

# WANTED 2012/13

DER PRIVACY & SECURITY AWARENESS-TOOL-KATALOG

WARUM IST DIE  
PROAKTIVE GESTALTUNG  
VON SICHERHEITSKULTUR  
WICHTIG FÜR MEIN  
UNTERNEHMEN?



IT-Sicherheitspreis  
NRW 2007  
für askit



known\_sense  
identity\_kreation\_kommunikation\_awareness



Sicherheitsforum  
Baden-Württemberg  
Die Wirtschaft schützt ihr Wissen  
Sicherheitspreis Baden-  
Württemberg 2011 für  
Cytec-Podcasts

# STUDIEN & LITERATUR



**Qualitative Studie »Entscheidung am Arbeitsplatz – die geheime Logik der IT-Security in Unternehmen«.** Tiefenpsychologische Wirkungsanalyse zu den so genannten MITARBEITER-FEHLLEISTUNGEN und weltweit erste qualitative Forschung zum Thema. 2006. dt. (Print, PDF) oder engl. (PDF). 64 S. € 380,00



**Tiefenpsychologische Studie »Aus der Abwehr in den Beichtstuhl – Qualitative Wirkungsanalyse CISO & Co.«** Strategien, Positionen und Visionen von Sicherheitsbeauftragten. Inkl. CISO-Typologie. 2008. dt. (Print, PDF) oder engl. (PDF). 58 S. € 380,00



**Tiefenpsychologische Studie »Sicher von oben – Qualitative Imageanalyse CISO & Co.«** Security Manager aus Sicht der Entscheider. Inkl. neuer CISO-Typologie und Mapping zu »Aus der Abwehr...« 53 S. dt. (Print, PDF) 53 S. € 380,00



**»Security Awareness Neue Wege zur erfolgreichen Mitarbeiter-Sensibilisierung«.** Hrsg. von Michael Helisch u. Dietmar Pokoyski. 2. Aufl. Vieweg + Teubner. 2009. XIV, 317 S. Mit 244 Abb. und 21 Interviews sowie Best Practice. ISBN 978-3-8348-0668-0. € 49,90

## Fragen und Bestellungen

known\_sense  
Kaiser-Wilhelm-Ring 30-32  
D-50672 Köln  
ab 1.1.2012: Jakob-Engels-Str. 39  
D-51143 Köln  
  
Fon +49 221 912 777 78  
Fax +49 221 240 39 10  
www.known-sense.de  
sense@known-sense.de

## Vertriebspartner Schweiz

ISPIN AG ZURICH  
Grindelstrasse 15, CH-8303 Bassersdorf  
Fon +41 44 838 31 11  
www.ispin.ch

## Vertriebspartner Österreich

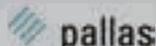
E-SEC® Information Security Solutions  
GmbH Grabenweg 3, A-6020 Innsbruck  
Fon +43 512 214037  
www.e-sec.at

## © WANTED 2011

Folder, Tools, Texte, Abb. known\_sense (2004-2012), außer S. 4 (gr. Abb.), 8 (alle außer Koffer), 12 (gr. Abb.) EnBW AG/Artis, Uli Deck (alle 2008), S. 7 (r.) RUB, S. 14 (Awareness-Brille) isits AG (beide 2009), S. 7/17 (r. unt. T-Systems Enterprise Services GmbH/Deutsche Telekom AG

Partner der bisherigen known\_sense-Securitystudien:

DSV Gruppe  
Deutscher Sparkassenverlag



Partner Schweiz

ISPIN AG ZURICH  
swiss made security.

# INSIDE OF A WAREHOUSE

**A**ls wir 2004 unser erstes Awareness-Tool, das Virusquartett (S. 4/5) entwickelten, das wohl erste Securitygame weltweit, das mit einer – auch für uns – unerwarteten Erfolgsstory verbunden war, konnten wir über seine Wirkung als Wissens- bzw. Sensibilisierungs-Instrument nur fragmentarische Annahmen machen. Sieben Jahre, ein Fachbuch (S. 2 r.o.) und einige renommierte Preise später können wir mit der Erfahrung aus der Entwicklung von über 100 Mitarbeiter-Sensibilisierungs-Tools in 11 Sprachen für mehr als 20 internationale Kunden sowie aufgrund der tiefenpsychologischen Forschung, mit der wir unsere Arbeit regelmäßig anreichern (Studien S. 2), behaupten, sehr viel mehr über die Hintergründe und Erfolgsfaktoren nachhaltiger Awareness zu wissen.

**Z.B. dass Sicherheit und deren Protagonisten eine »gute« Story benötigen**, um ihre Anliegen gut »verkaufen« zu können. Eine Geschichte, bei der es den Mitarbeitern leicht fällt, sie – auch unter Einbeziehung wichtiger Details – nachzuerzählen zu können. Mithin Cover und Impact Story, aber auch Wissen, Wollen und Können sind Faktoren, auf die es ankommt, wenn man als Security Manager an nachhaltiger Awareness interessiert ist. Das Lernen über Trainings, E-Learning & Co. stellen eben nur eine (!) gute Grundlage für Sensibilisierung im Rahmen des so komplexen Feldes »Unternehmen« dar. Systemisch bilden Lernen, Arbeiten und Spielen eine miteinander verzahnte Einheit, denn erfolgreiche Wissensvermittlung funktioniert keinesfalls ohne Kontaktarbeit oder die Integration der »spielerischen« Aspekte.

**Involvierende Maßnahmen** fangen Mitarbeiter ein und erzeugen qua Security-Marketing die so wichtige Aufmerksamkeit über die reine kognitive Wissensvermittlung hinaus. Alleine reichen auch diese beiden Grundlagen nicht aus! Menschen kommunizieren u.a. über die Beziehungsebene miteinander. Gerade dann, wenn es um Sicherheitsthemen geht, müssen Mitarbeiter in die Lage versetzt werden, sich untereinander auszutauschen. Dann stellt sich die Awareness fast ohne Ihre persönliche Mitwirkung ein. Daher kreieren wir neben kompletten Kampagnen und z.B. reinen Security-Werbemitteln (S. 14/15) eben auch Instrumente für (überraschende) Interventionen (S. 12/13) und jede Menge (systemische) Kom-

munikationsbeschleuniger wie z.B. die Moderationskarten »askitMeta« oder »Talking Security/Reden wir mal über Sicherheit« (S. 16/17).

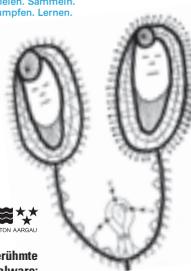
**»Ich brauche mehr von diesen Tools,«** sagte neulich einer unserer Kunden, »weil sie mir helfen, die Mitarbeiter in eine qualitative, weil lebhaftere Kommunikation über Informationssicherheit und Datenschutz zu verwickeln.« Das ist – in Anlehnung an unsere Einleitung – die zweite Erfolgsstory. Die dritte dürfte sein, dass Kunden, mit denen wir gemeinsam Awareness-Medien für deren Kampagnen entwickelt haben, ausgewählte Tools auch regelmäßig für eine weitere generische Nutzung frei geben. Frei nach dem Motto: »Wenn es uns nützt, warum sollten nicht auch andere etwas davon haben.« Ob nun mit oder ohne Kampagne – als Sicherheitsverantwortliche, Datenschützer oder Geschäftsführer Ihres Unternehmens stehen Ihnen mit dem dem Quizfächer »Stadt – Land – HACK!« (S. 10/11), dem neuen »Handyluder – das Handyvirusquartett« (S. 4/5) und weiteren Planspielen im team-affinen Großformat noch mehr Tools für erfolgreiche und nachhaltige Security Awareness Maßnahmen zur Verfügung. Wir würden uns freuen, wenn Sie unsere vielfach erprobten Angebote nutzen und wir Sie beim »Einkauf« in unserem aware-house begrüßen dürfen. **Viel Spaß beim Stöbern, Blättern und Planen.**

**DER MENSCH IST NUR DA GANZ  
MENSCH, WO ER SPIELT.  
FRIEDRICH SCHILLER**

# NETTE QUARTETTE

**VIRUSQUARTETT**  
Das Virusspiel 3.0

Jetzt mit Handyviren!  
Spielen, Sammeln,  
Trumpfen, Lernen.



KANTON AARGAU

**Berühmte Malware:**  
Viren + Würmer  
+ Backdoors  
+ Trojanische Pferde  
4. überarb. Auflage

Durch Sicherheit vom Zürichbibliothek

**Allgemeine Bekanntmachung.**

- STRENG VERTRAULICH -

**Regel Nr. 2:  
Intern bleibt Intern.**

EnBW  
Energie braucht Energie

es-getti-sicher-anders.enbw.net

**HANDYLUDER**  
DAS HANDYVIRUSQUARTETT



**SPIELN. SAMMELN. TRUMPfen. LERNEN.**  
inkl. 30 Tipps für einen  
sicheren Umgang mit Handy,  
Smartphone, PDA & Co.

Berühmte Handy-Malware:  
Viren, Würmer,  
Trojaner & Co.

known\_sense

**F2 Mopofeli**



**Alias:** Mopofeli.A  
**Typ:** Spyware für Symbian OS (S60/Series 60, 2. Ed.)  
**Symptom:** Ahnelt dem „SMS Catcher“, hat allerdings keine IMEI-Beschränkung, so dass d. „Überwacher“ das Programm auf mehreren Handys installieren kann.

<b>Größe</b>	33.862 Bytes
<b>Entdeckung</b>	12.06.2007
<b>Google-Index</b>	1.280
<b>Varianten</b>	0
<b>Schaden</b>	low

Schalten Sie Ihre Bluetooth-Schnittstelle aus, wenn Sie diese nicht benötigen. Nutzen Sie Bluetooth vor allem dann nicht, wenn Sie sich inmitten großen Menschenansammlungen befinden, z.B. bei Großveranstaltungen.

known\_sense

**NEU**

# Die Maliziösesten aller Tools – Virusquartette.

Melissa schlägt Loveletter – Michelangelo übertrumpft Elk Cloner. Die »Hall of Fame« der Malware auf 32 Spielkarten im Virusquartett – sauber klassifiziert in Gruppen wie z.B. Dateiviren, Bootviren, Mailwürmer u.v.m. Inkl. Malware-Daten in 5 Kategorien und »Viren-Illustrationen« des Kölner Künstlers und Musikers Jo Zimmermann (»Schlammpeitziger«). Neu: Das Handyvirusquartett!

## »Computerluder – das Virusquartett 3.0« & »Handyluder – das Handyvirusquartett«

- / **Produktion**\_33 Karten, 5,9x9,1 cm, 2/1- bis 4/4farb. auf 250 gr/qm Quartettkart. in transp. PP-Etui o. Verpack. n. Wahl.
- / **Branding**\_Farben, Schriften, Logo auf Kartenrückseite bzw. Coverkarte (+ € 375,00 einmalige Kosten f. Branding).
- / **Sprachen**\_Deutsch oder Englisch (weitere auf Anfrage).
- / **Preisbeispiel**\_z.B. 600 Ex. 4/1farb. € 4,50/Ex. (s. Preise S. 31).
- / **Lieferzeit**\_ca. 4-6 Wochen.
- / **E-Variante**\_auch als FLASH-App erhältlich (die Online-Version spielen Sie hier: [www.virusquartett.de](http://www.virusquartett.de) bzw. [www.computer-beast.com](http://www.computer-beast.com)).
- / **Content-Variante**\_»Handy-Luder – das Handyvirusquartett« 32 Handyviren zum Trumpfen und Lernen. inkl. 30 Tipps für das mobile Computing, auch Auswahl der 32 Karten (z.B. 10 Blatt) im Flowpack erhältlich!
- / **Einsatz**\_als Promo-Tool für die IT- und Security-Branche, zur Ausbildung an Schulen sowie als Edutainment-Giveaway für Mitarbeiter.

**ERFOLGREICH IM EINSATZ Z.B. BEI:**  
**ENBW, I.I.R., KANTON AARGAU,**  
**GIT, WIRTSCHAFTSKAMMER**  
**ÖSTERREICH, INTERNATIONALER**  
**SPEZIALCHEMIKALIENHERSTELLER!**

## Das sagen die Medien (Auswahl)

»... Statt mit langweiligen Autos (...) kann man hier mit (...) Computerviren punkten und die mieslichen-fieslichen Übertäter näher kennen lernen.« *neues ZDF/3sat*

»Was Marken nützt: Meine Dönerbude, mein Virusquartett ...« *brand eins*

»... ganz ungefährlich ist auch dieses Vergnügen nicht, denn eine Partie kann sich hinziehen – also nicht vom Chef erwischen lassen ...« *MensHealth*

»... Es gibt dämliche Werbegags und es gibt wirklich intelligente. Computerluder, das wohl weltweit erste Virenquartett, gehört fraglos zur letzteren Kategorie ...« *Spiegel Online*

»... Gefahrlos Zocken (...) Das Quartettspiel »Computerluder« erlaubt nun den gefahrlosen Umgang mit den digitalen Plagegeistern ...« *manager-magazin*

»Produkt der Woche ... « *ComputerPartner*







# Das Größte aller Tools – Wissensvermittlung als Erlebniswelt.

Kein Thema, das sich nicht in ein Plan- oder Edutainment-Spiel überführen lässt. z.B. »Quer durch die Sicherheit«, der lehrreiche wie unterhaltsame Mix aus Security-Quiz- und Strategiespiel. Basierend auf 49 Laminaten mit Fragen zu Security-Themen sowie mithilfe von überdimensional großen Würfeln entstand ein begehrtes Riesenspiel, bei dem die Mitspieler die mitgelieferten Spielfiguren auch ersetzen können, um Teil des Spiels zu werden. Als Kommunikationsbeschleuniger legt das Tool den Fokus nicht nur auf die rein kognitive Auseinandersetzung mit dem Thema sondern ergänzt diese um spielerische und emotionale Beteiligung. So entsteht aus Wissen tatsächliches Handeln. Das Riesenspiel kann für Schulungszwecke oder Veranstaltungen jederzeit auch im eigenen Brand produziert werden – auch in kleineren Editionen.

## »Quer durch die Sicherheit« (gr. Foto l.)

- / **Produktion**\_49 Riesenspielkarten, 50x50 cm, Laminat, 4 Firewalls, 4 Spielfiguren, Riesenspielwürfel, Regel-Pop-up.(weitere Infos finden Sie hier: [www.known-sense.de/quer\\_durch\\_die\\_sicherheit\\_folder.pdf](http://www.known-sense.de/quer_durch_die_sicherheit_folder.pdf))
- / **Branding**\_Farben, Schriften, Logo auf Kartenvorder- und rückseite bzw. Zubehör.
- / **Varianten**\_Tischversion im Koffer m. Karten 14x14 cm (Abb. S. 8 l.), Memokarten-Version (7,9x7,9 cm), Quizfächer.
- / **Preisbeispiel**\_z.B. 1 Ex. Riesenspiel 4/4farb. € 4.900,00, Tischversion ab € 395,00, (s. Preise S. 31),
- / **Lieferzeit**\_ca. 3 Wochen. (Riesenspiel, Tischversion) bzw. 4-6 Wochen (Memoversion)
- / **Content-Variante**\_Fragen sind gegen Aufpreis individualisierbar.
- / **Einsatz**\_als Promotion-Tool für Messen und als Edutainment-Tool im Rahmen von Ausbildung sowie für Mitarbeiter bei Awareness-Events, Workshop-Warming-Ups
- / **Spieldauer**\_2 Varianten, je nach Variante ca. 20-30 Min.

**ERFOLGREICH IM EINSATZ  
Z.B. BEI DER AXA KONZERN AG,  
DER BUNDESAKADEMIE FÜR  
ÖFFENTLICHE VERWALTUNG  
IM BMI, DER DEUTSCHEN TELEKOM,  
ENBW, ISPIN, IT-SA, TH WILDAU,  
UNICREDIT BANK!**

## Ihre Security-Prozesse und -Themenwelten als individuelles Planspiel.

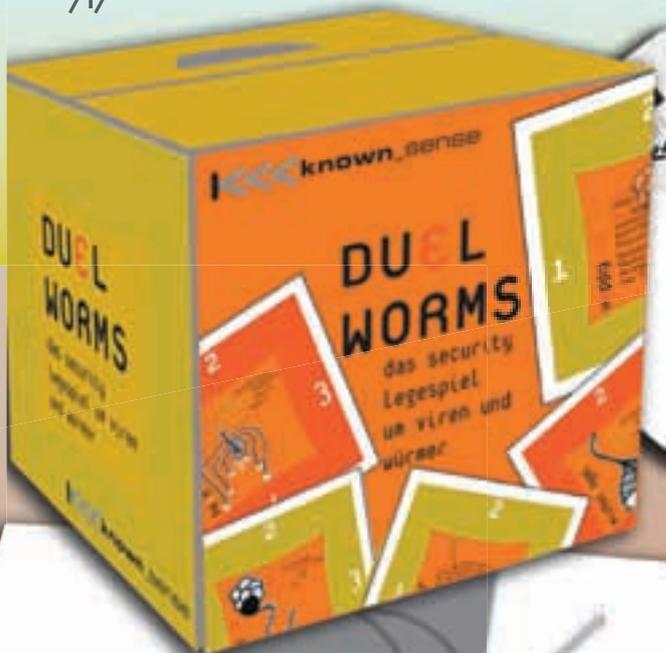
- / **Kreation**\_Wir gestalten Ihr eigenes Unternehmens-Planspiel als regelbasiertes Konfliktlösungs-Tool für Workshops, Trainings und Mitarbeiter-Events. Z.B. Abb. l. unt.: »Bluff & hack«, ein Teamspiel zum Thema Social Engineering für die Deutsche Telekom AG – konzipiert für 6-20 Mitspieler.

»... ein dickes Dankeschön für das Riesenspiel. Wir hätten nie vermutet, dass das Thema so auch ankommt. Überhaupt: viele Ihrer Ideen sind Garant für den Erfolg der Sensibilisierungstage! Die EnBW ist Ihnen zu großem Dank verpflichtet ...« *IuK Security Management, EnBW Energie Baden-Württemberg AG*

»Seit 2010 setzen wir sehr erfolgreich das Spiel QUER DURCH SICHERHEIT in Veranstaltungen und Sensibilisierungsseminaren ein. Die 2 kleinen Tischspiele und das Riesenspiel sind ständig unterwegs.« *Dr. Käthe Friedrich, BAKöV*

# GAME BASED DEVELOPMENT

/1/



/3/

## Stadt - Land - HACK!

Das Awareness-Quiz rund um Datenschutz & Sicherheit



**NEU**

### 7.7 Trojaner & Spyware

#### Woher stammt der Begriff „Trojanisches Pferd“?

- 1  Aus der griechischen Speisekarte
- 2  Aus der griechischen Mythologie
- 3  Aus der römischen Mythologie
- 4  Aus deutschen Reitställen

#### Was kann ein Trojaner NICHT?

- 1  Sich selbständig verbreiten
- 2  Passwörter und andere vertrauliche Daten ausspähen, verändern, löschen
- 3  Vertrauliche Daten an den Angreifer zurücksenden
- 4  Gesichtserkennung beim Angreiffen vornehmen

#### Was versteht man unter Spyware?

- 1  Programme zur Manipulation von E-Mail-Verkehr
- 2  Programme internationaler Geheimdienste zur Verschlüsselung ihrer Informationen
- 3  Programme zur Fälschung von Webadressen
- 4  Schadprogramme, die Daten über Benutzer und Systeme sammeln und versenden

7

### 7.7 Trojaner & Spyware

- 1  **Aus der griechischen Mythologie** | Ein Trojanisches Pferd zählt zur Familie unerwünschter bzw. schädlicher Programme (Malware). Es wird umgangssprachlich häufig mit Computerviren synonym verwendet, sowie als Oberbegriff für Backdoors und Rootkits gebraucht, ist davon aber klar abzugrenzen.

- 2  **Gesichtserkennung beim Angreiffen vornehmen** | Trojaner verbreiten sich zwar nicht selbstständig weiter, sie können aber Passwörter und andere vertrauliche Daten ausspähen, verändern, löschen und bei der nächsten Datenübertragung an den Angreifer zurücksenden – und das meist völlig unbemerkt.

- 3  **Schadprogramme, die Daten über Benutzer und Systeme sammeln und versenden** | In der Regel dient Spyware dazu, das Surfverhalten im Internet zu analysieren. Die gewonnenen Daten werden kommerziell genutzt durch das Einblenden gezielter Werbeanzeigen oder Pop-ups, die an die möglichen Interessen des Internetbenutzers angepasst sind.

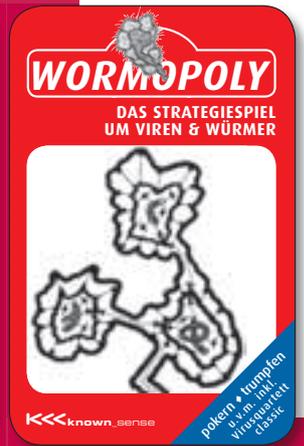
7



/4/

/5/

/2/



# Die Streitbarsten aller Tools – Security-Wissens- & Rollenspiele.

Sicherheitsthemen spielend vermitteln, aber noch nicht ausreichend DEFENSE getankt? Kein Problem. Wir bauen aus jeder und auf jeder Sicherheitslücke in Ihrem Unternehmen ein Spiel. Denn Sie wissen ja – Spiele sind nichts anderes als regelbasierte Konflikte, die Mitarbeiter darin unterstützen, komplexe Prozesse zu verstehen und Umsetzungsbarrieren plastisch darzustellen. Ob Hacker, Social Engineering und deren Abwehr oder Datenschutz im Arbeitsalltag – mit unseren Securitygames sind Sie stets auf der sicheren Seite, wenn es um die vereinfachte Vermittlung erklärungsbedürftiger Unternehmensprozesse geht.

**/1/ »Duel Worms – Das Spiel um Viren und Würmer«.** Malware-Legespiel für 2 Personen

**/2/ »FIREWALL«** Strategisches Abwehrspiel für 2 Personen mit Viren- und Mauersteinen in einer Würfelverpackung mit Spielbrett.

- / **Produktion**\_je 14 Memokarten, 6,5x6,5 cm in einer Promotion-Würfelverpackung (8x8x8 cm), deren Innenseiten das Spielbrett bilden.
- / **Branding**\_Farben, Schriften, Logo auf Verpackungswürfel.
- / **Preisbeispiel**\_z.B. 600 Ex. 4/4farb. € 11,00/Ex. (s. Preise S. 31).
- / **Lieferzeit**\_ca. 4-6 Wochen.
- / **Einsatz**\_als Promotion-Tool, als Lernspiel sowie als Warming-up im Rahmen von moderierten Awareness-Veranstaltungen.

**ERFOLGREICH IM  
EINSATZ Z.B. EINEM  
MEDIEN- UND  
EINEM INT.  
WEITERBILDUNGSUNTERNEHMEN!**

**/3/ »Stadt – Land – HACK!«.**

Das Awareness-Quiz rund um Datenschutz & Sicherheit. Mehr als 130 Security-Fragen und -Tipps in 7 Kapiteln und 2 Teilen (Sicher auf der Arbeit bzw. Sicher mobil & @home)

- / **Produktion**\_96 S., 9,8x9,8 cm, 4/4farb. auf 250 gr/qm Bilderdruck, Wire-O-Bindung oben
- / **Branding**\_Farben, Schriften, Logo
- / **Preisbeispiel**\_z.B. 50 Ex. € 18,00/Ex., 1.000 Ex. € 6,90/Ex (s. Preise S. 31).
- / **Lieferzeit**\_ca. 2-3 Wochen.
- / **Einsatz**\_als Lernspiel zu Corporate- und privaten Securitythemen für Self Assessment, Training und Wettbewerbe

**/4/ »Black Hack – Zock den Schwarzen Peter ab«.** Kartenspiel zum Thema Social Engineering.

- / **Produktion**\_je 50 Spielkarten, 5,9x9,1 cm, 2/1- bis 4/4farb. auf 250 gr/qm Quartettkarton in transp. PP-Etui.
- / **Branding**\_Farben, Schriften, Logo
- / **Preisbeispiel**\_z.B. 600 Ex. 4/1farb. € 6,40/Ex. (s. Preise S. 31).
- / **Lieferzeit**\_ca. 4-6 Wochen.
- / **Einsatz**\_als Lernspiel zu den Themen Malware bzw. Social Engineering sowie als Warming-up im Rahmen von moderierten Awareness-Veranstaltungen.

**/5/ »Wormopoly«** Virusquartett, erweitert um Ereigniskarten mit zusätzlichen »Risiken« und »Tools« zur Abwehr.

# PARADOXE INTERVENTIONEN



/1/

/2/

/3/



Für alles – nur nicht für Ihre Passwörter.



/4/



# Die Schrägsten aller Tools – Passworthalter & Co.

Compliant, indem man sagt, wie es nicht geht? Funktioniert das? Sicherheitskonformes Handeln durch Objekte mit quasi-therapeutischem Nutzen (?) – und ob! Der (beabsichtigte) Fehler macht die Botschaft. Wer Schulz von Thun gelesen hat, kann ein Lied hiervon singen: scheinbar allzu banale Werbemittel werden zum verlängerten Arm jedes Datenschützers. Gerade die paradoxe Botschaft ermuntert die Mitarbeiter, aktiv an der Richtigstellung der ungewohnt »schrägen« Einmischung zu »arbeiten«. Experimentelle Sensibilisierung! Schafft Involvement bis in den Scheitel! Wissenschaftlich evaluiert und garantiert Awareness-erprobt!

**/1/ »Passworthalter«** Konzepthalter mit Gravur »Passworthalter«, »Password Bracket«, etc. (je nach Sprache) mit einer »Password Card«, auf dem der User aufgefordert wird, sein Passwort zu dokumentieren – selbstverständlich inkl. der sachlichen Richtigstellung dieser paradoxen Aufforderung im Innern der 4-seitigen Password Card.

**/2/ »My Password Pad«** Giveaway-Block zur paradoxen Intervention als logische Fortsetzung der »Password Card«. Für 32 Anwendungen – passend zum Passworthalter.

**/3/ »My Password Pencil«** Kugelschreiber zur paradoxen Intervention mit Gravur »My Password Pencil« o.ä. (je nach Sprache) – passend zum Passworthalter.

**/4/ »Für-alles-Notizzettelblock«** Paradoxe Interventionen werden von Ihren Mitarbeitern nicht verstanden? Kein Problem – dafür gibt es den »Für alles – nur nicht für Ihre Passwörter-Notizzettelblock«.

**/5/ »Krisometer«** Papp-Drehscheibe zum Messen emotionaler Befindlichkeiten im Kontext potenzieller Social-Engineering-Angriffe

- / **Produktion**\_Passworthalter und Pencil je nach Verfügbarkeit, div. Größen und Qualitäten, Card im Visitenkartenformat 5,4x8,5 cm (4 Seiten), Block mit 25, 50 oder 100 Blatt in div. Formaten.
- / **Branding**\_Logo im Fuß des Passworhalters, auf Password Card, Password Pencil, Password Pad.
- / **Preisbeispiel**\_z.B. 1.000 Ex. Passworthalter mit Card ab € 2,60/Ex. (s. Preise S. 31).
- / **Lieferzeit**\_ca. 3 Wochen.
- / **Einsatz**\_als Promo-Tool zur paradoxen Intervention für Mitarbeiter, etwa als Giveaway zur Begleitung von Trainings oder Events.

**ERFOLGREICH IM EINSATZ  
Z.B. BEI BIOTRONIK, ENBW,  
KANTON AARGAU, INT.  
SPEZIALCHEMIKALIENHERSTELLER!**

# LIVING SECURITY GIFTS

**PLUP!**

**Passwörter sind wie Kaugummi.**  
Am Besten frisch! Nie mit Fremden geteilt! Und meistens Ärger, wenn „ausgespuckt“...

M	Ä	R	Z	KW	MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO
31				9							1
				10	2	3	4	5	6	7	8
				11	9	10	11	12	13	14	15
				12	16	17	18	19	20	21	22
				13	23	24	25	26	27	28	29
				14	30	31					

aware house  
www.aware-house.com

**AHOI!**  
Starker Typ = schwaches Passwort.

Meine Braut  
Mein Office  
Mein Passwort

KW	MO	DI	MI	DO	FR	SA	SO
1				1	2	3	4
2	5	6	7	8	9	10	11
3	12	13	14	15	16	17	18
4	19	20	21	22	23	24	25
5	26	27	28	29	30	31	



Lieber **Datendieb**,  
in diesem **Raum** gehen Sie  
leer aus. Mein **Computer**  
ist **geschützt**. Wichtige  
**Daten** sind **verschlüsselt**.  
Mein **Schreibtisch** ist  
**sauber**, die **Schränke**  
**verschlossen** und  
meinen **Ausweis** frage ich bei mir.

/4/

/5/



# Die Fiebrigsten aller Tools – unsere Awareness-Giveaways.

Security- und Privacy-Objekte als sinniges Gadget für die Instant-Awareness im Arbeitsalltag. Ob plakativer Awareness-Kalender, schräger Security-Baukasten, praktische Pflasterheftchen oder witzige Streuartikel wie die Awareness-Brille – nach der richtigen Impfung mit unseren Security-Gifts erleben Ihre Mitarbeiter die einzigartige Sicherheitskultur in Ihrem Unternehmen als ein lebendiges Bild, das man nahezu riechen, schmecken und manchmal auch fühlen kann: Living Security at its best.

## /1/ »AHA – der Security Awareness-Kalender«

- / **Produktion**\_13 Blatt, Format DIN A3, 4 oder 5 oder als Tischkalender in CD-Snap-Box.
- / **Branding**\_Schriften, Farben, Logo auf Cover u. Einzelblatt.
- / **Preisbeispiel**\_z.B. 600 Ex. DIN-A3 € 7,80/Ex. (s. Preise S. 31).
- / **Lieferzeit**\_ca. 2 Wochen.
- / **Content-Variante**\_Motive wählbar aus einem Pool von ca. 30 div. Motiven zu allen relevanten Themen – auch einzeln als Poster (auch in gr. Formaten) lizenzierbar. 2011 erscheint zwei weitere Kalender m. neuen Motiven.
- / **Einsatz**\_als Promo-Tool für sowie als Awareness-Reminder für Mitarbeiter.

## /2/ »VirusBrickMaster«

- / **Produktion**\_Bausteine in gelabelter Metallbox, 12x12x3 cm, inkl. (paradoxe) »Bauanleitung« für den letzten Virus, den man aus seinem System entfernt hat.
- / **Branding**\_Schriften, Farben, Logo auf Cover-Label u. Bauanleitung.
- / **Preisbeispiel**\_z.B. 100 Ex. € 16,00/Ex. (s. S. 23).
- / **Lieferzeit**\_2 Wochen.
- / **Einsatz**\_als Warming-up für Workshops u. für Mitarbeiter-Wettbewerbe.

**ERFOLGREICH IM EINSATZ Z.B.  
BEI DER ENBW, BIOTRONIK,  
AUF DER SECAWARE, BEI  
T-SYSTEMS UND EINEM INT.  
SPEZIALCHEMIKALIENHERSTELLER!**

## /3/ »Awareness-Brille« Brille mit Aufdruck »Ich kann keine Sicherheitslücke mehr sehen«.

- / **Produktion**\_Druck auf Chromokarton, gestanzt.
- / **Branding**\_Schriften, Farben. Logo auf Brille.
- / **Preisbeispiel**\_z.B. 5.000 Ex. DIN-A3 € 0,30/Ex. (s. Preise S. 31).
- / **Lieferzeit**\_ca. 2 Wochen.
- / **Einsatz**\_als (paradoxe) Awareness-Reminder für Mitarbeiter, z.B. bei Security-Events oder -Trainings.

## /4/ »Awareness-Türhänger«

- / **Produktion**\_4/4farb. auf 250 gr/qm Bilderdruck glänzend, 12x30 cm, gestanzt.
- / **Branding**\_Schriften, Farben, Logo auf Brille.
- / **Preisbeispiel**\_z.B. 5.000 Ex. DIN-A3 € 0,15/Ex. (s. Preise S. 31).
- / **Lieferzeit**\_ca. 2 Wochen.
- / **Einsatz**\_als Awareness-Reminder für Mitarbeiter inkl. z.B. Kurzregeln, Leitsätze oder Kontaktdaten der Sicherheitsbereiche auf der Rückseite.

## /5/ »Awareness-Pflasterheft« 10 Pflaster i. Pflasterheft

- / **Produktion**\_4/4farb. Bilderdruck.
- / **Branding**\_Schriften, Farben, Logo.
- / **Preisbeispiel**\_ab € 0,50/Ex.
- / **Lieferzeit**\_ca. 3 Wochen.
- / **Einsatz**\_als metaphorischer Awareness-Reminder für Mitarbeiter, z.B. vor der Urlaubs-Saison.

# MODERATIONSKARTEN

english/deutsch

Let's talk about security.

**Reden wir mal über Sicherheit.**

The communication accelerator for information security

03 Information protection

Let's talk about security.

Compare data loss with the loss of other important things! E.g.: "The loss of a private PC would be... to me?"

07 Aktionskarten

Reden wir mal über Sicherheit.

**Ausweislücken sammeln:** Drehen Sie eine Runde durch Ihre Abteilung bzw. Ihr Stockwerk und sprechen Sie aktiv Kollegen/innen an, die keinen Ausweis (Badge) tragen. Verwickeln Sie diese in ein Gespräch und fragen Sie nach, ob Ihre Gesprächspartner auch tatsächlich zum Unternehmen gehören. Das schafft Aufmerksamkeit und Bewusstsein in punkto Zutrittsschutz!

04 Informationsschutz

Reden wir mal über Sicherheit.

Der Boxer Muhammad Ali sass einmal in einem Flugzeug, als die Stewardess ihn bat, seinen Sicherheitsgurt zu schliessen. „Superman braucht keinen Gurt“, sagte Ali. Die Stewardess konterte: „Superman braucht auch kein Flugzeug.“ Wie beurteilen Sie diese wahre Geschichte?

Bundesministerium des Innern

Bundesamt für Sicherheit in der Informationstechnik

**Sicher gewinnt – die Moderationskarten**  
Sensibilisierung planen, vorbereiten, durchführen

Moderationsinstrument im Rahmen von Sensibilisierungsmaßnahmen für Informationssicherheit in der Bundesverwaltung

**NEU**

## 8. Social Engineering & Datenschutz

Catch me if you can – Geben Sie Identitätsdieben keine Chance!



**3. Identifizierung & Ausweise**  
3.1 Passwort & Co.

**Ihr Passwort - der Schlüssel zur Ihren Daten.**

Wie bei einem Schlüssel gibt es auch bei Passwörtern unterschiedliche Qualitäten. Ein „gutes“, weil sicheres Passwort sollte ...

- //... mindestens 8 Zeichen lang sein.
- //... sowohl aus Ziffern wie auch aus mindestens einem Groß-, einem Kleinbuchstaben und einem Sonderzeichen bestehen.
- //... nicht Ihrem Namen, Ihrem Benutzernamen oder anderen Namen gleichen
- //... keine sinnvollen Bezeichnungen beinhalten.
- //... niemals auf einem Zettel oder sonst...

//Selbstverständlich sollte Ihr Passwort ...  
//Achten Sie darauf, Ihr Passwort regelm...

**3. Identifizierung & Ausweise**  
3.1 Passwort & Co.

- //Was sollten Sie mit Ihrem Passwort auf keinen Fall tun? Z.B. Weitergeben, Aufschreiben oder in welcher Form auch immer unverschlüsselt dokumentieren. Wer kann hierzu eine kuriose Begebenheit schildern?
- //Erinnern Sie sich an eine Situation, in der Ihnen Ihr Passwort nicht mehr einfiel? Bitte exakt beschreiben lassen, was sich vor oder nach dem Vergessen abgespielt hat. Hat das Vergessen mglw. eine bestimmte Funktion gehabt?
- //Passwörter in Bildern: „Passwörter sind wie ...?“ An den Alltag angelehnte Assoziationen für Passwörter finden, z.B. Schlüssel, Handshake, Safe, Zauberstab, etc.
- //Passwörter-Tauschbörse: Ältere, ungültige Passwörter sammeln und daraus gemeinsam eine Geschichte entwickeln.
- //Was tun Sie, um sich Ihre Passwörter leichter zu merken? Die angewandten Memo-Techniken erklären lassen. Auch auf weitere, bekannte eingehen (\*s. Bsp. im Kasten).

**\*Beispiel für eine einfache Passwort-Memo-Technik**  
Wählen Sie ein Buch aus Ihrem Büro, verwenden Sie das jeweils erste (alternativ letzte) Zeichen in den ersten (letzten) acht Zeilen auf der X-ten Seite. Wechsel des Passwortes erfolgt über den entsprechenden Wechsel der „Merksseite“. Vorteil: Sie müssen sich nur Ihre „geheim Systematik“ sowie Ihre aktuelle Seite merken.

**THEMEN**

Interkulturalität

**BILD**

**ZIELGRUPPEN**

...mmung & Co.

**KANÄLE**

Mitarbeiter  
Events & Aktionen

# Die Verbindlichsten aller Tools – mit und über Sicherheit reden.

»Warum ist die neue Policy so schwammig?« »Wer ist bei uns für die Privacy zuständig?« »Wie lässt sich unsere Sicherheitskultur beschreiben?« »Und was hat Muhammad Ali mit Security zu tun?« Sicherheit thematisieren heißt: eine Beziehung zu den Mitarbeitern herstellen. Denn Awareness-Kommunikation kann nur dann komplett sein, wenn offen diskutiert wird, worum es eigentlich geht beim Informationsschutz und was jeder bereit ist, hierfür zu investieren. Gerade Führungskräfte benötigen geeignete Instrumente, die sie in die Lage versetzen, Know-how zu demonstrieren, persönliche Kontakte zu den Menschen zu erzeugen und ihrer Rolle als Vorbild gerecht zu werden.

## /1/ »Talking Security/Reden wir mal über

**Sicherheit«** Mehr als 100 interessante unerwartete u. Querdenker-Fragen bzw. -Aufgaben f. Security-Profis u. Führungskräfte auf 49 Karten. Dt./eng. Inhalte frei wählbar aus e. Pool von mehr als 250 Fragen.

## /2/ »Talking Security XXL – Secure out of a box«

Das Moderations-Set für Führungskräfte. Basierend auf 500 Privacy wie Security-Regeln u. Tipps sowie 250 Fragen u. Aufgaben zu mehr als 80 Sicherheitsthemen – f. d. Arbeit, unterwegs u. f. Zuhause. Verständlich und alltagsnah aufbereitet. Je nach Policy-Situation im Unternehmen an sämtliche Strategien u. Regeln anzupassen. Sowohl als klass. Karteikasten oder in elektronischer Form möglich.

- / **Produktion\_**49 Karten, 5,9x9,1 cm, 2/1- bis 4/4farb. auf 250 gr/qm Quartettkart. in transp. PP-Etui o. Verpack. n. Wahl. XXL individuell planbar (Kartenbox o. elektr.)
- / **Branding\_**Content, Ansprache, Farben, Schriften, Logo.
- / **Sprachen\_**Deutsch oder Englisch (weitere auf Anfrage).
- / **Preisbeispiel\_**z.B. 600 Ex. 4/1farb. € 6,40/Ex. (s. Preise S. 31). XXL je nach Grad der Anpassung.
- / **Lieferzeit\_**ca. 4-6 Wochen. XXL je nach Anpassung.
- / **Variante\_**elektronische Form: XXL auch als FLASH-App.
- / **Content-Variante\_**sämtliche Inhalte individuell konfektionierbar. Auch als Flowpack m. weniger Karten mögl.
- / **Einsatz\_**zur Wissensvermittlung, als Kommunikationsbeschleuniger bzw. Moderationstool für Führungskräfte

**/3/ »askitMeta«** 5 Kartensätze mit insgesamt 155 Moderationskarten und weiteren Materialien als Beschleuniger bei Planung, Konzeption und Implementierung von Awareness-Kampagnen.

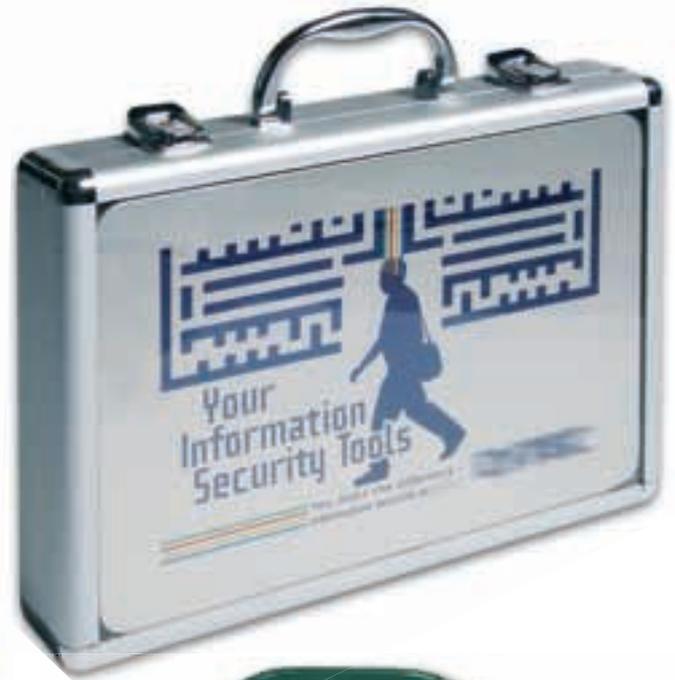
- / **Produktion\_**155 Karten u.a. Materialien in e. Koffer, Format nach Wahl.
- / **Branding\_**Farben, Schriften, Logo.
- / **Preisbeispiel\_**je nach Ausstattung ab € 800,00, reine Kartenversionen ab € 15,00/Ex. bei z.B. 600 Ex.
- / **Lieferzeit\_**je nach Branding u. Anpassung 1-6 Wochen.
- / **Einsatz\_**für Security-Berater, CISO & Co. u.a. Kampagnen-Entscheider. Mehrfach erfolgreich erprobt im Rahmen von Kick-Off-Workshops.

**ERFOLGREICH IM EINSATZ Z.B.  
BEI BAKÖV, BEI BIOTRONIK,  
DEUTSCHE TELEKOM, T-SYSTEMS!**



© Abb.: T-Systems Enterprise Services GmbH/ Deutsche Telekom AG 2010

# MANAGEMENT-AWARENESS



# Die Komplettesten aller Tools – Sicherheitskulturtaschen & Co.

Starke Unternehmen brauchen eine starke Sicherheitskultur – und starke Manager Sicherheitskulturtaschen! Ob Awareness-Koffer oder Security-Werkzeugtasche – unsere Tool-Sammlungen zeigen sich nicht nur dann von ihrer besten Seite, wenn es um die Vermittlung einer lebendigen Sicherheit gegenüber Management und Mitarbeitern geht; sie weisen zugleich jede Führungskraft sichtbar als Profi und Vorbild in Sachen Sicherheit und Datenschutz aus und unterstützen den Edutainment-Charakter bei jedem ihrer Auftritte »pro Security«. Ausstattung pur, damit Sie demonstrieren, dass Informationsschutz keine Zauberei bedeutet.

## »My Security Tools«, »Awareness-Koffer«, »Sicherheitskulturtasche«, etc.

- / **Produktion**\_als Koffer m. div. Material-Optionen, als Papiertüte oder (Kultur-)Tasche.
- / **Konfektionierung**\_Koffer oder Tasche sind mit sämtlichen, in diesem Katalog vorgestellten Tools – inkl. z.B. Securitystudien – konfektionierbar.
- / **Branding**\_Farben, Schriften, Logo auf Metallbox-Label (Koffer) o. Aufkleber (Papiertüte).
- / **Preisbeispiel**\_z.B. 10 Ex. ab € 220,00/Ex. (s. Preise S. 31).
- / **Lieferzeit**\_ca. 2 Wochen.
- / **Einsatz**\_um auf Management-Ebene Awareness für die Awareness zu schaffen, so z.B. im Vorfeld von Etat-Verhandlungen oder als Basis-Ausstattung für Führungskräfte, etwa zur Ergänzung von Workshops oder Trainings.

**ERFOLGREICH IM EINSATZ Z.B.  
BEI DER ENBW, ISPIN, AUF DER  
SECAWARE UND BEI EINEM INT.  
SPEZIALCHEMIKALIENHERSTELLER!**

»Es war mir wichtig, dass das Thema Information Security über die Tools eine einhundertprozentige Aufmerksamkeit erhält und sich die Adressaten tatsächlich damit beschäftigen.« *Thomas Dallmann, Information Security Manager, Internationaler Spezialchemikalienhersteller*

# POLICY-DIÄTEN

## INFORMATION-SECURITY QUICKGUIDE

Schnell alles finden und wissen, wie man sich schützt.



Guten Tag, Gestatten? Dr. SAFE! Ich berate Sie gerne bei allen Fragen zum Thema Sicherheit – auch bei solchen, die über die Inhalte dieses Guide hinaus gehen. [dr.safe@baronik.com](http://dr.safe@baronik.com)

**Dr. SAFE** © 2008

**BARONIK**

## DEFENSE

### SEGURIDAD INFORMÁTICA

#### MANUAL DEL USUARIO

Buen día, Quizá ya me conozca (?) – soy Cybarry y lo asesoraré con gusto sobre de todas sus dudas acerca del tema de la seguridad – incluso sobre aquellas que exceden los contenidos de este manual.



**BARONIK**

You make the difference – Information Security at

## DIRETTIVE

### Male

- Consentire l'accesso di persone non autorizzate.
- Lasciare che degli estranei si trattengano in ufficio senza accompagnatore.
- Consegnare il proprio badge di accesso ad un'altra persona.
- Lasciare informazioni confidenziali nella stampante.
- Non bloccare un computer in caso di assenza.



L'accesso non autorizzato all'ufficio può compromettere il furto, la manipolazione, la distruzione delle informazioni.

## DIRETTIVE

### Bene

- Utilizzare Messenger per brevi domande e risposte.
- Non inviare informazioni riservate attraverso Messenger.
- In caso di comunicazioni via messaggistica istantanea utilizzare un linguaggio adeguato.
- Utilizzare le applicazioni di messaggistica istantanea per controllare se una persona è on-line.
- È preferibile alzare la cornetta per parlare direttamente con l'interlocutore.

### Male

- Trasferimento di dati sensibili attraverso la messaggistica istantanea.
- Utilizzo di un linguaggio non appropriato in una comunicazione via Messenger.



Utilizzare la messaggistica istantanea e brevi scambi di informazioni con un linguaggio adeguato.

## 安全手册

了解如何对信息进行保护



**HAVE A SAFE DAY!**





## Security Manual

Knowing how to protect information

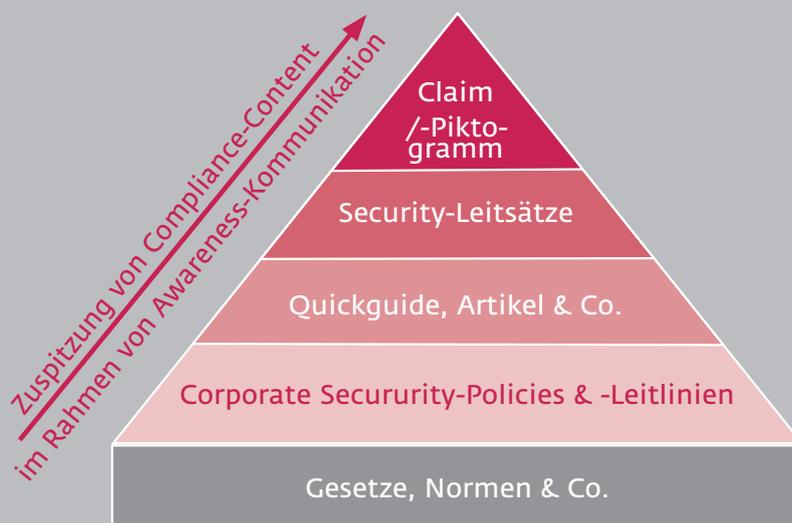


**HAVE A SAFE DAY!**

# Die Pflichtbewusstesten aller Tools – Quickguide, Manual & Co.

»Darf ich bei Facebook über meinen Arbeitgeber reden?« »Wer installiert eigentlich die neue Software auf meinem Rechner?« »Und wie verhalte ich mich nochmal, wenn ein Geschäftspartner nach einer bestimmten Datei fragt?« Steht alles in den Policies, sagen Sie. Ja, klar! Nur wo genau in den paar hundert Seiten? Und wer versteht das (?) – jetzt mal ganz unter uns! Damit Ihre Mitarbeiter jederzeit wissen, wo sie die richtige Antwort auf ihre Fragen zum Thema Informationsschutz finden, produzieren wir für Sie Ihre Policies in Kurzform. Quick, aber nicht dirty! Knapp, verständlich und praxisnah! So passen schonmal locker ganze Bibliotheken in knappe Quickguides, oder – noch kürzer – in Leitsätze oder einen Claim. In jedem Fall aber in die Köpfe derer, auf die es ankommt, wenn es darum geht, Security zu leben und sich des richtigen Handelns zu versichern – in die Ihrer Mitarbeiter!

- / **Produktion**\_in div. Formaten und Umfängen.
- / **Branding**\_Farben, Schriften, Logo auf Cover und im Innenteil.
- / **Content-Variante**\_als Kalender oder Karteikarten-Box möglich, auch in Kombination mit z.B. Gewinnspielen, Transformation in andere Kanäle jederzeit realisierbar, z.B. elektronische Form oder als Podcast
- / **Lieferzeit**\_inkl. Redaktion ca. 4-6 Wochen. (Print).
- / **Einsatz**\_als Nachschlagewerk für Mitarbeiter, als Security-Erstinformation bei Onboarding-Prozesses oder als Reminder im Rahmen von Security-Kampagnen bzw. Awareness-Events.



**ERFOLGREICH IM EINSATZ  
Z.B. BEI BIOTRONIK,  
OERLIKON UND EINEM INT.  
SPEZIALCHEMIKALIENHERSTELLER!**

Regel-Verkürzung  
– von der Policy zum Piktogramm

# HÖREN- & SEHEN-VERGEHEN



**oerlikon**

## HELP YOURSELF SECURITY-KIT

Protecting your Home-PC

**HAVE a safe DAY!**

KANTON AARGAU  
McAfee VirusScan Plus 2008 für den Privatgebrauch

«Sicherheits-CD»



»Wir in Köln«  
Ein akustisches MD5-Leitbuch für den Unternehmensbereich Köln

**CYBARR & SAMANTHA SAFE**  
Expedition Security Podcast

## Die Beweglichsten aller Tools – Videos, Hörclips, Podcasts & Co.

Sie lockern Ihre Trainings gerne mit Awareness-Videos auf, in denen drittklassige Schauspielschüler als Social Engineer-Darsteller auch mal den Nicholson-für-Arme mimen dürfen? Falls ja, Grusel-hab-Dank und herzlichen Glückwunsch zur Nominierung für die Bernhard-Grzimek-Medaille zur Erhaltung des Schulfernsehens. Oder mal anders herum: Ihre Idee in Ehren – Pantoffelkino war gestern, heute ist Waiting-TV. Denn mehr als bei anderen Medien kommt es bei Audioproduktionen und Bewegtbildern darauf an, die idealen Verfassungen Ihrer Mitarbeiter auf den jeweils zielführenden Kanälen zu bedienen. Und der sanft herunter gefahrene Mobile lässt sich eben am besten im Standby-Modus seiner Warte-Verfassungen bespielen. Vorteil: Lauschen und glotzen, wo und wann man will. Für die gepflegte Langeweile in Bus, Bahn oder Auto bauen wir rasante FLASH-Clips mit profillosen Slicks, die zuende sind, bevor die Denkapparate ausgeschaltet werden. Außerdem miese Videos mit völlig untalentierten, aber charmant chargierenden Mitarbeitern als Darsteller sowie irritierende Audioproduktionen mit schrägen Figuren und mehr Sounds als Worte im Skript. Jetzt fragen Sie, warum wir all diesen Trash als besonders wirkungsvoll anpreisen? Kurz und gut – weil die Menschen ihn mögen und gerne zuschauen bzw. zuhören. Die Jury des Sicherheitspreises Baden-Württemberg jedenfalls befand z.B. unsere sechsprachigen Audio-Podcasts für preiswürdig. Und der WDR behauptet, es würde sich hierbei schlichtweg um »Produktionen der Liebe« handeln. Dem wollen wir jetzt mal nicht widersprechen – wir lassen ja mit uns reden. Denn das sind sicher alles Medienexperten. Und den Rest müssen Sie schon selber herausfinden.

- / **Produktion**\_individuelle AV-Projekte als Corporate Animation, Film, Hörclip, Audiobook, etc, z.B. Umsetzungen von Security-Wirkungsanalysen, Sicherheit als Märchen, Hörspiel, Security-Image-Video – Kreation und Produktion auch als Mitarbeiter-Workshop planbar.
- / **Einsatz**\_als Wissenshäppchen in Warte-Verfassungen und emotionaler Story-Teller, für CDs, als Podcast oder zum Download aus dem Intranet, Hörspiele auch als »Ritualizer« zum gemeinsamen Hören, z.B. auf Mitarbeiter-Events und als Hörbuch auf CD mit Booklet als kulturell aufgeladenes »Kulturgut« mit Kult-Status.
- / **Optional auf CD**\_Security-Kits mit Awareness-Content, flankiert um Anti-Virus-Software u.a. Security- bzw. Awareness-Tools.

**ERFOLGREICH IM EINSATZ  
Z.B. BEIM KANTON AARGAU, BEI DER  
DEUTSCHEN TELEKOM, M. DUMONT-  
SCHAUBERG, OERLIOKON UND EINEM  
INT. SPEZIALCHEMIKALIENHERSTELLER!**

# ANIMATION & GUTE STORIES



## 6. Sicher mobil & @home

### 6.1. Handy & Co.

Unabhängig mit smarten Handys – schlau, aber nur kontrolliert „an der Leine“.



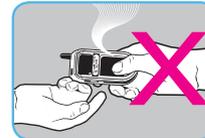
Handy-Bedienungsanleitung und Nutzerhinweise des Netzbetreibers vor Inbetriebnahme lesen.



Zugangsdaten und -codes für alle Dienste sorgfältig unter Verschluss halten.



Bluetooth, WLAN u.a. Schnittstellen vor Nichtbenutzung deaktivieren.



Handy niemals Fremden aushändigen. Gerade eine Waise ist schnell montiert.



Handys haben in Besprechungen mit sensiblen Informationen nichts zu suchen.



Vorsicht bei unbekanntem Rufnummern! Hier werden Rückrufe häufig teuer.

„So geht Awareness“ (Auszug) © known\_sense 2011

## Die Anschaulichen – Comics, Piktogramme, Learning Maps.

Einmal Superman sein und mit Röntgenblick durchs Unternehmen schweifen. Dann wieder Donald Duck und ohne Konsequenz alle Schwächen offen legen – und zur Abwechslung mal einen Rollentausch und sich in einen »Bösen« hineinversetzen! Wer träumt nicht davon, mal ein anderer zu sein als der, der er ist. In Comics schicken wir sympathische Stellvertreter für Mitarbeiter und Sicherheitsprofis auf die Unternehmens-Bühne und lassen von ihnen das große »Security-Drama« nachspielen. Der Vorteil: in den Rollen unserer fiktiven Protagonisten dürfen wir uns mehr erlauben als in der Wirklichkeit. Wir wagen beizeiten durchaus mal den GAU, den sprichwörtlichen DAU in die Pfanne zu hauen, ohne, dass ihm das Lachen vergeht. Aber auch der CISO bekommt sein Fett weg und wird mit Zuckerbrot oder Peitsche ausgestattet – je nachdem – entweder als liebevolle »Mutter Teresa« oder eben als »Fräulein Rottenmeier«, die die Welt von Spam und Hackern befreien will.

- / **Produktion**\_individuelle Animations-Welten, z.B. auf Basis einer Kampagnen-Leitfigur.
- / **Einsatz**\_Geschichten als Einzelbild-Cartoon oder Comicstrip in Corporate Media, z.B. Intranet, Mitarbeiter-Magazin, zur Illustration von Policie-Quickguides, Web-Trainings, auf Postkarten, Poster oder Flyer; Piktogramme und Infografiken als Lernkarten, zur Illustration von Corporate Media und Quickguides oder als Learnings Map auf Postern.

**ERFOLGREICH IM EINSATZ  
Z.B. BEI BIOTRONIK, ROLAND RECHTS-  
SCHUTZ-VERSICHERUNG UND EINEM  
INT. SPEZIALCHEMIKALIENHERSTELLER!**

# IDENTITÄTER & BRAND-HERDE



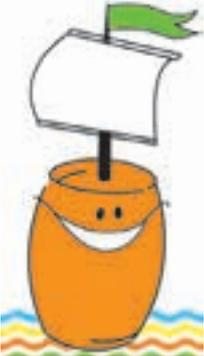
**Safety first**  
Sicherheit ist der erste Schritt



**La sécurité, c'est  
l'affaire de tous.**



**INFORMATIONEN  
IN SICHEREN BAHNEN**



**EXPEDITION  
SECURITY**

You make the  
difference –  
Information  
Security at ...



**DR. SAFE**

Gemeinsam für mehr Sicherheit



**HAVE  
a safe  
DAY!**

my space  my security




**DIE INSIDER**  
Initiative IT-Sicherheit

Gehör' dazu!



**Damit Sicherheit kein Zufall bleibt.**



**ORLANDO**  
Gemeinsam für mehr Datenschutz

## Die Kampagnen-Booster – Wording, Branding, Leitfigur.

Kein Witz: Steht ein Italiener mit einem Franzosen im Flur und redet über einen Schweizer »Haste gesehen, unser CISO hat ne neue Frisur« »Nee ... « »Und nee neue Brille« »Stimmt, sieht die nicht aus wie die neue Kampagnen-Leitfigur?« »Genau. Und die Frisur hat er sich auch da abgekuckt« Was so klingt wie ein Muster-Dialog aus einem »Handbuch für Flurfunk-Kommunikation« ist nichts anders als der Realitäts-Modus – und darin muss es nicht einmal interkulturell hergehen. Denn bei Awareness-Kampagnen geht es zuallererst ums Branding, und das sollte konsistent und widerspruchsfrei die Securitykultur im Unternehmen abbilden. Und natürlich national wie international funktionieren. Daher fassen wir all' Ihre internen Kommunikationsmaßnahmen zum Thema Sicherheit unter einem Markendach zusammen, das ihre Maßnahmen adäquat abbildet und gleichermaßen authentisch wirkt, so als wäre es der Identität der Security-Protagonisten entlaufen – besonders dann, wenn es um »Stellvertreter« wie etwa Leitfiguren geht.

- / **Produktion**\_individuelle Kreation von Wording und Ansprache, eines Awareness-Kampagnen-Brands als Wortmarke, Bildmarke oder Wort-Bildmarke – mit oder ohne Leitfigur.
- / **Einsatz**\_Alle Medien zur konsistenten Kommunikation sämtlicher Kampagnen-Aktivitäten auf allen Kanälen und Wiedererkennbarkeit Ihrer Awareness-Aktivitäten bei allen Mitarbeitern; hoher Impact durch die Transformation unternehmensspezifischer Besonderheiten unter einem sympathischen Dach.

**ERFOLGREICH IM EINSATZ Z.B. BEI  
KANTON AARGAU, BIOTRONIK,  
M. DUMONT-SCHAUBERG, MOBILIAR  
VERSICHERUNG, OERLIKON, ROLAND  
RECHTSSCHUTZ-VERSICHERUNG, SUNRISE  
COMMUNICATIONS AG, WUPPERTALER  
STADTWERKE UND EINEM INT. SPEZIAL-  
CHEMIKALIENHERSTELLER!**

# PHÄNOMENE STATT ERBSEN

## Tiefenpsychologie: Ohne Erkenntnisse keine Sicherheitskultur!

**Auf der Grundlage der morphologischen Psychologie, die an der Universität Köln entwickelt wurde, analysieren erfahrenen Psychologen und Marktforscher mithilfe unseres mehrfach ausgezeichnetem Tool askit die unbewussten seelischen Einflussfaktoren und Sinnzusammenhänge in Unternehmen.**

Vorgenommen werden z.B. Sicherheitskultur-Analysen, die zielgruppen-, branchen-, kultur- und standortspezifische Unterschiede differenzieren, nach Beobachtungen, Auswertungen der Materialien, die vom Auftraggeber zur Verfügung gestellt werden (z.B. Policies, Awareness-Materialien), sowie vor allem auf der Basis s. g. Tiefeninterviews.

Beim psychologischen Tiefeninterview graben wir so tief, bis wir in der Lage sind, die psychologische Wurzel eines Phänomens erkennen und beschreiben zu können. Eine damit verbundene Darstellung gerät so breit und umfassend, wie es die jeweilige Fragestellung pragmatischer Weise erfordert. In den zweistündigen Einzelinterviews oder Gruppendiskussionen decken wir die unbewussten seelischen Wirkungen und Einflussfaktoren auf, die das Verhalten aller von der Corporate Security betroffenen Personen bestimmen. Diese werden motiviert, in ihrer eigenen Sprache alles zu beschreiben, was ihnen im Zusammenhang mit Ihrer Arbeit, ihrem Wirken und der Unternehmenssicherheit bzw. dem Datenschutz durch Kopf und Bauch geht. So sind diese Explorationen gewissermaßen Forschungsreisen, auf denen Ihre Mitarbeiter und unsere Interviewer bisher unverstandene Phänomene gemeinsam erkunden. Dabei werden die geheimen bzw. nicht bewusst wahrgenommenen Bedeutungs-Zusammenhänge erforscht und nachvollziehbar gemacht. D.h. in einem derartigen Setting eröffnen sich stets neue Wendungen und oft überraschende Einblicke, die dann systematisch auf ihre Verhaltensrelevanz weiterverfolgt werden.

Der hier zugrunde liegende Leitfaden ist ein lernender Leitfaden, d.h. in Tiefeninterviews überraschend auftretende Aspekte können innerhalb nachfolgender Explorationen

berücksichtigt werden. Damit liefert eine askit-Studie intensive und wissenschaftlich abgesicherte Analysen auf Basis von kleinen aussagekräftigen Stichproben. Hierbei reicht eine verhältnismäßig kleine Stichprobe aus, da die wirksamen Motivkomplexe und Einflussfaktoren in jedem Einzelinterview vollständig repräsentiert sind. Theoretisch ist die Psycho-Logik einer Security-Wirkungseinheit bereits in einem (!) idealen Interview erfassbar.

Der Vorteil dieser Methode: es werden alle verdeckten Motive erfasst und in einen psycho-logischen Kontext gestellt. Auf Basis dieser Ergebnisse können dann zielgenaue und konkrete Empfehlungen zur Verbesserung der Sicherheit eines jeden Unternehmens formuliert werden.

Diese werden im Rahmen eines schriftlichen Berichtsbandes fixiert und visualisiert, damit Sie sich ein Bild Ihrer Securitykultur machen können. Die analytische Ebene wird – je nach Bedarf – durch weitere Empfehlungen von Spezialisten ergänzt, die Ihnen Erfolg versprechende Maßnahmen vorschlagen. Bei allen folgenden Prozessen bilden diese Expertisen die strategischen Grundlagen von der Beratung über die Kreation bis zur Erfolgskontrolle.

Weitere Maßnahmen können Sie schließlich mit uns oder Dritten realisieren. Im Rahmen der Produktion von Awareness-Tools oder kompletter Kampagnen käme Ihnen selbstverständlich unsere Erfahrung als Agentur für integrierte Kommunikation mit hohem Kreativitätspotenzial und langer Marketing-Historie zugute. Mit askit und zwei weiteren von uns entwickelten Management-Tools, chambs und trumps, begleiten wir Sie durch den kompletten Prozess beim Modellieren Ihrer Sicherheitskultur.

# Die Basis – Systemische Kommunikation im Methoden-Mix.

Unser Tool askit umfasst neben der Security-Wirkungsforschung qua »askitInterview« (s.I.S.) die Module »Change«, »Meta«, »Lab«, »Vision«, »Touch«, »Talk« und außerdem »chams« und »trumps«.

- / **»askitChange«** bewertet, basierend auf »askitInterviews« (s. I. S.), den Erfolg von Kampagnen und Tools qualitativ und dokumentiert als den Stand von z.B. Mitarbeiter-Awareness anschaulich deskriptiv.
- / **»askitMeta«** (s. Tool S. 17)
- / **»askitLabs«** sind Security Raising-Workshops mit psychologischer Moderation, die u.a. auch auf Basis von »askitMeta« durchgeführt werden können.
- / **»askitVision«** ist das speziell für CISOs u.a. Sicherheitsverantwortliche entwickelte gestaltpsychologische Security-Coaching, das Awareness inkl. Empowerment im Kontext eigener, persönlicher Beweggründe vermittelt und u.a. folgende Übungen enthält:
  - / Schulung der eigenen Wahrnehmung
  - / Herkunft, Potenzial und Visionen
  - / Lernfelder (z.B. Weiterbildungsmöglichkeiten)
  - / Engpässe (Barrieren als Entwicklungsaufgabe)
  - / Kommunikationsbriefing (»askitTouch«)
  - / Ressourcen (Identität und Veränderungsprozesse)
  - / Corporate Value (Unternehmenswerte beurteilen)
  - / Zielgruppenbedürfnisse (z.B. über Rollenspiele)
  - / Zielstrategien und Synergien
  - / Sinnfindung und Profil: z.B. selbständige Weiterentwicklung als ganzheitlicher Prozess, Identität und Schattenseiten, u.a. auf Basis von projektiven Übungen
- / **»askitTouch«** ist ein speziell für CISOs u.a. Sicherheitsverantwortliche entwickeltes Kommunikationsbriefing, in dem es darum geht, die Bedeutung von Kommunikation zu erfahren, z.B. mit dem Ziel, einen wertschätzenden, verständnisvollen Austausch mit Mitarbeitern und Management auf Augenhöhe zu erlernen.
- / **»askitTalk«** ist ein Security-Blog zur qualitativen Evaluation von Sicherheitskultur oder Awareness-Kampagnen.
- / **chams** – »Change Management braucht Story« – ist ein von known\_sense entwickeltes Management Tool, das verschiedene narrative Methoden – u.a. Storytelling bzw. Story Management zu einem wirksamen Ansatz verdichtet, Veränderungsprozesse einzuleiten, bei der Awareness im Sinne einer nachhaltigen Entwicklung erzeugt wird.
  - / Mithilfe von chams wird Mitarbeiter-Wissen aus unterschiedlichen Perspektiven erfasst, ausgewertet und in Form von gemeinsamen Erfahrungsgeschichten, Märchen, Legenden, Comics, Podcasts u.a. mit dem Ziel aufbereitet, erlebte Erfahrung, Tipps und Tricks – aber auch Barrieren und Fehler – zu dokumentieren und damit für das gesamte Unternehmen nutzbar zu machen.
- / **trumps** – »Tools & Rules für Unternehmensmanagement- und -prozess-Spiele« – ist ein von known\_sense entwickeltes Management Tool, das sich u.a. der Methode des Game Based Development bedient und gezielt Spieldynamiken fürs Change Management im allgemeinen und Awareness im Besonderen nutzt.
  - / Im Rahmen von trumps sind Spiele nichts anderes als Systeme, bei denen die Mitarbeiter Teile eines künstlichen Konflikts bilden, der auf Regeln aufbaut und am Ende stets auch darstellbare Ergebnisse präsentiert. trumps sind also weder Virtual Games noch Simulationen, sondern ist angewandtes Modelling von realen Inhalten, die als Regelwerk und Spielerlebnisse aufbereitet sind (s. S. 8/9).

# SERVICES & METHODEN

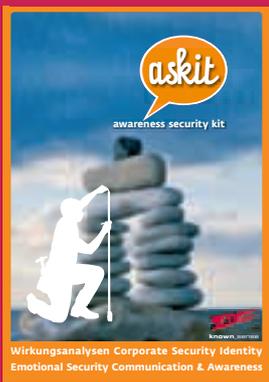
Mit den Individuellsten aller Ansätze und Instrumente.

Für Sicherheit, Datenschutz, Compliance & Co. gestalten und steuern wir Ihre individuellen Awareness- oder Mitarbeiter-Kampagnen (inkl. Brand Management). Zudem unterstützen wir, wenn es um die nachhaltige Veränderung, Vermittlung und Implementierung von Corporate Values, Unternehmens- wie Sicherheitskultur geht. Wir beraten Sie darüber hinaus auch gerne zu allen weiteren Aspekten Ihrer internen Kommunikation.

Neben den in diesem Katalog vorgestellten Tools konzipieren bzw. produzieren wir u.a.

- / Privacy- und Security-Kommunikationsstrategien
- / Awareness-Workshops und -Fachvorträge
- / Awareness-Trainings und -Blended-Learning-Module
- / Awareness-Visuals (Poster, Floorprints, Aufkleber, Aufsteller, etc.)
- / Awareness-Comics, -Cartoons, -Groschenhefte, -Fotoromane
- / Intranetportale, Screensaver
- / Awareness-Events, -Aktionen und -Roadshows
- / Awareness-Dramen (Unternehmenstheater, Puppenspiel, etc.)
- / Awareness-Ausstellungen und Security-Museen

**SIE WOLLEN, DASS SICHERHEIT IN IHREM UNTERNEHMEN GELEBT WIRD? SIE WOLLEN IHRE SECURITY UMPOSITIONIEREN? EINEN CISO ALS MARKE? SIE PLANEN, AWARENESS-TRAININGS MIT ÜBERRASCHENDEN GIVEAWAYS AUFZUPEPPEN? ODER SIE GLAUBEN AN DEN EFFEKT DER PARADOXEN INTERVENTION? DANN HABEN WIR DIE PASSENDEN PRIVACY- & SECURITY-TOOLS FÜR SIE.**



Mehr über unseren methodischen Ansatz und Security-Wirkungsanalysen erfahren Sie in »askit – awareness security kit«. Für einen besonders vorbildlichen Beitrag zur Informationssicherheit ausgezeichnet mit dem IT-Sicherheitspreis NRW 2007. [www.known-sense.de/askit.pdf](http://www.known-sense.de/askit.pdf)



**IT-Sicherheitspreis  
NRW 2007**

# PREISLISTE 2012 (Auswahl)

Produkt (Auswahl)	Seite	Spezifikation	1	5	10	100	600	1.000	5.000	10.000
			Ex.	Ex.	Ex.	Ex.	Ex.	Ex.	Ex.	Ex.
<b>Stückpreis in € zzgl. Branding (je nach Produkt – mind. € 375,00 einmalig).                      Wenn nicht anders angegeben: 1farb. Prints bzw. 4/1farb. Karten                      – gegen Aufpreis auch 4/2- o. 4/4farb.</b>										
Virusquartett /Handyvirusquartett	4	32 + 1 Bl. 5,9x9,1 cm, 4/1farb., 250 gr./qm Quartettkarton in PP-Etui			19,50	12,50	4,50	3,95	2,25	1,45
Defense – Security brainGames	6	z.B. 32 + 1 Bl. 6,2x10 o. 5,9x9,1* cm, 4/4farb., 250 gr./qm Quartettkart. in PP-Etui			19,50*	12,50*	5,80	4,95	2,80	1,90
Wormopoly, Peter Hack, Talking Security	10 16	z.B. 49 + 1 Bl. 5,9x9,1 cm, 4/1farb., 250 gr./qm Quar- tettkart. in PP-Etui			28,00	15,00	6,40	5,50	2,95	2,20
Defense bzw. Talking Security im Flowpack	6 16	z.B. 10 Bl. 5,9x9,1 cm, 4/1farb., 250 gr./qm Quar- tettkart. in transp. Tüte							1,10	0,75
Duel Worms bzw. Firewall	10	Spielsteine bzw. -karten in 4/4farb. Würfelverpackung, d. als Spielbrett fungiert					11,00	9,30	5,50	3,95
Quer durch die Sicherheit (Riesenspiel)	8	49 Karten, je 50x50 cm, 4/4farb. auf Laminat zzgl. Zubehör (ohne Verpack.)	4.900,00							
Quer durch die Sicherheit (Tischspiel)	8	49 Karten, je 14x14 cm, 4/4farb. auf Laminat zzgl. Zubehör im Metallkoffer	395,00	350,00	280,00					
Quer durch die Sicherheit (Kleinspiel)	8	48 Memokarten, je 6,5x6,5 cm, 4/4farb. auf 500 gr./qm Quartettkart. in bedr. Dop- pelfaltschachtel					14,80	11,80	4,60	2,80
Stadt – Land – HACK!	10	48 S., 9,8x9,8 cm, 4/4farb. auf 250 gr./qm Bilderdruck, Wire-O-Bindung, auch als Quizfächer erhältlich!			18,00 (ab 50 Ex.)	13,50	8,30	6,90	2,30	1,80
Passworthalter (inkl. Pasworthalterkarte)	12	Konzepthalter m. 1-farb. Siebdruck, 4/4farb., 4-seit. Karte (8,5x5,4 cm)			ab 14,00	ab 7,50	ab 3,30	ab 2,60	ab 1,75	ab 1,05
Passwort-Pen mit -Pad	12	Gravierter Stift u. Block, 9,8x9,8 cm, 50 S.			ab 18,00	ab 8,80	ab 3,95	ab 2,95	ab 1,95	ab 1,15
Awareness-Brille	14	4/4farb auf Karton, gestanzt						ab 0,85	ab 0,30	ab 0,20
Awareness-Türhänger	14	4/4farb. auf 250 gr./qm					ab 0,50	ab 0,30	ab 0,15	ab 0,10
Awareness-Kalender	14	z.B. 13 Bl. DIN A3, 4/0farb., Wire-O, weitere Formate u. CD-Snap-Box auf Anfrage				18,00	7,80	4,80	2,40	1,10
VirusBrickMaster	14	Plastik-Bausteine (»Virus- module«) in Metallbox m. Label u. Viren-Bau-Anlei- tung	20,00	19,00	18,00	16,00	14,80	13,80		
Awareness-Koffer bzw. Sicherheitskulturtasche	18	Koffer bzw. Tasche m. Label u. div. Awareness-Tools – individuelle Konfekt.	ab 295,00	ab 275,00	ab 220,00					

Sonderfertigungen u.a. Produkte auf Anfrage. Alle Preise zzgl. Versand und gesetzl. MwSt. von 19%.

Die hier vorliegende Preisliste Nr. 3 (Stand 31.10.2011) ist gültig bis zum Erscheinen der Nr. 4.

Bestellungen (außer CH an ISPIN) aware-house/known\_sense, Kaiser-Wilhelm-Ring 30-32, D-50672 Köln, Fon +49 221 91277778, sense@known-sense.de

Unternehmen bzw. Marken, für die known\_sense seit 2006 Awareness-Projekte durchgeführt hat:



M. DuMONT SCHAUBERG



it-safe.at



Stadt Ulm

ulm

