

Marketing für den präventiven Zweck



Wie sich Kurzfilme zur Einbruchsprävention in sozialen Netzwerken verbreiten

Julia Christiani

Ein wichtiger Baustein im Kampf gegen Wohnungseinbruch ist die Sensibilisierung der Bevölkerung für eine wirksame Einbruchsprävention. Dies ist das Ziel der 2012 von der Polizei und ihren Kooperationspartnern initiierten Einbruchschutzkampagne K-EINBRUCH. Jetzt wurde für die Initiative die eigens konzipierte YouTube-Serie „Die Elster“ entwickelt. Damit geht die Polizeiliche Kriminalprävention neue Wege, um die Bürgerinnen und Bürger unterhaltsam über die Möglichkeiten des Einbruchschutzes zu informieren und ihr Gefahrenbewusstsein zu schärfen.

Die dokumentarisch angelegte Serie begleitet den fiktiven Einbrecher „Die Elster“ auf seinen chaotischen Streifzügen und zeigt auf, wie leicht es mitunter ist, sich Zutritt zu scheinbar sicheren Immobilien zu verschaffen. Durch die durchaus auch mit einem Augenzwinkern umgesetzten Kurzfilme wollen die Polizei und ihre Partner neue Zielgruppen ansprechen – über diejenigen hinaus, die bereits mit den „klassischen“ Präventionsmedien erreicht wurden – und letztlich eine dauerhafte Verhaltensänderung der Bevölkerung bewirken. Die Filme entstanden im Rahmen eines Wettbewerbs, den die Polizeiliche Kriminal-

prävention zum Wintersemester 2015/2016 an der Filmakademie Baden-Württemberg, eine der renommiertesten Filmhochschulen Deutschlands, ausgeschrieben hatte. Aufgabenstellung war, einen Kurzfilm zu entwickeln, der die Initiative K-EINBRUCH noch weiter bekannt macht mit dem Ziel, innerhalb der Bevölkerung eine Sensibilisierung für mehr Eigenverantwortung beim Einbruchschutz zu erreichen. Der Film sollte dabei unterschiedliche Aspekte des Einbruchschutzes berücksichtigen, die Art und Weise der Zuschaueransprache und der Tonalität war für die Studierenden frei wählbar. Zudem



Das Plakat zum Film

sollte der Film das Potenzial besitzen, sich mit begrenzten Mitteln möglichst weit in den sozialen Netzwerken zu verbreiten und viele Menschen der Bevölkerung zu erreichen.

Aus rund 30 Einreichungen wählte eine achtköpfige Jury die Gewinneridee „Die Elster“ zur Umsetzung aus. Die Jury setzte sich aus Polizisten, Vertretern der K-EINBRUCH-Premiumpartner, Filmemachern und Werbetreibenden zusammen. Die Gewinneridee „Die Elster“ des Regisseurs Maximilian Feldmann beinhaltet fünf Kurzfilme, die als Fortsetzungsreihe konzipiert wurden. Die Idee der Filme: „Die Elster“ ist ein in die Jahre gekommener Einbrecher, der von einem Filmteam begleitet wird, um eine Dokumentation zum Thema Einbruch bzw. Einbruchschutz zu drehen. Der Einbrecher hat einen konträren Charakter: Einerseits bricht er in fremde Häuser bzw. Wohnungen ein und hat damit die Rolle des Bösen inne, andererseits hat er klare Wertvorstellungen, die er konsequent einhält. Als Schauspieler konnte der Charakterdarsteller Peter Trabner gewonnen werden, Anfang Juni 2016 fanden in Berlin die Dreharbeiten statt. Einge-

EIGENTUM VERPFLICHTET...

...und ich fühle mich extrem verpflichtet! Als Ex-Langfinger weiß ich, wie schnell man in eine Wohnung einsteigen kann. Gekippte Fenster? Da hätten Sie auch gleich den Schlüssel stecken lassen können!

Deshalb rät Ihre Polizei:

- Verschließen Sie immer Fenster, Balkon- und Terrassentüren. Denn: Gekippte Fenster sind offene Fenster.
- Wenn Sie das Haus verlassen – auch nur für kurze Zeit – schließen Sie unbedingt Ihre Haustür ab!

Hilfreiche Einbruchstipps und Verhaltensempfehlungen finden Sie auf www.k-einbruch.de

Alle Elster-Clips finden Sie hier:

stellt sind die Filme im YouTube-Channel der Polizeilichen Kriminalprävention unter <http://bit.ly/2bYedNp> sowie im Facebookauftritt der Polizei Berlin.

Teilen, empfehlen, liken – das virale Verbreitungskonzept für „Die Elster“

Seit Veröffentlichung Ende September haben die in Facebook eingestellten Filme bereits über 1,2 Millionen Views erreicht, auf YouTube haben sich rund 183 000 Nutzer „Die Elster“ angesehen. Beliebtester Film mit über 650 000 Views ist Folge 2. Über 3100-mal wurden die Filme von den Betrachtern positiv bewertet – Zahlen¹, die dafür sprechen, dass das Konzept, mit professionell entwickelten Filmen unterhaltsam über effektiven Einbruchschutz aufzuklären, aufgegangen ist. Dennoch konnte die Polizeiliche Kriminalprävention nicht automatisch damit rechnen, dass sich die Kurzfilme „von alleine“ verbreiten. Für die Platzierung der Reihe im Internet und deren virale Verbreitung wurde daher bereits im Vorfeld eine sogenannte Seedingagentur beauftragt, die ein auf die Filme zugeschnittenes Seedingkonzept entwickelte und umsetzte. Erklärtes Ziel des Konzeptes ist, die Filme in bestimmten Netzwerken zu streuen, sodass in kurzer Zeit eine kritische Menge an Views erreicht wird. Nach Erreichen dieser kritischen Menge sollen dann die Nutzer durch Teilen, Empfehlen und Liken für die weiteren viralen Effekte sorgen.

Viral Seeding (auch Social Seeding) ist eine Strategie im Viralmarketing, bei der durch gezieltes Verbreiten eines Inhalts im Internet schnell und kostengünstig eine kritische Masse (Tipping-Point) erreicht werden soll, von der aus die Nutzer durch Teilen und Empfehlen selbst zur „viralen“ Verbreitung des Inhaltes beitragen. (...) Typischerweise sind die Inhalte nicht vordergründig werbend, sondern bieten nützliche Informationen, weiterbringendes Wissen oder Unterhaltung. Dadurch soll gewährleistet werden, dass die Nutzer den Aufwand des Teilens auf sich nehmen und somit als Multiplikator fungieren. Bei entsprechender „Viralität“ des Inhalts kann eine solche Kampagne schnell und kostengünstig zur Verbreitung

der Inhalte beitragen. Ist der Inhalt jedoch nicht unterhaltsam oder informativ genug, so wird es auch bei einem breiten Seeding nicht zu einer viralen Verbreitung kommen. (...) (Quelle: Wikipedia)

Um die Kurzfilme bekannt zu machen, setzt die Polizeiliche Kriminalprävention zudem auf starke Multiplikatoren innerhalb der Polizei. So waren unter anderem die Social-Media-Teams der Polizeidienststellen aufgerufen, den Link zu den Filmen in ihren Internet-Auftritten einzubinden bzw. die

Elster-Inhalte im Facebook-Auftritt der Polizei Berlin zu teilen. Außerdem wurden die Kolleginnen und Kollegen gebeten, auch die Möglichkeit zu nutzen, die Filme über ihre privaten Social-Media-Kanäle zu teilen und zu empfehlen, um das Thema Einbruchschutz noch stärker als bisher und in weiteren Zielgruppen zu platzieren. Darüber hinaus nimmt die Unterstützung der K-EINBRUCH-Premiumpartner eine besondere Rolle ein. Diese können in der Regel auf ein breites Netzwerk an Partnern, Mitarbeitern und Kunden zurückgreifen und so die Reichweite erhöhen.

¹ Stand 7.11.2016

Die Elster-Filme im Überblick

Film 1

Im ersten Film wird „Die Elster“ vorgestellt. Der Profi-Einbrecher erklärt seine für Diebeszüge benötigten Werkzeuge und findet Gefallen an der Idee des Filmteams, es auf seinen nächsten Beutezug mitzunehmen. Dieser Film führt den Charakter „Die Elster“ ein und gibt einen Ausblick auf die nächsten Filme.

https://www.youtube.com/watch?v=rROOCnB0_Ck&

Film 2

Im zweiten Film begleitet das Filmteam „Die Elster“ bei einem Diebeszug in ein Mehrfamilienhaus. Mit einem großen Schraubendreher öffnet sie eine ungesicherte doppelflügelige Wohnungstür, wie sie insbesondere in Mehrfamilienhäusern großer Städte weit verbreitet ist. Im Schlafzimmer der Bewohnerin findet der Einbrecher u. a. ein Tagebuch und liest daraus vor. Dabei stellt sich heraus, dass er in dieselbe Wohnung schon einmal eingebrochen ist. Beim Verlassen der Wohnung mit einem neuen Fernseher am helllichten Tag begegnet er einer Nachbarin, die jedoch desinteressiert vorbeigeht.

In diesem Kurzfilm wird bereits eine Vielzahl an Problemstellungen dargestellt: Vom Abwesenheitshinweis „überquellender Briefkasten“ über

die ungesicherte Wohnungseingangstür bis hin zum Durchwühlen der persönlichsten Sachen und damit dem Verlust des Sicherheitsgefühls. Hier soll gezeigt werden, dass Einbrecher keinerlei Respekt vor der Privatsphäre ihrer Opfer haben und eine aufmerksame Nachbarschaft ein wichtiger Faktor zur Verhinderung von Einbrüchen ist.

<https://www.youtube.com/watch?v=c2cyP4PQQxE&>

Film 3

Im dritten Film befindet sich „Die Elster“ nachts wiederum in einem Mehrfamilienhaus, diesmal lediglich mit einer modifizierten Plastikflasche ausgerüstet. Mit dieser fällt es dem Einbrecher leicht, eine nur zugezogene, aber nicht abgeschlossene Tür einer Studentenwohnung aufzubrechen. Dort entwendet er dann unter Zeitdruck ein teures Rennrad.

Dieser Film soll zeigen, dass lediglich zugezogene Türen keinen ausreichenden Einbruchschutz bieten und Einbrecher immer etwas Wertvolles zum Stehlen finden.

<https://www.youtube.com/watch?v=7Hbz5ORSfml&>

Film 4

Im vierten Film besucht „Die Elster“ ein Neubaugebiet mit Einfamilien-

häusern und findet auch prompt ein gekipptes Fenster, das sich leicht öffnen lässt. Anschließend durchstöbert der Einbrecher das Haus und entdeckt in der Kommode Schmuck, im Eisfach ein Bündel Geldscheine.

Der Film zeigt, dass gekippte Fenster selbst bei kurzer Abwesenheit keine Sicherheit bieten und Einbrecher auch die kreativen Geld- und Wertsachenverstecke kennen und finden, wonach sie suchen.

<https://www.youtube.com/watch?v=q7EY6B2fG2o&>

Film 5

Zu guter Letzt hat es sich „Die Elster“ im Haus aus Film 4 gemütlich gemacht: Im Morgenmantel der Frau des Hauses stöbert der Einbrecher nach weiteren Wertsachen, putzt sich die Zähne, lässt sich ein Stück Kuchen schmecken und legt eine Schallplatte auf. Nachdem er jede Vorsicht vergisst und bei lauter Musik durchs Haus tanzt, wird er schließlich von der eingetroffenen Polizei festgenommen.

Dieser Filmteil lässt erahnen, wie das Sicherheitsgefühl von Einbruchopfern völlig zerstört werden kann und dass viele nach einem Einbruch umziehen.

Link zum Film: <https://www.youtube.com/watch?v=XcjZPFH7Eng&>

Präsentation der Filme auf der Messe „security“ in Essen

Der Auftakt für die Vorstellung der Kurzfilme fand am 28. September 2016 am K-EINBRUCH-Messestand der Polizeilichen Kriminalprävention auf der security essen 2016 statt, flankiert durch Werbemaßnahmen auf der Messe. Die security gilt als Weltleitmesse für Sicherheit und Brandschutz – die wichtigsten Akteure der Sicherheitsbranche kommen bei dieser Messe zusammen. Gemeinsam mit dem Schauspieler Peter Trabner alias „Die Elster“ stellte der Geschäftsführer der Polizeilichen Kriminalprävention, Harald Schmidt, dort die Filme vor. Anschließend besuchte „Die Elster“ einige Messestände der ausstellenden K-EINBRUCH-Premiumpartner.

Neben diesen Maßnahmen stellt die zielgerichtete Presse- und Öffentlich-

keitsarbeit einen wichtigen Baustein der polizeilichen Kommunikationsstrategie dar. Mit der Pressearbeit werden sowohl externe als auch interne Zielgruppen angesprochen. Als externe Zielgruppe wird die Presse bzw. im zweiten Schritt die Bevölkerung betrachtet, als interne Zielgruppe die Polizisten, die eine wichtige Multiplikatorenfunktion einnehmen, um die Präventionsbotschaften möglichst breit zu streuen. So wurde für die externe Zielgruppe der Journalisten eine Pressemitteilung zur Präsentation der Filme auf der security verschickt, darüber hinaus ein Sonder-Journalisten-Newsletter zur Veröffentlichung der Kurzfilme sowie ein Bürger-Newsletter zum Auftakt und anschließend wöchentlich bis zum Tag des Einbruchschutzes mit fachlich passenden Informationen bzw. Präventionstipps. Die interne Zielgruppe der Polizisten wurde mit einer „Prävention spezial“ – ein Newsletter, der sich speziell an

Präventionsbeamte richtet – über die Kurzfilme und ihre Verbreitungsstrategie informiert.

Die fünf Kurzfilme sind zudem auf der reichweitenstarken Polizeiwebsite www.polizei-beratung.de sowie auf der Kampagnenwebsite www.k-einbruch.de eingebunden. Begleitend werden außerdem diverse Werbemittel wie Filmplakat, Autogrammkarten und ein Elster-Cut-out (Pappaufsteller in Lebensgröße) mit Dispenser für Autogrammkarten der „Elster“ eingesetzt, die sowohl die Partner als auch die Polizeidienststellen nutzen können.

Julia Christiani ist bei der Zentralen Geschäftsstelle von ProPK für Projektmanagement und Öffentlichkeitsarbeit verantwortlich. Kontakt: julia.christiani@polizei.bwl.de