

www.k-einbruch.de

INFORMATIONEN ZUR ÖFFENTLICHKEITSKAMPAGNE K-EINBRUCH

Wir wollen,
dass Sie
sicher leben.



Ihre Polizei

Kompetent. Kostenlos. Neutral.

Mehr Infos unter
www.k-einbruch.de

INFORMATIONEN ZUR ÖFFENTLICHKEITSKAMPAGNE K-EINBRUCH

2/4

Zusammen mit Kooperationspartnern aus der Versicherungswirtschaft, den Industrieverbänden und Errichterfirmen hat die Polizei im Herbst 2012 die bundesweite Öffentlichkeitskampagne K-EINBRUCH gestartet mit dem Ziel, die Bevölkerung noch intensiver als bisher für eine wirksame Einbruchsprävention zu sensibilisieren. Der Grund: Nach jahrelangem Rückgang steigt die Zahl der Wohnungseinbrüche seit 2009 wieder an und lag im Jahr 2012 laut Polizeilicher Kriminalstatistik bei rund 144.000 Fällen, ein Plus von 8,7 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Eingebrochen wurde meist über leicht erreichbare Fenster und Wohnungs- bzw. Fenstertüren, die Einbrecher verursachten dabei einen Schaden von über 400 Millionen Euro. Dass Präventionsmaßnahmen wie beispielsweise eine geeignete Sicherungstechnik wirken, belegen die Zahlen der gescheiterten Einbrüche. Im Jahr 2009 gab es in Deutschland gut 43.000 fehlgeschlagene Einbrüche, ein Jahr später waren es bereits über 46.000. Im Jahr 2011 registrierte die Polizei bundesweit eine Steigerung auf etwa 51.000 Versuche, 2012 gab es nochmals einen Anstieg auf über 56.000. Mit der Kampagne sollen deshalb auch diejenigen erreicht werden, für die der Einbruchschutz bislang kein Thema war. Die Schirmherrschaft der Initiative hat Bundesinnenminister Dr. Hans-Peter Friedrich übernommen. Kristina Vogel, Olympiasiegerin im Teamsprint Bahnradsport und Polizistin bei der Bundespolizei, ist K-EINBRUCH-Botschafterin.



▲ Screenshot der Website: www.k-einbruch.de

Kern der Kampagne ist der Internetauftritt **www.k-einbruch.de** mit produktneutralen Informationen, einem „interaktiven Haus“ mit Tipps zu geeigneten Sicherheitsmaßnahmen und einem umfangreichen Pressebereich. Eingestellt sind außerdem ein Grußwort des Schirmherrn sowie ein Spot von K-EINBRUCH-Botschafterin Kristina 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

Mehr Infos unter
www.k-einbruch.de

INFORMATIONEN ZUR ÖFFENTLICHKEITSKAMPAGNE K-EINBRUCH

3/4

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.

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, wenn die mitteleuropäische Sommerzeit endet – in diesem Jahr am 27. Oktober 2013. Die dadurch gewonnene zusätzliche Stunde sollen die Bürger nutzen, sich über Einbruchschutz zu informieren und darüber nachzudenken, die Sicherheitsempfehlungen der Polizei in ihrem Alltag umzusetzen.



▲ Kampagnen-Siegel

Die Aktionen am ersten Tag des Einbruchschutzes reichten von Beratungen an der Haustür, Informationsveranstaltungen und Präsentationen auf Messen bis zur Bewerbung der Kampagne in Bahnhöfen und U-Bahnhaltestellen auf so genannten Infoscreen-Flächen. Viele (Kriminal-)Polizeiliche Beratungsstellen und beteiligte Firmen boten einen Tag der offenen Tür an. Auch die große Zahl von Veröffentlichungen in Print-



▲ Großflächenplakat zur Einführung der Kampagne

und Onlinemedien zeigen, wie stark das Interesse an wirksamen Maßnahmen zum Einbruchschutz ist und dass das Konzept des „Schneeballsystems“, also die Kampagne über die unterschiedlichen Strukturen der Partner bekannt zu machen, aufgegangen ist.

DIE K-EINBRUCH-MEDIEN

Um der Kampagne ein einheitliches Gesicht zu geben und bei der Zielgruppe einen Wiedererkennungseffekt zu erreichen, wurde ein an ein Polizeisiegel angelehntes Logo entwickelt, welches allen Kooperationspartnern zur Verfügung steht und das individuell, z. B. auf Broschüren, Plakaten oder Webseiten eingesetzt werden kann.

Zur Bewerbung von K-EINBRUCH wurden Plakate, Postkarten, Aufkleber, Informationsblätter, Fülleranzeigen und Linkbanner produziert, die ebenfalls alle Part-

Mehr Infos unter
www.k-einbruch.de

INFORMATIONEN ZUR ÖFFENTLICHKEITSKAMPAGNE K-EINBRUCH

4/4

ner nutzen können. Auf den Tag des Einbruchschutzes machen die Partner mit einem so genannten Störer, einem auffälligen grafischen Element, aufmerksam.



▲ Störer zum „Tag des Einbruchschutzes“

Das Motiv der Kampagne – ein von Einbrechern heimgesuchtes Zimmer, bei dem die Terrassentür offensteht, mit dem aufgesprühten „Hinweis“ „Tür war gekippt!“ – belegt die polizeiliche Erfahrung, dass Einbrecher häufig Gelegenheitsstäter sind. Der Hinweis „Tür war gekippt!“ ist dabei ein eindeutiger Fingerzeig auf das leichtsinnige Verhalten sorgloser Bürger und soll bewirken, dass sich jeder seiner Eigenverantwortung bewusst wird und sich mit dem Thema Einbruchschutz befasst.

Schon durch einfache Maßnahmen kann jeder etwas zu seiner Sicherheit beitragen. Die wichtigsten Sicherheitstipps der Polizei lauten:

- Schließen Sie Ihre Tür immer ab.
- Verschließen 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.

Es kommt aber nicht nur allein auf das richtige sicherheitsbewusste Verhalten an. Auch bereits einfache bauliche und technische Maßnahmen können das Einbruchrisiko erheblich reduzieren.

WEITERE INFORMATIONEN

Informationen zur Kampagne gibt es bei **Harald Schmidt**, Geschäftsführer der Zentralen Geschäftsstelle der Polizeilichen Kriminalprävention der Länder und des Bundes.

Telefon: 0711/5401-2061

E-Mail: harald.schmidt4@polizei.bwl.de

Die Webseite www.k-einbruch.de informiert über alle wichtigen Themen zum Einbruchschutz.



◀ Füllanzeige 1/4-Seite