

# 50 Jahre Zusammenarbeit, die Sicherheit schafft

## Wie die Bündelung von Kompetenz und Wissen seit Jahrzehnten bundesweit Präventionserfolge erzielt

### Julia Christiani

Mit einem zukunftsweisenden Beschluss legte die Innenministerkonferenz vor 50 Jahren den Grundstein für das Kriminalpolizeiliche Vorbeugungsprogramm (KPVP), den Vorgänger des heutigen ProPK. Der Beitrag beschreibt wichtige organisatorische, inhaltliche und mediale Meilensteine der seither von allen Ländern und dem Bund getragene (Kriminal-)Polizeiliche Präventionsarbeit.

### Die Anfänge ab 1970

1972 beschloss die Ständige Konferenz der Innenminister und -senatoren der Länder (IMK), eine Projektleitung für das KPVP einzurichten, in dem seit 1970 alle Länder und der Bund vertreten waren. Die Projektleitung hatte zunächst die Aufgabe, das Kriminalpolizeiliche Vorbeugungsprogramm finanziell auf eine sichere Basis zu stellen. Dies gelang 1975 durch ein Finanzierungsabkommen zwischen allen Ländern und dem Bund, das in seiner Fassung aus dem Jahre 1993 bis heute Gültigkeit hat und die Grundlage für eine kontinuierliche und verlässlich planbare Präventionsarbeit darstellt. Aufgrund der mit der Institutionalisierung des KPVP einhergehenden Erhöhung der Finanzmittel auf 1,5 Mio. DM war es nunmehr auch möglich, professionelle Werbe- und PR-Agenturen mit der Gestaltung der Medien zu betrauen – rückblickend eine Entscheidung mit strategischem Weitblick, denn zur Planung, Realisierung und bundesweiten Abwicklung der Präventionsmaßnahmen und -projekte wurde beim Landeskriminalamt Baden-Württemberg in Stuttgart die Geschäftsstelle der Projektleitung für das KPVP eingerichtet.

Bis dahin hatte ein (virtuelles) „Ständiges Redaktionskomitee“ – bestehend aus fünf Bundesländern und dem Landeskriminalamt – die Aufgabe, der AG Kripo die Jahresthemen für das KPVP vorzuschlagen. Den Vorsitz übernahm zunächst das Bayerische Landeskriminalamt. Erarbeitet wurden unter

anderem Vorbeugungsempfehlungen gegen Diebstahl, Einbruch und Gewalt, die nicht nur über Medien wie Plakate und Faltblätter, sondern auch über Funk und Fernsehen verbreitet wurden. Einen festen Etat hierfür gab es allerdings nicht, vielmehr brachten die Länder und das Bundeskriminalamt jährlich jeweils die Summen auf, mit der sie sich am Druck der KPVP-Medien beteiligen wollten.

Mit den Jahren wuchsen die Aufgaben des Kriminalpolizeilichen Vorbeugungsprogramms, und um die Zusammenarbeit zwischen den einzelnen Länderpolizeien, der Bundespolizei und des Bundeskriminalamts in der Kriminalitätsvorbeugung zu optimieren, wurde das Ständige Redaktionskomitee 1984 in eine „Kommission Vorbeugende Kriminalitätsbekämpfung (KVK)“ der AG Kripo umgewandelt. Aus dieser wurde schließlich 1997 die heute fachlich zuständige „Kommission Polizeiliche Kriminalprävention (KPK)“.

### Seit 25 Jahren erfolgreiches Zusammenwirken im Dreierverbund

Mit dieser Umorganisation wurde das Programm Polizeiliche Kriminalprävention der Länder und des Bundes (ProPK) vor 25 Jahren in seiner jetzigen Organisationsstruktur geschaffen und in der bundesweiten Gremienstruktur verankert. 1997 wurde auch eine Zentrale Geschäftsstelle (ZGS) eingerichtet, die sowohl die Geschäfte der Kommission (KPK) als auch der Projektleitung



Das Logo zum Jubiläum

Polizeiliche Kriminalprävention (PL PK) führt sowie alle bundesweiten Präventionsaktivitäten der Polizei koordiniert – und damit die Präventionszusammenarbeit aller Bundesländer und des Bundes unterstützt. Sie hält außerdem Kontakt zu anderen polizeilichen Gremien und außerpolizeilichen Präventionsträgern. Projektleitung, Kommission und Zentrale Geschäftsstelle sind seither unmittelbar miteinander verzahnt und setzen das Motto „Wir wollen, dass Sie sicher leben“ in Projekten, Kampagnen und mit dem Vertrieb von Präventionsmedien um. Dabei wurden die Kommunikationskanäle und der Einsatz der Medien im Laufe der Zeit stets an die Bedürfnisse der Zielgruppen, die erreicht werden sollten, angepasst. Und oft mussten dabei auch neue, für die Polizei ungewöhnliche Wege beschritten werden.

### Von der Zeitschrift über Broschüren ins Internet

Angefangen hatte alles mit der Herausgabe der Zeitschrift „Sicher leben“, die in einer Auflage von zwei Millionen verteilt wurde. Es folgte der Vertrieb von Themenbroschüren, bis die Polizeiliche Kriminalprävention 1999 unter der Adresse [www.polizei.propk.de](http://www.polizei.propk.de) ins Netz ging – und dafür im Jahr 2000 mit dem Deutschen Multimedia Award in der Kategorie „Public Affairs/Non-



Themenbroschüre zum Einbruchschutz

Profit-Organisations – Online“ ausgezeichnet wurde.

Eine Auszeichnung gab es auch für das erste interaktive PC-Spiel der Polizei: In Zusammenarbeit mit Expertinnen und Experten des Münchner Instituts für Medienpädagogik in Forschung und Praxis hatte die Polizeiliche Kriminalprävention mit „Luka und das geheimnisvolle Silberpferd“ ein innovatives Projekt gestartet, um der steigenden Gewaltbereitschaft und -kriminalität bei Kindern und Jugendlichen schon früh vorzubeugen. Umgesetzt wurde das Fachkonzept der Polizei von „Deck 13“, einem der führenden deutschen Spieleentwickler, belohnt wurde die spannende und kindgerechte Vermittlung fairen Verhaltens 2007 mit dem Spielpreis LARA EDUCATION AWARD. Die Fortsetzung der Luka-Reihe wurde von der Fachjury für

den TOMMI – DEUTSCHER KINDERSOFTWAREPREIS 2008 nominiert. Die Begründung lautete: „Achtung Polizei: Gelungene Fortsetzung von ‚Luka und das Silberpferd‘. Ein spannendes Adventure-Spiel mit pädagogisch wertvollen Ambitionen. Für das Spiel spricht die konsequent propagierte Gewaltfreiheit. Lösungen kommen nur durch Kommunikation und Scharfsinn näher. Luka: Ein Fels in der Brandung großartiger Computerspiele.“

### Bündelung verschiedener Professionen und Qualifikationen

Dieses Beispiel zeigt eine wichtige – und nicht neue – Erkenntnis in der Arbeit der Polizeilichen Kriminalprävention: Die erfolgreiche Umsetzung von Ideen und Konzepten kann insbesondere dann gelingen, wenn verschiedene Professionen und Qualifikationen gebündelt werden, die im Team zusammenwirken. So setzt sich die Zentrale Geschäftsstelle aus verschiedenen polizeiinternen, aber auch polizeiexternen Fachleuten zusammen. Schon früh wurde ein Soziologe eingestellt, seither zuständig für die Qualitätssicherung und wissenschaftliche Beratung. Weitere Expertise von außen holte man sich 2005 mit einer Journalistin, um die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit weiter zu professionalisieren. Eine im Jahr 2002 von der PL PK in Auftrag gegebene Marktforschungsstudie hatte gezeigt: Die Medien des ProPK wurden von den Befragten sehr positiv bewertet, gleichzeitig waren sie aber noch zu wenig bekannt. Deshalb wurde beispielsweise eine bundesweite Werbekampagne gestartet sowie das Medienangebot entsprechend den In-

teressen der Bürgerinnen und Bürger thematisch erweitert. Auch der Internetauftritt des ProPK wurde verstärkt beworben und die begleitende Presse- und Öffentlichkeitsarbeit intensiviert. Fortgesetzt wurde dies mit der Einstellung einer Social-Media-Redakteurin sowie eines Online-Redakteurs, und aus anfangs einer Journalistin wurden sechs, die sich heute um die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie das Projektmanagement kümmern.

Ebenso fließt seit vielen Jahren externes Fachwissen sowohl in die Gremienarbeit als auch in die von der Kommission eingerichteten Projektgruppen ein. Themenabhängig arbeitet die Polizeiliche Kriminalprävention beispielsweise mit Expertinnen und Experten aus den Bereichen Pädagogik, Jugend und Familie sowie Soziales zusammen. Lang ist auch die Liste der Kooperationspartner, die die Polizeiliche Kriminalprävention in ihrer Arbeit unterstützen und die Polizei als verlässlichen und vor allem auch vertrauensereckenden Botschafter ihrer eigenen Arbeit schätzen.

### Bindeglied zwischen Gremien und Präventionsakteuren vor Ort: die ProPK-Referenten

1997 kam ein bis heute unverzichtbarer Baustein in der gemeinsamen Arbeit der Polizeilichen Kriminalprävention hinzu: Die Ernennung und dauerhafte Einrichtung der ProPK-Referentinnen und ProPK-Referenten. Sie sind Teil der Präventionsorganisation ihres Landes und gewährleisten den unverzichtbaren Informationstransfer zwischen der strategischen Entscheidungsebene und der polizeilichen operativen Präventionspraxis. Sie beraten



Werbung für die (kriminal-)polizeiliche Beratung: Früher ....



.... genauso wichtig wie heute.

nicht nur ihr jeweiliges KPK-Mitglied bei dessen Erledigung der ProPK-Aufgaben, sondern sind ständige Ansprechpartner für die Dienststellen vor Ort und unterstützen diese bei der Umsetzung der Medien und Maßnahmen des ProPK. Sie prüfen darüber hinaus Anregungen der Dienststellen zu den ProPK-Medien und leiten diese an das KPK-Mitglied weiter, das dann ggf. die ZGS und/oder KPK einbindet. Außerdem sind sie zuständig für die intensive Bewerbung der ProPK-Medien bei den Polizeidienststellen und betreiben regionale Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.

„Wenn es das ProPK nicht schon gäbe, müsste man es erfinden“, ist ein gerne verwandtes Zitat des amtierenden KPK-Vorsitzenden Stephan Nietz, wenn er über die Evaluation des ProPK in seiner ersten Amtszeit (2006–2012) spricht. Die Ministerpräsidentenkonferenz (MPK) hatte bei ihrer Sitzung am 30.3.2006 nach einer vorangegangenen Evaluierung beschlossen, das Programm Polizeiliche Kriminalprävention der Länder und des Bundes (ProPK) als gemeinsam finanzierte Einrichtung weiterzuführen, jedoch den Haushaltsansatz des ProPK für die Jahre 2007 bis 2009 um jährlich jeweils 5 % zu kürzen. Im Jahr 2009 sollte eine weitere Evaluierung des ProPK durch die Finanzministerkonferenz (FMK) und die Innenministerkonferenz (IMK) veranlasst werden. Zur Erledigung des Auftrages der MPK wurde eine gemeinsame Evaluierungsgruppe von Mitgliedern der Haushaltskommission und von Vertretern der Innenressorts eingerichtet. Diese verständigte sich bei Abschluss der Evaluation schließlich auf folgendes Ergebnis: „Auch aus Sicht der Finanzseite leistet das ProPK durch seine Medien und Kampagnen einen wichtigen und wertvollen Beitrag in der für die Gesellschaft bedeutsamen polizeilichen Prävention. Die zentrale Produktion der zur Vorbeugung erforderlichen Medien durch das ProPK hat wirtschaftliche Vorteile gegenüber einer Produktion dieser Medien durch jedes einzelne Land.“

Seit 2000 erfolgt die Distribution der Medien des ProPK über einen leistungsfähigen Logistikdienstleister. Seit dieser Umstellung orientieren sich die Produktionsmengen der einzelnen Medien nur noch an der Nachfrage der Dienststellen. Die davor üblichen jährlichen Bedarfserhebungen konnten entfallen und den Landeskriminalämtern musste nicht der gesam-

te Jahresbedarf eines Bundeslandes in einer einzigen Lieferung zur späteren Unterverteilung zugestellt werden. Dadurch konnten überdimensionierte Bestellmengen vermieden und die Lagerhaltungskapazitäten und -kosten minimiert werden. Der ProPK-Etat wird seither nicht mehr durch zu wohlwollend prognostizierte Bestellmengen der Länder aufgezehrt.

## Mit Kampagnen Präventionsbotschaften nachhaltig transportieren

Um die unterschiedlichen Zielgruppen mit den Präventionsbotschaften zu erreichen, setzte man im Laufe der Jahre immer mehr auf öffentlichkeitswirksame Kampagnen. Mit der Kampagne „El ele (Hand in Hand) – gegen Gewalt“ warb die Polizei beispielsweise 2007 in der Sprache der Zielgruppe für eine gewaltfreie Erziehung in türkischstämmigen Migrantenfamilien. Renommierte türkische Organisationen, Unternehmen und Prominente unterstützten das Anliegen. In Fernsehspots traten sie an der Seite ihrer Familienangehörigen für die friedliche Lösung von Konflikten ein. Zentrale Botschaft war, dass eine erfolgreiche Erziehung auch ohne Härte und Gewalt möglich ist. Um Migranten nicht zu stigmatisieren, sollten sich die Presseveröffentlichungen in den deutschsprachigen Medien in Grenzen halten. Dafür wurde vermehrt in türkischen Medien auf die Kampagne aufmerksam gemacht: Die Fernsehspots wurden von fast allen in Deutschland empfangbaren türkischsprachigen TV-Sendern veröffentlicht. Im Sender „Euro D“ liefen sie sogar zur Primetime. Ein zur Kampagne gehörendes Faltpapier wurde zusammen mit der türkischen Tageszeitung Hürriyet an rund 80 000 türkeistämmige Migranten bundesweit verteilt.

Als weiteres Beispiel sei die 2008 gestartete Kampagne „Don't drink too much – Stay Gold“ genannt. Innerhalb weniger Monate verteilte die Polizei rund 1,5 Millionen Bierdeckel mit einprägsamen Motiven, die jungen Menschen die Schattenseiten des exzessiven Alkoholkonsums vor Augen führen sollten. Mit bewusst eingesetzten „Ekelbildern“ betrat die Polizeiliche Kriminalprävention Neuland und griff – in Zusammenarbeit mit der damaligen Drogenbeauftragten der Bundesregierung – einen neuen und innovativen Ansatz in der Drogenprävention auf. Für die Kampagne konnten au-

Berdem prominente Sportler als Testimonials gewonnen werden. Dass die Initiative die Jugendlichen wirklich erreichte, zeigten unter anderem die rund 400 000 Zugriffe auf die mit den Testimonials gedrehten Aktionsspot und die Zugriffe auf die Kampagnenwebsite in Millionenhöhe.

Bis heute sind Kampagnen ein effektives Instrument, um Präventionsbotschaften nachhaltig zu transportieren. Beispiele für auf mehrere Jahre hin angelegte Initiativen sind die Einbruchschutz-Kampagne K-EINBRUCH, die 2012 in Zusammenarbeit mit Partnern aus der Versicherungswirtschaft, den Industrieverbänden und Errichterfirmen an den Start ging, sowie die „Aktion tu was“ für mehr Zivilcourage. Diese sensibilisiert die Bevölkerung bereits seit 2001 mithilfe von sechs einfachen Regeln, wie jede und jeder im Ernstfall helfen kann. 2018 erhielten Inhalte und Erscheinungsbild des Internetauftritts sowie die begleitenden Medien ein zeitgemäßes Outfit, die Kernbotschaften blieben unverändert.

Ebenfalls mit der Förderung von Zivilcourage befasst sich die Kampagne „Zivile Helden“, die aus dem Forschungsprojekt PräDiSiKo (Präventive Digitale Sicherheitskommunikation in sozialen Netzwerken) hervorgegangen ist. Das Hauptergebnis aus dem Forschungsvorhaben: Kriminalprävention funktioniert auch in sozialen Netzwerken. Sie sind, neben klassischen Kanälen wie Printmedien oder Internetseiten, ein weiterer Kommunikationskanal, um Zielgruppen mit Empfehlungen der Polizei zu erreichen und daher heute Bestandteil der strategischen Öffentlichkeitsarbeit der bundesweiten Polizeilichen Kriminalprävention.

## Ausgezeichnete Präventionsarbeit

1985 wurde von der Projektleitung KPKV erstmals der Journalistenpreis für herausragende publizistische Arbeiten zum Thema „Vorbeugende Kriminalitätsbekämpfung“ ausgelobt. Die Jury unter Leitung des Vorsitzenden der IMK vergab Preisgelder für die beste Arbeit aus allen Medien in Höhe von 10.000 DM sowie weitere Sonderpreise im Gesamtvolumen von 12.500 DM. Mit dem Preis sollten keine reißerischen, sondern kriminalpräventiv wirkende Presseveröffentlichungen und Reportagen prämiert werden.

Auch in der zweiten Hälfte der 90er-Jahre wurden Präventionspreise vom KPVP ausgeschrieben, schon damals mit der Zielsetzung, erfolgreiche Präventionsprojekte im Sinne eines Best-Practice-Ansatzes bekannt zu machen und zur Nachahmung zu empfehlen. Themen waren der „Schutz älterer Mitbürgerinnen und Mitbürger vor Kriminalität“, „Initiativen der Nachbarschaftshilfe“ und „Jugend gegen Kriminalität“.

Dass sich Präventionsarbeit lohnt und dass sie in der Öffentlichkeit wahr-

genommen wird, zeigen nicht zuletzt auch die Auszeichnungen, die die Polizeiliche Kriminalprävention im Laufe der letzten 20 Jahre für ihre Arbeit erhalten hat. Neben dem Preis für die erste Website und für das Computerspiel „Luka“ sind dies vor allem Preise für innerhalb von Kampagnen entstandene Kurzfilme und Videospots.

Nach wie vor zahlt sich in der Präventionsarbeit aber eines am meisten aus: Die Solidargemeinschaft aus Bund und Ländern. Weil alle an einem Strang ziehen und gemeinsame Lösungen für

die Kriminalitätsprobleme von heute suchen, kann die Polizeiliche Kriminalprävention von den Erfolgen der Vergangenheit auch in der Zukunft profitieren. Was sich deshalb seither nicht geändert hat, ist der Anspruch an unsere Arbeit und damit auch das Motto, das alle Präventionsakteure vereint: „Wir wollen, dass Sie sicher leben.“

Julia Christiani ist Germanistin und bei der Zentralen Geschäftsstelle der Polizeilichen Kriminalprävention der Länder und des Bundes für Projektmanagement und Öffentlichkeitsarbeit zuständig.

Kontakt: [info@polizei-beratung.de](mailto:info@polizei-beratung.de)  
Webseite: [www.polizei-beratung.de](http://www.polizei-beratung.de)

## Preise, Auszeichnungen und Nominierungen

- Deutscher Multimedia Award, Kategorie „Public Affairs/Non-Profit-Organisations – Online“ für [www.polizei.propk.de](http://www.polizei.propk.de) (2000)
- LARA EDUCATION AWARD für das PC-Spiel „Luka und das geheimnisvolle Silberpferd“ (2007)
- Nominierung der Fortsetzung der Luka-Reihe für den TOMMI – Deutscher Kindersoftwarepreis (2008)
- Gold Award beim WorldMediaFestival in der Kategorie PUBLIC RELATIONS, Safety für die Einbruchschutzserie „Die Elster“ (2017)
- Silver Award beim WorldMediaFestival für den Kinospot „Profi-Einbrecher trifft Raubkatze“ (2019)
- Auszeichnung des Kinospots „Profi-Einbrecher trifft Raubkatze“ beim ADC-Wettbewerb (2019)
- Online-Award Gold für SOUNDS WRONG I beim WorldMediaFestival (2021)
- Online-Award Silber für #denkenstattsenden beim WorldMediaFestival (2021)
- Nominierung als mutigste Kampagne für SOUNDS WRONG I beim Deutschen Preis für Onlinekommunikation (2021)
- 1. Preis für SOUNDS WRONG I in der Kategorie „Wissenschaft, Bildung & Kultur“ beim Deutschen Preis für Onlinekommunikation (2021)
- Cannes Corporate Media & TV Awards für SOUNDS WRONG I (2021)