

Guten Tag liebe Leserin, lieber Leser,

wir freuen uns Ihnen eine weitere Ausgabe der anyWARE kompakt pünktlich zur zweiten Teilnahme an der Mainzer IT_kom zu präsentieren.

Nicht nur politisch betrachtet, ist das Thema Sicherheit in aller Munde – auch bei den Informationstechnologien macht es sich zunehmend breit. Die Zeichen dieser Ausgabe sowie der diesjährigen IT_kom stehen deshalb bei anyWARE alle auf den Themen „Datenschutz, Datensicherheit und Kundenmanagement Dynamics CRM 3.0 von Microsoft“.

Alles eine Frage der Qualität:

Die Frage über Qualität der Kundendatenbank und der Netzwerke bei der Sicherung des Unternehmens-Know-how wird Ihnen hier beantwortet. Wie Sie Schwachstellen in der Systemsicherheit kostengünstig aufdecken und beheben können ebenso.

Gewinnen Sie einen Einblick in den Bereich Datenschutz und Datensicherheit. Lassen Sie uns durch die Erhöhung der IT-Sicherheit Ihr Unternehmen sicherer machen.

Ihr

Rudolf Braun
Vorstand

Michael Steinfartz
Vorstand

Inhalt:

Chefsache: Betrieblicher Datenschutz - Gesetzliche Pflicht oder unternehmerische Kür!

Aus der Rubrik „Wissen für die Wirtschaft“: Kundenbeziehungsmanagement – als ganzheitliche Unternehmensführung

Unerwartete Schläge verletzen Firmennetzwerke – Schwachstellenanalyse zur Verstärkung Ihrer Unternehmensqualität

Microsoft Dynamics CRM 3.0 stellt sich vor

Mitarbeiter der anyWARE AG stellen sich vor - Datenschutzbeauftragter Ihres Vertrauens

Impressum

Chefsache: Betrieblicher Datenschutz - Gesetzliche Pflicht oder unternehmerische Kür!

Warum informieren wir Sie nachfolgend zum Thema „Datenschutz“? Seit 2006 sind alle Übergangsfristen zur Umsetzung des Bundesdatenschutzgesetzes (BDSG) abgelaufen und Unternehmen werden seitens der Behörden immer häufiger auf die Einhaltung dieser Vorschriften hin überprüft.

Wann gilt das Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) und was soll geschützt werden?

Das BDSG regelt den Umgang von Unternehmen und Behörden mit Informationen über natürliche Personen* und deren „Recht auf informationelle Selbstbestimmung“.

Insofern geht jede Datenschutzgesetzgebung in Deutschland auf Artikel 1 des Grundgesetzes zurück: „Die Würde des Menschen ist unantastbar.“

Alle Unternehmen, die nun personenbezogene Daten* von natürlichen Personen (Personal-, Kunden- und Lieferantendaten) automatisiert erheben, verarbeiten und nutzen, müssen sich dem obigen Grundsatz stellen. Somit gilt das BDSG grundsätzlich immer - vor allem dann, wenn im Geschäftsverkehr mit Daten des Einzelnen IT-mäßig umgegangen wird.

Ausnahme: Juristische Personen* sind vom Datenschutz ausgenommen.

Was passiert, wenn die Richtlinien des BDSG nicht eingehalten werden?

Dass „Unwissenheit nicht vor Strafe

schützt“ ist eine nicht immer haltbare Binsenweisheit, trifft aber auf die Rechtslage in Bezug auf die Umsetzung des BDSG leider nicht zu! Je nach Verstoß können Bußgelder verhängt werden, doch wesentlich gravierender sind Imageverluste oder gar schlechtere Einstufungen im Rahmen von Kreditvergaben gemäß Basel-II-Bewertung.

Glossar

Natürliche Person, juristische Personen:

Die Begriffe lassen sich am besten zusammen wie folgt erläutern: Eine natürliche Person, ist jeder einzelne Mensch in seiner Rolle als Rechtssubjekt, d. h. als Träger von Rechten und Pflichten. Juristische Personen sind bestimmte Unternehmensformen wie Aktiengesellschaften und Gesellschaften mit beschränkter Haftung. Eine Aktiengesellschaft hat beispielsweise neben der Hauptversammlung und dem Aufsichtsrat als Organ den Vorstand, der durch natürliche Personen gebildet wird. Sie fungieren in ihrer Aufgabe jedoch für die juristische Person (für die AG).

Personenbezogene Daten:

Das sind z. B. Name, Anschrift, Geburtsdatum, Leistungs- oder Gesundheitsdaten, Kontaktdaten (Telefonnummer, eMail-Adresse, etc.).

Wer kann Datenschutzbeauftragter sein?

Dass manche Unternehmen einen Datenschutzbeauftragten (DSB) bestellen müssen, haben Sie vielleicht schon gehört. In vielen Fällen müssen Unternehmen ihren Datenschutzbeauftragten – im Übrigen schriftlich und namentlich – berufen. Dabei gelten bestimmte formale Anforderungen an die Person des Datenschutzbeauftragten: Neben einer persönlichen und fachlichen Eignung (IT-Fachwissen) sind insbesondere didaktische und organisatorische Fähigkeiten gefragt.

Beachtenswert ist, dass sowohl Geschäftsführer als auch EDV-Abteilungsleiter per Gesetz keine Datenschutzbeauftragten sein dürfen. Falls es bei Ihrem Unternehmen aufgrund der Anforderungen zu Interessenskonflikten kommt, können und müssen Sie einen extern Datenschutzbeauftragten bestellen. Hier lohnt sich ein Gespräch mit dem Datenschützer der anyWARE AG, Marcel Kösling.

Kein betrieblicher Datenschutz ohne interne Datensicherheit

Der betriebliche Datenschutz kann nur mit einer funktionierenden internen Daten-(IT)-Sicherheit bestehen und umgekehrt. Daher stellen Sie sich einmal die Frage: Wie steht es mit unserer Datensicherheit? – Haben Sie ein grundlegendes Sicherheits-

(Fortsetzung auf Seite 2)

(Fortsetzung von Seite 1)

konzept, dass z. B. Firewall, Anti-Virus, Anti-Spyware oder regelmäßige Backups berücksichtigt? Kennen Sie Ihre Netzwerkschwachstellen?

Datenschutz bei Videoüberwachung oder im Internet!

Der Datenschutz erstreckt sich auch auf die Themenkreise: Videoüberwachung oder Veröffentlichung von Fotos und Telefonnummern Ihrer Mitarbeiter im Internet!

Zum Medium „Internet“: Unternehmen unterliegen hier dem neuen Telemediengesetz, sofern die geschäftliche Kommunikation per eMail stattfindet. Sind dabei private Internet- und eMail-Nutzung erlaubt?

Ein aktuelles Beispiel: Seit Anfang des Jahres gelten neue bzw. erweiterte Vorschriften für Geschäftsbriefe und für elektronische Nachrichten. Wurden diese bei Ihnen bereits gesetzeskonform umgesetzt?

Müssen Sie die geforderten „Verfahrensverzeichnisse“ für den Interessenten öffentlich bereithalten und wenn ja, wie sehen diese aus?

Fragen über Fragen - Deshalb stellen wir hier abschließend eine Frage an Sie: Wie gut ist Ihr Unternehmen in Sachen Datenschutz und Datensicherheit aufgestellt?

Mit dieser knappen Einführung möchten wir Sie für die Themen „Datenschutz“ und

„Datensicherheit“ sensibilisieren und informieren. Sollten sich deshalb beim Lesen weitere Detailfragen für Sie ergeben haben, eben ob und wie Sie den notwendigen gesetzlichen Anforderungen gerecht werden, so stehen wir Ihnen gern im Rahmen unseres Datenschutz-Checks vor Ort zur Verfügung. Vereinbaren Sie einfach telefonisch einen individuellen Termin oder treffen Sie uns unverbindlich an folgenden Terminen:

- 04. Juli 2007, 15:00 – 16:30 Uhr Informationsgespräch zum BDSG (in unserem Büro) - Anmeldung erforderlich
- 01. August 2007, 15:00 – 16:30 Uhr Informationsgespräch zum BDSG (in unserem Büro) - Anmeldung erforderlich

Aus der Rubrik „Wissen für die Wirtschaft“: Kundenbeziehungsmanagement – als ganzheitliche Unternehmensführung

Als Einstieg eine Definition des Begriffs CRM (Customer Relationship Management) seitens des Deutschen Direktmarketing Verbands e.V. (DDV): „CRM ist ein ganzheitlicher Ansatz zur Unternehmensführung. Er integriert und optimiert abteilungsübergreifend alle kundenbezogenen Prozesse in Marketing, Vertrieb, Kundendienst sowie Forschung & Entwicklung. Dies geschieht auf der Grundlage einer Datenbank mit einer entsprechenden Software zur Marktbearbeitung und anhand eines vorher definierten Verkaufsprozesses. Zielsetzung von CRM ist dabei die Schaffung von Mehrwerten auf Kunden- und Lieferantenseite im Rahmen von Geschäftsbeziehungen“.

Ziele: Da das CRM einen Teilbereich des Marketings darstellt, sollten konkrete Zielsetzungen für das Kundenmanagement direkt von den Marketingzielen eines Unternehmens abgeleitet werden. Grundsätzlich geht es bei CRM darum:

- Kaufverhalten von Kunden in einer Datenbank zu erfassen und zu analysieren
- Bestandskunden im Sinne von Kundenpflege durch individuelle Aktionen ans Unternehmen zu binden
- Kundenpotentiale durch Up- und Cross-Selling besser auszuschöpfen (d. h. aus Interessenten Kunden zu generieren)
- durch eine zentrale Datenbank die Betriebskosten zu senken

Aufgaben: Die zentralen Aufgaben von CRM bestehen hauptsächlich in aktiver Kundengewinnung (Akquisition), maßgeschneiderter Bestandskundenpflege und gezielter Kundenrückgewinnung (Reaktivierung).

Werkzeuge/Tools: Ein CRM-System ist eine Datenbankanwendung zur strukturieren und systematischen Erfassung von Kundenkontaktdaten. In größeren Unternehmen sind diese Daten meist in einem Data-Warehouse-System vorhanden, stehen aber

nicht jeder Abteilung zur Verfügung. Ideal ist die Integration der CRM-Software in ein vorhandenes ERP-Programm (Enterprise Resource Planning (ERP), was zu deutsch soviel wie „Planung der Unternehmensressourcen“ bedeutet.

Welche Daten werden gespeichert? Abhängig von der jeweiligen konkreten Zielsetzung des CRM-Tools und der Unternehmensbranche werden unterschiedliche Informationen gespeichert - beispielsweise:

- Adresse und weitere Kontaktmöglichkeiten
- Vollständige Kundenkommunikationshistorie
- Laufende Verträge, Angebote, „verlorene“ Aufträge
- Persönliche Daten von Ansprechpartnern
- Bonität des Kunden
- Gesundheitliche Eckdaten zu Geschäftspartnern

Aber Vorsicht, gerade beim Erheben, Verarbeiten, Nutzen und bei der Weitergabe dieser Daten ist zu prüfen, inwieweit hier die Richtlinien des Bundesdatenschutzes (BDSG) zwingend berücksichtigt werden müssen. Dazu mehr in unserem Bereich „Datenschutz und Datensicherheit“.

Auswertungen: Der unternehmerische Vorteil in aktiv genutzten CRM-Systemen liegt eindeutig in einer hohen Transparenz der Kundendaten für alle Zugriffsberechtigten und zwar abteilungsübergreifend. Es können schnell Aussagen über kundenspezifische Merkmale, wie z. B. Kaufverhalten/-präferenzen, Kundenloyalität und Kosten-/Leistungsbewertungen getroffen werden.

Komponenten von CRM-Systemen – Ein Customer Relationship Management wird üblicherweise in drei bis vier Untersysteme eingeteilt: Analytisches, operatives, kommunikatives und kollaboratives CRM:

Das **analytische CRM** führt, basierend auf den Transaktionsdaten eines Data-Warehouse-Systems, Analysen nach bestimmten, selbst wählbaren Kriterien aus. Dadurch kann man Eigenschaften, Verhaltensweisen und Wertschöpfungspotentiale von Kunden besser einschätzen und vor allem erkennen.

Im **operativen CRM** werden durch das analytische CRM gewonnene Daten genutzt, um z. B. eine ABC-Analyse vorzunehmen oder bestimmte Cross-Selling-Potentiale zu erkennen.

Das **kommunikative CRM** ist die direkte Schnittstelle zum Kunden, denn hier werden die verschiedenen Kommunikationskanäle für den direkten Kundenkontakt bereitgestellt – auch unter dem Begriff „Multichannel-Management“ bekannt. Als effektive Kommunikationswege/-mittel haben sich vor allem das Telefon, das Messaging (z.B. eMail, Voicemail, SMS), das Web für E-Commerce/E-Business und die klassischen Direktmarketing-Instrumente (z. B. Werbeflyer) bewährt. Mit anderen Worten: Gezielte Kundenansprache im Rahmen von CRM gewinnt einen immer höheren Stellenwert im Unternehmen und ist damit aktiv an der direkten Kundenbindung beteiligt.

Kollaboratives CRM bedeutet, ein einheitliches CRM-Konzept über die Unternehmensgrenzen hinaus zu betreiben. Dies ist interessant, wenn Unternehmen mit externen Dienstleistern, Lieferanten, externen Vertriebskanälen zusammenarbeiten, was sich vor allem hinsichtlich der Prozesskosten optimierend auswirkt.

Welche CRM-Lösungen wir empfehlen, lesen Sie im Artikel „Microsoft Dynamics CRM 3.0 stellt sich vor“ oder erfahren Sie mehr in einem persönlichen Gespräch.

Unerwartete Schläge verletzen Firmennetzwerke – Schwachstellenanalyse zur Verstärkung Ihrer Unternehmensqualität

Das Thema Sicherheit kursiert nicht nur als Phantom in den Medien. Nein - es wird über die Sicherheit an öffentlichen Plätzen und Flughäfen diskutiert und es spukt uns an vielen Stellen im Kopf herum. Daher arbeiten auch Unternehmen zunehmend vorsichtiger. Vielen ist klar, dass ein (ge)sicher(t)es Unternehmensnetzwerk nicht allein die Arbeit im Alltag erleichtern kann, sondern auch die beruhigende Wirkung besitzt, mit der Gewissheit zu leben, alle Vorsichtsmaßnahmen gegen Datenspionage und Datenmanipulation getroffen zu haben.

Täglich werden weltweit neue Sicherheitslücken in den IT-Systemen bekannt gegeben, die Feinde ausnutzen können. Firmen-Computeranlagen sind damit leider immer anfälliger gegenüber böswilligen Angreifern. Sicherheitsexperten prognostizieren, dass schon in nur drei Jahren neun von zehn deutschen Unternehmen Opfer von Angriffen auf ihre Firmen-IT-Infrastruktur werden. Dabei drohen Gefahren nicht allein nur von außen, indem mithilfe von Viren, Trojaner oder Würmer das Netzwerk attackiert wird und im schlimmsten Fall zu einem Ausfall gebracht bzw. es zu einem offenen Buch für die restliche Welt gemacht wird. Interne Sicherheitslücken können ebenso einen hohen Imageschaden durch Systemausfälle verursachen. Die Bedrohung wächst leider zunehmend in der Datenwelt. Um sich zu schützen, müssen Sie aber erst einmal wissen, wo Sie verwundbar sind.

Ziel muss es deshalb sein, durch systematische Sicherheitsanalysen, Schwachstellen in Ihren Computernetzwerken zu ermitteln, um dann die Gefahren durch interne Lücken und externe Attacken ganzheitlich zu minimieren oder gar zu eliminieren. Virenschutz und Firewalls sind zwingend notwendig für die Sicherung Ihres Netzwerkes, diese können allerdings das Aufdecken von Schwachstellen nicht realisieren. Mit dem Netzwerkscanner QualysGuard®, einem webbasierten Sicherheitsdienst, können wir Sie tatkräftig unterstützen: Er deckt in Ihrem Netzwerk über derzeit 6.000 mögliche Sicherheitsschwachstellen auf und protokolliert sie exakt. Diese Schwachstellenanalyse besteht aus einer Vielzahl von Testprozeduren – je nach Systemanforderung – die gesamte Netzwerkstruktur und seine Komponenten regelmäßig durchleuchtet und auf akute Schwachstellen hin scant. Die Überprüfung kann sowohl komplett von außen ins interne Netz durchgeführt werden als auch innerhalb des internen Firmennetzwerkes erfolgen.

Die Schwachstellendatenbank wird täglich mit aktuell ermittelten Sicherheitslücken

aktualisiert. Durch die tägliche Aktivierung dieser Schwachstellendatenbank können somit stets neue Schwachstellen aufgespürt werden. Vorteil dieser Methode ist, dass der Sicherheitsstatus eines Netzwerkes ermittelt und im Sicherheitsmanagement dokumentiert wird, ohne die tägliche Arbeit zu beeinflussen. Die Testszenarien sind auf verschiedene IP-Adressbereiche abgestimmt.

Die drei typischen Elemente der Schwachstellenanalyse sind

- **Hostidentifikation:** Ermittlung der Komponenten im Netzwerk und deren aktives Betriebssystem
- **Port Scanning:** Überprüfung welche IP-Ports offen sein dürfen und welche geschlossen werden müssen
- **Exploit Checks:** gezielte Überprüfung auf Sicherheitslücken aufgrund der Schwachstellendatenbank

Was sind Ihre Vorteile?

- Lokalisieren von Sicherheitslücken
- Realistische Einschätzung Ihres Security Managements auf Basis der Reports
- Grundlage für die gezielte Entwicklung von Lösungsvorschlägen
- Entstehung von sinnvollen und damit wertvollen Sicherheitsmaßnahmen
- Effektive Absicherung der täglichen Arbeit Ihres Unternehmens
- Risikominimierung für Systemausfälle und Verhinderung von Imageverlust
- Kalkulierbare Kosten
- Zeitersparnis, da kaum Systemeinschränkungen aufgrund von Sicherheitslücken entstehen
- Sicherung des höchsten unternehmerischen Gutes

(Ihr Know-how und Ihre Unternehmensdaten)

Mit regelmäßigen Schwachstellenanalysen arbeiten Sie proaktiv an Ihrem Sicherheitsmanagement. Es ist sinnvoll, Ihr System im vierteljährlichen Rhythmus und nach der Anschaffung neuer Netzwerkkomponenten (Netzwerkumstellungen oder Roll-outs) auf Schwachstellen zu analysieren, um rechtzeitig richtige Maßnahmen einleiten zu können.

Testen Sie regelmäßig Ihr Netzwerk, bevor es andere tun!

Technical Report
QUALYS GUARD EXPRESS
January 11, 2007

Report Summary

Company:	Qualys, Inc.	Trend Analysis:	Last 4 months
User:	Security Manager	Include Detailed Results:	No
Template Title:	Executive Report	Sort by:	Host
Target Hosts:	437	Date Range:	12/11/2006 - 1/11/2007
Hosts Matching Filters:	190		

Summary of Vulnerabilities

Vulnerabilities Total: 298 (+34) Average Security Risk: 2.4 Business Risk: 13/100

Severity	Confirmed (Trend)	Potential (Trend)	Total (Trend)	Information Gathered	Severity	Confirmed (Trend)	Potential (Trend)	Total (Trend)	Information Gathered
5	10 (+4)	-	10 (+4)	-	TCP/IP	70 (+19)	-	70 (+19)	-
4	31 (+4)	-	31 (+4)	-	Windows	59 (+7)	-	59 (+7)	-
3	73 (+10)	-	73 (+10)	-	SMB / NETBIOS	30 (+5)	-	30 (+5)	-
2	84 (+7)	-	84 (+7)	-	General remote services	20 (+1)	-	20 (+1)	-
1	100 (+9)	-	100 (+9)	-	Web server	16 (+1)	-	16 (+1)	-
Total	298 (+34)	-	298 (+34)	-	Total	195 (+34)	-	195 (+34)	-

Vulnerabilities by Severity

10.10.10.27 (fakedhcp-27.vuln.qa.qualys.com, WINXP-DHCHANGE) Windows XP

Vulnerabilities (37)

- 5 Microsoft IIS Chunked Encoding Heap Overflow Variant Vulnerability port 80/tcp New
- 5 Microsoft IIS HTTP Header Field Delimiter Buffer Overflow Vulnerability port 80/tcp New
- 5 Microsoft IIS ASP Server-Side Include Buffer Overflow Vulnerability port 80/tcp New
- 5 Microsoft Windows DCOM RPCSS Service Vulnerabilities New
- 5 Microsoft Windows ASN.1 Library Integer Handling Vulnerability New

Microsoft IIS Chunked Encoding Heap Overflow Variant Vulnerability

First Detected: 12/23/2006 at 10:22:11 (GMT-0800) Last Detected: 12/23/2006 at 10:22:11 (GMT-0800)

Times Detected: 1

QID: 10571

Category: CGI

CVE ID: CVE-2002-0147

Vendor Reference: -

Bugtraq ID: 4490

Last Update: 11/30/2005

THREAT:
A heap overflow condition in the 'chunked encoding transfer mechanism' related to Active Server Pages has been reported in Microsoft Internet Information Server (IIS).

Web clients can send data to ASP (Active Server Pages) scripts in variable sized chunks. This is part of the HTTP protocol specification and is known as a chunked encoding transfer. The chunked encoding transfer mechanism must allocate a buffer in order to handle the transfer. There is a lack of sufficient bounds checking on this buffer, which is dynamically allocated by the ISAPI extension that handles ASP scripting. The result is a remotely exploitable heap overflow.

This vulnerability is a variant of the vulnerability discussed in BID 4485 'Microsoft IIS Chunked Encoding Transfer Heap Overflow Vulnerability'.

IMPACT:
If this vulnerability is successfully exploited, a malicious user could cause a denial of service condition or execute arbitrary instructions on the vulnerable host.

SOLUTION:
Microsoft released an IIS cumulative patch to address several vulnerabilities, including this one. For more information regarding these IIS vulnerabilities and for patch download locations and instructions, read [Microsoft Security Bulletin MS02-016](#).

There are reports of problems with the cumulative patch for users who are running Microsoft IIS Site Server. A hotfix to address problems caused as a side effect of installing the cumulative patch has been released by Microsoft. Any users who have experienced difficulties as a result of installing the cumulative patch are advised to contact Microsoft support and request hotfix Q317815.

RESULT:
No results available

Qualys Beispielreport eines gescannten Arbeitsplatzes

Microsoft Dynamics CRM 3.0 stellt sich vor

Unternehmen müssen immer häufiger feststellen, dass einfache Kundendatenbanken für die tägliche Kundenpflege nicht mehr ausreichend sind. Ein funktionierendes Kundenmanagementsystem (CRM = Customer Relationship Management) ist ein abteilungsübergreifendes Steuerungswerkzeug, das bestehende und zukünftige Kundenbeziehungen effektiv und profitabel verwaltet.

Einen unternehmerischen Mehrwert stellen vor allem strukturierte, IT-basierte CRM-Lösungen dar, über die kostenoptimiert die gesamte Kommunikation und Interaktion mit dem Kunden abgewickelt werden kann. Microsoft bietet derzeit zwei Versionen von Kundenmanagementsystemen – je nach Unternehmensgröße – an:

- Microsoft Dynamics CRM 3.0 Small Business Edition
- Microsoft Dynamics CRM 3.0 Professional Edition

Mit der Microsoft CRM-Lösung ist es einem Unternehmen möglich, seine kundenorientierten Geschäftsprozesse zu optimieren: Von der Interessentenanfrage über den Verkauf bis hin zum Kundenservice lassen sich Arbeitsabläufe flexibel abbilden, um-

fassend auswerten und gezielt steuern.

Da sich das CRM-Programm nahtlos in Microsoft Office-Anwendungen einfügen lässt, profitieren die Abteilungen Marketing, Vertrieb und Service von dieser durchgängigen Lösung und sorgen damit für kurze Einarbeitungszeiten, erhöhte Mitarbeiter-Akzeptanz und hohe Effektivität.

Das Produkt Microsoft Dynamics CRM 3.0 umfasst:

- eine vollständige CRM-Suite für Marketing, Vertrieb und Service
- eine vertraute Benutzeroberfläche, die sich stark an Microsoft Office und insbesondere an Microsoft Office Outlook orientiert
- flexible Anpassungswerkzeuge, mit denen sich unternehmensspezifische Anforderungen Ihrer Kunden umsetzen lassen
- umfangreiche Be-

richts- und Analysewerkzeuge für fundierte Entscheidungen

- leistungsfähige IT-Werkzeuge für eine schnelle Bereitstellung und Pflege.

Sie sind auf der Suche nach einer leistungsfähigen CRM-Steuerungssoftware oder Ihre Kundendatenbank ist veraltet bzw. eine „selbstgestrickte“ Lösung? Dann sprechen Sie mit uns über Ihre unternehmensspezifischen Anforderungen an eine zeitgemäße CRM-Lösung. Als zertifizierter Microsoft Gold Partner können wir die Microsoft-basierte Lösung individuell implementieren und beraten Sie gern in puncto ganzheitliche Kundenmanagementlösung.



Quelle: Microsoft Dynamics CRM 3.0 Produktpräsentation

Mitarbeiter der anyWARE AG stellen sich vor - Datenschutzbeauftragter Ihres Vertrauens

Er feierte Mitte April 2007 sein fünfjähriges Firmenjubiläum – unser erster Datenschutzbeauftragter im Hause anyWARE: Marcel Kösling.

Zunächst begann seine berufliche Laufbahn mit einer Bankkaufmannslehre. Schnell schwenkte er danach in den Bereich IT um und hatte bis zu seinem Beginn bei anyWARE im April 2002 schon als Selbstständiger einige Jahre an IT-Erfahrungen gesammelt. Er stieg bereits mit MCSE-Qualifikation bei anyWARE ein und kann inzwischen einige weitere Zusatzqualifikationen und –zertifikate sein Eigen nennen. Bis heute besitzt er das Ziel in der IT-Welt möglichst up-to-date zu sein.

Das Thema Datenschutz und Datensicherheit steckt bei Vielen zurzeit noch in den Kinderschuhen, nicht aber bei Marcel. Er absolvierte Schulungen und Seminare und arbeitet nun daran, die Unternehmer im Rhein-Main-Gebiet für den Datenschutz zu sensibilisieren.

Tipp aus dem Datenschutz:

Unternehmen, die Mitarbeiterinformationen und Fotos veröffentlichen wollen, benötigen zuvor eine schriftliche Einverständniserklärung des Betroffenen. In unserem Fall liegt diese vor!

„Persönlichkeitsschutz und die Selbstbestimmung aller Menschen, wie mit den eigenen Daten umgegangen wird, ist der springende Punkt. Datensicherheit zum Schutz des Unternehmens-Know-hows oder der Infrastruktur ist der zweite wichtige Aspekt“, berichtet er.

Doch Marcel zeichnet sich nicht allein durch sein Wissen im Bereich Datenschutz und Datensicherheit aus. NEIN – er erweitert unser Team vor allem mit seinem Wissen in den Bereichen Netzwerkmanagement, Service, Support und Öffentlichkeitsarbeit. Die anyWARE-Kunden wissen seine IT-Kenntnisse und seine Genauigkeit als vielseitiger Experte sehr zu schätzen. Einige Servicevertragskunden vertrauen ihm schon seit Jahren. Viele kennen ihn aus Workshops und Schulungen. Hierbei motiviert ihn sein Ehrgeiz und der eigene hohe Anspruch, Mitarbeitern der Unternehmen die hilfreichen Funktionen von Software wie Outlook, PowerPoint etc. so zu erklären, dass sie ihre tägliche Arbeit effektiver gestalten können. Marcel ist eben ein Mann mit vielen Facetten, nicht nur in der Arbeitswelt. Er besitzt beispielsweise eine latente Leidenschaft für alte Autos und ist ein absoluter Filmfreak – seine DVD- und Kinoeintrittskartensammlung kann sich wirklich sehen lassen. An vielen seinen Wochenenden ist er außerdem gemeinnützig als stell-

vertretender Ortsbeauftragter für das THW Mainz tätig. Viel Freizeit bleibt da nicht mehr..., aber wenn dann doch mal ein wenig Zeit übrig ist, bereist er mit seiner Frau gern mal die ein oder andere europäische Metropole. Damit nicht genug, man ertappt ihn auch in seiner Freizeit dabei, wie er sich mit Computern und Technik beschäftigt. So wurde eines seiner Hobbies zum Beruf gemacht. Sie können sich also sicher sein, dieser Mann unterstützt Sie mit Herz und seiner Leidenschaft.

Impressum:

Herausgeber:
anyWARE AG
Holzstr. 32
55116 Mainz
Tel. +49 (6131) 965 96 50
Fax. +49 (6131) 965 96 55
eMail: feedback@anyWARE.AG
Web: www.anyWARE.AG

Vorstand:
Rudolf Braun (ViSdP)
Michael Steinfartz

Redaktion:
Jana Jabusch
Barbara Külps (MarComInN)

Auflage:
3500 Exemplare