



WHITE PAPER

Fünf Wege für mehr Sicherheit in Social Media

Ein Hootsuite-Whitepaper

Fünf Wege für mehr Sicherheit in Social Media

Ein Hootsuite-Whitepaper

Wer sich gegen mehr Aktivitäten in sozialen Netzwerken ausspricht, tut es oft aus Angst vor Kontrollverlust und möglichen Sicherheitsproblemen. Doch mit geeigneten Maßnahmen und Werkzeugen sichern Unternehmen ihre Investitionen in Social Media.

Was gehackt werden kann, das wird gehackt, und so sind auch Social Media-Konten seit Jahren das Ziel von Angriffen aller Art. Da werden Identitäten gekapert, um dem jeweiligen Unternehmen gezielt zu schaden oder auch nur, um politische Propaganda zu streuen. Ein Angriff muss nicht immer dramatisch ausfallen: In einem prominenten Fall verkaufte ein Unbekannter für kurze Zeit Fan-Trikots über das gehackte Facebook-Konto eines deutschen Fußballers. Auch bekannte Markennamen verlieren gelegentlich den Zugriff auf ihr eigenes Konto – was natürlich immer Folgen hat.

Also lieber komplett aussteigen und alle Aktivitäten in sozialen Netzwerken einstellen? Das kann keine Lösung sein! Denn Social Media ist heute einfach zu wichtig: Deutsche Nutzer verbringen täglich bis zu zwei Stunden in sozialen Medien. Sie erwarten dort für sie relevante Produkte, Marken und Unternehmen zu finden und mit ihnen sprechen zu können. Und das ist erst der Anfang: Die virtuellen Gemeinschaften werden in den kommenden Jahren weiter an Relevanz gewinnen. Und im Unternehmensbereich werden soziale Medien traditionelle Business-Werkzeuge ergänzen, verändern oder teilweise vollständig ersetzen.

Unternehmen sollen nicht auf Social Media-Kommunikation verzichten, nur weil sie unbekannte Risiken fürchten – schließlich kann man diese allesamt in den Griff kriegen. Ohnehin entspricht die mediale Hysterie selten dem realen Sicherheitsproblem, meist lag es an Mitarbeitern, denen man ohne angemessene Ausbildung die Kontrolle über die soziale Kommunikation aufzwang. Die meisten Probleme sind hausgemacht. Die Palette reicht vom gedankenlosen Klick auf schädliche Links bis hin zum nachlässigen Umgang mit Passwörtern.

Es gibt heute Werkzeuge, mit denen Sie die sicheren Social Media-Aktivitäten in Ihrem Unternehmen auf ein robustes Fundament stellen können. Außerdem gilt: Je mehr sich Firmen ernsthaft mit sozialen Medien beschäftigen, desto mehr gewinnen alle Beteiligten ein natürliches Bewusstsein für mögliche Sicherheitsprobleme – und wie man diese vermeidet.

Dieser Ratgeber stellt Ihnen die wichtigsten Herausforderungen bei der Absicherung sozialer Medien im Unternehmenskontext vor. Sie erhalten einfache Lösungen, mit denen Sie nicht nur das Risiko für Ihr Unternehmen minimieren, sondern Ihre Kommunikation auch effizienter gestalten können.

1. Bilden Sie Mitarbeiter aus

Die Herausforderung

Social Media wächst meist schnell über Marketing und Public Relations hinaus und erfasst Unternehmensbereiche wie Personalmanagement, Entwicklung, Verkauf oder Support. Das erhöht Quantität und Qualität der sozialen Kommunikation. Doch es gibt auch eine Schattenseite: Immer mehr Mitarbeiter, für die der Umgang mit Social Media neu ist, kennen weder die potenziellen Stolperdrähte noch wissen sie, worauf sie in den verschiedenen Netzwerken achten müssen.

Die Lösung

Bilden Sie Ihre Mitarbeiter aus und zeigen Sie ihnen, wie man die unternehmensrelevanten sozialen Netzwerke nutzt. Motivieren Sie auch privat zum alltäglichen Umgang mit Neuen Medien. Nutzen Sie strukturierte Einführungen wie die [Hootsuite University](#) oder marktgängige Bücher, Webinare und Whitepapers wie dieses. Mit minimalem Aufwand bringen Sie Ihren Mitarbeitern Grundlagen und Vorteile der Kommunikation über Social Media nahe und klären sie über optimale Vorgehensweisen für größtmögliche Sicherheit auf.

Sensibilisieren Sie Ihre Mitarbeiter zugleich für die möglichen Folgen eines Klicks. So führen heute immer mehr Links nur scheinbar auf echte Social Media-Anmeldeseiten; in Wirklichkeit entführen sie die Nutzer auf „Phishing“-Seiten (ein Kunstwort aus Password und Fishing). Das Ziel: Wer auf der gefälschten Website vertrauensselig seine Social Media-Zugangsdaten eingibt, übermittelt sie auf diese Weise direkt an Cyberkriminelle. Diese können das Konto dann mit wenig Aufwand übernehmen und für ihre Zwecke missbrauchen.

Alle Mitarbeiter müssen wissen, dass Links mit Vorsicht zu genießen sind. Das gilt bei Mails ebenso wie in sozialen Netzen, bei Werbeanzeigen und in Suchmaschinenergebnissen. Es gilt auch für Links von eigentlich vertrauenswürdigen Personen oder Unternehmen – denn diese können bereits gekapert worden sein, um das bestehende Vertrauensverhältnis auszubeuten. Informieren Sie Ihre Nutzer darüber, bei jeder Passworteingabe wachsam zu sein und zu prüfen, ob sie sich wirklich auf der richtigen Website befinden.

2. Bündeln Sie Ihre Social Media-Kanäle

Die Herausforderung

Wachsende Social Media-Aktivitäten bringen meist einen Wildwuchs an Konten und Zugangsdaten hervor. Externe und interne Mitarbeiter nutzen Unternehmenskonten und haben zugleich eigene Accounts, teils private, teils inoffizielle für den Unternehmenseinsatz. Hinzu kommen Zugangsdaten aus verschiedenen Fachbereichen, die zum Beispiel ihrer Teilnahme an ausgesuchten Social Media-Kampagnen dienen. In einem solchen Chaos unzähliger Identitäts- und Zugangsdaten entgleitet einem schnell die Kontrolle.

Die Lösung

Die erfolgreiche Nutzung von Social Media als neuem Kommunikationskanal benötigt eine Struktur: eine zentrale Stelle, die alle Unternehmenszugänge zu sozialen Netzen verwaltet. Beginnen Sie im ersten Schritt mit einer Inventur aller genutzten Social Media-Konten des Unternehmens. Erfassen Sie schriftlich die Zugangsdaten und wer die Konten derzeit verwaltet. Räumen Sie im zweiten Schritt konsequent auf: Entziehen Sie Zugriffsrechte, wo sie nicht mehr gebraucht werden, und vergeben Sie sie an Mitarbeiter, die sie wirklich haben müssen. Legen Sie redundante oder veraltete Konten still und suchen Sie in Ruhe nach Möglichkeiten, die Zahl der Kommunikationskanäle zu reduzieren.

Bei diesem Prozess sind sogenannte Social Relationship Plattformen (SRP) mehr als nur eine begleitende Hilfe: Als zentrale Software steuern, verwalten und analysieren SRPs zahlreiche Konten in verschiedensten Netzen. Je nach Lösung lassen sich zudem Kommunikationskanäle jenseits sozialer Netzwerke anbinden, etwa Newsletter, Umfragen oder Kundensupportsysteme. Im Fall der Social Relationship Plattform Hootsuite finden Sie hierfür ein eigenes App-Verzeichnis mit über 100 führenden Integrationspartnern, das [Hootsuite App Directory](#)

Konsolidieren Sie die Zugänge Ihres Unternehmens in einer Social Relationship Plattform. Das hat Vorteile: Mit einer SRP können mehrere Personen in unterschiedlichen Fachbereichen gemeinsam und transparent konzentrierte Kampagnen durchführen. Dank kontenübergreifendem Social Monitoring sehen alle Mitarbeiter jederzeit, wie sich die Kennzahlen der sozialen Aktivitäten ändern. Und nicht zuletzt führen Sie mit einem SRP automatisch auch eine abstrahierende Sicherheitsschicht ein.

So besitzen Social Relationship Plattformen wie Hootsuite eingebaute Werkzeuge gegen Malware und verdächtige Links und informieren die Benutzer über potenzielle Bedrohungen. Sie kennen typische Tricks wie getarnte Verweise auf schädliche Webseiten und binden externe Werkzeuge wie Google Safebrowsing ein, um gefährliche Webadressen zu erkennen. Dank einer Benutzerverwaltung mit Hierarchien kann eine SRP-Lösung Teamleiter informieren, wenn bei zugeordneten Accounts verdächtige Aktivitäten auftreten. Ständige Analysen, Kontrollen und ein deutlich vereinfachtes Social Monitoring erlauben es, bei Problemen sofort die Notbremse zu ziehen und zeitnah entsprechende Gegenmaßnahmen zu initiieren.

Bezahlte Social Media-Aktionen (wie bezahlter Content oder Werbung auf Facebook oder Twitter) sind immer öfter Bestandteil erfolgreicher Kampagnen in Social. Es geht also bei Social Media heute nicht mehr nur um Reputation, sondern auch um Geld. Wer die Kontrolle über seine Social Media-Konten verliert, muss auch den Verlust solcher Investitionen befürchten. Umso wichtiger, mit Social Relationship Plattformen eine zentralisierte Verwaltung einzuführen und so die Kontrolle zurück zu gewinnen. Und fortschrittliche Social Relationship Plattformen können noch viel mehr. So lassen sich damit bezahlte Social Media-Kampagnen auch direkt buchen, steuern und per Social Monitoring analysieren.

3. Schützen Sie Ihre Zugangsdaten

Die Herausforderung

Passwörter als Schlüssel zu digitalen Identitäten bergen ein echtes Problem: Damit mehrere Personen ein Social Media-Konto nutzen können, müssen sie zwangsläufig auch die Zugangsdaten austauschen. Je mehr Mitarbeiter involviert sind, desto höher die Wahrscheinlichkeit, dass diese vertraulichen Daten in die falschen Hände gelangen. Selbst wenn das nicht passiert, sind viele Passwörter an sich schon viel zu unsicher. Was tun?

Die Lösung

Kurze, einfache Passwörter reichen nicht, trotzdem belegen Beispiele wie „password“ und „123456“ seit Jahren Spitzenplätze auf öffentlich zugänglichen Listen meistgenutzter Kennwörter. Auch die Aufbewahrung ist selten sicher: Gelbe Haftnotizen am Monitor sind ebenso ungeeignet wie das Adress- oder Notizbuch mobiler Endgeräte, die man leicht verlieren kann. Erste Abhilfe sind Passwort-Manager wie KeePass oder 1Password: Mit ihrer Hilfe können Benutzer für jeden Zugang eigene, starke und komplizierte Passwörter verwenden, ohne sich diese merken zu müssen. Eingebaute Generatoren erzeugen auf Wunsch neue, komplizierte Kennwörter. Und nicht zuletzt verwalten Passwort-Manager die Zugangsdaten in sicheren Datentresoren, machen sie aber je nach System über Apps auch auf Smartphones und Tablets zugänglich.

Passwörter sind ohnehin kein besonders sicheres System. Für mehr Sicherheit sorgt ein sogenannter Single Sign-on (SSO, auch Einmalanmeldung). Der Benutzer meldet sich dabei einmalig mit einem Passwort bei einer übergeordneten Instanz an, etwa einer Social Relationship Plattform wie Hootsuite. Hootsuite übernimmt dann die Anmeldung der einzelnen Benutzer bei den verschiedenen Diensten. So bleiben die konkreten Zugangsdaten jeweils geheim, trotzdem haben alle Mitarbeiter den Zugriff, den sie benötigen. Geht ein Passwort verloren, lässt es sich leicht sperren und erneuern, ohne dass die echten Social Media-Accounts oder weitere Systeme innerhalb des Unternehmens davon betroffen sind. Mit einem SRP wie Hootsuite können sich die Mitarbeiter außerdem von jedem Ort der Erde aus anmelden; dank verschlüsselter HTTPS-Verbindung ist das auch über öffentliche Hotspots sicher.

4. Etablieren Sie eine Freigabe-Hierarchie

Die Herausforderung

Wie sind alle nur Menschen. Das ist ja der Grund, warum wir uns in sozialen Netzwerken wohlfühlen und sie gerne nutzen. Wir machen aber auch alle Fehler, und niemand kann Perfektion von anderen erwarten. Engagiert sich ein großes Unternehmen mit vielen Mitarbeitern in sozialen Netzwerken, sind Fehler also unvermeidlich – auch solche mit potenziell großem Schaden. Doch wie kann man Fehler aussieben, bevor sie die Zielöffentlichkeit erreichen?

Die Lösung

Führen Sie einen Freigabeprozess ein. Ein solcher Prozess war lange traditioneller Bestandteil in Redaktionen und wird heute zu einer technischen Eigenschaft fortgeschrittener Social Relationship Plattformen. Die Idee ist simpel: Alle Tweets und Nachrichten aller Teammitglieder durchlaufen einen definierten Freigabeprozess. Erst nach einem zweiten Blick auf die Posts werden sie publiziert. Dieses Zwei-Augen-Prinzip reduziert die Wahrscheinlichkeit inhaltlich falscher oder formal unerwünschter Social Messages auf ein Minimum. Außerdem lassen sich im Freigabeprozess Rechtschreibfehler korrigieren, Links überprüfen und die Einhaltung von Corporate-Standards sicherstellen.

Hat eine Marke Tausende, Hunderttausende oder gar Millionen von Followern in sozialen Medien, ist es kaum noch vertretbar, dass alle Mitarbeiter eigenständig veröffentlichen dürfen. Besser ist es, eine ausgewählte Gruppe verantwortungsvoller Personen mit der Freigabe von Nachrichten zu betrauen. Social Relationship Plattformen wie Hootsuite erleichtern das über eine Benutzerverwaltung mit differenzierten Zugriffsrechten. Die orientieren sich auf Wunsch an der natürlichen Hierarchie des Unternehmens, sodass Mitarbeiter problemlos neue Nachrichten und Kampagnen aller Art vorbereiten und schreiben können, Teamleiter oder etwa die Kommunikationsabteilung diese dann aber vor der Freigabe sichten müssen. Auch externe Partner (z.B. Agenturen) lassen sich innerhalb einer Social Media Organisation problemlos mit gewünschten Zugriffs- und Veröffentlichungsrechten einbinden.

Eine feinstufige Rechtevergabe verhindert nicht nur versehentliche und unerwünschte Falschmeldungen, sondern erlaubt es allen Beteiligten, stets auch in die Kommunikation anderer Abteilungen Einsicht zu nehmen und daraus zu lernen. Social Relationship Plattformen mit Freigabesystem erlauben es kleinen bis großen Unternehmen auf diese Weise, ihre Social Media-Aktivitäten erheblich auszuweiten, ohne Risiken einzugehen.

5. Wappnen Sie sich für den Ernstfall

Die Herausforderung

Egal, wie viele Sicherheitsratschläge Sie beherzigen: Es bleibt eine geringe Chance, dass nicht vorherzusehende Situationen eintreten, auf die es zu reagieren gilt. Ein Klick zur falschen Zeit auf den falschen Button oder ein zielgerichteter Angriff von außen, der etwa eine soeben erst bekannt gewordene Sicherheitslücke eines sozialen Netzwerkes nutzt, lässt sich einfach nicht vollständig verhindern. Trotz aller Sicherheit kann immer etwas passieren. Was dann?

Die Lösung

Wappnen Sie sich für den Ernstfall – mit einem Krisenplan. Kommt die Krise, hilft der Plan allen Beteiligten, zielorientiert und besonnen zu reagieren. Auch hier geht es um die Weiterbildung der Mitarbeiter. Jeder muss wissen, wie man im Fall eines echten Problems schnell und effizient reagiert.

Gestalten Sie den Krisenplan möglichst einfach. Seine Maßnahmen müssen zugleich flexibel sein, denn es gehört zum Wesen der Krise, dass sie anders auftritt als erwartet. Für Enterprise-Kunden veranstaltet Hootsuite Krisensimulationen: Im digitalen Sandkasten prüfen, bewerten und verbessern wir mit Ihnen die Reaktionen der Mitarbeiter, die sich an Social Media-Aktivitäten des Unternehmens beteiligen. In persönlicher Zusammenarbeit identifizieren wir Bereiche mit Optimierungsbedarf und schlagen Verbesserungen für den Krisenplan vor.

Optional bietet Hootsuite spezielle Sicherheitsdienste für Corporate-Kunden. Mit den Hootsuite Managed Services entwickeln Sie eine optimale Mischung aus Richtlinien, Werkzeugen und Prozessen, um Ihre Produkte, Ihre Marke, Ihre Daten und Ihr Unternehmen zu schützen. Mit unserer Hilfe können Sie Krisen vermeiden und Risiken minimieren, deren Bewältigung andernfalls viel Zeit, Geld und Reputation kosten könnten.

Die Hootsuite Managed Services geben Ihnen die Kontrolle über die Social Media-Aktivitäten Ihres Unternehmens zurück. Sie schaffen eine sichere Kommunikationsumgebung, in der alle ausgehenden Inhalte, Nachrichten und Posts sich an erwünschten Unternehmensstandards orientieren und niemandem schaden können. Auf Wunsch trainieren wir Ihr Team, um gemeinsam mit Ihnen eine nachhaltig wirksame Social Media-Sicherheitsstrategie zu entwickeln.

Soziale Netzwerke funktionieren in Echtzeit. Das bedeutet auch, dass Sie über Ihre Kanäle in Realtime auf alle Herausforderungen reagieren sollten. Social Relationship Plattformen wie Hootsuite dienen Ihnen dabei als Operationszentrale, durch die Sie alle Aktivitäten transparent steuern und Verdächtiges frühzeitig erkennen. Mögliche Anfragen sind sofort sichtbar und können vom Mitarbeiterstab konzentriert und effizient beantwortet werden. Und via Social Monitoring sehen Sie sofort, wie die Öffentlichkeit auf ein Problem und seine Bewältigung reagiert.

Fazit

Social Media ist eine Investition in den Unternehmenserfolg – nehmen Sie sich die Zeit, diese Investition zu schützen! Mit den oben genannten fünf Schritten bewegen Sie sich auf der sicheren Seite und sorgen für die Nachhaltigkeit Ihrer Social Media-Aktivitäten. Ihre Mitarbeiter werden in der Lage sein, typische Probleme durch korrektes Verhalten zu vermeiden und potenzielle Krisen in sozialen Netzwerken nicht nur rechtzeitig zu erkennen, sondern auch schnell, flexibel und situativ angemessen darauf zu reagieren.

Weitere Informationen finden Sie auf enterprise.hootsuite.com

Über Hootsuite Enterprise

Beschleunigen Sie jetzt Ihr Social Business mit Hootsuite



Hootsuite Enterprise befähigt Organisationen Geschäftsstrategien für die Social Media-Ära umzusetzen. Als weltweit meist genutzte Plattform ermöglicht Hootsuite Enterprise global agierenden Unternehmen Social Media-Aktivitäten in unterschiedliche Teams, Abteilungen und Geschäftseinheiten zu skalieren. Unsere flexible Plattform unterstützt ein florierendes Ökosystem von Technologien, die es Unternehmen ermöglichen, Social Media in bestehende Systeme und Programme zu integrieren

Wir helfen dabei, tiefere und nachhaltige Beziehungen zu Kunden zu knüpfen und wertvolle Erkenntnisse aus Social Media-Daten zu ziehen. Innovationsgetrieben seit der ersten Stunde setzen wir uns für Unternehmen ein, die die Social Media-Landschaft erschließen wollen und sorgen durch Ausbildung und professionellen Service für ihren Erfolg.

Fragen Sie jetzt nach einer individuell zugeschnittenen Demo auf enterprise.hootsuite.com

744 Unternehmen der Fortune 1000 vertrauen auf Hootsuite

