

Businesslist – Internetnutzung im Sinne der Unternehmung

Die kategorisierte Positivliste für die geschäftliche Internetnutzung

Bert Weingarten, Hamburg*

Personen, die in mittelständischen und Großunternehmen beschäftigt sind, nutzen überproportional das Internet für private Belange während der Arbeitszeit. Der Erstkontakt zu E-Mail, Chat, Homebanking und Websurfen findet im Zeitalter der Einführung von neuen Medial-Lösungen am Arbeitsplatz statt. Aufgrund der zahlreichen Überschneidungen von privaten Interessen und der Löschung des Wissensdurstes über Internet findet eine Aneignung von Nutzer-Know-how im Umgang mit Programmen, Tools und Applikationen heutzutage im Unternehmen während der Arbeitszeit statt.

1 Einführung

Eine durchdachte Systemverteilung und deren Anbindung an das Internet sind heutzutage die ersten Schritte für ein Unternehmen, um an Internet und e-commerce teilzuhaben. Die komplexe Herausforderung des weiteren Vorgehens, z.B. eine Entscheidung über die Verwendung von Filterung, eine Auswertung der Internetanbindung oder gar eine komplette Protokollierung jeder Arbeitsstation, trifft die Unternehmensführung oftmals unvorbereitet. Berater

können bisher nicht auf eine generell einsetzbare Lösung zurückgreifen, die bereits heute eine ausgerichtete Teilnahme von Mitarbeitern am unternehmenseigenen e-commerce-Verfahren ermöglichen.

Eine Lösungsmöglichkeit bietet eine Positivliste bei der Internet-Filterung. Durch eine elektronisch definierte Freigabe von Internetadressen stehen für den einzelnen Arbeitsplatz nahezu ausschließlich Internetadressen während der Arbeitszeit zur Verfügung, die zur betrieblichen Aufgabenerfüllung notwendig sind.

2 Vorteile aus Internet und e-commerce

Internet und e-commerce, die elektronisch realisierte Anbahnung, Aus handlung, Abwicklung und Qualitätskontrolle von Markttransaktionen zwischen Wirtschaftssubjekten, verschafft bereits heute Unternehmen jeder Kategorie erhebliche Wettbewerbsvorteile gegenüber konkurrierenden Unternehmen, welche nur schleppend die neuen Möglichkeiten der digitalen Welt der Transaktionen zwischen Wirtschaftssubjekten entdecken.

Entstehende Vorteile wie die Senkung von Transaktionskosten und der Mehrwert einer direkten Einsicht in vor- und nachgelagerte Prozesse bei

Zulieferern, Vertriebspartnern und Kunden, verbunden mit einer weltweiten Präsenz von Produkten zu einem noch vor kurzem für undenkbar günstig gehaltenen Kostenfaktor, sind Vorteile von Unternehmen, die frühzeitig mit dem Aufbau einer eigenen e-commerce-Strategie begonnen haben und eine definierte Mitarbeitereteiligung am unternehmenseigenen e-commerce herstellen.

Die Folge dieser Entwicklung, eine erfolgreiche Umsetzung des Marktsegmentes Internet und e-commerce im Unternehmen, ist oftmals auf ein großes Pensum an Leistungsbereitschaft der Mitarbeiter und somit auf eine größtmögliche Optimierung der oftmals höchsten Budget-Position, der Kostenstelle Lohn und Arbeitge-

INHALT:

- 1 Einführung
- 2 Vorteile aus Internet und e-commerce
- 3 Aus Vorgänger-Fehlern lernen
- 4 Anforderung an Internet und e-commerce
- 5 businesslist – Kategorisierte Yes-Listen
- 6 Zusammenfassung

* Bert Weingarten ist Geschäftsführer der PAN AMP GmbH

berbeteiligung, zurückzuführen. Eine resultierende Auseinandersetzung damit, welche Bedeutung der Zugriff auf Internet und e-commerce für das eigene Unternehmen hat, kann als Chance oder Herausforderung definiert werden, sollte jedoch schnellstmöglichst beginnen, um neben einer obligatorischen Internet-Präsenz eine ausgerichtete Mitarbeiterteilnahme am unternehmenseigenem e-commerce herzustellen.

3 Aus Vorgänger-Fehlern lernen

Unternehmen, die sich für eine Implementierung von Arbeitsplätzen mit Zugriff auf Internet und e-commerce entscheiden, sollten aus Fehlern ihrer Vorgänger lernen. Der freie Zugriff auf Internet kann in kürzester Zeit zur selbständigen Neuausrichtung von Mitarbeitern und Abteilungen führen, ohne dass deren Vorgesetzte entsprechende Zustimmungen erteilt haben. 55 Prozent aller Mitarbeiter in Unternehmen mit Internetzugang am Arbeitsplatz nutzen das Internet auch für private Zwecke. Zu diesem Ergebnis kommt die Studie „Betriebliche Internet-Nutzung“ der Universität Frankfurt/Oder, zu der 489 Unternehmen befragt wurden. Eine kurze Kontoprüfung, ein aktuelles Urlaubsangebot einholen oder eine kurze Kreativpause für das aktuelle Internetspiel, das während der Feststellung täglich durchschnittlich 23 Minuten von Probanden mit Internetzugang gespielt wurde, zeigt, wie deutlich sich die private Internet-Nutzung ausbreitet und somit eine direkte Negativ-Auswirkung auf die Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter und die Produktivität der Unternehmen darstellt. Vorfälle, in denen Buchhalter hauptsächlich der Videoschnittproduktion von privaten Urlaubsfilmen ihrer Kollegen nachkamen, Assistenten eine komplette grafische Ausrichtung eines Vereins herstellten oder Entwickler ganze Büroflächen zu Schießständen für die Moorhuhnjagd ausrichteten, führten oftmals zur Einschränkung der Internetnutzung bzw. zur kompletten Einstellung von Internetanschlüssen

und somit zum „Aus“ für das aktuellste Informationsmedium für Unternehmen.

Grundvoraussetzung, um überhaupt am e-commerce teilnehmen zu können, ist die Nutzung entsprechender Informations- und Kommunikationstechniken. Dabei gilt heute das Internet als die wesentliche Plattform für die Abwicklung von e-commerce. Bezüglich der Nutzung von e-mail, Internet und Intranet am Arbeitsplatz fällt also auf, dass nicht ein Verbot von zusätzlichen Angeboten im Internet, sondern vielmehr eine definierte Freigabe von unternehmensrelevanten Internetangeboten und eine festgelegte Mitarbeiterteilnahme die Lösung für bisher ungenügend ausgerichtete unternehmenseigene Internet- und e-commerce-Anbindungen darstellt.

4 Anforderung an Internet und e-commerce

Um eine gesamtheitliche Lösung herzustellen, ist es notwendig, einzelne Anforderungen von Mitarbeitern, Gewerkschaftern, der Abteilungsleitung und der Geschäftsführung festzustellen. Die Auswertung von Praxisberichten und daraus resultierende Schlußfolgerungen wurden in Form einer Konzeption bereits 1997 erarbeitet und zur Grundlage der weiteren Vorgehensweise und Entwicklung zur Prophylaxe von Produktivitätsverlusten herangezogen.

Konkret entstanden die folgenden Anforderungen:

Mitarbeiter:

- Privatsphäre am Arbeitsplatz. Zugriff auch auf private Belange während der Arbeitszeit und/oder in Pausen.
- Zugriff auf Nutzung der Internetanbindung auch in den Abendstunden und Einwahl von Zuhause.
- Keine Wartezeiten bei der Internetnutzung.

Gewerkschafter:

- Kein Zugang zu extrem politischen Inhalten und pornografischen Angeboten.

- Privatsphäre am Arbeitsplatz. Keine Protokollierung von konkreten Mitarbeitern und deren Interesse an Internetangeboten.
- Wahrung der Interessen von Auszubildenden und Minderjährigen in Unternehmen und Internetfreigabe.

Abteilungsleiter:

- Eine Lösung, durch die sich der Mitarbeiter auf den Zugriff auf unternehmenswichtige Internet-Angebote beschränken muss.
- Sicherheit für den Bereich der Verantwortung, dass kein Mitarbeiter kritischen Content downloaden kann.
- Eine Lösung, in die man sich aktiv im Sinne der Unternehmung einbringen kann.

Geschäftsführung:

- Eine Lösung zur Abstellung bzw. Verhinderung von privater Internetnutzung am Arbeitsplatz.
- Imageschutz für das Unternehmen. Kein Zugriff von Firmenrechnern auf rechtlich kritische Inhalte wie extreme Politik und Raubkopie-Portale.
- Eine moderate Lösung, um Kontrollen von Arbeitnehmerrechnern nach Möglichkeit auszuschließen.

Als Quintessenz aller Anforderungen stellte sich eine Lösung heraus, welche private Internetnutzung während der Arbeitszeit unterbindet, extrem politische Inhalte und pornographische Angebote ausschließt, Imageschutz für das Unternehmen gewährleistet, eine hohe Zugriffsgeschwindigkeit sicherstellt und aktuell erforderliche Freigaben von Internetangeboten sofort ermöglicht.

Die aufgeführten Punkte entsprechen einer Ideallösung, welche nicht durch eine noch so ausgeklügelte Not-Liste in Verbindung mit Filterworten, den sogenannten Keywords, gelöst werden kann, da Extremangebote im Internet immer zahlreicher auf harmlos erscheinende Domain-Namen wie zum Beispiel XXXXXX-liefer-service.de ausweichen. Mit Text-

gestaltungen wie „großer Kinderwagen“ werden spezifische Szene-Wörter deklariert und für eine Seitenkontrolle vorerst unauffindbar, bis eine Anpassung der Wortverbindungen in unsere Such-Algorithmen aufgenommen und eine Sperrung des Internetangebotes vorgeschlagen wird. In Anbetracht der täglichen Zunahme an Internet-Content ist der alleinige Einsatz von Not-Listen für eine ausgerichtete Mitarbeiterteilnahme am unternehmenseigenen e-commerce unzureichend.

5 businesslist – Kategorisierte Yes-Listen

Die Erkenntnis, dass Not-Listen die Verfügbarkeit von Negativ-Content erheblich einschränken können, führte zur Herstellung der ersten Yes-Liste, welche eine Internetnutzung der nur in ihr eingetragenen Inhalte ermöglichte. Die erste geschäftlich genutzte Yes-List wurde 1995 in Deutschland mit einem Eintrag ausgeliefert. Fortan kam es zur Herstellung und Weiterführung von bestehenden Yes-Listen sowie der Einbindung von neuen Kategorisierungen, welche im August 2000 zu einer Businesslist zusammengeführt wurden, mit nun mehr als 318.000 Einträgen die weltgrößte Kategorisierung von Positiv-Listen für eine ausgerichtete und kategorisierte Internet und e-commerce Nutzung darstellt. Hierbei handelte es sich um die erste deutschsprachige Businesslist für Unternehmen.

Eine Unterteilung in die nachfolgenden Bereiche wurde erstellt:

1. Bildung & Geisteswissenschaften	10.Musik
2. Computer & Internet	11.Nahrung & Genussmittel
3. Freizeit & Hobby	12.Naturwissenschaft
4. Gesellschaft & Soziales	13.Recht
5. Gesundheit & Heilkunde	14.Reisen & Tourismus
6. Handel & Wirtschaft	15.Staat & Politik
7. Information & Wissensportale	16.Städte & Länder
8. Kultur & Kunst	17.Technik
9. Medien	18.Unterhaltung

Eine ausgerichtete Mitarbeiterteilnahme am unternehmenseigenen e-commerce besteht in der Koexistenz von persönlichen Interessen der Mitarbeiter und der unternehmenseigenen, Laut Vorstellung aller Befragten steht einer Verwendung der Businesslist keine Position mehr im Wege, Mitarbeiter können während der Arbeitszeit nur auf freigegebene Businesslist-Kategorien und somit auf zur Verfügung stehende Internetadressen gelangen. Die Einträge der Businesslist können eigenständig durch einen Beauftragten im Unternehmen erweitert oder verringert werden.

Eine ständig aktualisierte Businesslist wird in Form der bestellten Yes-List-Bereiche in regelmäßigen Abständen automatisch auf einen regionalen Businesslist-Administration-Server übertragen. Nach dem Erhalt findet ein Abgleich mit der lokalen Businesslist statt. Lokale Einträge wirken sich gegenüber den durch PAN AMP zugestellten Businesslist-Erweiterungen dominant aus und können eine URL-Freigabe aufheben. Die somit automatisch nach den regionalen Wünschen modifizierte businesslist wird im Anschluss über ein Proxysystem mit Filtermodulen freigeschaltet. Filtermodule können weitere Gruppenverwaltungs-Optionen in Form der zeitlichen Internet- und e-commerce-Zugriffszeiten für einzelne Unternehmensbereiche enthalten. Über einen „entrylink“ wird zu einem noch unbekanntes Internet- oder e-commerce-Angebot vorab eine Prüfung eingeleitet, ob die URL in einer nicht bestellten Kategorie enthalten ist. Wird keine Eintrag im Gesamtsystem festge-

stellt, wird eine Webinformation auf Wunsch zur direkten Voreinteilung aufgerufen. Der User erhält einen Hinweis, dass die gewünschte URL noch nicht zur Verfügung steht. Durch einen Klick auf die bestellten Yes-Listen-Kategorien der Businesslist kann eine Voreinteilung vorgenommen werden, und nach Betätigung des Übertragungsbuttons wird eine Prüfung eingeleitet.

Die aktuelle Businesslist wird mit allen neuen Einträgen über den Zeitraum der Bestellung automatisch upgeloaded. Eine Nutzung von ungewünschten Internetangeboten durch Internet und e-commerce im Unternehmen kann unter Verwendung der Businesslist nahezu vollständig ausgeschlossen werden. Ein Maximum an Qualität steht somit auch Unternehmen zur Verfügung, die keine exorbitanten Beträge für den Aufbau einer hauseigenen Yes-List veranschlagen, aber nicht auf eine ausgerichtete Mitarbeiterteilnahme am unternehmenseigenen e-commerce und Internet verzichten wollen, die höchsten Wert auf eine klar strukturierbare Mitarbeiternutzung von Internet und e-commerce wünschen und dabei größten Wert auf eine hohe Benutzerfreundlichkeit legen.

6 Zusammenfassung

Unter dem Namen „businesslist“ wurden die ersten Positiv-Listen zur Freigabe von Internet und e-commerce kategorisiert und in Betrieb genommen. Eine ausgerichtete Mitarbeiterteilnahme am unternehmenseigenen Internet und e-commerce ist somit möglich. In achtzehn Kategorien stehen mehr als 318.000 kategorisierte und kontrollierte, deutschsprachige Internet- und e-commerce-Angebote für Unternehmen zur Verfügung. Eine Bestellung der „businesslist“ ist auch in einzelnen Kategorien ab September möglich.



www.panamp.de