

Competitive Intelligence – strategische Wettbewerbsanalyse: Abgrenzung zur Wirtschaftsspionage.

Competitive Intelligence - strategische Wettbewerbsanalyse, wird gerade in Deutschland immer wieder in die Nähe der Wirtschaftsspionage gerückt. Unverständlicherweise, denn die Begriffsdefinitionen sind eindeutig.

Definitionen:

- **Competitive Intelligence** (strategische Wettbewerbsanalyse) ist die Gewinnung und Auswertung von öffentlich verfügbaren (aber nicht zwingend veröffentlichten) Informationen über konkurrierende Unternehmen mit legalen und ethischen Mitteln.
- **Wirtschaftsspionage** ist der Versuch mit Hilfe illegaler, unethischer Methoden Informationen über die Strategie eines Unternehmens, über seine Kunden, Produkte oder seines geistigen Eigentums zu gewinnen, um einen geschäftlichen Vorteil zu erlangen.

Wirtschaftsspionage wird von Unternehmen und von Staaten gleichermaßen betrieben. Mit illegalen Praktiken versuchen Unternehmen sich Vorteile gegenüber ihren Wettbewerbern zu verschaffen, während staatliche Geheimdienste versuchen die Wirtschaft anderer Staaten zu schwächen und zu schädigen. Gerade in wirtschaftlich turbulenten Zeiten hat Wirtschaftsspionage Konjunktur.

In der Presse wird heutzutage zunehmend über solche Fälle berichtet: von der mutmaßlichen Coca-Cola-Spionin (Januar 2007), über den AMD-Mitarbeiter, der bei Intel Unterlagen entwendet haben soll (Januar 2008), über den Boeing-Ingenieur, der Shuttle-Geheimnisse verraten haben soll (Februar 2008), über den US-Bürger, der in China zu 15 Jahren Haft wegen Spionage verurteilt wurde (August 2008) bis hin zum US-Anwalt, der in Weißrussland zu drei Jahren Haft verurteilt wurde wegen Industriespionage (August 2008).

Die Dunkelziffer dürfte wesentlich höher sein, denn welches Unternehmen gibt gerne zu, von Wirtschaftsspionage betroffen zu sein?

Dabei geht es auch anders: 80% bis 90% dessen, was ein Unternehmen über seine Wettbewerber wissen sollte, ist öffentlich verfügbar. Die restlichen 10% bis 20% können auf Basis der öffentlich verfügbaren Informationen oftmals abgeleitet werden. Genau das ist das Betätigungsfeld von Competitive Intelligence (strategische Wettbewerbsanalyse). Mit Hilfe von legalen und ethisch vertretbaren Methoden werden wett-



bewerbsrelevante Informationen gewonnen. Diese fragmentierten Daten über Unternehmen, Branchen, Märkte und Trends werden dann in entscheidungsrelevantes Wissen umgewandelt.

Selbstverständlich gibt es eine Grauzone, vor allem bei der Informationsgewinnung ist die Abgrenzung zur Wirtschaftsspionage nicht immer transparent. Eindeutig illegal sind Tätigkeiten, die gegen das Gesetz verstoßen: Diebstahl, Einbruch, Erpressung, der Einsatz von Spionage-Software oder unter Vorgabe von falschen Tatsachen Informationen zu gewinnen. Genauso eindeutig legal sind Tagungs- und Messebesuche, Kundenbefragungen und Interviews. Die Datensammlung an sich wird zur Spionage, wenn nicht offensichtlich ist, wer, warum und wie diese Daten erhebt. Alle Aktivitäten, die nicht eindeutig illegal (STOP) oder legal (OK) sind, sollten vorher mit der eigenen Rechtsabteilung abgesprochen werden (RAT).



STOP

Einbruch, Diebstahl, Erpressung, Bestechung, Vorgabe falscher Tatsachen, elektronischer Diebstahl (Hacken), Spionage-Software, zugespielte interne Dokumente eines Wettbewerbers, Abhören mit elektronischen Mitteln, ...

RAT

Teilnahme an Veranstaltungen von Wettbewerbern, Anmelden bei Service-Portalen von Wettbewerbern, Auswerten von nicht-öffentlichen Präsentationen, die von Dritten (unerlaubt) veröffentlicht wurden (z.B. im Internet), ...

OK

Messebesuche, Prospektauswertung, Kundenbefragungen und Interviews, Presseauswertung, Webseitenmonitoring, Expertengespräche, Mitarbeiterabwerbung (ohne Datenträger) und -befragung, Finanzberichte, Betriebsbesichtigung, ...

Jedes Unternehmen hinterlässt durch seine Aktivitäten, Geschäftstätigkeit Informationen in der Öffentlichkeit. Da bleibt es nicht aus, dass diese von Wettbewerbern beobachtet und analysiert werden. Aus diesem Grund gehört auch die Abwehr von Informationsgewinnung durch Wettbewerber (Counter Intelligence) zum Tätigkeitsfeld von Competitive Intelligence Spezialisten.



Lassen Sie sich nicht von den „martialischen, oftmals militärischen“ Begriffen verunsichern: Competitive Intelligence ist weder Geheimwissenschaft noch anrüchig oder kriminell, sondern ein selbstverständliches Handwerkszeug, das jedem Unternehmen relevante Einsichten (Intelligence) über das Unternehmensumfeld liefert, die benötigt werden, um sich erfolgreich und nachhaltig im Markt zu positionieren. Mit gänzlich legalen und ethisch einwandfreien Methoden kann eine erstaunliche Vielfalt an Informationen über Wettbewerber erfasst werden.

Verhaltenskodex:

Competitive Intelligence Spezialisten sind in verschiedenen Fachverbänden organisiert, z.B. der Association of Independent Information Professionals, AIIP (www.aiip.org) oder der Society of Competitive Intelligence Professionals, SCIP (www.scip.org). Selbstverständlich gibt es verbindliche Verhaltensregeln, welche die Mitglieder uneingeschränkt anerkennen und bei ihrer Tätigkeit befolgen:

AIIP Code of Ethical Business Practice:
<http://digbig.com/4ymcy>

SCIP Code of Ethics for CI Professionals:
<http://digbig.com/4ymda>





Udo Hohlfeld, M.A. ist Anglist und Politikwissenschaftler. Im Jahr 2000 gründete er das Unternehmen INFO + DATEN und spezialisierte sich darauf, strukturierte Informationen und Daten über Wettbewerber, Wettbewerbsprodukte sowie Branchen und Märkte zu beschaffen.

Er hat langjährige Erfahrung mit Competitive Intelligence. Bereits seit 1992 recherchiert er in Spezialdatenbanken und beschäftigt sich weltweit mit der Informationsgewinnung. Er besitzt das **Certificate in Competitive Intelligence** der Drexel University in Philadelphia, USA sowie das **Professional Certificate in Management** der Open University Business School in Milton Keynes, Großbritannien. Darüber hinaus studiert Udo Hohlfeld an der American Military University und schließt mit dem **Master of Strategic Intelligence** ab.

Udo Hohlfeld hält regelmäßig Workshops zum Thema „Competitive Intelligence“ bei der Management Circle AG und schreibt als Contributing Editor für den VIP LiveWire News-Service über die Informationsindustrie.

In Deutschland repräsentiert der CI-Spezialist das französische Competitive Intelligence Netzwerk „Réseau Acrie“.

INFO + DATEN GmbH & Co. KG – www.infoplusdaten.net

