

„K-Einbruch“: Prävention durch Schneeballsystem

Polizei und Kooperationspartner aus der Wirtschaft starten Öffentlichkeitskampagne zum Einbruchschutz

Julia Christiani

Allein für das Jahr 2011 verzeichnete die Polizeiliche Kriminalstatistik 9,2 Prozent mehr Einbrüche als im Vorjahr. Dieser enorme Anstieg lässt das Programm Polizeiliche Kriminalprävention der Länder und des Bundes (ProPK) handeln: Einbruchschutz ist in diesem Jahr ein Schwerpunkt in der Präventionsarbeit der Polizei. Ziel ist es, die Bevölkerung noch intensiver als bisher für eine wirksame Einbruchsprävention zu sensibilisieren. Dazu bereitet ProPK zusammen mit Kooperationspartnern aus der Versicherungswirtschaft, den Industrieverbänden und Errichterfirmen eine bundesweite Öffentlichkeitskampagne vor.

Ein Einbruch kann das Sicherheitsgefühl und Wohlbefinden der Betroffenen nachhaltig beeinträchtigen: Nicht nur der materielle Schaden, sondern häufig auch dauerhafte psychische Belastungen sind die Folgen für die Opfer. Denn die Täter dringen in die Privatsphäre ein, wühlen in den persönlichsten Sachen und stehlen auch Gegenstände, an denen Lebenserinnerungen hängen. Die verursachten Schäden umfassen jährlich rund 600 Millionen Euro – trotzdem vernachlässigen viele Bürger und Gewerbetreibende den Einbruchschutz, weil sie schlicht das Risiko für einen Ein-

bruch unterschätzen. An diesem Punkt setzt das präventive Konzept des ProPK an. Ziel der Kampagne „K-Einbruch“ ist daher, möglichst die breite Bevölkerung zu erreichen und sie für eine eigenverantwortliche Einbruchvorsorge zu sensibilisieren, um damit letztendlich einen Rückgang der Einbruchkriminalität zu bewirken.

Auch wenn die Polizei bereits eine Vielzahl an Medien wie beispielsweise Broschüren zum Einbruchschutz herausgibt, zeigen die gestiegenen Zahlen, dass zusätzlich noch ein anderer Weg gegangen werden muss, damit die Informationen besser bei der Zielgruppe ankommen. „Wir haben uns deshalb für eine bundesweite Öffentlichkeitskampagne mit großer Reichweite entschieden, die von vielen Partnern aus der Wirtschaft mitgetragen wird. Nicht zuletzt erhoffen wir uns dadurch auch eine große mediale Aufmerksamkeit“, sagt Kriminalrat Harald Schmidt, Geschäftsführer der Polizeilichen Kriminalprävention der Län-

der und des Bundes. Dadurch sollen auch diejenigen erreicht werden, die sich bislang nicht für Einbruchschutz interessiert haben. Als Stichtag für den Beginn der Kampagne haben die Partner den „Tag des Einbruchschutzes“ ins Leben gerufen. Unter dem Motto „Eine Stunde mehr für mehr Sicherheit“ findet dieser nun jährlich jeweils am Tag der Winterzeitumstellung statt.



Dreh- und Angelpunkt der Initiative wird die neue Website www.k-einbruch.de sein: Sie bietet produktneutrale Informationen der Polizei zum Einbruchschutz, ein „interaktives Haus“ mit Tipps, wie man sein Zuhause sichert, sowie einen umfangreichen Pressebereich. Ein wichtiger Teil der Kampagne ist außerdem der bereits genannte „Tag des Einbruchschutzes“. Er findet in diesem Jahr am 28. Oktober statt und soll dann zu einer festen Größe im jährlichen Veranstaltungskalender – auch bei der Polizei – werden. Als Schirmherr konnte Bundesinnenminister Dr. Hans-Peter Friedrich gewonnen werden, der bei einer Pressekonferenz am 22. Oktober 2012 in Berlin, also wenige Tage vor dem ersten Tag des Einbruchschutzes, den offiziellen Startschuss für die Kampagne gibt.

Um dem Ganzen ein einheitliches „Gesicht“ zu geben und bei der Zielgruppe einen Wiedererkennungseffekt zu erreichen, wurde für die Initiative ein Logo entwickelt, das allen Kooperationspartnern zur Verfügung gestellt wird und das individuell, z. B. auf Broschüren und Plakaten oder auch auf Webseiten eingesetzt werden kann. Auf den Tag des Einbruchschutzes machen die Partner zudem



in verschiedenen Medien mit einem so genannten „Störer“, einem auffälligen grafischen Element, aufmerksam. Zur Bewerbung der Kampagne werden derzeit Plakate, Postkarten, Aufkleber, Fülleranzeigen und Linkbanner produziert, die ebenfalls alle Partner nutzen können. Mit Beginn der Kampagne am 22. Oktober 2012 werben die Partner zudem in den Großstädten Deutschlands mit Großflächenplakaten und so genannten City Lights für die Aktion.



„Präventionsarbeit ist häufig das abgestimmte Zusammenwirken von Partnern mit denselben Zielen“, sagt Schmidt. So konnten bislang etliche Teilnehmer mit ins Boot geholt werden: Beteiligt sind unter anderem die Mitglieder des Gesamtverbands der Deutschen Versicherungswirtschaft e. V. (GDV), die VdS Schadenverhütung GmbH, der Zentralverband der Elek-

trotechnik- und Elektronikindustrie (ZVEI) e. V. – Fachverband Sicherheit, der Bundesverband der Hersteller- und Errichterfirmen von Sicherheitssystemen e. V. (BHE), der Fachverband Schloss + Beschlagindustrie e. V., der Bundesverband der Sicherheitswirtschaft (BDSW), der Fachverband Europäischer Sicherheits- und Schlüssel Fachgeschäfte e. V. (interkey), die ATRAL-SECAL GmbH, die Firma ABUS sowie die Initiative „Nicht bei mir!“. „Durch die Teilnahme möglichst vieler Partner greift sozusagen ein Schneeballsystem, um die Kampagneninhalte bei der Bevölkerung bekanntzumachen“, so Schmidt. Teil der Konzeption ist deshalb auch eine Umsetzungsempfehlung der Initiative mit Beispielen für lokale und regionale Aktivitäten zur Unterstützung des „Tags des Einbruchschutzes“, denn dieser lebt insbesondere von den Ideen und Aktionen der diversen Partner.

Ein wichtiges Element ist natürlich auch die mediale Aufmerksamkeit, die unter anderem durch den prominenten Schirmherrn erreicht werden soll. Darüber hinaus wirbt noch ein weite-

res bekanntes Gesicht für die Aktion: Kristina Vogel, Olympiasiegerin im Teamsprint Bahnradfahren und Polizistin bei der Bundespolizei, ist Botschafterin von „K-Einbruch“, die die Inhalte der Initiative durch ihre Authentizität als Goldmedaillengewinnerin bei der Olympiade 2012 in London, aber eben auch als „Polizeibeamtin“ transportieren wird.

Informationen zur Kampagne gibt es über die beteiligten Verbände und die Zentrale Geschäftsstelle der Polizeilichen Kriminalprävention in Stuttgart. Am 22. Oktober 2012 wird die Website www.k-einbruch.de freigeschaltet, die dann über alle wichtigen Themen zum Einbruchschutz informiert.

Die Autorin Julia Christiani hat Germanistik studiert, ein Volontariat bei der Pressestelle der Stadt Stuttgart absolviert, war als Pressereferentin tätig und ist seit 2005 bei der Zentralen Geschäftsstelle von ProPK für Projektmanagement und Öffentlichkeitsarbeit tätig.

Kontakt: julia.christiani@polizei.bwl.de