es erlauben. Es kommt die Vernetzung bislang noch autonomer Systeme wie Automobile, Hauselektrik und Körpermessgeräte.

Aber wir dürfen uns nicht bequemem, nur weil es um uns herum bequemer wird. Unsere moderne Aufklärung fällt weit zurück, wenn wir unseren Verstand, frei nach Immanuel Kant, nicht mehr ohne die Hilfe eines anderen benutzen können. Wir erhalten die vermeintliche Wahrheit zwar mit digitaler Genauigkeit und Vollständigkeit, jedoch zunehmend nur noch als Schatten an der Wand. Aus der

Cloud gibt es keinen Blick mehr auf ein Original. Freiheit, Vielfalt, individuelle Meinungsäußerung, Gewaltenteilung und Minderheitenschutz müssen wir, die digitalen Vordenker noch mit tiefen Wurzeln in das 20. Jahrhundert hinein, für nachfolgende Generationen mit Umsicht erhalten.

Aus dieser Perspektive mag kommerzieller Erfolg ein probates Mittel darstellen, er darf jedoch nicht das alleinige Ziel unserer Tätigkeit sein.

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 2015 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 in Deutschland angekommen



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

In 2015 werden deutsche Unternehmen laut dem Analystenhaus Crisp Research etwa etwa 10,9 Milliarden EUR in Cloud-Services, Technologien und Integration sowie Cloud-Computing-Beratung investieren. Mehr als 74 Prozent der deutschen Unternehmen befinden sich derzeit in der Phase der aktiven Planung und Implementierung und setzen Cloud-Services und -Technologien im produktiven Betrieb ein. Das ist ein deutliches Zeichen dafür, dass Cloud Computing in Deutschland endgültig angekommen ist.

Beteiligung an der MCTA 2014

Der Fachbereich Cloud Computing beteiligte sich mit einem Vortrag an der 14. Konferenz Mobile Commerce – Technologien, Märkte, Anwendungen (MCTA 2014), die am 12. und 13. Mai in Frankfurt stattfand. Die Präsentation von Dr. Dietmar G. Wiedemann sollte dazu beitragen, dass sich Unternehmen mit Cloud Computing auseinandersetzen und dessen Potenziale für ihr Business erkennen. Aber auch die Risiken wurden diskutiert.

Beteiligung am Lernerlebnistag

Der Lernerlebnistag fand am 22.03.2014 in Feldafing am Starnberger See statt und umfasste ein Rahmenprogramm mit einer Medienspielwiese- und einem Parkur, Impulsvorträge und Workshops für Berufstätige und Privatpersonen.

Neue Medien, insbesondere Smartphone, Tablet und die Cloud wurden unter verschiedenen Perspektiven vermittelt. Dabei konnten die Teilnehmer die effektive, sichere und kreative Nutzung auf vielfältige Art und Weise erfahren. Dr. Dietmar G. Wiedemann diskutierte neben den Grundlagen vor allem Aspekte der Datensicherheit und des Datenschutzes im Cloud Computing.

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 bereits 2013 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. Die Schulung fand auch in 2014 mehrmals statt.

Ausblick

In 2015 sind weitere Veranstaltungen geplant, etwa zum Thema „Internet of Things und die Cloud“. 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 Digitales Lernen / E-Learning

E-Learning im Unternehmen



Sven Slazenger
Leiter Fachbereich Digitales Lernen / E-Learning
sven.slazenger@bdoa.de

E-Learning Technologien im Wandel

Die E-Learning-Technologien sind den Kinderschuhen längst entwachsen. Sie haben die überschwänglichen Hoffnungen der Produktpubertät hinter sich gelassen und beginnen nun, erwachsen zu werden. Das Image der Zauberformel für ein spaßvolles, selbstlaufendes Lernen wurde eingetauscht in ein realistischeres: Das der effizienten Lösung zur Vermittlung von Lerninhalten und Lernzielen.

Weiterbildungspraxis im Unternehmen

Aus der Weiterbildungspraxis von Unternehmen ist der Einsatz von E-Learning nicht mehr wegzudenken. Umfragen zeigen, dass die Mehrzahl der deutschen Unternehmen diesen Schritt bereits gegangen sind und technologisch unterstützte Lehr-Lernprozesse nutzen oder dies planen. Nach Jahrzehnten der Standardisierung und Prozessoptimierung steht jedoch auch hier der Übergang zur Individualisierung und Flexibilität bevor.

Herausforderungen

Manches Mal unterschätzen Unternehmen jedoch die Veränderungen hinsichtlich der Weiterbildungsstruktur und -kultur die auf sie zukommen, wenn sie sich für E-Learning entscheiden. War es früher meistens das Präsenztraining, das Mitarbeiter qualifizierte und die persönlichen Kompetenz entwickelte, so bietet der Technikfortschritt der heutigen Zeit eine Vielfalt von Methoden, Wissen zu erweitern.

Nicht nur der Inhalt zählt

Dennoch müssen die Inhalte didaktisch aufbereitet sein um für Lernende einen direkten Nutzen für ihre Tätigkeit haben. Auch der Spaß am Lernen spielt hierbei eine Rolle. Aber selbst methodisch und didaktisch perfekt geplante und umgesetzte multimediale Lernwelten sind von geringem Nutzen, wenn die Lerner sich darin nicht orientieren können und keine professionelle Hilfe bekommen.

Für das Unternehmen selbst bedeutet es, dass Personalentwicklungskonzepte systematisch inhaltlich und strukturell angepasst werden müssen. Personalentwickler müssen sich ihrer Rolle als Berater im Klaren werden. Sie brauchen ein strategisches Standing innerhalb des Unternehmens um ihre Konzepte umsetzen zu können.

Wandel hin zu adaptiven Lernsystemen

Generell verzeichnet man einen Wandel hin zu adaptiven Lernsystemen. Das heißt, ähnlich wie es bereits für Werbezwecke stattfindet, werden künftig auch Lerninhalte durch Lern-Management-Systeme zunehmend personalisiert werden.

Solche auf Zielgruppen personalisierte Webcastings können dann Betriebs intern über Media Portale verbreitete werden und bieten mittlerweile die Möglichkeit Inhalte sicher und unkompliziert zu verwalten, zu durchsuchen und zu verbreiten. Die individuellen Gestaltungsmöglichkeiten der Media Portale ermöglichen es diese professionell im Corporate Design in die eigene Firmenhomepage einzubinden und Online-Trainings, Marketingvideos oder Corporate TV einfach und sicher zu verbreiten.

Unternehmen können somit nicht nur den passenden Content anbieten, sondern auch Lernpräferenzen berücksichtigen – beispielsweise wann oder ob jemand lieber über Text, Video oder Simulationen lernt.

Lernkultur

Das Umfeld und die Lernkultur in einem Unternehmen spielen eine große Rolle für Erfolg oder Misserfolg von Personalentwicklung.

In vielen Firmen ist das Lernen am Arbeitsplatz nicht vorgesehen. Arbeit und Weiterbildung waren im klassischen Fall getrennt. Weiterbildung fand meistens in Präsenzseminaren, losgelöst vom Arbeitsalltag und außerhalb der Firmen statt. Durch An- und Abreise waren diese Fortbildungen jedoch nicht nur zeit-, sondern auch kostenintensiv.

Umgestaltungsprozesse im Unternehmen...

Mitarbeitern das E-Learning bei konkretem Bedarf zu ermöglichen, bedingt zwar zunächst Umgestaltungsprozesse. Arbeitsplätze müssen mit der entsprechenden Technik auszustatten und Strukturen für die Content Produktion und Verteilung geschaffen werden. Doch der Aufwand lohnt sich – Denn Inhalte können so von einer großen Anzahl von Mitarbeitern zeitlich flexibel und on Demand abgerufen werden.

... und der Inhalte

Hinzu kommt, dass viele der Learn-Management-Systeme gleich passende Statistiken mit liefern, die Einblicke in die Nutzung und den Return-on-Investment bieten. Somit werden nicht nur Erfolg und Misserfolge der Lernenden, sondern auch der Lerninhalte transparent. Sichtbar werdende Schwachstellen der Weiterbildungsmaterialien können schnell korrigiert werden, Entwicklung der Lernenden objektiv beurteilt werden. So könne langfristig wertvolle Ergebnisse für Mitarbeiter und Unternehmen gewonnen werden.

Veränderungen für den Mitarbeiter

Kontinuierliche Weiterbildung und Entwicklung werden immer mehr zum Muss für jeden Mitarbeiter. Neben Teamarbeit und Eigenverantwortung, spielt innerhalb von Unternehmen geistige Flexibilität eine immer größere Rolle. Angestellte müssen einhergehend mit der zunehmenden Technologisierung auch mit den wachsenden Anforderungen mithalten können.

In einer Zeit der Einsparungen entwickelt sich e-Learning für Unternehmen daher immer mehr zu einem Muss. Denn nur gut ausgebildete Mitarbeiter, die sich kontinuierlich weiterbilden können, sind effizient und sparen dem Unternehmen Geld.

Lernen ist auch Arbeit

Zuvor muss jedoch die Haltung, „Lernen ist auch Arbeit“ in Unternehmen selbstverständlich werden, um eine sinnvolle Kombination von Arbeiten und Lernen zu erzielen. Dafür ist allerdings die Unterstützung von Führungskräften und Kollegen erforderlich. Intensives Marketing und Bekanntmachung der neuen Möglichkeiten sind zwingend notwendig, um die Integration von E-Learning-Anwendungen und problemorientiertes Lernen am Arbeitsplatz in einem Unternehmen zu etablieren.

Der neue Fachbereich Digitales Lernen im BDOA widmet sich diesen und vielen weiteren Fragen rund um die Wissensvermittlung in Unternehmen. Besuchen Sie uns gerne auf der Learntec oder an einem unserer Fachbereichstreffen.

<Sven Slazenger>

AN AVERAGE DAY IN AN ENTERPRISE ORGANIZATION

Every **1 min** a host
accesses a malicious website

Every **3 mins** a bot is
communicating with its
command and control center

Every **9 mins** a High Risk
application is being used

Every **10 mins**
a known malware is
being downloaded

Every **27 mins**
an unknown malware is
being downloaded

Every **49 mins**
sensitive data is sent
outside the organization

Every **24h** a host is
infected with a bot

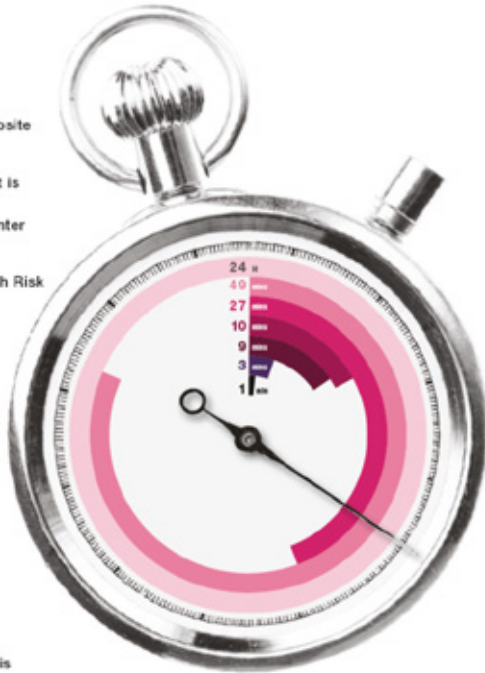


Chart 1-1

Source: Check Point Software Technologies

Fachbereich Datensicherheit

Das Ende der Prävention?

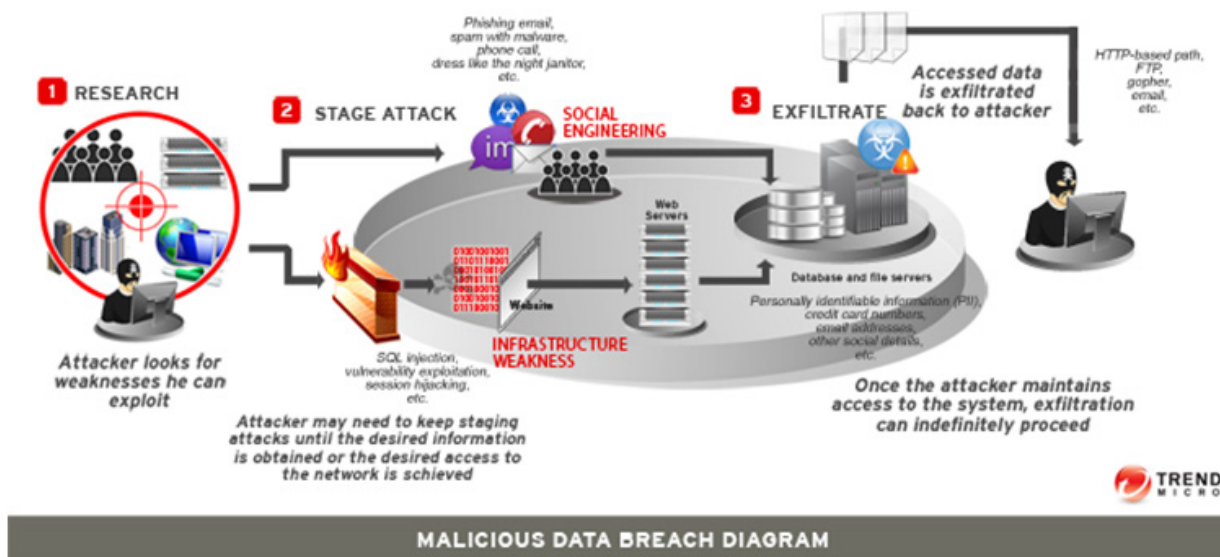
Unser Verständnis von IT-Sicherheit war die letzten Jahrzehnte geprägt durch das Prinzip der Prävention: Je höher die Brandmauer, je fortschrittlicher die Abwehrmaßnahmen, desto sicherer wähnten wir uns. In regelmäßigen Abständen, meist aufgerüttelt von Viren-, Würmer- oder Trojaner-Ausbrüchen mit weltweiten Ausmaßen, versorgten uns die Hersteller von IT-Sicherheitsprodukten mit neuen, schnelleren, intelligenteren und wirkungsvolleren Waffen, die es uns ermöglichen sollten, die Angreifer draußen und unser internes Netz sicher zu halten.

Die Entwicklung der letzten Jahre hat diese lang gehegte Sicherheit ad acta gelegt. Es ist nicht länger die Frage, ob ein Unternehmen gehackt wird, sondern wann. Gerade im innovationsgetriebenen Mittelstand, dem Schatzkästchen der deutschen Industrie, welches einer Untersuchung von GE Capital zufolge knapp 50% aller Patente im Mittelstand der Top-4 EU Nationen hält, ist das Niveau der IT Sicherheit oft auf beklagenswertem Niveau. Obwohl laut einer 2014 erschienenen Studie von PwC lediglich ein Fünftel der befragten mittelständischen Unternehmen angibt, bereits einmal Opfer eines Cyberangriffs gewesen zu sein, gehen renommierte Experten davon aus, dass nahezu jedes Unternehmen schon einmal gehackt wurde. Insider wie der CIO des Deutschen Zentrums für Luft- und Raumfahrttechnik oder der als Sicherheitsberater gesuchte Hacker Felix Lindner, Leiter von Recurity Labs, unterscheiden

Firmen schon längst in zwei Gruppen: solche, die wissen, dass sie gehackt wurden, und solche, die diesen Sachverhalt nicht wahrhaben wollen.

Die Triebfedern hinter der verschärften Bedrohungslage sind einerseits technischer Natur, andererseits haben sich auch Angriffsmuster und die Organisationsstruktur der teils hochmotivierten Angreifer verändert. Auf technischer Seite werden seit zwei bis drei Jahren immer neue Exploits bekannt, die schwerwiegende, teils mehrere Jahre alte Sicherheitslücken in Infrastruktur-Stacks oder Bibliotheken ausnutzen – man denke nur an Heartbleed, Shellshock & Co. Darüberhinaus hat die zunehmende Professionalisierung des CyberCrime-Geschäfts dazu geführt, dass das Know-How des Malwarebauens in einer bislang nie gekannten Tiefe und Breite für Jedermann verfügbar ist. Von Bauanleitungen über Best-Practise Tipps bis hin zu Firmen, die Malware mit Supportvertrag und Updategarantie anbieten. Die Anzahl neuer Malware hat sich den Auswertungen des renommierten Testlabors AV-Test zufolge während der letzten zwölf Monate bei 12 Millionen Samples pro Monat eingependelt.

Auf Seiten der Angreifer ist nicht zuletzt seit den Snowden-Enthüllungen öffentlich geworden, was zuvor nur im Verborgenen gedieh: die massive, politisch motivierte Cyberkriminalität von Staaten und Volkswirtschaftslobby-



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

isten. Die neue Form des CyberCrime ist nicht mehr ein Schuss mit der Schrotflinte oder ein auf gut Glück ausgeworfenes Schleppnetz im Datenmeer – wir haben es mit gezielten, minutiös ausgearbeiteten Angriffen zu tun, die Ihr Opfer durch eine mehrstufige, oft über einen längeren Zeitraum ablaufende Attacke zur Strecke bringen. Das in der ersten Angriffswelle häufig verwendete Spear

Phishing ist eher einem versierten Angler vergleichbar, als dem auf Zufallstreffer ausgerichteten Vorgehen früherer Bösewichte.

Besonders brisant ist die Lage vor dem Hintergrund der gerade Fahrt aufnehmenden Digitalisierung von Produktionsprozessen, öffentlichen Infrastrukturen – man denke nur an Smart Grid und Smart City – sowie der Vernetzung

Art von Aktivitäten von Systemen ausgehen bzw. bei ihnen ankommen. Diese Rohdaten müssen korreliert und aggregiert werden, bevor sie überhaupt ausgewertet werden können – in großen Unternehmen kommen leicht viele Gigabyte bis hinzu Terrabyte an Daten pro Tag zusammen. Anhand eines vordefinierten Regelwerks, das beschreibt welche Aktionen im Unternehmenskontext wahrscheinlich (erlaubt) und welche unerwartet (verdächtig) sind, müssen diese Daten ausgewertet und bewertet werden. Der komplette Vorgang bis zu dieser Stelle ist automatisiert, da die Menge an Daten von Menschen gar nicht mehr sinnvoll verarbeitet werden kann. Liegen die aufbereiteten Daten aus dem SIEM System vor, treffen ausgebildete Experten Entscheidungen, wie diese zu interpretieren sind: Ist eine mehrfache Fehlanmeldung eines Nutzers ein Indiz für einen Angriffsversuch oder hat sich der Kollege einfach nur vertippt – finden die Anmeldeversuche innerhalb weniger Minuten von unterschiedlichen Geolokationen statt, ist wohl mit einem Angriff zu rechnen, etc.

Diese Prozesskette stellt den ersten Baustein eines sogenannten Security Operations Center (SOC) dar. An die Sensorik und die Auswertung der gesammelten Daten schließen sich darin weitere Schritte zur Eindämmung eines Angriffs, zur forensischen Analyse und Schadensbeseitigung an. Zusammengefasst werden diese unter dem Begriff Incident Response.

Der Aufwand eines eigenen SOC rechnet sich nicht für jedes Unternehmen. Schon heute gibt es Anbieter, die vor allem die automatisierten Teile der Prozesskette als

Dienstleistung anbieten. Unternehmen werden sich jedoch künftig der Aufgabe stellen müssen, für die Bekämpfung von Cybergefahren zusätzliche, speziell ausgebildete Ressourcen vorzuhalten – wenigstens auf der Entscheidungsebene. Im Interesse einer wirkungsvollen Sicherung geschäftskritischer Daten sowie des weiteren, wirtschaftlichen Erfolgs wird an einem effizienten Incident Response Prozess jedoch kein Weg vorbeiführen.

Fazit: Präventiv und Reaktiv = Effektiv und Effizient

In Summe bedeutet dies für alle Firmen ein erhöhter Aufwand für IT-Sicherheitsmaßnahmen. Ein Verzicht auf präventive Schritte ist schon deshalb unsinnig, weil dieser die Anzahl der Vorfälle, ebenso wie die Menge der zu analysierenden Daten exponentiell erhöhen würde. Da präventive Techniken heute aber einen erfolgreichen Angriff nicht mehr sicher verhindern können, müssen zusätzliche Maßnahmen ergriffen und entsprechende Systeme betrieben werden. Der Lohn für diese Anstrengung ist in jedem Fall ein besseres Verständnis darüber, wie sensitive Daten innerhalb und außerhalb des Unternehmens bewegt werden und, gerade bei innovationsgetriebenen Firmen, ein wirkungsvoller Schutz ihres geistigen Eigentums – nicht erst, wenn Konkurrenten in Fernost oder USA die Anmeldung eines Patents um einige Wochen unterlaufen haben.

<Dr. Peter Schill>

Fachbereich CyberCrime

CyberCrime, das Top-Thema des letzten Jahres



Christian Strenge
Leiter Fachbereich CyberCrime
christian.strenge@bdoa.de

Seit Edward Snowden mit seiner Veröffentlichung der NSA-Dokumente begonnen hat, ist nicht nur die Fachpresse auf das Thema CyberCrime aufmerksam geworden. Inzwischen reihen sich in die sukzessiven Veröffentlichungen der Snowden-Dokumente auch die alltäglichen „Hacker-Meldungen“ in die Tagespresse ein. Wenn auch diese Meldungen meistens verzerrt und ungenau dargestellt werden, ist das Thema aus der Tagespresse hierzulande nicht mehr wegzudenken.

Trotz immer neuer Enthüllungen und bestätigter Sicherheitslücken ist nach wie vor die Vorsorge der Masse der gewerblichen Website-Betreiber hinsichtlich Sicherheits- und Datenschutzvorhaben mangelhaft. Die Website-Betreiber führen in vielen Fällen nicht einmal die einfachsten Sicherheitsmaßnahmen durch, wie etwa das Einspielen von Updates und das Ändern von Standardpasswörtern. Häufig werden die Betreiber auch durch lapidare Sicherheitsaussagen ihrer Website-Administratoren beruhigt,

ohne dass die nötige Sensibilität für Sicherheits- und Datenschutzthemen erkannt wird. Ebenso erlebt man Überraschungen, wenn man nach entsprechenden Sicherheits- und Datenschutz-Konzepten fragt.*

Nicht nur die Presse, auch die öffentlichen Institutionen reagieren. So beleuchtete der Münchner Sicherheitsgipfel in einem eigenen Summit CyberCrime Szenarien. Hochkarätig-besetzte Konferenzen zur Cyber Security häufen sich im In- und Ausland. Im europäischen Raum entstehen an Universitäten sogar Studienfächer speziell zur Cyber Security.

Ein Blick zurück, ein Blick nach vorn – die Aktivitäten des Fachbereichs CyberCrime

Das Jahr 2014 war durch eine Konsolidierung der Mitgliederstruktur gezeichnet. Im Fokus stand vor allem die Pflege und Verwaltung der Xing-Gruppe CyberCrime. Die

Gruppe weist aktuell über 850 Mitglieder auf. Die Mitglieder posten fast wöchentlich werthaltige Informationen zu Datenschutz und Datensicherheit und tauschen sich interaktiv aus. Als nächster Schritt sollen die Diskussionen gesteuert vom Fachbereich unterstützt werden.

In 2015 wird der Fachbereich CyberCrime Events in Form von lokalen Afterwork-Stammtischen organisieren. Hierzu werden im Vorfeld aktuelle Themen erarbeitet, die dann am Abend in einem offenen Forum diskutiert werden. Diese Afterwork Events sollen die Mitgliederstruktur stärken und die inaktiven Mitglieder aktivieren.

<Christian Strenge>

* Ergebnisse einer nicht repräsentativen Umfrage und Erfahrungsberichten in der täglichen Projektarbeit.



Fachbereich Legal Affairs



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

Im Jahr 2014 mussten sich Online-Händler auf die größte Gesetzesänderung seit der Schuldrechtsreform einstellen. Mit der Umsetzung der Verbraucherrechterichtlinie in das deutsche Gesetzessystem wurden zum ersten Mal flächendeckend der Ansatz der Vollharmonisierung verfolgt. Für international tätige Online-Händler ist dies grds. ein großer Fortschritt, denn in allen Mitgliedsstaaten der EU sollte dann eine vergleichbare Rechtsgrundlage herrschen. Die Neuerungen der Verbraucherrechte beschränkt sich bei dieser Umsetzung jedoch nicht nur auf Änderungen im Online-Bereich, sondern auch der stationäre Handel ist davon betroffen. So gibt es nunmehr viele neue (kleine) Informationspflichten, weitreichende Änderungen im Bereich des Widerrufsrechts sowie im Bereich der Zahlungsmittel, des Ablaufs von Bestellvorgängen und Lieferfristen. Nach unserer Einschätzung sind die Änderungen in der Praxis in Teilbereichen noch nicht flächendeckend umgesetzt, viele Details fehlen und müssen noch angepasst werden. Die wichtigsten Punkte wurden jedoch vielfach umgesetzt. Insbesondere in Bezug auf die Gestaltung der Buttons für den Abschluss des Bestellvorgangs hatte

Deutschland einen Vorsprung, nachdem die Button-Lösung schon einige Jahre vorher umgesetzt war.

Insgesamt sehen wir viele neue Geschäftsmodelle auch im Online-Handel. Neben den „klassischen“ Online-Shops nehmen mehr und mehr Plattformen den Dienst auf, die direkt Händler mit Kunden verbinden. So können sich einerseits Shops bei einer Plattform registrieren und Waren oder Dienstleistungen anbieten und andererseits Kunden auf diese Angebote zugreifen. Zudem bieten viele Plattformen eine Kombination aus Online- und Offline-Angeboten. So können Waren z.B. auf einer Internet-Plattform gekauft werden, die Abholung erfolgt dann aber z.B. im Laden um die Ecke. In diesem Zusammenhang stellen sich aus rechtlicher Sicht viele Fragen: zunächst, wer Vertragspartner des Kunden wird (die Plattform selbst oder der jeweilige Händler?), weiterhin wie die Bezahlung laufen soll (kann die Plattform selbst das Geld einziehen, oder muss dies z.B. über einen Zahlungsdienstleister erfolgen) und schließlich muss die Logistik und Retouren-Management geklärt sein.

Aus globaler Sicht gesehen scheint sich das Geschäft „von Westen nach Osten“ zu entwickeln. Bei zahlreichen Gesprächen mit eCommerce Unternehmen und Anwaltskollegen aus dem Ausland hat sich herausgestellt, dass viele Geschäftsideen im Westen der USA entstehen. Wenn sie dort erfolgreich sind, folgt als erster Schritt in Ausland die Erweiterung nach England. Vor dort aus wird der Schritt auf das Europäische Festland vorbereitet. Der Prozess dauert meist einige Jahre, so dass man aus deutscher Sicht viele Entwicklungen bereits absehen kann. In einer sich schnell ändernden Digitalen Landschaft durchaus ein Vorteil. Man kann derzeit einen starken Anstieg an Dienstleistern aus dem Fintech Bereich erkennen, die Vermarktung von Medien-Content nimmt zu und der Bereich Fashion und Luxury Goods ist immer mehr im Internet zu finden. Auch der Bereich der Wearables, vor allem auch Fashion mit Wearable Technologie wird uns in der nächsten Zeit sicherlich einige Neuigkeiten und rechtliche Fragestellungen liefern.

<Stefan Schicker>





Internet World und Developer Week

Eine Kooperation mit der Neuen Mediengesellschaft Ulm mbH

Über die Internet World – Die E-Commerce Messe

Die die führende E-Commerce Messe in Europa „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, Verleihung des E-Commerce Awards „Start-Up mit Zukunft“ u.v.m.

Ein besonderer Schwerpunkt der Messe wird 2015 auf der Verknüpfung von digitalem und stationärem Handel liegen. Aufgrund des hohen Informationsbedarfs wird die Messe den sogenannten „Internet World Shop“ einrichten, der als Showroom für Jedermann zum Anfassen konzipiert ist und crossmediale Technologien für den Einsatz am Point of Sale darstellen wird. Hier können die Messebesucher die neuesten Technologien und Ideen ausprobieren, sich austauschen, Erfahrungen weitergeben und Ideen sammeln.

Der Start-Up Treff- die Plattform für Start-Ups und zukünftige Jung-Unternehmer zum Austausch mit Experten ist ein weiteres Highlight der Messe. Neben einer kleinen Vortragsbühne, auf der bereits erfolgreiche Gründer Rede und Antwort stehen, gibt es zahlreiche Experten, die Stolpersteine der Unternehmensgründung aufzeigen und praktische Tipps geben. Jeder Gründer kann sich dort die wichtigsten Informationen holen und sich zu verschiedenen Themen beraten lassen:

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 15.-18. Juni 2015 stattfindende Developer Week, eine der größten unabhängigen Entwicklerkonferenzen Europas. Die Konferenz für .NET-, Web- und Mobile-Entwickler bietet an vier Tagen 250 Sessions, 40 Tracks, 200 Speaker, 10 Workshops uvm.

Renommierte Experten präsentieren die neuesten Technologien und elementaren Grundlagen – aus der Praxis für die alltägliche Praxis. Workshops vertiefen das neu gewonnene Wissen, Abendveranstaltungen in lockerer Atmosphäre bieten Gelegenheit zum Erfahrungs- und Meinungsaustausch. Die DWX richtet sich an Entwickler von Web-Applikationen, Content- und Online-Manager, Agenturen und Webmaster, .NET, Visual Basic, C++, VBA Softwareentwickler und Mobile-Entwickler.

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

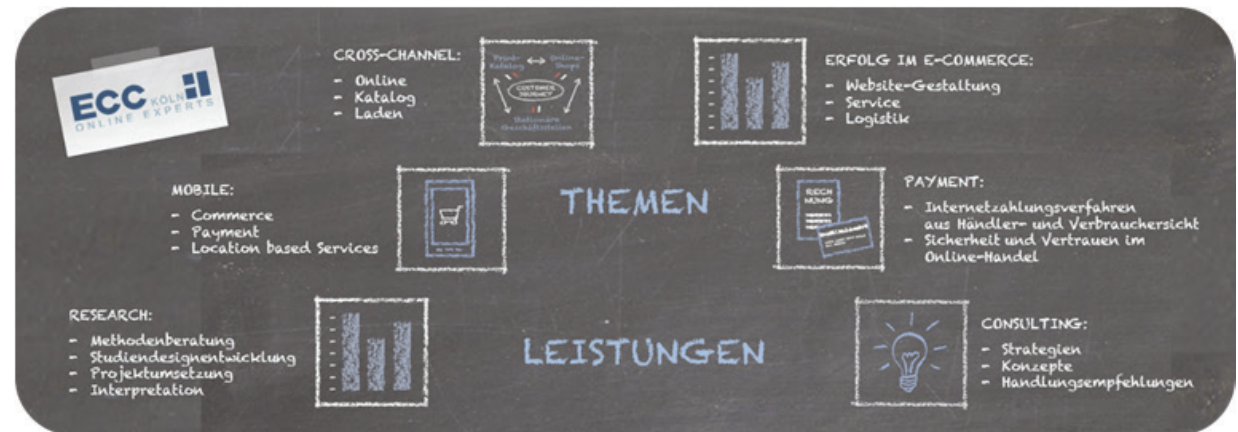
Über die Neue Mediengesellschaft Ulm mbH

Die Neue Mediengesellschaft Ulm mbH, München und Adliswil/Schweiz, ist ein Medien- und Weiterbildungsunternehmen für die Zielgruppen Internet-Professionals, Software-Entwickler und Telekommunikations-Fachhändler. 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, , Online B2B Conference, Online Marketing Forum, ecommerce conference, SMART DATA Summit, Search Conference, , DWX – Developer Week, DDC – .NET Developer Conference. Die Neue Mediengesellschaft Ulm – Kongresse und Messen blickt auf eine langjährige und erfolgreiche Zusammenarbeit mit dem BDOA zurück. Der BDOA unterstützt regelmäßig die Veranstaltungen als Kooperationspartner, bspw. die Internet World 2015.

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

Das E-Commerce-Center (ECC) Köln

Die Experten für Handel im digitalen Zeitalter



Das ECC Köln ist erster Ansprechpartner für Analysen und Strategieberatung rund um Trends und Entwicklungen in der digitalen Handelswelt. Als Schnittstelle zwischen Wissenschaft und Praxis bietet das IFH Köln neutrale Analysen und Strategieberatung für Händler, Hersteller und Dienstleister.

Die Erfolgsfaktoren des E-Commerce werden in öffentlichkeitswirksamen Studien und individuellen Auftragsprojekten analysiert und die Key-Themen des Online-Handels – von der Websitegestaltung, 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.

2014 fanden Vorträge zu folgenden Themen statt

- Onlineshop als integraler Bestandteil der Unternehmensstrategie
- Multichannel-Handel der Zukunft - Wie mache ich mein stationäres Geschäft online-tauglich?
- Crowdfunding - Finanzierungspotenzial für Mittelstand und Start-ups?
- Erfolgreicher eCommerce in der Praxis - ein Leitfaden für (angehende) Online-Shop-Betreiber ausforderungen in Unternehmen
- iBeacons – Neue Möglichkeiten für den POS
- Neue Domain-Endungen: Über Wahlfreiheit und Entscheidungsdruck
- How-to Guide: Erfolgreiche Online-PR für mein Start-up
- Marketing mit Multiplikatoren - Wie Blogger Relations erfolgreich funktionieren



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

30. Juni bis 1. Juli 2015 – Hilton Hotel Mainz

Jahreskongress Digital Marketing 2015

Jahreskongress Digital Marketing

Eine Veranstaltung des Management Forums

Auf dem Jahreskongress „Digital Marketing 2015“ am 30. Juni und 1. Juli in Mainz treffen sich branchenübergreifend die Entscheider aus Online-, Mobile- und Social Media-Marketing um gemeinsam über die neuesten Trends und Schlüsselfaktoren für digitale Marketing Excellence zu diskutieren. Das hochkarätige besetzte Kongressprogramm, mit Top-Referenten aus Wissenschaft, Markenartikelindustrie, Kreativagenturen, (Online-) Handel, Technologieunternehmen, Medienhäusern, Beratung, Touristik und Dienstleistung, garantiert Ihnen praxisorientierten Wissenstransfer auf höchstem Niveau. Unsere Experten zeigen Ihnen anhand zahlreicher Best Practice Beispiele, welche Strategien digitalen Marketingerfolg versprechen und welche Lösungsansätze sich auch auf Ihr Unternehmen anwenden lassen. Nutzen Sie außerdem die Gelegenheit zum Networking und Besuch der kongressbegleitenden Fachaussstellung.

Über das Management Forum

Das Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH ist einer der führenden Anbieter von Veranstaltungen für den Handel und die Konsumgüterindustrie. Das Motto von Management Forum ist „Excellence in Business Information“ und steht für Top-Informationen, exzellentes Fachwissen und Networking-Möglichkeiten für Teilnehmer aus Handel, Industrie und Dienstleistung. Durch die enge Zusammenarbeit mit den Gesellschaftern und Partnern garantieren die Events von Management Forum aktuelle Branchennews und Fachinformationen aus erster Hand und gelten als die führenden Events der jeweiligen Branche. Management Forum der Verlagsgruppe Handelsblatt GmbH veranstaltet ca. 30 Kongresse/Kongressmessen pro Jahr.

Weitere Informationen
www.managementforum.com

Initiativen des BDOA

Colloquium-Privatissime.de

ermöglicht besondere persönliche Gespräche an besonderen Locations. Wir verstehen dies als Brücke zwischen Alt und Jung, Erfahrung und Erkundung. Diese App informiert über aktuelle und bisherige Treffen.

Unsere Gespräche ermöglichen eine Bestimmung des eigenen Weges von Nachwuchskräften und engagierten Junior(inn)en. Sie fördern Aufgeschlossenheit, Toleranz und Engagement. Sie bieten die Chance, außergewöhnliche Menschen aus der Nähe kennen zu lernen und Anregungen für die eigene Weiterentwicklung zu gewinnen. Unsere Veranstaltungen sind nicht-öffentlich und nicht-kommerziell. Die Teilnahme ist personenbezogen und nicht übertragbar.

Privatissime bedeutet, dass die Gesprächsinhalte vertraulich bleiben. Nach 2-3 Stunden Gespräch gehen alle den eigenen Weg wieder weiter.

Elektronisches Zentralbankgeld, der „Digitale Euro“

Bereits seit 2005 arbeitet der BDOA e.V. an einem Konzept, das nach Scheinen und Münzen auch elektronische Digits als dritten „Aggregatzustand“ des Bargeldes ermöglichen soll. 2008 und 2009 gab es dazu zusammen mit dem HDE, bevh, Eurocommerce und der Kanzlei GSK Stockmann auch eine Präsentation durch den BDOA bei der EZB. Die handelnden Personen der EZB gaben dem BDOA zwar in der Analyse und den Schlussfolgerungen Recht, sahen jedoch daraus noch keine eigene Handlungsnotwendigkeit. Ziel wäre es, die bisher rein privatwirtschaftlich organisierte digitale direkte Zahlungslandschaft auch durch EZB-Standards oder die eigene Herausgabe von Euro-Digits zu gestalten. Die bisher übliche a) umfangreiche Erhebung personenbezogener Daten bei Zahlungsvorgängen sowie die b) Kontrolle M1-ähnlicher Geldmengen außerhalb des Einflussbereiches der EZB könnten damit verringert werden. Der BDOA hält vor allem letzteres für dringend geboten. Denn eine Volkswirtschaft, die ihre Geldwirtschaft nicht mehr komplett kontrolliert, verliere damit unseres Erachtens schon mittelfristig auch Einfluss bei der Gestaltung von Politik und Lebensverhältnissen.



Weitere Informationen
www.colloquium-privatissime.de

Weitere Informationen:
www.protected-it.de

Lane Based Road Pricing, LBRP

Mithilfe digitaler Unterstützung ist eine fahrspurabhängige Straßenbenutzungsgebühr (LBRP, lane based road pricing) aus Sicht des BDOA sinnvoller, als pauschale Abgaben in diesem Bereich. Das Konzept stellte der BDOA bereits 2004 erstmals vor, aktuell wird es wieder überarbeitet.

Grundgedanke ist, dass die Straßennutzer (primär Autobahn) durch Anreiz dazu angehalten sind, rechts zu fahren und die linken Spuren für schneller Fahrzeuge eher frei zu lassen. D.h. es handelt sich im besten ordoliberalen Sinn um zielführende Rahmenbedingungen für die Verkehrsteilnehmer anstelle interventionistischer Eingriffe. Wenn z.B. die linke Spur 4 Cent/km kostet, die mittlere 2 Cent/km und die rechte wäre free-of-charge, dann würde das den Verkehrsfluss erheblich verbessern. Grundkonzept: Eilige Verkehrsteilnehmer würden über Gebühren die Straßennutzung der übrigen Verkehrsteilnehmer so mit finanzieren. Übergangsregelungen für Überholvorgänge (z.B. jeweils 800m free-of-charge auf jeder Spur) sowie für Staus. Die Abrechnung könnte über Online Payment und GPRS Systeme bereits heute problemlos abgewickelt werden. Durch „pay-as-you-go“ würden auch keine personenbezogenen Daten erfasst, d.h. mit Zahlungseingang würden alle Daten des Nutzers unwiederbringlich gelöscht. Den Nachweis hat allein der Nutzer und kann ihn, falls keine Kontrollen erfolgen, durch Voreinstellung automatisch beim Verlassen der Autobahn selber wieder löschen.

IT-Sicherheitscheck light“ zum Einstieg auch für Nicht-Fachleute

Die Bedrohung durch Cyberangriffe nimmt ständig zu. Jede Organisation, ob Firma, Verband, Behörde oder Freiberufler, muß regelmäßig Vorsorge treffen. Der BDOA hat deshalb durch das mit ihm fachlich direkt verbundene „BDOA Institut für eCommerce, IT-Sicherheit, Zertifizierung, Weiterbildung und Dokumentation GmbH“, kurz BDOAi, einen eigenen Schnellcheck entwickelt, der bereits durch Ausfüllen der Fragen eine massiv weiterbildende Funktion hat. Wer dieses Siegel dann auch in der Website oder gegenüber Datenschützern, Lieferanten und Kunden führen möchte, kann es sich gegen geringe Gebühr für Website, Besprechungszimmer, usw. optisch und haptisch ausstellen lassen. Ziel ist es, die UMSICHT und VORSICHT zu fördern.

BDOA – Partner:



BDOAi

Das BDOA Institut für E-Commerce, IT-Sicherheit, Zertifizierung, Weiterbildung und Dokumentation GmbH, kurz BDOAi, entwickelt digitale Branchenlösungen im Auftrag von Verbänden, Forschungseinrichtungen und Firmen.

>> www.bdoai.de



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