



SONDER-TRENDLETTER

Ausgabe 05-06

Fußball-Weltmeisterschaft 2006

Liebe Kolleginnen, liebe Kollegen,

die Fußball-Weltmeisterschaft vom 09. Juni bis 09. Juli 2006 steht vor der Tür. Fußballfreunde in aller Welt fiebern bereits dem Großereignis entgegen, das von zahlreichen Großveranstaltungen in und außerhalb der Stadien begleitet sein wird.

Eigens zur Weltmeisterschaft reisen viele Gäste aus dem Ausland an. Ein Großteil der Besucher ist dabei weder mit den zwölf Veranstaltungsorten – Berlin, Dortmund, Frankfurt, Gelsenkirchen, Hamburg, Hannover, Kaiserslautern, Köln, Leipzig, München, Nürnberg und Stuttgart – noch mit der deutschen Sprache vertraut. Zudem steigt durch ein erhöhtes Publikumsaufkommen und das damit verbundene Gedränge für Spielebesucher die Gefahr, Opfer einer Straftat zu werden. Im Fokus stehen dabei Delikte der Allgemeinkriminalität wie Taschen-/Trickdiebstahl/Raub, Kriminalität rund ums Kraftfahrzeug, Betrugs- und Falschgelddelikte, Produkt- und Markenfälschung, Ticket-Fälschungen sowie Gewaltdelikte und Verstöße gegen das Waffen- und Sprengstoffgesetz.

Speziell zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006 hat das ProPK Medien erarbeitet, mit denen Zuschauer, Bevölkerung, aber auch Polizeibeamtinnen und -beamte in die Lage versetzt werden, sich rechtzeitig über Risiken zu informieren und entsprechend vorzubeugen. Ziel ist es, durch eine Sensibilisierung für spezifische Risiken Tatgelegenheiten zu verhindern bzw. zu reduzieren sowie das allgemeine Sicherheitsgefühl zu erhöhen.

Bei der Konzipierung und Realisierung der Medien konnte auf Erfahrungen im Zusammenhang mit dem Confederations Cup 2005 zurückgegriffen werden.

Mit dem vorliegenden Trendletter wollen wir Sie umfassend über die Vorbeugungsmedien zur Fußball-Weltmeisterschaft 2006 informieren. Wichtige Elemente der Präventionsaktivitäten sind eine Klappkarte für Spielebesucher, WM-Spots zum Einsatz in Stadien und Public-Areas sowie eine Website unter www.wm2006polizei-service.de für die in- und ausländischen Spielebesucher einschließlich interaktivem Spiel und WM-Gewinnspiel. Darüber hinaus umfasst der Katalog der Maßnahmen Plakate sowie ein Merkblatt für Gewerbetreibende. Gezielt beworben wird außerdem die Nutzung des bereits vorhandenen Medienbestands.

Um die polizeilichen Präventionsaktivitäten im Umfeld der Fußball-Weltmeisterschaft zum Erfolg zu führen, ist das ProPK auf Ihre Unterstützung angewiesen. Darum unser dringender Appell: Bitte helfen Sie mit, unser gemeinschaftliches Anliegen aktiver Vorbeugung in die Fläche zu tragen und so dem Grundgedanken der WM 2006 – „Die Welt zu Gast bei Freunden“ – Geltung zu verschaffen. Dabei bietet der dienstliche Alltag zahlreiche Gelegenheiten, die Vorbeugungstipps der Bevölkerung und den ausländischen Gästen zu vermitteln.

Wichtiger Hinweis: Das Medienkonzept ist gezielt auf die Kooperation mit außerpolizeilichen Einrichtungen, wie z. B. Reisebüros, Flughäfen, den Tankstellenbetreibern, Vereinen sowie der Gastronomie und der Hotellerie ausgerichtet. Nutzen Sie Ihre Kontakte, um die Partner über das veranstaltungsbezogene Medienangebot des ProPK, die Bezugsquellen und die Einsatzmöglichkeiten der Medien in Kenntnis zu setzen. Hierzu sollen die Informationen zur Prävention den Basis-

SONDER-TRENDLETTER

Ausgabe 05-06

Fußball-Weltmeisterschaft 2006

dienststellen, insbesondere an den Spielorten der WM 2006, zur Verfügung stehen. Zusammen mit dem ProPK Extranet und dem Präventionshandbuch für Polizeibeamtinnen und -beamte können Kolleginnen und Kollegen so auf ein professionelles Informationswerk zurückgreifen, das ihnen gegenüber dem Bürger glaubwürdige Präventionskompetenz verleiht.

Wir bedanken uns schon jetzt für Ihre rege Mitarbeit und verbleiben

mit freundlichen Grüßen

*Ihr
Reinhold Hepp*

*Ihr
Andreas Feß*

Maßnahmen für die Fußball-Weltmeisterschaft 2006

WM-Internetauftritt des ProPK



Als zentrales Element zur Fußball-Weltmeisterschaft wurde die Internetpräsenz www.wm2006polizei-service.de in vier Sprachen (Deutsch, Englisch, Französisch, Spanisch) entwickelt. Mit diesem Auftritt können alle relevanten Zielgruppen – Spielebesucher, einheimische Bevölkerung, Kfz-Nutzer und Gewerbetreibende – vor und während der Fußball-Weltmeisterschaft ganz gezielt mit aktuellen Informationen und Tipps rund um das Thema Vorbeugung angesprochen werden. Darüber hinaus erfährt der Nutzer, was zu tun ist, wenn er bereits Opfer einer Straftat geworden ist.

Zur Steigerung der Attraktivität des Onlineangebots wurden zwei Spiele implementiert, die dazu beitragen, die Besucherfrequenz der Informationsseiten zu steigern:

- Das interaktive „Torwand“-Spiel, das Besucher des WM-Internetauftritts auf spielerische Weise beiläufig über sicherheitsrelevante Präventionstipps informiert.



SONDER-TRENDLETTER

Ausgabe 05-06

Fußball-Weltmeisterschaft 2006

- Das Gewinnspiel „WM-Schatztruhe“, das stets auf einer anderen Seite des Auftritts erscheint und damit den Surfer „zwingt“, sich von Mal zu Mal durch das gesamte Informationsangebot zu klicken. Dabei gilt es, bis zum Tag des WM-Endspiels (9. Juli) eine verschlossene Schatztruhe zu finden, die sich einmal pro Woche zu einem unvorhersehbaren Zeitpunkt öffnet und attraktive Gewinne preisgibt.



WM-Extranetauftritt des ProPK

Das Internetangebot wird durch den Extranetauftritt www.wm2006.extrapol.de gespiegelt.

Als besonderer Service für die Polizeibeamtinnen und -beamten vor Ort besteht hier die Möglichkeit, die Verhaltensempfehlungen (z. B. rund um das Thema Diebstahl für Spielebesucher, die Bevölkerung und Kfz-Nutzer) in der Aufmachung eines ProPK-Merkblattes in deutscher, englischer, französischer und spanischer Sprache auszudrucken.

Damit kann auf aktuelle Kriminalitätsentwicklungen während des WM-Verlaufes lageangepasst und unmittelbar reagiert werden.

WM-Spots

Zu den Themenbereichen „Diebstahl/Taschendiebstahl“, „Gewalt“ und „Illegaler Umgang mit Pyrotechnik“ wurden drei Filmspots (Dauer: jeweils 20 Sek.) realisiert, die vor den WM-Partien bzw. in den Halbzeitpausen, nach dem Abpfiff oder bei konkreten Anlässen auf den Videowalls der Stadien bzw. auf Public-Viewing-Places



gezeigt werden können. Um der Internationalität des Publikums gerecht zu werden, stützen sich die Spots auf non-verbale Inhalte – mit animierten Versionen der auch in der Klappkarte für Spielebesucher gezeigten Piktogramme.

Ziel ist es, die Spielebesucher auf die genannten Risiken aufmerksam zu machen und sie für die damit verbundenen Probleme zu sensibilisieren. Dabei dienen die Filmspots einerseits der Prävention, andererseits tragen sie im Einzelfall aber auch zur Lagebewältigung bei, wenn sich im Einsatzgeschehen entsprechende Szenarien abzeichnen. Die Filmspots werden den Dienststellen als DVD zur Verfügung gestellt.

Klappkarte für Spielebesucher

Zur Information der Spielebesucher bezüglich der Themen Drogen, Alkohol, Kfz-Delikte, Taschen-/Trickdiebstahl sowie Zahlungskarten und Bargeld, Polizei, Pyrotechnik, Waffen und Gewalt wurde mit einer Auflage von 1,4 Mio. Exemplaren eine Klappkarte mit non-verbale Tipps (Piktogramme) erstellt. Präsentiert wird dieses Medium in einem zugehörigen Dispenser.

Damit besteht die Möglichkeit, die Klappkarte auch über örtliche Kooperationspartner (z. B. Einzelhandelsgeschäfte, Tankstellen, Hotels und Pensionen) zu verteilen.



SONDER-TRENDLETTER

Ausgabe 05-06

Fußball-Weltmeisterschaft 2006

Plakate (DIN A2)

Zur Bewerbung des Internetauftrittes wurde ein Plakat entworfen, das die Internetadresse www.wm2006polizei-service.de dem Anlass entsprechend kommuniziert (Auflage: 13.500 Exemplare).



Darüber hinaus wird ein Plakat angeboten, in dessen Mittelpunkt die Piktogramme des Flyers stehen (zweisprachig in Deutsch und Englisch; Auflage: 5.700 Exemplare). Diese Plakate können in öffentlichen Gebäuden oder auch in Einzelhandelsgeschäften, Gaststätten und Tankstellen zum Aushang kommen.

Merkblatt für Gewerbetreibende

Speziell an Angehörige des Einzelhandels, des Hotel- und Gaststättengewerbes sowie des Tankstellengewerbes in Austragungsstädten und an anderen touristisch attraktiven Orten wendet sich ein Merkblatt, das ganz gezielt über mögliche WM-spezifische Risiken wie

- Laden-, Trick- und Taschendiebstahl,
- Betrug, etwa mit Bank- oder Kreditkarten,
- Falschgelddelikten oder
- Raubüberfällen auf Gewerbetreibende

informiert.

Um für alle Medien eine größtmögliche Wirksamkeit sicherzustellen, sollen diese im Rahmen der polizeilichen Öffentlichkeitsarbeit, z. B. bei Veranstaltungen und Ausstellungen oder bei Beratungsgesprächen, an Spielebesucher sowie an die Bevölkerung verteilt werden.

Selbstverständlich stehen über diese speziell für die Fußball-Weltmeisterschaft erstellten Medien hinaus zu allen Fragen der Prävention auch die vertrauten Vorbeugungsmedien des ProPK zu den Präventionsthemen

- Zahlungskartenbetrug
- Taschendiebstahl
- Schutz rund ums Kraftfahrzeug

sowie der schon länger bestehende Internetauftritt www.polizei-beratung.de zur Verfügung. Zur Förderung des Zeugen- und Helferverhaltens empfehlen sich insbesondere die Medien der „Aktion-tu-was“.



Bezugsquellen

Grundsätzlich sind sämtliche Medien über bestellberechtigte Dienststellen beim Verlagsvertrieb Stuttgart zu beziehen. Darüber hinaus haben die an Spielorten ansässigen Dienststellen die Möglichkeit, ihren Medienbedarf direkt beim Verlagsvertrieb zu decken.