



Öffentlichkeitskampagne K-EINBRUCH

An erfolgreichen Start anknüpfen

Im Jahr 2012 ist die Zahl der Wohnungseinbrüche wieder angestiegen. Andererseits zeigen fortlaufend zunehmende Einbruchsversuche, wie wirksam Prävention etwa durch geeignete Sicherungstechnik ist. Über derartige Maßnahmen sollte die Bevölkerung umfassend informiert sein. Bereits im Herbst 2012 startete die Polizeiliche Kriminalprävention daher mit Kooperationspartnern aus der Versicherungswirtschaft, den Industrieverbänden und Errichtern die bundesweite Öffentlichkeitskampagne K-EINBRUCH.

Die polizeiliche Kriminalstatistik verzeichnet 2012 rund 144.000 Fälle. Das ist ein Anstieg von 8,7% gegenüber 2011. Die Aufklärungsquote lag lediglich bei 15,7%.

Eingebrochen wurde meist über leicht erreichbare Fenster und Wohnungs- bzw. Fenstertüren. Die Einbrecher verursachten dabei einen Schaden von über 400 Millionen Euro. Gleichzeitig stieg jedoch auch die Zahl der Einbruchsversuche, also der gescheiterten Einbrüche, weiter an.

Im Jahr 2010 ereigneten sich in Deutschland gut 46.000 fehlgeschlagene Einbrüche. Ein Jahr später registrierte die Polizei bundesweit eine Steigerung auf etwa 51.000 Versuche. 2012 gab es nochmals einen Anstieg auf über 56.000. Diese Zahlen belegen, dass Präventionsmaßnahmen wirken, wie beispielsweise eine geeignete Sicherungstechnik. Zudem verdeutlichen sie, wie wichtig es ist, dass sich die Bevölkerung umfassend über solche Maßnah-



Bild 1 | Kampagnenwebseite www.k-einbruch.de

men informieren kann. Gelegenheit dazu bietet bundesweit die von der Polizeilichen Kriminalprävention mit Kooperationspartnern veranstaltete Öffentlichkeitskampagne K-EINBRUCH. Deren Schirmherrschaft hat Bundesinnenminister Dr. Hans-Peter Friedrich übernommen. Kristina Vogel, Olympiasiegerin im Teamsprint Bahnradsport,

ist Botschafterin der Kampagne.

Zentrales Element der Initiative ist der Internetauftritt www.k-einbruch.de mit produktneutralen Informationen, einem „interaktiven Haus“ mit Tipps zu geeigneten Sicherheitsmaßnahmen und einem um- ▶



Bild 2 | Das Kampagnen-Siegel

fangreichen Pressebereich. Eingestellt sind außerdem ein Grußwort des Schirmherrn sowie ein Spot von K-EINBRUCH-Botschafterin Vogel. Unter der Rubrik „Partner“ finden die Besucher der Seite das K-EINBRUCH-Netzwerk, das immer weiter geknüpft wird. Die hier mit ihrem Logo aufgeführten Verbände und Firmen unterstützen die Initiative und weisen auf ihren Webseiten auf die Kampagne hin. Im Gegenzug gelangt man vom Netzwerk auf die Seiten der Unterstützer (Bild 1).

Die K-EINBRUCH-Medien

Der Kampagne sollte ein einheitliches Gesicht gegeben sein, um bei der Zielgruppe einen Wiedererkennungseffekt zu erreichen. Deshalb wurde ein an ein Polizeisiegel angelehntes Logo entwickelt, das allen Kooperationspartnern zur Verfügung steht (Bild 2). Individuell kann es z. B. auf Broschüren, Plakaten oder Webseiten eingesetzt werden.

Zur Bewerbung von K-EINBRUCH entstanden Plakate, Postkarten, Aufkleber, Informationsblätter, Fülleranzeigen und Linkbanner, die ebenfalls alle Partner nutzen können. Auf den Tag des Einbruchschutzes wird mit einem sogenannten Störer, einem auffälligen grafischen Element, aufmerksam gemacht. Wie sich die verschiedenen Medien einsetzen lassen, ist im Anwendungsmanual für die Partner beschrieben, das unter www.k-einbruch.de/

initiative herunterzuladen ist. Das Motiv der Kampagne ist ein von Einbrechern heimgesuchtes Zimmer, bei dem die Terrassentür offen steht, mit dem aufgesprühten „Hinweis“ „Tür war gekippt!“. Es belegt die polizeiliche Erfahrung, dass Einbrecher häufig Gelegenheitstäter sind. Der Hinweis „Tür war gekippt!“ ist dabei ein eindeutiger Fingerzeig auf das leichtsinnige Verhalten sorgloser Bürger. Er soll die notwendige Sensibilität für das Thema Einbruchschutz wecken (Bild 3).

Denn 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. Bei der Opferbefragung 2011 des Kriminologischen Forschungsinstituts Niedersachsen (KFN) gab mehr als jedes dritte Opfer an, einen Schock erlitten zu haben (38,8 %). 7,1 % fühlten sich noch einen Monat nach der Tat unsicher in der eigenen Wohnung. 17,6 % sind nach der Tat ausgezogen. 23,9 % hatten Angstgefühle und 17,3 % gaben an, nach der Tat unter Schlafstörungen zu leiden.¹

Bereits einfache Sicherheitsmaßnahmen helfen

Die Initiative soll daher ebenso diejenigen ansprechen, für die der Einbruchschutz bislang kein Thema war. Dabei setzt die Polizei besonders auf die Eigenverantwort-

Die wichtigsten Sicherheitstipps der Polizei lauten:

- Schließen Sie Ihre Tür immer ab.
- Verschießen Sie immer Fenster, Balkon- und Terrassentüren.
- Denken Sie daran: Gekippte Fenster sind offene Fenster.
- Verstecken Sie Ihren Schlüssel niemals draußen.
- Wenn Sie Ihren Schlüssel verlieren, wechseln Sie den Schließzylinder aus.
- Achten Sie auf Fremde im Haus oder auf dem Nachbargrundstück.
- Geben Sie keine Hinweise auf Ihre Abwesenheit.

lichkeit der Bürgerinnen und Bürger. Denn schon durch einfache Maßnahmen kann jeder etwas zu seiner Sicherheit beitragen (siehe oben – Tipps der Polizei).

Es kommt aber nicht nur allein auf das richtige sicherheitsbewusste Verhalten an. Einfache bauliche und technische Maßnahmen können das Einbruchrisiko erheblich reduzieren. So erhält man beispielsweise durch den Einbau geprüfter einbruchhemmender Türen, Fenster und Fenstertüren (Balkon- oder Terrassentüren) nach DIN EN 1627 (mindestens Widerstandsklasse RC 2) einen guten Einbruchschutz. Diese Türen und Fenster werden einer praxisgerechten Einbruchprüfung unterzogen. So ist festgestellt, dass es in der Gesamtkonstruktion (Türblatt, Zarge, Schloss und Beschlag) keinen Schwachpunkt gibt.

Tag des Einbruchschutzes

Ein weiterer wichtiger Bestandteil der Kampagne ist der „Tag des Einbruchschutzes“. Unter dem Motto „Eine Stunde mehr für mehr Sicherheit“ findet dieser jährlich am Tag der Zeitumstellung statt. In diesem Jahr endet die mitteleuropäische Sommerzeit am 27. Oktober 2013. Die dadurch gewonnene zusätzliche Stunde sollen die Bürger nutzen, um sich über Einbruch-

¹ Vgl. Dirk Baier, Susann Rabold, Tillmann Bartsch und Christian Pfeiffer: „Viktimsierungserfahrungen in der Bevölkerung – Wohnungseinbruchsdiebstahl und Körperverletzungen im Vergleich“, erschienen in: Kriminalistik 11/2012



schutz zu informieren. Hier ist Gelegenheit, über die Umsetzung der Sicherheitsempfehlungen der Polizei in ihrem Alltag nachzudenken.

Die Aktionen am Tag des Einbruchschutzes 2012 umfassten Beratungen an der Haustür und Informationsveranstaltungen. Neben Präsentationen auf Messen gehörte die Bewerbung der Kampagne in Bahnhöfen und U-Bahnhaltestellen auf sogenannten Infoscreen-Flächen dazu. Viele (kriminal-)polizeiliche Beratungsstellen und beteiligte Firmen boten einen Tag der offenen Tür an. Außerdem zeigt die große Zahl von Veröffentlichungen in Print- und Onlinemedien, wie stark das Interesse an wirksamen Maßnahmen zum Einbruchschutz ist. Aufgegangen ist das Konzept des „Schneeballsystems“, also die Kampagne über die unterschiedlichen Strukturen der Partner bekannt zu machen. Umsetzungsempfehlungen mit Beispielen für lokale und regionale Aktivitäten zur Unterstützung des diesjährigen Tags des Einbruchschutzes können unter www.k-einbruch.de/initiative heruntergeladen werden (Bild 4).

Neue Aktivitäten

Den erfolgreichen Auftakt im vergangenen Jahr gilt es nun, durch eine intensive Öffentlichkeitsarbeit konsequent weiter auszubauen. Für die Kampagne sind weitere Partner zu gewinnen. Werden Sie Teil des K-EINBRUCH-Netzwerkes und leisten Sie Ihren Beitrag dazu, dass sich die Bürgerinnen und Bürger über das Thema Einbruchschutz informieren. Neh-



Bild 3 | Verwüstetes Zimmer: das Kampagnenmotiv

men Sie im Vorfeld des Tags des Einbruchschutzes am 27. Oktober 2013 Kontakt mit den örtlichen Polizeibehörden auf. Planen Sie beispielsweise gemeinsame Ausstellungen, Marktstände und Aktionen. Informationen zur Kampagne gibt es über die bereits beteiligten Verbände und die Zentrale Geschäftsstelle der Polizeilichen Kriminalprävention in Stuttgart sowie unter www.k-einbruch.de.

Julia Christiani, M.A. Germ
 Presse- und Öffentlichkeitsarbeit sowie Projektmanagement bei der Zentralen Geschäftsstelle des Programms Polizeiliche Kriminalprävention der Länder und des Bundes



Bild 4 | Nicht vergessen: Tag des Einbruchschutzes am 27. Oktober 2013

ANMERKUNG

Das Programm Polizeiliche Kriminalprävention der Länder und des Bundes (ProPK) verfolgt folgendes Ziel: Die Bevölkerung, Multiplikatoren, Medien und andere Präventionsträger sind über Erscheinungsformen der Kriminalität und Möglichkeiten zu deren Verhinderung aufzuklären. Dies geschieht unter anderem durch kriminalpräventive Presse- und Öffentlichkeitsarbeit und durch die Entwicklung und Herausgabe von Medien, Maßnahmen und Konzepten. Diese unterstützen die örtlichen Polizeidienststellen und andere Einrichtungen, z. B. Schulen, in ihrer Präventionsarbeit. ■

Harald Schmidt
 Geschäftsführer Polizeiliche Kriminalprävention der Länder und des Bundes
 Stuttgart