

IWC Schaffhausen, Daimler AG und Amadeus IT Group Sieger beim Security Awareness-Award „Care4Aware“

Köln/München/Viersen, 17. September 2021

Der erstmals für herausragende Awareness-Initiativen ausgelobte Preis „Care4Aware“ ist heute online im Rahmen der TAKE AWARE EVENTS verliehen worden.

Der Wettbewerb wurde 2019 von HECOM Security Awareness Consulting initiiert, um Unternehmen aus der Privatwirtschaft wie auch öffentlichen bzw. nicht-kommerziellen Trägern eine adäquate Plattform zur Anerkennung ihrer Aktivitäten im Kontext Mitarbeitersensibilisierung im Umfeld Informationssicherheit zur Verfügung zu stellen.

Die teilnehmenden Organisationen konnten sich mit ihren Awarenesskampagnen und -programmen in den drei Kategorien „PROMOTE“, „PERFORM“ und „CHANGE“ bewerben.

Eine ursprünglich für Frühjahr 2020 im Rahmen der Doppelkonferenz „TAKE AWARE/SEXY SECURITY“ geplante Preisverleihung musste coronabedingt abgesagt werden.

Kategorie PROMOTE:

Für die Kategorien „PROMOTE“ (bestes Security Branding, d. h. Kombination der Kampagnenelemente Logo, Key Visual, Logo, Claim, Naming, Wording etc.) waren ausschließlich Organisationen aus der Schweiz für die Liste der Top 3 nominiert: IWC Schaffhausen, das Bundesamt für Informatik und Telekommunikation (BIT) sowie AMAG Corporate Services AG.

Zum Gewinner wurde der Uhrenhersteller **IWC Schaffhausen** mit „**WATCH IT**“ gekürt.

Die Jury lobte das sachlich-klare und moderne Design der Wortmarke inklusive ihrer bewusst erzeugten semantischen Doppeldeutigkeit mit eindeutigem Bezug zum Produkt des Unternehmens, dem erweiterten Informationssicherheits-Scope „IT“ und dem impliziten Appell zur Wachsamkeit.

Kategorie PERFORM:

In der Kategorie „PERFORM“ (beste kurzfristige Security Awareness-Kampagne) setzte sich die **Daimler AG** mit Ihrer Kampagne „**Hacktoberfest**“ gegen zwei Hochschulen durch - die Fachhochschule St. Pölten aus Österreich und die Hochschule Luzern aus der Schweiz. Der Jury gefiel zum einen der Kampagnenclaim „You Are the Shield“ mit der darin enthaltenen, impliziten Botschaft: „Es kommt auf jeden einzelnen Daimler Mitarbeiter an.“ Zum anderen wurde der eingesetzte Medienmix bestehend aus verschiedenen On- und Offline-Aktivitäten als preiswürdig beurteilt. So wurden spielerische Elemente wie z.B. der Mystery Challenge „Game of Codes“ und Präsenzveranstaltungen (u. a. mit Marktständen im Stile des Oktoberfests) eingesetzt, die in besonderem

Maße dazu geeignet sind, das Involvement für und den kommunikativen Austausch über das Thema Sicherheit in der Mitarbeiterschaft zu steigern. Neben dem stringenten Kampagnenaufbau lobte die Jury zudem den gewählten Ansatz der Kampagnenumsetzung, basierend auf einer zentralen Steuerung aus der Konzernzentrale und enger Einbindung der lokalen Sicherheitsorganisationen. Hierüber konnten u. a. lokale, kulturelle Besonderheiten berücksichtigt und mehr Sichtbarkeit für die lokale IT-Sicherheitsorganisation geschaffen werden.

Kategorie CHANGE:

In der Kategorie „CHANGE“ (bestes mittel- bis langfristiges Security Awareness-Programm) setzte sich die **Amadeus IT Group** (Deutschland) mit ihrer seit 2014 laufenden, internationalen Kampagne „**It's up to you**“ gegen die Stadt Zürich und wiederum der Daimler AG durch. Als eines der zu erreichenden Ziele wurde dabei explizit die Gestaltung interner Prozesse und Tools zur Unterstützung und Erleichterung sicherheitskonformen Verhaltens definiert – ein unabdingbares Element zur Initiierung von „Change“. Positiv erwähnt wurde ferner die Abdeckung aller relevanten Zielgruppen in Verbindung mit einem zielgruppenspezifischen Medien- und Maßnahmenmix sowie das Branding, basierend auf der Leitfigur „Friendly Phantom“. Die umgesetzten Awareness-Aktivitäten wurden im Rahmen eines umfassenden Ansatzes zur Erfolgsmessung mittels qualitativer und quantitativer Kenngrößen im Hinblick auf die intendierte Zielerreichung verifiziert.

Bewertet wurden die Einreichungen von einer hochkarätig besetzten Jury mit Vertretern aus Wissenschaft und Praxis bestehend aus:

- Dr. Katja Dörlemann (SWITCH/Schweiz)
- Michael Lardschneider (Munich Re)
- Nina Malchus (me – malchus eventmanagement),
- Wolfgang Reibenspies (FH Brandenburg, Ex-EnBW)
- Prof. Dr. Angela Sasse (RUB - Ruhr-Universität Bochum)
- Stefano Merenda und Ulrike Albanese (Propella Design)

Dokumentationen der Shortlists sowie der Sieger sind im „TAKE AWARE sec&life magazine“ (Nummer 3 2020 sowie Ausgabe Nummer 4 2021) zu finden.

Für 2022 wird der Preis „Care4Aware“ erneut in den o. g. Kategorien ausgelobt. Die Preisverleihung wird am 28. April 2022 im Verbund mit der Doppelkonferenz „TAKE AWARE/SEXY SEXY SECURITY“ stattfinden. Gastgeber wird der Datenschutz-Dienstleister „Dextra Data“ aus Essen sein. Details zur Auslobung des Preises 2022 sowie zur Anmeldung zur o.g. Doppelkonferenz folgen in Kürze.

Kontakt:

HECOM Security Awareness Consulting, Michael Helisch

E-Mail: helisch@hecom-consulting.de

Telefon: +49 172 272 4 272