



bürgerorientiert · professionell · rechtsstaatlich



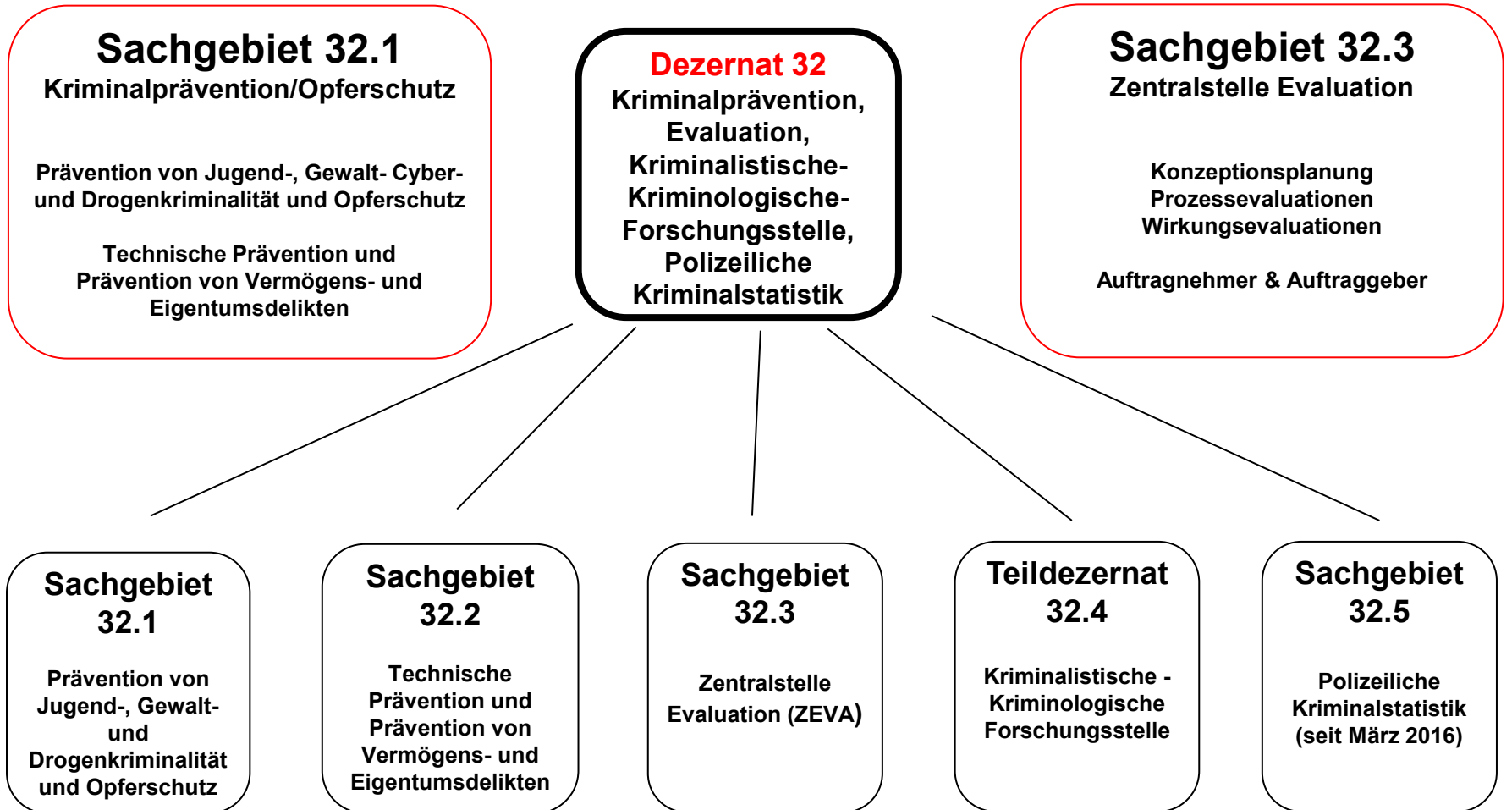
Ministerium des Innern  
des Landes Nordrhein-Westfalen



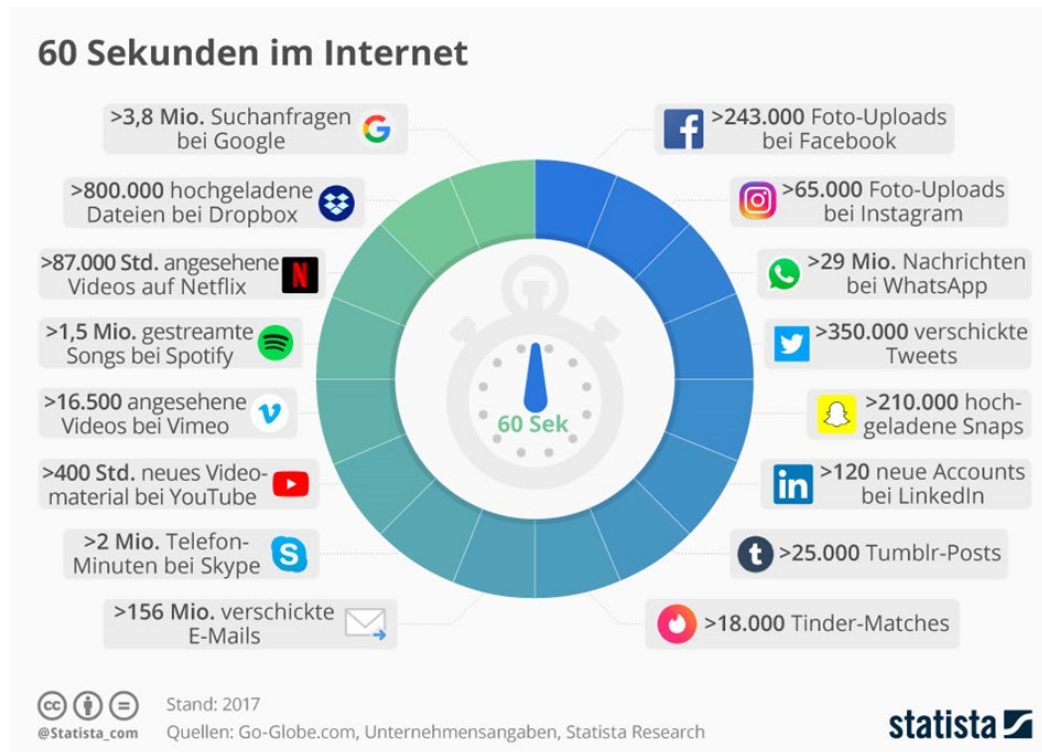
**POLIZEI**  
Nordrhein-Westfalen

# „Mach dein Passwort stark!“

Evaluierte Crossmediale Prävention als Herausforderung  
Hans Jürgen Hülsbeck & Ingo Dungs – LKA NRW



# Datenautobahn Internet



## Ausgangslage/Strategie/Umsetzung

- Veröffentlichung von persönlichen Daten von Politikern, Sängern, Schauspielern, YouTube-Stars und weiteren in der Öffentlichkeit stehenden Personen im Internet.
- Entwicklung eines Fachkonzeptes mit inkludierter Kampagne unter Beteiligung einer Medienagentur.
- Wir zeigen die (mögliche) Lösung – nicht die Bedrohung oder die Angst davor. Wir geben Inspiration, wir regen zur Kreativität und zum Nachmachen, Mitmachen, MACHEN an.
- Wir stellen uns den Herausforderungen und lassen die Kampagne evaluieren.

## Herausforderung

- Eine Cybercrime-Medienkampagne ist aktueller denn je

Home > News > Vermischtes

### Cybercrime: Corona und die Angst vor Kriminalität im Internet

20.05.2020 | 14:56 Uhr | Kris Wallburg



Während der Coronakrise verlagern sich immer größere Teile unseres Alltags in den virtuellen Raum. Wie sich das auf unser Sicherheitsgefühl auswirkt und welche Maßnahmen Menschen unternehmen, um sich zu schützen, hat eine Studie untersucht.

Vielfalt schützt

### Im Internet immer neue Passwörter verwenden

22.05.2020, 12:14 Uhr | dpa



Acht mindestens, gerne mehr: Je mehr Zeichen ein Passwort hat, desto sicherer ist es. Foto: Andrea Warnecke/dpa-tmn. (Quelle: dpa)



## Kernaussage

Die Kampagne erhält einen Slogan, der die gesamte Zielsetzung auf einen Punkt bringt, sich leicht merken lässt und sich dadurch auch als „!sprechende URL“ anbietet:

„Mach dein Passwort stark!“

Die Zielgruppe wird aufgefordert, aktiv zu werden.

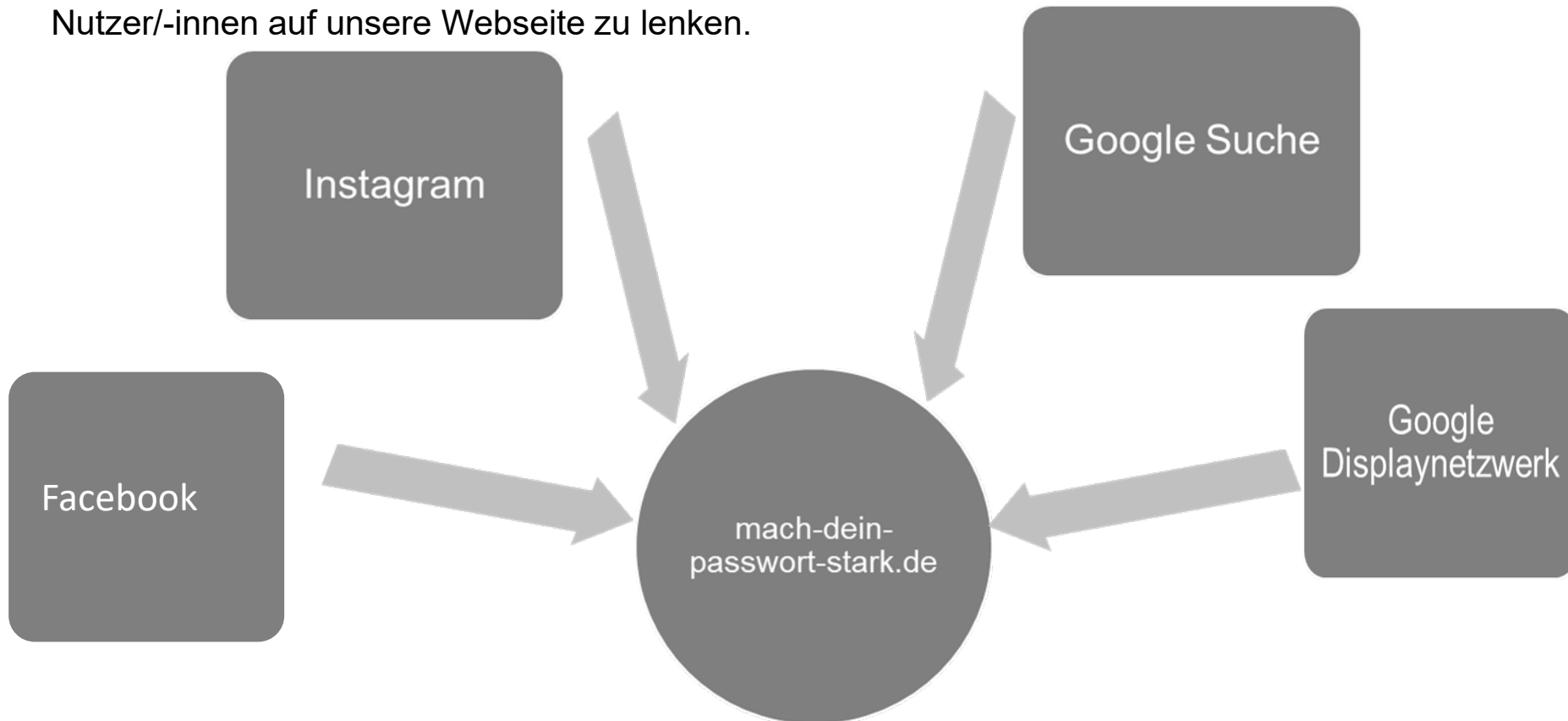
Es geht um ihre persönlichen Daten

„stark“ steht für Verbesserung – anstelle von „sicher“ (dieses Versprechen können wir leider nicht geben).



## Online-Marketing: Traffic für die Website

Alle Werbeaktivitäten finden auf den Kanälen mit den höchsten Reichweiten statt. Ziel ist es, die Nutzer/-innen auf unsere Webseite zu lenken.





## Externe Evaluation



# ABSCHLUSSBERICHT

## Evaluation der Präventionskampagne „Mach Dein Passwort stark!“

im Auftrag des  
Landeskriminalamts Nordrhein-Westfalen

**Bericht:**  
Fabian Otto &  
Dr. Vera Hennefeld

**Kontakt:**  
Dr. Vera Hennefeld  
CEval GmbH  
Dudweiler Landstr. 5  
D-66123 Saarbrücken

Tel. +49 – (0)6 81 – 387 539 76  
E-Mail [v.hennefeld@ceval.de](mailto:v.hennefeld@ceval.de)  
URL <http://www.ceval.de>

Saarbrücken, 23. März 2022



## Zielsetzung der Evaluation

- **Wirkungsmessung** der umgesetzten Maßnahmen (Wirkungsevaluation)
- Analyse der Kampagnenkonzption und -durchführung im Sinne einer **Prozessevaluation**
- **Handlungsempfehlungen zur Nachsteuerung** während der Kampagnenlaufzeit, sofern von Ergebnissen indiziert (formative Evaluation)
- Identifikation von **Umsetzungshürden und Gelingensbedingungen**, auch für zukünftige Präventionskampagnen

## Wirkungslogik der Präventionskampagne „Mach Dein Passwort stark!“

Image der Polizei in NRW ist gestärkt

Umgang der Bevölkerung mit digitalen Endgeräten ist gestärkt.  
Tatgelegenheiten für Cybercrime im weiteren Sinne sind reduziert. Arbeit der Täter ist erschwert.

Image des LKA ist gestärkt

Umgang der Zielgruppe mit digitalen Endgeräten ist gestärkt

Zielgruppe weiß um Bedeutung des LKA NRW bei Cybercrime-Prävention

Zielgruppe kennt LKA als Absender der Kampagne

Zielgruppe generiert starke Passwörter

Zielgruppe kennt Möglichkeit(en) starke Passwörter zu erstellen

Zielgruppe kennt Bedeutung von starken Passwörtern im Umgang mit digitalen Endgeräten

Zielgruppe generiert unterschiedliche Passwörter

Zielgruppe kennt Bedeutung von unterschiedlichen Passwörtern im Umgang mit digitalen Endgeräten

Zielgruppe ist sparsam mit Weitergabe persönlicher Daten

Zielgruppe ist sparsam mit Weitergabe persönlicher Daten

Zielgruppe nutzt 2FA

Zielgruppe kennt Konzept der 2FA

Zielgruppe nutzt geeignete Aufbewahrung- und Speichermöglichkeiten für (starke) Passwörter

Zielgruppe kennt geeignete Aufbewahrung- und Speichermöglichkeiten für (starke) Passwörter

Zielgruppe reagiert im Schadensfall mit angemessenen

Zielgruppe kennt angemessene Maßnahmen zur Reaktion im Schadensfall

Häufigkeit der Sichtbarkeit von Kampagnenmaßnahmen

Zielgruppe ist durch Botschaften angesprochen

Impressionen durch Werbemaßnahmen sind bei Zielgruppe erfolgt

Online-Werbemaßnahmen sind realisiert:  
– Google Display  
– Google Ads  
– Facebook/Instagram  
– Youtube

Offline-Werbemaßnahmen sind realisiert:  
– Plakate

Zielgruppe ist mit Landingpage zufrieden

Landingpage ist von Zielgruppe genutzt

Landingpage ist realisiert

SEO ist realisiert

Zielgruppe ist mit Maßnahmen zufrieden

Maßnahmen sind in Anspruch genommen

Vor-Ort-Maßnahmen sind unter Einsatz von Werbemitteln realisiert (durch KPB und/oder Partner)

Mediengestützte Maßnahmen sind realisiert (Seniorenstammtische, Onlineschulungen für Schüler, Radio-Thementag)



Untersuchungsfelder der Wirkungsevaluation	Online-Monitoring	Maßnahmen-Monitoring	Fragebogen Landingpage	Online-Experiment
<b>OUTPUT</b>				
Realisierung der geplanten Maßnahmen	X	X		
Erreichung der Zielgruppe	X	X	X	
Wahrnehmung der Angebote durch die Zielgruppe	X	X		
Zufriedenheit der Zielgruppe mit Angeboten			X	X
Attraktivität der Botschaften bzw. Werbemaßnahmen	X			X
<b>OUTCOME</b>				
Wirkungen im Sinne eines Wissenszuwachses der Zielgruppe (Wirkungslogik Stufe 4)			X	X
Wirkungen im Sinne einer Verhaltensänderung der Zielgruppe (Wirkungslogik Stufe 5)			X	X
Stärkung des Images der Polizei				X
nicht-intendierte Nebeneffekte			X	X



Untersuchungsfelder der Prozessevaluation	Interviews				Onlinebefragung KPB
	LKA NRW	DACHCOM	Partner	KPB	
Umsetzungshürden und Gelingensbedingungen bei der Konzeption und Durchführung der Kampagne	X	X	X	X	X
Nutzen und Bewertung der Zusammenarbeit mit der externen Werbeagentur	X	X		X	X
Bewertung der Zusammenarbeit mit den KPB	X		X	X	X
Nutzen und Bewertung der Zusammenarbeit mit Partnerorganisationen	X		X	X	X



Kampagnenname/  
Hauptmotiv/

# Mach dein Passwort stark!

Erstelle starke, unterschiedliche Passwörter  
und achte darauf, wem du deine persönlichen  
Daten weitergibst.



[www.mach-dein-passwort-stark.de](http://www.mach-dein-passwort-stark.de)

Eine Präventionskampagne  
des Landeskriminalamts NRW



**POLIZEI**  
Nordrhein-Westfalen  
Landeskriminalamt



**Ich hab Bock  
auf 2 Döner  
& 3 Pommes  
rot-weiß!\***

Mach dein  
Passwort stark:

**IhBa2D&3Pr-w!**

\* Du hast viel bessere Passwort-Sätze? Sehr gut, denn dieses Beispiel solltest du auf keinen Fall verwenden!

**[www.mach-dein-passwort-stark.de](http://www.mach-dein-passwort-stark.de)**



Eine Präventionskampagne  
des Landeskriminalamts NRW



### Headline

Ein origineller Satz, der die Bestandteile eines starken Passworts vermittelt. Die Anfangsbuchstaben sind hervorgehoben, um den Sinn der Abkürzung zu verstehen.

### Separater Hinweis

Mit Aufforderung zur Erstellung eigener Passwortsätze

### Auflösung und Claim

Das Thema Passwort wird durch den Claim aufgelöst.

### Landingpage

Der Link zu den weiteren Hintergründen und Infos.

### Abbilder

Die Präventionskampagne wird benannt mit Absender LKA und Partner.



# Zielseite (Landingpage) -Hauptansicht

Impressum | Datenschutz | Kontakt

# Ich hab Bock auf 2 Döner & 3 Pommes rot-weiß!\*

Mach dein Passwort stark:

**lhBa2D&3Pr-w!**

\* Du hast viel bessere Passwörter-Sätze? Sehr gut, denn dieses Beispiel erfüllt die auf keinen Fall verbotenen!

**Polizei Nordrhein-Westfalen**  
Eine Präventionskampagne des Landeskriminalamts NRW

## Ihre stärksten Passwörter: leicht zu merken, schwer zu knacken!

Wir wird nach einem Passwort gefragt, um Ihre persönlichen Daten zu schützen? Fast überall, wenn Sie im Internet unterwegs sind. Und das ist gut so! Noch besser ist es allerdings, wenn Sie ein paar einfache Regeln beherzigen: um möglichst viele verschiedene, starke Passwörter zu erzeugen. Machen Sie mit. Machen Sie Ihr Passwort stark!

Video abspielen.

## # 1

### Erstellen Sie starke Passwörter

Ein Passwort sollte aus mindestens 10 Zeichen bestehen: Groß- und Kleinbuchstaben, Ziffern sowie Sonderzeichen enthalten.

Da es deswegen leichter zu merken ist gibt es einen Trick: Erstellen Sie einen kompletten Passwortsatz (z. B. Ich hab Bock auf 2 Döner & 3 Pommes Rot Weiß!) und verwenden Sie nur die

## News & Termine

Hier finden Sie aktuelle Veranstaltungshinweise aus ganz NRW rund ums Thema Internet Sicherheit.

Vertrauenszentrale NRW  
**Safer Internet Day 2020**  
27.02.2020 | 10.00 Uhr  
Neuss, Meererhof 1

Individuelle Beratungsgespräche zum Thema, wie man im Internet seine Daten schützen kann.

## # 2

### Nutzen Sie für jeden Online-Zugang ein eigenes Passwort

Erstellen Sie möglichst für jedes Profil im Internet ein eigenes Passwort. Damit verringern Sie das Risiko, dass Kriminelle in Ihre sämtlichen Accounts eindringen können, wenn es einmal zu einer Sicherheitslücke in einem Portal kommt. Mit möglichst vielen unterschiedlichen Passwörtern erhöhen Sie auf jeden Fall Ihre Sicherheit, wenn Sie im Internet unterwegs sind.





## Landingpage-Mittelbereich

Cybercrime  
27.02.2020 | 10.00 Uhr  
Neuss, Meererhof 1  
Individuelle Beratungsgespräche zum Thema, wie man im Internet seine Daten schützen kann. →

Polizei Bonn  
Cybercrime  
27.02.2020 | 10.00 Uhr  
Neuss, Meererhof 1  
Individuelle Beratungsgespräche zum Thema, wie man im Internet seine Daten schützen kann. →

Polizei Bonn  
Cybercrime  
27.02.2020 | 10.00 Uhr  
Neuss, Meererhof 1  
Individuelle Beratungsgespräche zum Thema, wie man im Internet seine Daten schützen kann. →

# # 3

### Achten Sie auf Ihre persönlichen Daten

Ihre Daten sind nicht nur für die meisten Firmen ein lukrativer Weg, um Kunden zu gewinnen. Auch viele Kriminelle haben ein Interesse an Ihren persönlichen Daten. Achten Sie daher darauf, bei Onlinekäufen und Registrierungen nur die wirklich erforderlichen Daten anzugeben. →

## Tipps

### zu Ihrem Passwort von A bis Z

A wie App-Passwort bis Z wie Zwei-Faktor-Authentifizierung – alles rund um Ihr starkes Passwort. →

# # 4

### Doppelt hält besser mit 2FA

Viele Online-Händler bieten Ihnen die Zwei-Faktor-Authentifizierung (2FA) an: Sie geben beim Login zunächst Ihr persönliches Passwort ein und erhalten anschließend z.B. einen Zugangscode auf Ihr Smartphone, den Sie zusätzlich eingeben. Aktivieren Sie unbedingt dieses Verfahren, um im Internet auf Nummer sicher zu gehen. →

### Sie bevorzugen eine persönliche Beratung?

Hier geht's zum Beratungsangebot in den Beratungsstellen der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen. →

# Ein Bild sagt mehr als viele Worte

### Sie können sich Bilder besser merken?

Dann setzen Sie Ihren Passwort-Satz mit Hilfe von Emojis in ein Bilderrätsel um. Die einzelnen Bilder bieten Ihnen eine wertvolle Gedächtnisstütze und erschweren Kriminellen den Missbrauch.  
Hier unsere Beispiel-Sätze aus dem Header:





## Landingpage unterer Bereich

### Sie können sich Bilder besser merken?

Dann setzen Sie Ihren Passwort-Satz mit Hilfe von Emojis in ein Bildersatz um. Die einzelnen Bilder helfen Ihnen eine wertvolle Gedächtnisstütze und erschweren Kriminellen den Missbrauch.

Hier unsere Beispiel-Sätze aus dem Header:

 Ich hab Bock auf 2 Döner & 3 Pommes Rot Weiß! <a href="#">1h4u0L3PR W!</a>	 Im Seniorenschlub gebe ich 14 Damen Internet-Tippel! <a href="#">!lg3403 T!</a>
 Mit 2 Durken & 4 Tomaten mache ich den besten Salat! <a href="#">M2D4Tm6S!</a>	 Meine 1,2 Tsd. Follower liken jeden Post :3 <a href="#">M2TsdFP3</a>

Erstellen Sie jetzt Ihre eigenen Passwörter! Unsere Beispiele sollten Sie auf keinen Fall verwenden.

## Gib Cybercrime keine Chance!

### Smart und Sicher im Internet

Das Internet macht vieles im Leben leichter. Doch es eröffnet auch Kriminellen neue Möglichkeiten, um Straftaten mit digitalen Daten zu begehen. Darum ist es umso wichtiger, dass Sie sicher und smart im Internet unterwegs sind, um Cyberkriminellen keine Chance zu geben.

Mit der Präventionskampagne „**Mach dein Passwort stark!**“ wollen wir das Bewusstsein in der Bevölkerung unseres Landes für die Risiken im Internet sensibilisieren. Unser Ziel ist es, Sie dabei zu unterstützen, Ihre persönlichen Daten im Netz besser gegen Missbrauch abzusichern.

Wir, das sind die Cybercrime-Experten beim Landeskriminalamt Nordrhein-Westfalen in Kooperation mit dem eco-Verband der Internetwirtschaft, der Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen und der Verbraucherinitiative Nordrhein-Westfalen.

Zur [SUSI](#) Webseite.

Eine Präventionskampagne des Landeskriminalamts NRW

In Kooperation mit   



Zielgruppe:  
Seniorinnen  
und Senioren

**Beim Tanztee  
sind wir  
12 Damen  
+ 1 Herr\***

Mach dein  
Passwort stark:

**BTsw12D+1H**

\* Du hast viel bessere Passwort-Sätze? Sehr gut, denn dieses Beispiel solltest du auf keinen Fall verwenden!

[www.mach-dein-passwort-stark.de](http://www.mach-dein-passwort-stark.de)

Eine Präventionskampagne  
des Landeskriminalamts NRW





Zielgruppe  
Jugendliche

**Meine 1,2 Tsd.  
Follower liken  
jeden Post ;)\***

Mach dein  
Passwort stark:

**M1,2Tsd.FIjP;)**

\* Du hast viel bessere Passwort-Sätze? Sehr gut, denn dieses Beispiel solltest du auf keinen Fall verwenden!

**[www.mach-dein-passwort-stark.de](http://www.mach-dein-passwort-stark.de)**

Eine Präventionskampagne  
des Landeskriminalamts NRW





## Zielgruppe lokal durch Dialekt

**Donn mech  
noch 8 lecker  
Alt för minne  
4 Frönde!\***

Mach dein  
Passwort stark:

**Dmn8lAfm4F!**

\* Du hast viel bessere Passwort-Sätze? Sehr gut, denn dieses Beispiel solltest du auf keinen Fall verwenden!

[www.mach-dein-passwort-stark.de](http://www.mach-dein-passwort-stark.de)

Eine Präventionskampagne  
des Landeskriminalamts NRW



**POLIZEI**  
Nordrhein-Westfalen  
Landeskriminalamt



**Zielgruppe  
ausländische  
Mitbürgerinnen  
und Mitbürger  
am Beispiel  
in türkischer  
Sprache**

**Çarşıdan  
aldım 1 tane  
eve geldim  
1000 tane!\***

Mach dein  
Passwort stark:

**Çalteg1000t!**

\* Du hast viel bessere Passwort-Sätze? Sehr gut, denn dieses Beispiel solltest du auf keinen Fall verwenden!

[www.mach-dein-passwort-stark.de](http://www.mach-dein-passwort-stark.de)

Eine Präventionskampagne  
des Landeskriminalamts NRW



**Türkisches Rätsel**

„Was kaufst Du 1x ein und daheim sind es 1000?“ (Granatapfel)



# ALLES AUF EINEN BLICK



**POLIZEI**  
Nordrhein-Westfalen  
Landeskriminalamt

**Mach dein Passwort stark!**

Erstelle starke, unterschiedliche Passwörter und achte darauf, wem du deine persönlichen Daten weitergibst.

\*\*\*\*\*

[www.mach-dein-passwort-stark.de](http://www.mach-dein-passwort-stark.de)

Eine Präventionskampagne des Landeskriminalamts NRW

**Ich hab Bock auf 2 Döner & 3 Pommes Rot-Weiß!\***

Mach dein Passwort stark:

**IhBa2D&3PR-W!**

[www.mach-dein-passwort-stark.de](http://www.mach-dein-passwort-stark.de)

Eine Präventionskampagne des Landeskriminalamts NRW

**Mit 2 Gurken & 4 Tomaten mache ich den besten Salat!\***

Mach dein Passwort stark:

**M2G&4TmidBs!**

[www.mach-dein-passwort-stark.de](http://www.mach-dein-passwort-stark.de)

Eine Präventionskampagne des Landeskriminalamts NRW

**Ich hab Bock auf 2 Döner & 3 Pommes Rot-Weiß!\***

**IhBa2D&3PR-W!**

\*Mach deinen eigenen Satz. Dieses Beispiel ist nicht zu verwenden.  
[www.mach-dein-passwort-stark.de](http://www.mach-dein-passwort-stark.de)



**#SUSii** Smart und Sicher im Internet

**#Hilfe** Aktiv gegen Cybercrime

**Mach dein Passwort stark!**

Erstelle starke, unterschiedliche Passwörter und achte darauf, wem du deine persönlichen Daten weitergibst.

\*\*\*\*\*

[www.mach-dein-passwort-stark.de](http://www.mach-dein-passwort-stark.de)

Eine Präventionskampagne des Landeskriminalamts NRW

**Mach dein Passwort stark!**

Erstelle starke, unterschiedliche Passwörter und achte darauf, wem du deine persönlichen Daten weitergibst.

\*\*\*\*\*

[www.mach-dein-passwort-stark.de](http://www.mach-dein-passwort-stark.de)

Eine Präventionskampagne des Landeskriminalamts NRW

**Ich hab Bock auf 2 Döner & 3 Pommes Rot-Weiß!\***

Mach dein Passwort stark:

**IhBa2D&3PR-W!**

\*Mach dein eigenes Passwort! Bitte gut, denn dieses Beispiel ist nicht zu verwenden!

Ihre stärksten

**Donn mech noch 8 lecker Alt für minne 4 Frönde!\***

Mach dein Passwort stark:

**Dmn8IAfm4F!**

\*Es heißt nur bessere Passwörter! Bitte gut, denn dieses Beispiel ist nicht zu verwenden!

Ihre stärksten Passwörter: leicht zu machen



## Digitale Umsetzung

- [www.mach-dein-passwort-stark.de](https://www.mach-dein-passwort-stark.de)
- [Facebook Präsenz](#)
- [Instagram Präsenz](#)
- [Polizei NRW](#)
- [Smart und Sicher Im Internet](#)
- [Verbraucherzentrale NRW](#)



## Monitoring / Evaluation Ergebnisse

- 1. Phase: 26. Oktober – 26. Dezember 2020
- 2. Phase: 27. Dezember 2020 – 27. März 2021 (inkl. „Ändere dein Passwort Tag“)
- 3. Phase: 9. April – 31. Mai 2021

### außerhalb der Evaluation:

- 4. Bibiana Steinhaus: 1. Februar – 14. März 2022
- Dauer: 505 Tage



## Monitoring

- Mit einem Mediabudget von knapp 30'000 € konnten über 20 Mio Anzeigeneinblendungen (Impressionen) realisiert werden.
- 10'500'000 Impressionen von Display Bannern im Google Displaynetzwerk
- 3'700'000 Impressionen von Videos im YouTube Netzwerk
- 5'750'000 Impressionen auf Facebook & Instagram
- Die Webseite hatte 24'000 Nutzer innerhalb der letzten 2 Jahre



## Monitoring / Evaluation Ergebnisse

- Phase 1:
  - 3.4 Mio. Anzeigeneinblendungen
  - 7'900 Klicks auf die Anzeigen
  - 6'800 € Mediabudget
  
- Phase 2:
  - 4.7 Mio. Anzeigeneinblendungen
  - 11'700 Klicks auf die Anzeigen
  - 10'000 € Mediabudget



## Monitoring / Evaluation Ergebnisse

- Phase 3:
  - 1.8 Mio. Anzeigeneinblendungen
  - 8'500 Klicks auf die Anzeigen
  - 6'000 € Mediabudget
  
- Bibiana Steinhaus
  - 4.4 Mio. Anzeigeneinblendungen
  - 17'500 Klicks auf die Anzeigen
  - 3'000 € Mediabudget



## Befunde der Evaluation

### Onlinebasierte Maßnahmen



- ✓ Kampagnenmittel ca. 23.000€
- ✓ Erzeugung von knapp 10 Mio. Impressionen
- ✓ Anteil der organischen Impressionen: ca. 1,6%
- ✓ Werbeeinblendungen bei Facebook und Instagram ca. 36 Cent/Klick
- ✓ Anzeigen über Google Display Netzwerk und Youtube ca. 2,55€/Klick
- ✓ Anzahl der Nutzer der Landingpage im Kampagnenverlauf abnehmend
  
- Insgesamt beachtliches Verhältnis zwischen Reichweite und Mitteln
- V.a. die Aktionen zum Start der Kampagne außerhalb des Online-Marketings (z.B. die Pressekonferenz) scheinen erfolgreich gewesen zu sein
- Wichtiger Erfolgsfaktor für Posts: Teilen durch KPB



## Befunde der Evaluation

### Online-Befragung Landingpage



- ✓ 558 Befragte, 65% Desktopnutzer (Desktop-Besucher der Webseite: 31%)
  - ✓ Kaum Einfluss der Art des genutzten Geräts auf die Bewertung
  - ✓ Retrospektive Fragen zum Vorher-Verhalten
  
  - ✓ Positive Bewertung der Gestaltung und des Unterhaltungswerts der Landingpage, mittlere Bewertung des Neuigkeitswerts
  - ✓ Tipps zum Erstellen starker Passwörter und zur 2-Faktor-Authentifizierung besonders hilfreich
  - ✓ Verlinkte Partnerseiten insgesamt hilfreich („susi.nrw“, „verbraucherzentrale.nrw“, „polizei.nrw/Cybercrime“)
  - ✓ Selbst berichteter Wissenszuwachs und gestärkte Verhaltensintention nach Nutzung der Landingpage
- Befunde im Einklang mit dem Online-Experiment



## Befunde der Evaluation

### Online-Experiment



- ✓ 4 Zielgruppen, 1 Kontrollgruppe; t1: 903 Personen, t2: 622 Personen
- ✓ Positive Bewertung der Gestaltung der Landingpage, v.a. der mobilen Version
- ✓ Inhalte hilfreich, mittlere Bewertung des Neuigkeitswerts
- ✓ Grundsätzliche Zustimmung zur Wichtigkeit der Inhalte
- ✓ Diskrepanz zwischen Wissen und Verhalten der Probanden
- ✓ Nutzung der Landingpage zeigt stärkere Effekte im Sinne von Verhaltensänderungen als Anzeige-/Videoeinblendungen
- ✓ V.a. Effekt auf Nutzung der 2-Faktor-Authentifizierung
- ✓ V.a. Nutzer der Desktop-Landingpage kennen Polizei als Absender und sehen Polizei als Ansprechpartner zu „Sicherheit im Internet“



## Befunde der Evaluation

### Leitfadeninterviews



- ✓ Insgesamt sehr erfolgreiche Umsetzung der Kampagne durch das LKA NRW
- ✓ Enormer Arbeitsaufwand für die Kampagnenumsetzung
- ✓ Pressekonferenz mit Innenminister Reul: Hohe Resonanz in TV-Berichterstattung und Presse
- ✓ Stetige Weiterentwicklung und Anpassung durch hohe Flexibilität der Kampagnenkonzption
- ✓ Erfolgreiche Zusammenarbeit zwischen LKA NRW und Werbeagentur DACHCOM: feste Ansprechpartner, direkte Kommunikation
- ✓ Sehr positive Bewertungen aller Kooperationen durch LKA NRW und Kooperationspartner (Zusammenarbeit und Nutzen)





## Befunde der Evaluation

### Zielgruppenorientierung & Wirkungen



- Wissenszuwachs v.a. in Bezug auf die 2-Faktor-Authentifizierung durch höheren **Neuigkeitswert**. Bei Fortführung der Kampagne ggf. prüfen, mit welchen Inhalten der Neuigkeitswert der Seite weiter gesteigert und so die Wirksamkeit erhöht werden könnte.
- **Monothematische** Aufmachung insbesondere für Zielgruppe der Senioren geeignet.
- Auch bei zukünftigen Online-Kampagnen die **Nutzungsintensität** und daraus abgeleitet die **Attraktivität** der Werbeanzeigen bzw. Botschaften für spezielle Zielgruppen fortlaufend beobachten und ggf. optimieren.
- Landingpage als Maßnahme mit höchster Wirksamkeit; **crossmediale Konzeption** aber sinnvoll, um die Zielgruppen möglichst breit anzusprechen über die zentrale Informationskomponente zu informieren.
- Auch künftig sicherstellen, dass für die Nutzer die **Verantwortlichkeit der Polizei** für eine Kampagne klar ersichtlich ist, um die Polizei als Ansprechpartner für das jeweilige Thema in das Bewusstsein der Zielgruppen zu bringen.





## Monitoring / Evaluation Ergebnisse

### Nutzen und Bewertung der Zusammenarbeit mit der externen Werbeagentur

Die Zusammenarbeit zwischen LKA NRW und der beauftragten Werbeagentur wurde von beiden Seiten sehr positiv bewertet. Als Erfolgsfaktoren (auch für künftige Kampagnen) wurden identifiziert:

- Feste Ansprechpartner auf beiden Seiten, die eine direkte, verzögerungsfreie Kommunikation sicherstellen.
- Eine hohe Flexibilität und ständige inhaltliche Weiterentwicklung der Kampagne, die besonders durch die Aufmachung der Kampagne in Textform ermöglicht wurde. Denn dadurch konnten die Werbematerialien mit relativ geringem Ressourcenaufwand immer wieder auf spezielle Zielgruppen oder Aktionen (z.B. Jahreszeiten, einjährige Laufzeit der Kampagne) angepasst werden.
- Der grundsätzliche Ansatz, auf eine crossmediale Kampagne mit einem professionellen Onlineauftritt in Form einer Landingpage und ergänzende Online-Werbemaßnahmen über verschiedene Kanäle zu setzen, hat sich bewährt. Die professionelle Umsetzung von Präventionskampagnen durch erfahrene externe Dienstleister kann damit ebenfalls als wichtiger Erfolgsfaktor identifiziert werden.



## Monitoring / Evaluation Ergebnisse

### Fazit zu den Wirkungen der Online-Maßnahmen im Rahmen der Kampagne

- ➔ Die Ergebnisse der Evaluation zeigen, dass die ausgewählten Online-Maßnahmen und damit der crossmediale Charakter der Kampagne grundsätzlich geeignet sind, um die gewünschten Wirkungen bei der Zielgruppe hervorzurufen.
- ➔ Diese Wirkungen zeigen sich insbesondere bei Personen, welche die Landingpage besucht haben und für das Image der Polizei sowie für das Verhalten zum Thema 2-Faktor-Authentifizierung. Diese drei Aspekte können als wichtige Erfolgsfaktoren der Kampagne eingestuft werden.
- ➔ Die Zustimmung zu den übrigen Items bzgl. passwortspezifischem Wissen ist bereits in der Kontrollgruppe sehr hoch ausgeprägt. Möglicherweise ist dieses sehr hohe Ausgangsniveau der Grund, weshalb durch die Maßnahmen kein weiterer Wissenszuwachs festgestellt werden kann. Der Neuigkeitswert der angebotenen Informationen ist daher ebenfalls ein wichtiger Erfolgsfaktor der Kampagne.

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit.

**KHK Hans Hülsbeck**

LKA NRW, Abt.3, SG 32.1

Tel.: 0211/939-3211, CN-Pol: 07-224-3211

[hansjuergen.huelsbeck@polizei.nrw.de](mailto:hansjuergen.huelsbeck@polizei.nrw.de)

**EKHK Ingo Dungs**

LKA NRW, Abt.3 , SG 32.3

Tel.: 0211/939-3230, CN-Pol: 07-224-3230

[ingo.dungs@polizei.nrw.de](mailto:ingo.dungs@polizei.nrw.de)