Hackerangriffe: Schweizer Firmen handeln zu spät

Immer mehr Unternehmen werden Opfer von gefährlichen Angriffen aus dem Internet. Auch in der Schweiz. Versicherer hoffen deshalb auf ein grosses Geschäft mit Cyberpolicen. Bis jetzt ohne grossen Erfolg.

von Kristina Ivancic

Frau Moser erhält ein E-Mail von ihrem Freund. In diesem ist ein Link enthalten. Sie klickt ihn an – sogleich stürzt der Computer ab. Das Resultat: Ihr PC hat sich einen Virus eingefangen, das Problem kann nur von einem Spezialisten gelöst werden. Also muss Frau Moser für die Reparatur einige Hundert Franken hinblättern. Solche oder ähnliche Angriffe haben viele Computernutzer auch schon einmal erlebt.

Doch nicht nur «normale» User sind von Cyberkriminalität betroffen – auch immer mehr Unternehmen bilden die Zielscheibe von Hackern; jüngstes Beispiel ist der Baukonzern Implenia, auf dessen Website Unbekannte eine Botschaft platzierten, die sich gegen Scientology richtete. Bei Firmen sind die Folgen generell viel schwerwiegender: Kreditkartennummern oder Geschäftsgeheimnisse werden gestohlen und weiterverkauft, ganze Produktionen lahmgelegt. Das kostet die betroffenen Unternehmen schnell einmal grosse Beträge.

Deshalb – und weil Hackerangriffe auf Firmen in den vergangenen Jahren weltweit stark zunahmen – hat sich ein Markt für Versicherungen gegen Cyberkriminalität entwickelt. In den USA erleben solche Versicherungen derzeit einen regelrechten Boom.Einige medienwirksame Fälle haben die Verbreitung beschleunigt: Dazu zählt auch der Hackerangriff auf Sony im Jahr 2011, als Daten von fast 80 Millionen Playstation-Kunden gestohlen wurden – darunter mehrere Millionen Kreditkartendaten. Der Schaden belief sich gemäss Expertenschätzung auf 1,4 Milliarden Euro. Dieses Ereignis sehen Beobachter als wichtigstes für das veränderte Bewusstsein bei Unternehmen. «In den USA sind Cyberpolicen nicht mehr aus der Wirtschaft wegzudenken», sagt Ivo Heeb, Experte für Cyberversicherungen bei der Allianz Suisse.

Durch die langjährigen Erfahrungen in Amerika wagten sich Versicherer langsam auch nach Europa vor. Hiscox und AIG waren 2011 Pioniere, bald darauf folgten andere grosse Versicherer. In der Schweiz bietet unter anderem die Allianz seit 2013 Cyberpolicen an, doch diese schlagen hier längst nicht so stark ein wie in den USA: «Unsere Erwartungen in der Schweiz sind noch nicht ganz erfüllt worden», sagt Heeb. Grund dafür: Die Allianz sei mit dem Produkt hierzulande vergleichsweise zu früh auf den Markt gegangen. Auf Nachfrage der «Südostschweiz» bezifferte die Allianz allerdings nicht, wie viele Cyberpolicen bisher bei ihr abgeschlossen wurden. Heeb wollte nicht einmal eine grobe Grössenordnung kommunizieren. Aber: «Was wir 2013 an Abschlüssen erwartet haben, erreichen wir vermutlich erst in den nächsten ein, zwei Jahren», so Heeb.

Ähnlich – also mässig erfolgreich – sieht es wohl bei der Zurich-Versicherungsgesellschaft aus, die ebenfalls seit 2013 eine Police gegen Hackerangriffe und Datenklau anbietet. Auf Anfrage meinte Adriano Pavone, Mediensprecher der Zurich, nur: «Die Nachfrage in der Schweiz dürfte in den nächsten Jahren markant zunehmen.»

Dass Cyberpolicen bei Schweizer Unternehmen noch keine grosse Aufmerksamkeit geniessen, ist eigentlich erstaunlich. Im Jahr 2014 verursachte Cyberkriminalität in der Schweiz einen volkswirtschaftlichen Schaden von rund 200 Millionen Franken. Europaweit

schätzt Interpol den Schaden jährlich sogar auf fast 780 Milliarden. Auch die Resultate einer aktuellen Studie der Beratungs- und Wirtschaftsprüfungsgesellschaft KPMG geben zu denken. Die KMPG untersuchte das Verhalten von 64 Schweizer Unternehmen in Bezug auf Internetkriminalität. Zwei Fünftel der befragten Firmen sind grosse Unternehmen, die über 5000 Mitarbeiter beschäftigen, die restlichen drei Fünftel sind kleine und mittlere Unternehmen (KMU). Die befragten Unternehmen glauben, ein attraktives Ziel für Hacker zu sein. Dennoch verschärfen 75 Prozent der befragten Unternehmen die Sicherheitsmassnahmen am ehesten dann, wenn wirklich etwas passiert.

Matthias Bossardt, auf IT-Systeme spezialisierter Berater bei KPMG, sieht den Erfolg von Hackerangriffen unter anderem im reaktiven Verhalten der Unternehmen: «Ein Unternehmen sollte nicht erst reagieren und Massnahmen entwickeln, wenn es 100000 Kundendaten verliert.» Firmen sollten vielmehr proaktiv handeln. Will heissen: Es genügt nicht, wenn sich Unternehmen nur technisch gegen mögliche Angriffe wappnen, also Daten sichern, Anti-Viren-Software installieren, Updates durchführen oder Firewalls einsetzen. Die Unternehmensverantwortlichen müssen vermehrt an den Faktor Mensch denken, was viel zu häufig vergessen geht. Dazu gehört beispielsweise auch, Mitarbeiter zu sensibilisieren, wie sie mit wichtigen Daten oder mobilen Geräten besser umgehen.

Wie Ivo Heeb von der Allianz Suisse erklärt, haben viele Unternehmen auch gerade erst begonnen, die sie betreffenden Cybergefahren zu untersuchen. «Erst wenn sie ihre Bedrohungslage kennen und Massnahmen definiert haben, können sie entscheiden, welchen Teil der Cyberrisiken sie an einen Versicherer übertragen möchten», sagt Heeb. In ein, zwei Jahren sollten die meisten Unternehmen damit so weit sein.