

## Commerzbank und Bürkert Fluid Control Systems gewinnen „Care4Aware“ Award 2022

Köln/München/Viersen, 09. Mai 2022

**In seiner zweiten Auflage wurde der für herausragende Awarenessinitiativen ausgelobte Preis „Care4Aware“ am 28.04.2022 im Rahmen der TAKE AWARE EVENTS in Essen verliehen.**

In der Kategorie „PROMOTE“ (bestes Security Branding, d. h. Kombination der Kampagnenelemente Logo, Key Visual, Logo, Claim, Naming, Wording etc.) waren für die Shortlist nominiert: GEA Group, EWE AG sowie die Commerzbank AG. Letztere konnte mit Ihrer Kampagne „Hacker Island“ den Wettbewerb in dieser Kategorie für sich entscheiden.



Commerzbank AG mit Ihrer Kampagne „Hacker Island“

Aus Sicht der Jury „zeichnet sich diese durch eine direkte und spielerische Kommunikation aus. Dank der Verwendung von meisterhaft illustrierten Comics erreicht die Botschaft die Zielgruppe auf ironische, aber auch klare und direkte Weise. Der gewählte Gestaltungsansatz bezieht die Mitarbeiter in die Handlung ein. Zudem verstärkt der Einsatz von Merchandising die Botschaft und animiert zum Handeln,“ so die Jury.

In der Kategorie „PERFORM“ (beste kurzfristige Security Awareness-Kampagne) setzte sich die Firma Bürkert Fluid Control Systems mit ihrer Kampagne „B\_Secure“ gegen die Gea Group und die RWE AG durch.



Bürkert Fluid Control Systems mit ihrer Kampagne „B\_Secure“

Der Jury gefiel unter anderem das „umfassende und ganzheitliche (Stufen-)Konzept. Es werden Impulse auf inhaltlicher, struktureller und kultureller Ebene gegeben und zielgerichtete Maßnahmen abgeleitet. All das in einem ausgewogenen Set an Schulungs-Trainings- und Kommunikationskanälen und -formaten.“

Zudem wurde das „sehr gut durchdachte Konzept erwähnt sowie die Tatsache, dass auf die Herausforderungen durch die Corona-Pandemie kommunikativ gut reagiert wurde. Die Idee, in jedem Quartal ein neues Sicherheitsthema in den Mittelpunkt zu stellen und dieses auf verschiedenste Wege zu kommunizieren ist nachhaltig und hilft aus Anwendersicht, sich auf ein Thema zu konzentrieren und dieses zu durchdringen. Die vielfältigen Arten der Erfolgsmessung zeigen den Erfolg der Kampagne.“

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

- Stefano Merenda und Ulrike Albanese (Propella Design)
- Frank Strebe (BMW AG)
- Chris Schog (ehem. T-Systems)
- Prof. Dr. Kristin Weber (Hochschule Würzburg-Schweinfurt)

Dokumentationen der Shortlists sowie der Sieger sind in der **Ausgabe 5 des TAKE AWARE sec&life Magazin** zu finden.

Für 2024 wird der Preis „Care4Aware“ erneut in den o.g. Kategorien sowie der Kategorie „CHANGE“ ausgelobt.

Weitere Informationen über „Care4Aware“, die TAKE AWARE mit der SEXY SECURITY und das TAKE AWARE sec&life magazine finden Sie unter:  
[www.take-aware-events.com](http://www.take-aware-events.com)

**Kontakt:**

HECOM Security Awareness Consulting, Michael Helisch

E-Mail: [helisch@hecom-consulting.de](mailto:helisch@hecom-consulting.de)

Telefon: +49 172 272 4 272