

CYBER RESILIENCE

SECURITY AWARENESS KAMPAGNE PLANEN - 8 SCHRITTE



ANNE LAHNER

CYBER RESILIENCE

Wenn ich individuelle Security Awareness Kampagnen für meine Kunden plane, gehe ich immer 8 Schritte durch, die ich hier mal grob zusammenfasse.



1/8

ZIELGRUPPEN DEFINIEREN

Unterschiedliche Abteilungen und Rollen haben unterschiedliche Risiken. Zielgruppen zu definieren hilft, gezielte Maßnahmen zu entwickeln, um passgenaue Inhalte zu erstellen. Ich frage dann immer “Wer braucht im Rahmen der Kampagne eine eigene Ansprache?”

Beispiele: Führungskräfte, IT-Abteilung, neue Mitarbeitende, Personen ohne PC, Produktion etc.

2/8

THEMEN ERARBEITEN

Durchgehen, welche Themen (Pain Points) aktuell wichtig sind. z. B. Passwortsicherheit, E-Mail Verschlüsselung, Mitarbeiterausweis etc. Diese Themen clustere ich dann unter 5 bis maximal 7 Oberbegriffe (z. B. E-Mail, Internet, Social Engineering ...).



STRONG MINDS

3/8

RISIKEN PRIORISIEREN

Fokus auf die größten Bedrohungen und Risiken. Hier kann ein Blick ins Risikomanagement helfen (Eintrittswahrscheinlichkeit, Auswirkungen). Die höchsten Risiken bzw. diejenigen mit den größten Auswirkungen sollten priorisiert werden.



4/8

BOTSCHAFTEN

Welche Verhaltensänderungen senken die dringlichsten Risiken? Also welches Verhalten wird von der Zielgruppe gewünscht. Beispiel: als hohes Risiko wurde Passwortsicherheit identifiziert. Das gewünschte Verhalten könnte sein, dass die User einen Passwortsafe benutzen. Voilà - dann ist das die Botschaft.



5/8

KOMMUNIKATIONS- KANÄLE

Hier fängt die Planung an Spaß zu machen :-). Welche Kommunikationskanäle stehen zur Verfügung (z. B. Intranet, Poster, MS Teams ...) bzw. welche Kanäle wären akzeptiert? Wie erreichen wir alle. Hier hilft ein Gespräch mit der KOM-Abteilung sehr, um ein Gespür zu kriegen, was geht und was eher nicht.

6/8

AKTIONEN

Sind die Vorarbeiten erledigt, kann man sich Gedanken machen, welche Botschaften sich mit welcher Aktion gut transportieren lassen.

Beispiel Passwortsafe: Intranet-meldung, Erklärvideo zur Inbetriebnahme, Mailing-Aktion mit Passworthilfe (für ein sicheres Master-Passwort)

Klar: Budget beachten und sinnvoll verteilen



STRONG MINDS

7/8

BASIS SCHAFFEN

Grundlegende Maßnahmen vor funky Ideen - sage ich immer. Bevor man kreative und aufwändige Maßnahmen umsetzt, müssen die Grundlagen stimmen. Oft bewährt es sich, mal langsam anzufangen (E-Learning, Intranet, Erklärvideos etc.) und dann mit coolen Maßnahmen das Ganze aufpeppen und die nötige Aufmerksamkeit schaffen.



STRONG MINDS

8/8

ZEITPLANUNG

Eh klar, aber der Vollständigkeit halber auch noch erwähnt:

Eine klare Zeitplanung sorgt für Konsistenz und ermöglicht die Messung des Fortschritts.

Nicht zu ambitioniert, um die Leute nicht zu überfordern. 3 bis maximal 4 Themen pro Jahr.

