



Fachbereich Polizei und Sicherheitsmanagement

Polizei und Öffentlichkeit – Öffentlichkeitsarbeit der Polizei

Studierende des gPVD Diplom

Hans-Gerd Jaschke (Hrsg.)

Beiträge aus dem Fachbereich Polizei und Sicherheitsmanagement
Nr. 08/2011

Herausgeber: Dekan Fachbereich Polizei und Sicherheitsmanagement

Hans-Gerd Jaschke (Hrsg.)

Polizei und Öffentlichkeit – Öffentlichkeitsarbeit der Polizei

Projektbericht im Fach Politikwissenschaft

Studierende des gehobenen Polizeivollzugsdienstes:

Förster, Karolina, Gahlich, Jasmin, Haacke, Kristin, Heine, Claudia,
Hornberger, Max, Komischke, Johannes, Rieger, Konrad, Sahal,
Wagner, Kristina Salih Can, Samulewicz, Olivia, Stropagel, Tony, Trilus, Christian

Herausgeber	Dekan des FB Polizei und Sicherheitsmanagement Alt-Friedrichsfelde 60, D-10315 Berlin Fon: 030 9021-4416, Fax: 030 9021-4417 www.hwr-berlin.de , info@hwr-berlin.de
© copyright	bei den jeweiligen Autoren
ISBN	978-3-940056-68-9
Auflage	70
Druck	HWR Berlin - Vervielfältigung

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	3
Hans-Gerd Jaschke	
1. Das subjektive Sicherheitsempfinden der Berliner Bevölkerung	6
PKA'in Claudia Heine, PKA'in Karolina Förster, PKA'in Kristina Wagner	
2. Respekt und Akzeptanz der Bürger als Resonanz des Auftretens der Berliner Polizei.....	39
KKA' inKristin Haacke, KKA'in Olivia Samulewicz	
3. Präventionsarbeit der Berliner Polizei.....	60
PKA'in Jasmin Gahlich, PKA Johannes Komischke	
4. Die Polizei als Unternehmen: Zur Bedeutung der Öffentlichkeitsarbeit.....	79
KKA Salih Can Sahal, KKA Konrad Rieger	
5. Die Arbeit der Pressestelle der Berliner Polizei.....	99
KKA Max Hornberger, KKA Tony Stropage, PKA Christian Trilus	
Resümee der Projektarbeit.....	117
Projektgruppe	

Einleitung

Hans-Gerd Jaschke

Polizeibeamte genießen in der deutschen Bevölkerung hohes Ansehen. Im jährlich repräsentativ erhobenen „Vertrauensindex“ der GfK-Gruppe nehmen Polizisten einen Spitzenplatz ein: Nach Feuerwehrleuten und Ärzten rangieren sie im Jahr 2010 auf Rang drei.¹ Dafür mag es viele Gründe geben: Das Leitbild „Bürgernahe Polizei“, hohe Aufklärungsquoten, rückläufige Jugendkriminalität, aktive Öffentlichkeitsarbeit. Gewiss spielen auch strukturelle Faktoren eine Rolle wie etwa die schrittweise Qualitätsverbesserung in der Ausbildung durch die zweigeteilte Laufbahn und mehr Frauen in der Polizei in den zurückliegenden zwanzig Jahren und neuerdings die Bemühungen um mehr Bewerber mit Migrationshintergrund. Dennoch geben solche Befunde keinen Anlass zu übermäßiger Zufriedenheit, denn auch die Schattenseiten bedürfen der Erwähnung. Das Vertrauen in die Polizei ist labil und störanfällig. Sie verfügt über das Gewaltmonopol, sie sammelt und verwaltet eine Vielzahl von Daten und Informationen und gehört von daher zu jenen staatlichen Institutionen, die besonders skandalanfällig sind. Die Polizei muss sich einer kritischen Öffentlichkeit und einer dauerhaften demokratischen Kontrolle nicht nur in den Parlamenten und der Justiz stellen. Jahresberichte von amnesty international und andere kritische Medien bis hin zu Veröffentlichungen in neuen Medien wie YouTube haben die Arbeit der Polizei kontinuierlich im Blick.

Berichte über Korruption in den Reihen der Polizei, Misshandlungen von Tatverdächtigen, Verletzte und Tote bei Großveranstaltungen wie der Duisburger Love Parade 2010 oder Bilder von blutenden Demonstranten, wie etwa im Herbst 2010 bei den Demonstrationen rund um „Stuttgart 21“ beschädigen das Ansehen der Polizei. Verlorenes Vertrauen muss zurückgewonnen werden, schon deshalb, weil die Anzeigebereitschaft der Bevölkerung zentrale Voraussetzung einer effektiven Kriminalitätsbekämpfung ist.

Im Jahr 2002 führte EMNID eine Repräsentativbefragung in fünfzehn deutschen Großstädten über das Vertrauen der Bürger in die Polizei durch.² Die Ergebnisse waren durchweg ansehnlich, aber doch auch unterschiedlich: München und Nürnberg schnitten mit der Bestnote 2,3 ab, Schlusslicht war Berlin mit 2,9. Dieser Befund mag einer von mehreren Anlässen sein, der Öffentlichkeitsarbeit der Polizei in Berlin mehr Aufmerksamkeit zu widmen. Ausgangsfragestellungen zu Beginn des Projektes waren:

- Wie entwickelt sich das Bild der Polizei in der Berliner Öffentlichkeit?
- Was sind die Erwartungen der Bürger an eine gute Polizeiarbeit?
- Welchen Einfluss haben die Medien auf dieses Bild?
- Was tut die Polizei, um dieses Bild zu beeinflussen?

¹ http://www.gfk.com/imperia/md/content/presse/pressemeldungen2010/100609_pm_trust_index_2010_dfin.pdf.

² Vgl. FOCUS 29.4.2002.

Erste Diskussionen in der Gruppe beschäftigten sich mit diesen eher grundsätzlichen Fragen. Sie sollten dazu beitragen, die Komplexität und Kontextgebundenheit der polizeilichen Alltagsarbeit aufzuzeigen jenseits der Fragen von Eingriffsrechten und Vorschriften im Einzelfall und sie sollten sensibilisieren für die stets im Hintergrund wirksame Frage des Verhältnisses von Bürger und Polizei. Daraus wurden dann spezifische Fragestellungen abgeleitet, die zu empirischen Teilfragestellungen führten (Kapitel 1 und 2). Von zentraler Bedeutung erschienen uns das Sicherheitsempfinden der Bevölkerung und die Frage des Respekts und der Akzeptanz der Polizei bei den Berlinern. Beide Teilstudien stehen am Beginn dieses Schlussberichtes, denn das Verhältnis von Bürger und Polizei ist der Schlüssel zum Verständnis von Öffentlichkeitsarbeit der Polizei.

Eine weitere Teilstudie (Kapitel 3) beschäftigt sich mit der Präventionsarbeit der Berliner Polizei. Hier schien uns die Erkenntnis von Bedeutung, dass ein Teil dieser Arbeit öffentlich eher wenig beachtet wird – etwa täterbezogene Gefahrenabwehr oder Personenschutz – ein anderer Teil hingegen einen öffentlichen Rahmen findet: Öffentliche Kampagnen gehören ebenso dazu wie etwa die polizeiliche Bürgerberatung. Diese Teilstudie zeigt, in welchen institutionellen Verästelungen mittlerweile Prävention stattfindet.

Betrachtet man die Polizei als Unternehmen, zeigt sich die große Bedeutung von Öffentlichkeitsarbeit in mehrfacher Hinsicht (Kapitel 4): Sie dient der Außendarstellung, hat aber auch große Wirkungen im Hinblick auf die Corporate Identity, die Bindung der Mitarbeiter an das Unternehmen. Insofern ist die Unterscheidung zwischen interner und externer Öffentlichkeitsarbeit zwingend.

Das abschließende Kapitel gibt einige Eindrücke über die Arbeit der Pressestelle der Berliner Polizei. Es zeigt, dass Großereignisse wie etwa die Demonstrationen rund um den 1. Mai hohe Anforderungen an die Mitarbeiter stellen. Sie finden aber auch erhebliche Resonanz in den lokalen Medien (und darüber hinaus) sowie auf der politischen Ebene im Berliner Abgeordnetenhaus und im Innenausschuss, in dem sich die Polizei öffentlich rechtfertigen muss.

Die Arbeit dieses auf zwei Semester begrenzten Projektes kann die Thematik „Polizei und Öffentlichkeit – Öffentlichkeitsarbeit der Polizei“ natürlich nur in ausgewählten Ausschnitten genauer analysieren. Eine Reihe ursprünglich angedachter Ideen wurde aus pragmatischen Gründen wie Zeitknappheit, begrenzte Ressourcen u.ä. nicht wieder aufgegriffen, sei aber hier erwähnt:

- Grundmuster der Polizeikritik, wie sie etwa von Cilip oder amnesty international vorgetragen werden, wären es wert, untersucht zu werden. Welche Deutungsmuster werden hier hervorgebracht, wie beeinflussen sie die Arbeit der Polizei?
- Die web-Auftritte der deutschen Polizeien sind bislang kaum empirisch untersucht worden. Wie präsentiert sich die Polizei im Internet, in welcher Weise wird hier das Verhältnis von Bürger und Polizei tangiert?
- Welchen Einfluss haben fiktionale Genres (Kriminalromane und –filme etc.) auf das Verhältnis von Bürger und Polizei?

Ein Argument ist im Verlaufe der Projektarbeit immer wieder diskutiert und hervorgehoben worden, eine Erkenntnis „zwischen“ den einzelnen Projektthemen: Maßgeblich für das Ansehen der Polizei in

der Öffentlichkeit und das Verhältnis von Bürger und Polizei ist das Auftreten jedes einzelnen Polizeibeamten. Grund genug also, dem Komplex Öffentlichkeitsarbeit der Polizei künftig noch mehr Aufmerksamkeit zu schenken. Grund auch für eine lernende Organisation, sich ständig mit den Voraussetzungen und Folgen ihres Tuns zu beschäftigen.

Alle Kapitel dieses Schlussberichtes wurden von allen Teilnehmern gemeinsam diskutiert und überarbeitet. Um die besonderen Verantwortlichkeiten in der arbeitsteilig durchgeführten Studie zu verdeutlichen, sind die Autoren und Autorinnen der einzelnen Kapitel namentlich zu Beginn der Abschnitte genannt.

1 Das subjektive Sicherheitsempfinden der Berliner Bevölkerung

PKA'in Claudia Heine, PKA'in Karolina Förster, PKA'in Kristina Wagner

1.1 EINLEITUNG	7
1.2 DIE OBJEKTIVE UND SUBJEKTIVE SICHERHEIT.....	9
1.3 EINFLUSSGRÖßen	10
1.3.1 ALTER.....	11
1.3.2 GESCHLECHT	11
1.3.3 VIKTIMISIERUNGSPERSPEKTIVE	12
1.3.4 BILDUNG/ SOZIALER STATUS	12
1.3.5 WOHNORT	12
1.3.6 MEDIEN.....	13
1.4 KRIMINALITÄTSFURCHT ÄLTERER MENSCHEN	13
1.4.1 WERDEN SENIOREN EHER OPFER VON KRIMINALITÄT?	13
1.4.2 WARUM ZEIGEN SENIOREN EINE HÖHERE KRIMINALITÄTSFURCHT?	15
1.5 MAßNAHMEN ZUR VERBESSERUNG DER SUBJEKTIVEN SICHERHEIT.....	17
1.5.1 EINE AUFGABE DER POLIZEI?	17
1.5.2 WAS KANN DIE POLITIK TUN?.....	17
1.5.3 WAS KANN GENERELL GETAN WERDEN?.....	18
1.6 REPLIKATIONSSTUDIE	18
1.6.1 AUFBAU UND DURCHFÜHRUNG DER BEFRAGUNG.....	18
1.6.2 AUSWERTUNG DER ERGEBNISSE	20
1.6.3 VERGLEICH DER BÜRGERUMFRAGEN 2000 UND 2010.....	25
1.6.4 ZUSAMMENFASSUNG	34
1.6.5 LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS.....	38

1.1 Einleitung

„Ohne Sicherheit vermag der Mensch weder seine Kräfte auszubilden noch die Frucht derselben zu genießen; denn ohne Sicherheit ist keine Freiheit.“
[Wilhelm von Humboldt, 1767-1835]

Schon immer hatte Sicherheit einen hohen Stellenwert in einer Gesellschaft. Sie gehört zu den Grundbedürfnissen eines Menschen, um zufrieden und glücklich in einer Gesellschaft leben zu können. Die Sicherheit des Einzelnen hat heutzutage einen sehr hohen Stellenwert.

Ein wichtiger Begriff also, der von MEYERS GROSSES LEXIKON (1980) definiert wird als: „Zustand des Unbedroht seins, der sich objektiv im Vorhandensein von Schutz (-einrichtungen) bzw. im Fehlen von Gefahr(-enquellen) darstellt und subjektiv als Gewissheit von Individuen oder sozialen Gebilden über die Zuverlässigkeit von Sicherungs- und Schutzeinrichtungen empfunden wird.“

Der Begriff der Sicherheit umfasst also sowohl eine subjektive (Sicherheitsgefühl) als auch eine objektive (objektive/tatsächliche Kriminalitätslage) Komponente, die hier noch näher erläutert werden sollen. Der Sicherheitsbegriff umfasst verschiedene Dimensionen, beispielsweise auch die soziale, ökologische und ebenfalls die politische (Sicherheit eines Staates vor Bedrohungen durch Kriege) Sicherheit.

Aus dem Gewaltmonopol des Staates geht hervor, dass dem Staat eine gewisse Schutzverpflichtung obliegt. Es ist somit Aufgabe des Staates, die Angst der Bürger vor tatsächlichen oder vermeintlichen Bedrohungen zu minimieren. Ein jeder Bürger soll also ein Leben ohne Kriminalitätsfurcht führen können, denn diese kann beispielsweise zum Vertrauensverlust im Verhältnis zur Polizei führen, ruft Vermeidungs- und Abwehrverhalten hervor und kann im Extremfall zur Selbstjustiz führen. Die Lebensqualität der Bürger geht erheblich zurück und kann sogar die innere Sicherheit gefährden.

Somit ist es erforderlich das Sicherheitsgefühl des Bürgers durch den Staat zu schützen. Der Staat ist auch verpflichtet Maßnahmen zu ergreifen, die das Sicherheitsgefühl der Bürger stärken, allein die Herstellung objektiv sicherer Zustände reicht in unserer heutigen Gesellschaft nicht mehr aus.

Die Polizei, als eine der Sicherheitsinstitutionen des Staates, versteht sich als Garant für die innere Sicherheit. Daher kommen ihr entscheidende Aufgaben in der Bekämpfung des Unsicherheitsgefühls der Bevölkerung und dem Treffen von Maßnahmen zum Schutz der objektiven Sicherheit gleichermaßen zu. Dies kommt auch in der Polizeidienstvorschrift, PDV 100- Führung und Einsatz der Polizei, zum Ausdruck.³

³ Vgl. Brenner: Die Messung von Kriminalitätsfurcht im Rahmen von Bürgerbefragungen, S.3-9, Deutsche Hochschule der Polizei, Münster 2007.

Das subjektive Sicherheitsempfinden prägt maßgeblich die allgemeine Lebenszufriedenheit und die Lebensqualität in einer Stadt. Je mehr Unsicherheiten und Risiken im Ort gesehen werden, desto geringer ist die Lebensqualität. Negative Befindlichkeiten können sich wiederum auf bestimmte Handlungsweisen auswirken. Wer beispielsweise seine materielle Existenz im Sinne von Arbeitsplatz und Einkommen gefährdet sieht, wird möglicherweise den Wohnort wechseln. Wer starke Zukunftsängste hat, wird möglicherweise weniger konsumieren und mehr sparen. Wer seine persönliche Sicherheit durch Kriminalität bedroht sieht, wird bestimmt Orte mit vermeintlich hoher Kriminalität meiden. Aber ist das wirklich so, und wenn ja, warum?

Was macht das Sicherheitsgefühl eines Menschen aus?

Im Folgenden soll geklärt werden, was subjektive Sicherheit überhaupt ist. Was charakterisiert sie und von welchen Faktoren (Alter, Geschlecht, Wohnumfeld) wird sie bestimmt bzw. beeinflusst? Gibt es erkennbare Unterschiede oder treten sogar Überschneidungspunkte auf?

Wie wird die Arbeit der Polizei davon beeinflusst?

Eine exemplarische Fallstudie (Replikationsstudie) soll zeigen, wie es mit dem Sicherheitsgefühl der Berliner Bevölkerung steht und was von der Polizei erwartet wird, um die subjektive Sicherheit eines Einzelnen zu gewährleisten und zu stärken. Was hat sich im Vergleich der Bürgerumfrage aus dem Jahr 2000 verändert, bzw. sind überhaupt Veränderungen zu verzeichnen? Hieraus sollte deutlich werden, ob die Berliner Polizei in der Lage war, aus dieser Umfrage zu lernen und entsprechende Veränderungen vorzunehmen. Es sollte sich weiterhin gefragt werden, in wieweit die Berliner Polizei das Sicherheitsgefühl der Bevölkerung positiv beeinflussen kann und welchen Anteil die Politik daran trägt.

1.2 Die objektive und subjektive Sicherheit

In der Polizei und Politik wird immer wieder von der objektiven Sicherheit(-slage) und der subjektiven Sicherheit gesprochen. Beide Begriffe können allerdings nicht völlig differenziert voneinander betrachtet werden, sondern stehen vielmehr in einer dauernden Wechselbeziehung zueinander.

Sicherheit kann also einerseits als ein objektiv äußerer Zustand im Sinne der polizeilichen Sicherheitslage und andererseits als persönliche und subjektive Empfindung eines einzelnen Menschen, verstanden werden.

Die objektive (tatsächliche) Sicherheitslage kann gemessen werden. Dies erfolgt unter anderem in der jährlich erstellten und vom Bundeskriminalamt herausgegebenen Polizeilichen Kriminalstatistik (PKS). Mit Hilfe dieser Statistik kann die Kriminalitätslage in einer Stadt verdeutlicht werden, um später auf die vorhandene Sicherheit/Unsicherheit aufmerksam zu machen. Hier ist es jedoch wichtig zu wissen, dass durch die Publikation der aktuellen Sicherheitslage, beispielsweise in den Medien, eine erhebliche Einflussnahme auf die subjektive Sicherheit der Bürger in einer Stadt erfolgen kann.

Der Begriff der subjektiven Sicherheit kann beschrieben werden als die Einschätzung des Einzelnen bezüglich seiner Sicherheit oder anders bezeichnet, die empfundene Gefahr der Rechtsgüterbeeinträchtigung. Als Hauptursache für die Beeinträchtigung des Sicherheitsgefühls wird in den meisten Fällen eine Zunahme der Kriminalität angenommen, weshalb der Begriff der subjektiven Sicherheit zumeist mit dem kriminologischen Begriff der Kriminalitätsfurcht gleichgesetzt wird, obwohl es sich eigentlich um zwei doch unterschiedliche Begrifflichkeiten handelt.⁴ Kriminalitätsfurcht bezeichnet zum einen die Besorgnis von Personen selbst Opfer einer Straftat zu werden und zum anderen die Einschätzung, inwiefern Kriminalität ein gesellschaftliches Problem darstellt. Ebenfalls sind unbestimmte Bedrohtseinsgefühle von diesem Begriff erfasst.⁵ Der Bedeutungsgehalt des Begriffs Kriminalitätsfurcht kommt dem des Sicherheitsgefühls sehr nahe.

Subjektive Sicherheit ist also durch ganz individuelle Wahrnehmungen der Außenwelt, in der der jeweilige Mensch lebt, gekennzeichnet. Eine Beeinflussung kann durch eine Vielzahl von Faktoren wie z.B. Interessen, persönliche Erfahrungen, Medien oder Bildung bestimmt werden. Dennoch lassen Politik und Polizei der subjektiven Sicherheit einen immer höher werdenden Stellenwert zukommen, da sie bekanntlich Ausdruck des eigenen Wohlbefindens eines jeden Bürgers einer Stadt ist. Somit kann die subjektive Sicherheit einen erheblichen Einfluss auf die Lebensqualität eines Menschen haben, die sich auch auf die objektive Sicherheitslage auswirkt.

⁴ Vgl. Lange, Gasch, S.325-329.

⁵ Vgl. Schewe, S.94-96.

ken kann.⁶ Will die Berliner Polizei die Kriminalitätsfurcht bzw. subjektive Sicherheit und ihre negativen Auswirkungen beeinflussen, ist es erforderlich zu erkennen, wovon diese abhängt und beeinflusst wird, um dann Strategien zu entwickeln, die die subjektive Sicherheit der Bürgerinnen und Bürger in Berlin positiv zu beeinflussen.

Um sich ein Bild über das Sicherheitsempfinden der Berliner Bevölkerung zu machen, wurde durch uns eine Replikationsstudie (Punkt 1.6.) durchgeführt, die im Anschluss noch Betrachtung findet. Hier soll diskutiert werden, in welcher Weise die Arbeit der Berliner Polizei das Sicherheitsgefühl beeinflussen kann.

1.3 Einflussgrößen

Wie bereits erwähnt, hat die tatsächliche Sicherheitslage meist Einfluss auf die subjektive Sicherheit. Hier ist äußerst erstaunlich, dass in den meisten Untersuchungen das Sicherheitsgefühl der Bürger nicht die objektive Gefährdungslage widerspiegelt. Oft gab es sogar große Differenzen zwischen tatsächlicher Kriminalitätslage und dem geäußerten Sicherheitsempfinden, so dass klar sein muss, dass Kriminalitätsfurcht nicht unbedingt mit objektiver Kriminalitätsbedrohung einhergehen und schon gar nicht mit der Kriminalitätsbelastung übereinstimmen muss.

Es ist also anzunehmen, und kriminologisch nachgewiesen, dass weitere Faktoren das Sicherheitsgefühl ganz individuell, und nicht nur unerheblich, beeinflussen.^{7 8}

⁶ Vgl. <http://www.stadtoltens.info/dl.php/de/20070830142501/ausstellungsplakat1.pdf>, [Stand 19.11.2010 20:05 Uhr].

⁷ Vgl. Schock, S.7.

⁸ Vgl. Dost, S.25-26.

1.3.1 Alter

Zwischen jüngeren und älteren Menschen einer Bevölkerung gibt es häufig sehr große Unterschiede, was die Kriminalitätsfurcht betrifft. Es gibt einen eindeutigen Zusammenhang zwischen Lebensalter und Kriminalitätsfurcht. Eine Vielzahl von Untersuchungen hat gezeigt, dass sich ältere Menschen viel mehr davor fürchten, Opfer einer Straftat zu werden, als dies bei jüngeren der Fall ist. Betrachtet man allerdings statistische Erhebungen zum Thema „Alter und Kriminalitätsfurcht“, fällt auf, dass jüngere Menschen deutlich häufiger Opfer einer Straftat werden als ältere.⁹ Menschen im Alter von 16-30 Jahren besitzen statistisch gesehen die höchste Gefährdung Opfer einer Straftat zu werden, zeigen allerdings häufig die niedrigste Furchtrate. Die Wissenschaft spricht hier von einem „Kriminalitätsfurcht- Paradoxon“.

Des Weiteren gibt es große Unterschiede der Kriminalitätsfurcht zwischen älteren und jüngeren Menschen, was die Deliktsform betrifft. So haben ältere Menschen eher Angst, Opfer eines Straßenraubes, eines Wohnungseinbruches, aber nicht eines Fahrraddiebstahls zu werden. Hier kann von einer deliktsdifferenzierter Kriminalitätsfurcht gesprochen werden.

Mögliche Ursachen für die genannten Auffälligkeiten zum Merkmal Alter werden im Abschnitt 1.4. besprochen. Fest steht jedoch, dass das Alter eine doch wesentliche Rolle in der Einschätzung des subjektiven Sicherheitsempfindens spielt.^{10 11 12}

1.3.2 Geschlecht

Wie schon beim Einflussfaktor Alter besteht auch beim Merkmal Geschlecht eine Diskrepanz zwischen der Wahrscheinlichkeit, Opfer einer Straftat (Viktimalisierungswahrscheinlichkeit) zu werden und der geäußerten Kriminalitätsfurcht. Frauen äußern eine deutlich höhere Kriminalitätsfurcht als Männer, obwohl diese einem deutlich höheren Risiko ausgesetzt sind, Opfer eines Verbrechens zu werden. Eine mögliche Ursache könnte darin liegen, dass Frauen sich häufig persönlich als verletzbarer einschätzen. Frauen fühlen sich oft wehrlos, da der männliche Körper dem weiblichen in der Regel überlegen ist und Selbstverteidigungskenntnisse selten bis gar nicht vorhanden sind. Auch sind Frauen auf der sozialen Ebene immer noch verletzbarer als Männer. Diese Ursachen scheinen wohl in einer Vielzahl der Fälle zutreffend zu sein. Jedoch sollten derartige Befragungsergebnisse auch kritisch betrachtet werden, da Männer oft Probleme haben Angstgefühle zu äußern. Dies könnte ggf. Einfluss auf die Befragungsergebnisse und somit auf das Merkmal Geschlecht haben.^{13 14 15}

⁹ siehe hierzu: zahlreiche Untersuchungen des Kriminologischen Forschungsinstitutes Niedersachsen.

¹⁰ Vgl. Schock, S.7-8.

¹¹ Vgl. Schewe, S.100-101.

¹² Vgl. Sekundäranalyse der Allgemeinen Bürgerbefragung der Polizei in Nordrhein- Westfalen: Individuelle und sozialräumliche Determination der Kriminalitätsfurcht,S.1-4.

¹³ Vgl. Sekundäranalyse der Allgemeinen Bürgerbefragung der Polizei in Nordrhein- Westfalen: Individuelle und sozialräumliche Determination der Kriminalitätsfurcht, S.3-5.

1.3.3 Viktimisierungsperspektive

Hierunter fallen sowohl die direkte, als auch die indirekte Viktimisierungsperspektive. Dies bedeutet, dass Menschen, die einmal Opfer einer Straftat geworden sind, eine deutlich höhere Angst vor Kriminalität besitzen, deren Sicherheitsgefühl also im Vergleich zu Personen, die noch keine Opfererfahrungen gemacht haben, erheblich geringer ausfällt. Allerdings muss dies nicht in jedem Fall so sein. Ebenso führt die Kenntnis über Opfer von Straftaten im sozialen Nahbereich zu einer leicht gesteigerten Verbrechensfurcht bzw. kann zu einer erhöhten Risiko-einschätzung führen. Jede indirekte Opfererfahrung, besonders im Bereich der Wohnungsein-brüche, kann somit zu einem geringeren Sicherheitsgefühl führen.¹⁶

1.3.4 Bildung/ sozialer Status

Weiterhin wirken sich die Bildung und auch der soziale Status eines Betroffenen auf die Kriminalitätsfurcht aus. Höhergebildete haben weniger Furcht vor Kriminalität. Es kann also gesagt werden, dass Kriminalitätsfurcht mit zunehmender Bildung abnimmt. Auch haben sozial besser gestellte Personen eine geringere Verbrechensfurcht als sozial schwache Personen, was auf die Konsequenzen, die eine Straftat mit sich bringt, zurückzuführen ist. Für einen wohlhabenden Bürger hat beispielsweise ein Diebstahl geringere Folgen (in finanzieller Hinsicht) als für eine Person aus einer sozial schwächeren Bevölkerungsschicht. Auch diese beiden Parameter können folglich die subjektive Sicherheit einer Person beeinflussen.^{17 18}

1.3.5 Wohnort

Entscheidend beim Merkmal Wohnort ist vordergründig in der Wohnortgröße zu finden. Je größer der Wohnort eines Menschen, desto höher ist dessen Furcht vor Kriminalität. Die höchste Kriminalitätsfurcht besitzen demnach Menschen, die in Großstädten (mehr als 500.000 Einwohner) wie Berlin leben. Auf dem Land ist also eine deutlich geringere Kriminalitätsfurcht unter der Bevölkerung ausgebildet, was sich auch in der Viktimisierungswahrscheinlichkeit widerspiegelt. In Großstädten treten in den überwiegenden Fällen deutlich mehr Straftaten auf.

Gründe hierfür könnten in der zumeist höheren Anzahl sozialer Probleme liegen. In Großstädten kommt es häufiger zur Anonymisierung und zu einer verminderten Sozialkontrolle. In kleineren Städten und auf dem Land ist das Gemeinschaftsgefühl deutlich stärker ausgeprägt und vermittelt den Bewohnern Sicherheit.^{19 20}

¹⁴ Vgl. Brenner, S.11, 20-22.

¹⁵ Vgl. Schewe, S.101-102.

¹⁶ Vgl. Brenner, S.11-12.

¹⁷ Vgl. Schewe, S.102-103.

¹⁸ Vgl. Schock, S.10.

¹⁹ Vgl. Schewe, S.103-104.

1.3.6 Medien

Der Einfluss der Medien auf die subjektive Sicherheit einer Person kann erheblich sein und sollte nicht unterschätzt werden. Nachrichten, besonders in den regionalen Medien, die häufig bzw. in besonders übertriebener Art und Weise von Straftaten im Wohnumfeld eines Menschen berichten, können eine erhöhte Kriminalitätsfurcht bei den Betroffenen auslösen. Hier ist auch insbesondere die Pressestelle der Berliner Polizei gefragt, die Bevölkerung umfangreich und wahrheitsgemäß zu informieren, dabei jedoch das Sicherheitsgefühl nicht unnötig negativ zu beeinflussen.²¹

Dies waren nur einige mögliche Einflussgrößen, die die subjektive Sicherheit eines Menschen bestimmen können. Es existieren noch einige weitere Merkmale, die sich beeinflussend auswirken können. Ein weiterer auch für die Auswertung unserer Replikationsstudie interessanter Faktor sind die geäußerten Tat- und Furchtorte. Die genannten Orte, an denen sich eine Vielzahl der Befragten fürchten (z.B. Park zur Nachtzeit), stimmen mit den Orten an denen sich tatsächlich Kriminalität ereignet in den meisten Fällen nicht überein.²²

Wie schon zu Beginn festgestellt, stimmt die Kriminalitätsfurcht nicht mit der realen Kriminalitätsentwicklung überein und wird von einer Vielzahl von Merkmalen beeinflusst. Interessant ist nun, ob in unserer Fallstudie auch diese Auffälligkeiten zu verzeichnen sind, obwohl hier nicht das Hauptaugenmerk der Betrachtungen liegen soll.

Die Kriminalitätsfurcht der Bevölkerung sollte wahr und vor allem ernst genommen werden. Ein verantwortungsvoller Umgang von Politik und Polizei muss erwartet werden können. Im Nachfolgenden soll noch geklärt werden, welche Rolle die Polizei in Bezug auf die subjektive Sicherheit der Bürger spielen sollte und spielen kann.

1.4 Kriminalitätsfurcht älterer Menschen

1.4.1 Werden Senioren eher Opfer von Kriminalität?

Die Furcht vor Kriminalität spielt gerade im Alter eine besondere Rolle, weil dann in der Regel Selbstvertrauen und Kompetenz zu angemessener Reaktion auf kriminelle Gefährdung abnehmen. Obwohl die Angst vor Kriminalität bei älteren Menschen sehr hoch ist, werden sie gemessen an ihrem Bevölkerungsanteil, deutlich unterproportional Opfer von Straftaten. Man könnte auch sagen, dass mit zunehmendem Alter das Risiko der Viktimisierung sinkt. Das gilt vor allem für Gewaltdelikte.

Dass ältere Menschen eher seltener Opfer von Straftaten werden, zeigt auch die aktuelle Polizeiliche Kriminalstatistik (PKS) aus dem Jahr 2009, herausgegeben vom

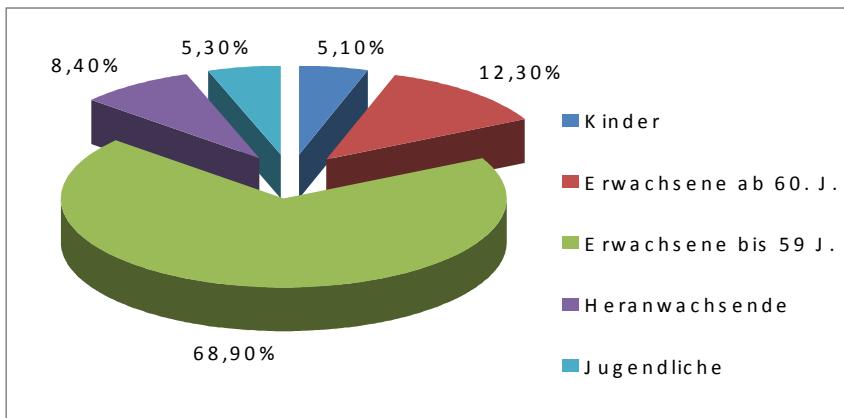
²⁰ Vgl. Schock, S.13.

²¹ Vgl. Schock, S.12.

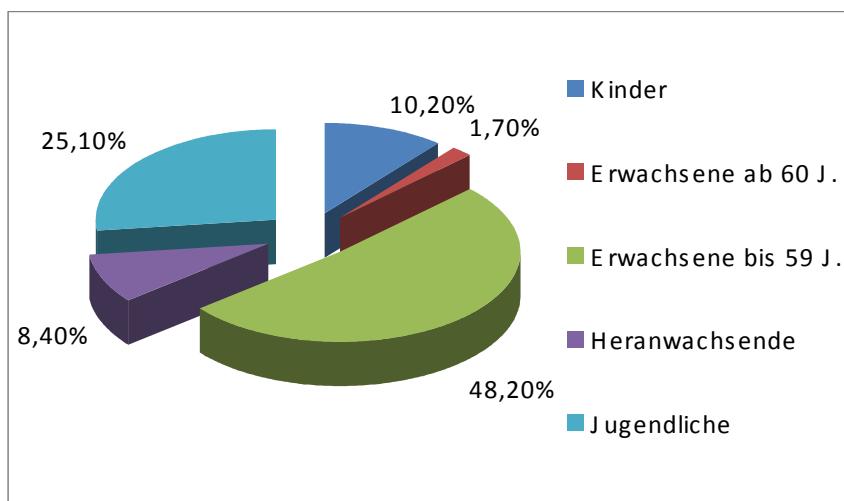
²² Vgl. Schewe, S.106.

Bundeskriminalamt, Kriminalistisches Institut, Fachbereich KI 12, Wiesbaden:

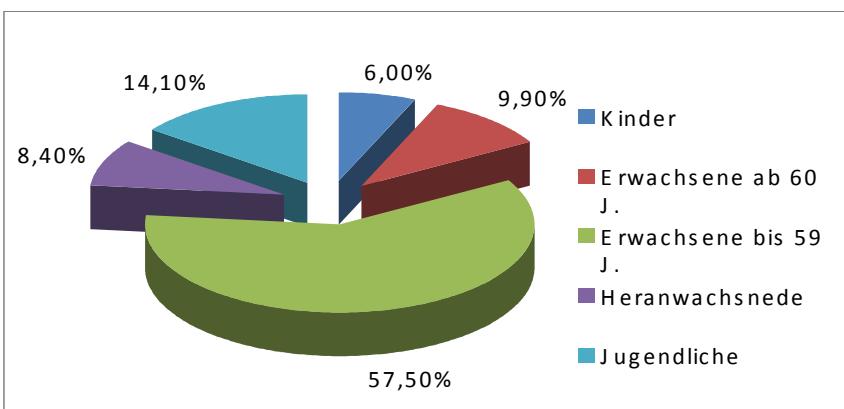
Prozentualer Anteil an Opfern von Mord und Totschlag 2009



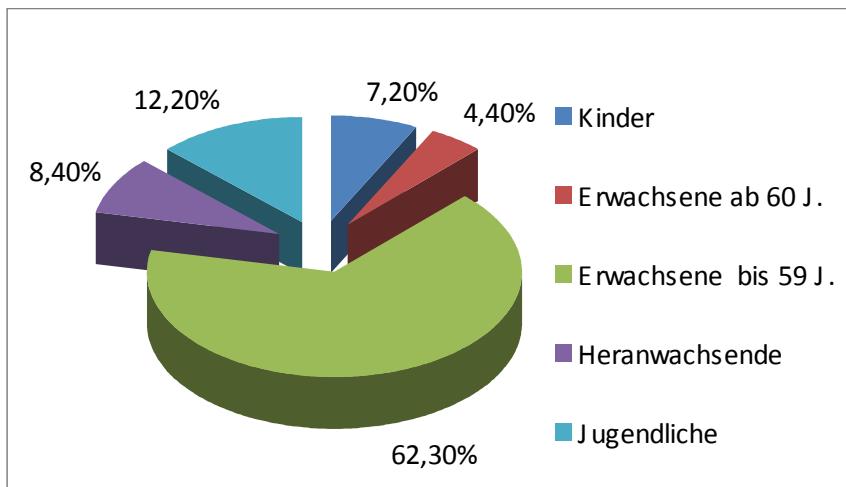
Prozentualer Anteil von Straftaten gegen die sexuelle Selbstbestimmung 2009



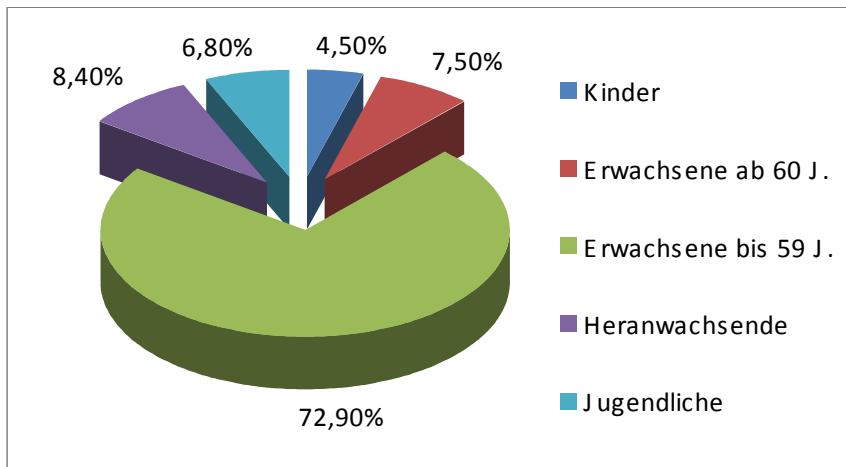
Prozentualer Anteil an Raubdelikten 2009



Prozentualer Anteil an Körperverletzungsdelikten 2009



Prozentualer Anteil an Straftaten gegen die persönliche Freiheit 2009



Zusammenfassend ist zu sagen, dass ältere Menschen in den Massengesellschaften moderner Industrienationen im Vergleich mit anderen Altersgruppen ein merklich geringeres Victimisierungsrisiko haben. Trotzdem ist ihre Kriminalitätsfurcht als Furcht, Opfer einer Straftat zu werden, größer als die der stärker gefährdeten Bevölkerungsteile.²³

1.4.2 Warum zeigen Senioren eine höhere Kriminalitätsfurcht?

Das die Angst vor Kriminalität nur wenig mit der statistischen Wahrscheinlichkeit, Opfer zu werden, zu tun hat, hat ja schon die PKS verdeutlicht.

Doch wie sonst lässt sich die Furcht vor Kriminalität und das mangelnde Sicherheitsgefühl bei älteren Menschen erklären?

Die erhöhte Furcht trotz verminderter Risiken ist einfach mit der anfangs erwähnten Reduzierung der Wehrhaftigkeit, der Fähigkeit mit solchen Gefährdungssituationen umzugehen bzw. mit

²³ Des Weiteren ist ein Anstieg der Aufklärungsquote zu verzeichnen, diese liegt in den Ländern bei 55,6% und ist damit so hoch wie noch nie. In Berlin liegt sie bei 49,4%.

den Folgen der Viktimisierung zu leben, zu erklären. Nicht der Grad der Wahrscheinlichkeit, in eine solche Situation zu kommen, sondern der imaginierte Schrecken der Situation prägt die Einstellung.

Zu den Entstehungsbedingungen der Kriminalitätsfurcht sind bislang drei theoretische Ansätze entwickelt worden:

Die Viktimisierungsperspektive, die Soziale- Probleme- Perspektive und die Soziale-Kontrolle-Perspektive (Boers 1993; Hale 1996).

Die Viktimisierungsperspektive setzt Kriminalitätsfurcht mit sozialen und psychologischen Eigenschaften von Individuen in Beziehung.

Die Soziale- Probleme- Perspektive erweitert diesen Ansatz um Einflüsse der auf gesellschaftlicher Ebene problematisierten und von Medien vermittelten Kriminalitätswirklichkeit.

Die Soziale- Kontrolle- Perspektive schließlich ist auf der (Meso-)Ebene zwischen Individuen und Gesellschaft angesiedelt und stellt sozialökologische Bedingungen des Wohn- bzw. Stadtgebietes für die Entstehung von Kriminalitätsfurcht in den Mittelpunkt (Boers & Kurz 1997).

Die Furcht vor Kriminalität entsteht durch das Zusammenspiel vieler einzelner Faktoren. Bezogen auf Senioren könnten folgende Faktoren ausschlaggebend für die Entstehung von Kriminalitätsfurcht sein:

- ältere Menschen leben eher allein, je größer die soziale Isolation, je schwächer die eigene Position im sozialen Netzwerk, desto größer ist die Angst vor Kriminalität
- ältere Menschen gehen in der Regel keiner Berufstätigkeit nach, dadurch haben Teile von ihnen weniger Geld zur Verfügung, wodurch wiederum die Lebensqualität sinkt
- Angst vor Fremden, mit abnehmenden Sozialkontakten wächst der Anteil der als fremd empfundenen Menschen und damit nimmt die Zahl der Gelegenheiten zu, Angst haben zu können
- ältere Menschen erleben sich als verwundbar, schwach und schutzlos, sind auf Hilfe angewiesen
- Viktimisierung in engen sozialen Beziehungen und in institutionellen Betreuungssituationen
- hinzukommen Situationsmerkmale die ein eigenes Angstpotenzial in sich tragen; insbesondere Nacht, Dunkelheit, Einsamkeit und Fremde
- Furcht fördert Vorsicht, Umsicht, Wachsamkeit, wirkt schadensreduzierend
- die emotionale Dimension der Kriminalitätsfurcht ist ein Resultat der kognitiven Risikoeinschätzung
- die persönliche Risikoeinschätzung steht in Abhängigkeit von direkten und indirekten Opfererfahrungen (Viktimisierungsperspektive)

1.5 Maßnahmen zur Verbesserung der subjektiven Sicherheit

1.5.1 Eine Aufgabe der Polizei?

Öffentliche Sicherheit und Ordnung werden täglich und unmittelbar durch jede Bürgerin und jeden Bürger spürbar erlebt. Sie sind wichtige Voraussetzung für ein Leben in Freiheit und Sicherheit. Es ist deshalb eine wichtige innenpolitische Aufgabe, öffentliche Sicherheit und Ordnung zu gewährleisten. Sie geht grundsätzlich alle Verantwortungsträger in Staat und Gesellschaft an.

Da ein negatives Sicherheitsgefühl die persönlichen Rechtsgüter des Bürgers (wie zum Beispiel die Handlungsfreiheit) beeinträchtigt und die Lebensqualität mindert, gilt es darum, angemessene Schritte zu durchdenken. Der Schutz des Bürgers bezüglich seiner allg. Handlungsfreiheit und seinen Entfaltungsmöglichkeiten ist Inhalt des gesetzlich fixierten Aufgabenbereichs der Polizei.

Somit sind Maßnahmen zur Verbesserung des subjektiven Sicherheitsgefühls, die auch im Interesse der Bürger liegen, folgende:

- verstärkte Präsenz von Polizei und Ordnungskräften im öffentlichen Raum
- Kriminalitätsbekämpfung, -kontrolle und –prävention
- konsequentes Einschreiten gegen Einstiegs- und Kleinkriminalität sowie Ordnungsverstöße
- intensive Mitwirkung der Justiz
- Einbindung engagierter Bürgerinnen und Bürger
- bessere Aufklärung älterer Menschen über Kriminalität und den Schutz vor Kriminalität
- enge Zusammenarbeit zwischen Presse und Polizei für eine realitätsnahe Berichterstattung

Diese sind nur einige Beispiele für Maßnahmen zur Verbesserung des subjektiven Sicherheitsgefühls und bei weitem nicht abschließend. Doch lässt sich zusammenfassend sagen, dass der Wunsch nach einer bürgernahen Polizei groß ist.

1.5.2 Was kann die Politik tun?

Sieht man die Kriminalitätsfurcht als Ausdruck von sozialen-, Zukunfts- und Existenzängsten, weiß man, dass es ebenso eine staatliche Aufgabe sein muss, den Bürgern Kriminalitätsängste zu nehmen.

Eines der obersten Anliegen sollte die Reduzierung von sozialen Risiken und Armut sein. Dabei spielt auch die Bildungspolitik eine wichtige Rolle, denn wem eine gute Schul- und Berufsausbildung ermöglicht wird, der hat es später leichter im Berufsleben Fuß zu fassen.

Weitere Maßnahmen zur Verbesserung des subjektiven Sicherheitsgefühls:

- Investitionen in Kriminalprävention, denn Prävention ist kostengünstiger als Repression
- Veränderungen in der Strafrechts politik: beispielsweise durch die Schaffung von Opferschutzrechten im Strafverfahren oder durch die Einführung besonders beschleunigter Verfahren (die Strafe soll der Tat „auf dem Fuße folgen“; wurde bereits umgesetzt). Denkbar wäre auch die Einführung einer Erscheinungspflicht für Zeugen (auf Ladung) bei der Polizei, um das Ermittlungsverfahren zu vereinfachen und zu beschleunigen und so der Bevölkerung das Gefühl zu vermitteln, dass Maßnahmen im Bereich der Strafverfolgung schnell und zielgerichtet erfolgen
- Umgestaltung sozialer Brennpunkte (am Beispiel von Hamburg- Wilhelmsburg)

Auch diese Maßnahmen sind nur Handlungsansätze und keine abschließende Aufzählung aller politischen Maßnahmen.

1.5.3 Was kann generell getan werden?

- Verbesserung der Straßenbeleuchtung und der Beleuchtung in Parks und Wohnanlagen
- Etablierung privater Sicherheitsdienste in Einkaufszentren, größeren Wohnanlagen
- Nachbarschaftshilfe

1.6 Replikationsstudie

1.6.1 Aufbau und Durchführung der Befragung

Das subjektive Sicherheitsempfinden der Bevölkerung ist schwer zu ermitteln, da viele verschiedene individuelle Aspekte unterschiedliche Rollen spielen. Um dennoch ein möglichst objektives Bild im Zusammenhang mit der Arbeit der Berliner Polizei zu erhalten, gilt es, eine Methode zu finden, die möglichst viele der für die Polizei relevanten Blickwinkel betrachtet. Eine Umfrage mittels Fragebogen scheint dabei die beste Lösung.

Dadurch lassen sich nach Auswertung statistische Aussagen und grundsätzliche Tendenzen treffen, welche bei der Bearbeitung des Themas hilfreich sind.

Der Fragebogen

Bereits 1999-2000 wurde in der ehemaligen Direktion 7, welche die Bezirke Weißensee, Prenzlauer Berg, Marzahn- Hellersdorf und Hohenschönhausen umfasst, eine Bürgerbefragung durch Kräfte der Polizei durchgeführt. Damals positionierten sich uniformierte Beamte vor S- und U-Bahnhöfen und verteilten Umfragebögen.

Im Hinblick auf eine Vergleichbarkeit mit dieser Umfrage ist der aktuelle Fragebogen in vielen Teilen dem alten nachempfunden.

Im Kopf des Blattes sind kurz Befragungsgrund und die Bitte um Mithilfe dargelegt.

Die nachfolgenden Fragen teilen sich in drei Teile.

- 1-2 Personenbezogene Daten: Fragen nach der Postleitzahl des Wohnortes, der Altersgruppe und dem Beruf
- 3-4 Subjektives Sicherheitsempfinden: Ankreuzmöglichkeit zur subjektiv empfundenen Sicherheit im Bezirk sowie die Erkundigung nach gemiedenen Örtlichkeiten
- 5-7 Arbeit der Polizei: Einschätzung der Polizeilichen Tätigkeit im Bezirk und Frage nach Verbesserungsvorschlägen

Durchführung

Im Zeitraum März- September 2010 wurden berlinweit mehr als 400 Fragebögen in Cafés, Jugendclubs und an Schulen verteilt sowie in größeren Einkaufszentren von nach dem Zufallsprinzip angesprochenen Passanten ausgefüllt. Dabei variierten Tageszeit und Wochentag.

Die Interviewer stellten sich, das Projekt und den Fragebogen kurz vor.

Den Beteiligten wurde es selbst überlassen, den Fragebogen ganz oder in Teilen zu beantworten. Die Aussagen sind dabei anonym erhoben worden.

Bei der Auswertung konnten nur Fragebögen berücksichtigt werden, welche

- eine Berliner Postleitzahl,
- mindestens ein personenbezogenes Merkmal und
- mindestens eine Aussage zum subjektiven Sicherheitsempfinden und/ oder zur Polizeiarbeit im Bezirk enthalten.

Die Umfrageergebnisse sind nicht repräsentativ (218 valide Bögen), sondern stellen lediglich eine exemplarische Fallstudie dar.

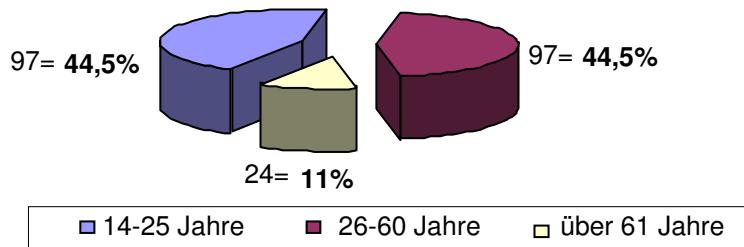
1.6.2 Auswertung der Ergebnisse

Anhand der angegebenen Postleitzahl lassen sich die Befragten den jeweiligen Gebieten der heutigen Polizeidirektionen 1-6 zuordnen. Damit jedoch eine Vergleichbarkeit mit der Bürgerumfrage aus 2000 möglich ist, wurden Bewohner der Gebiete Weißensee, Prenzlauer Berg, Marzahn- Hellersdorf und Hohenschönhausen aus der Direktion 1 und 6 rausgerechnet und unter der Überschrift „Gebiet der ehemalige Direktion 7“ zusammengefasst aufgeführt.

Bereich						
Dir 1	Dir 2	Dir 3	Dir 4	Dir 5	Dir 6	Gebiet der ehemaligen Dir 7
26	24	8	27	73	21	39

Bei den nachfolgenden prozentualen Angaben ist stets die Anzahl der Befragten **218** als Bezugsgröße zu sehen.

Altersstruktur der Befragten in Berlin in Jahren und in %



Quelle: Eigene Erhebungen 2010

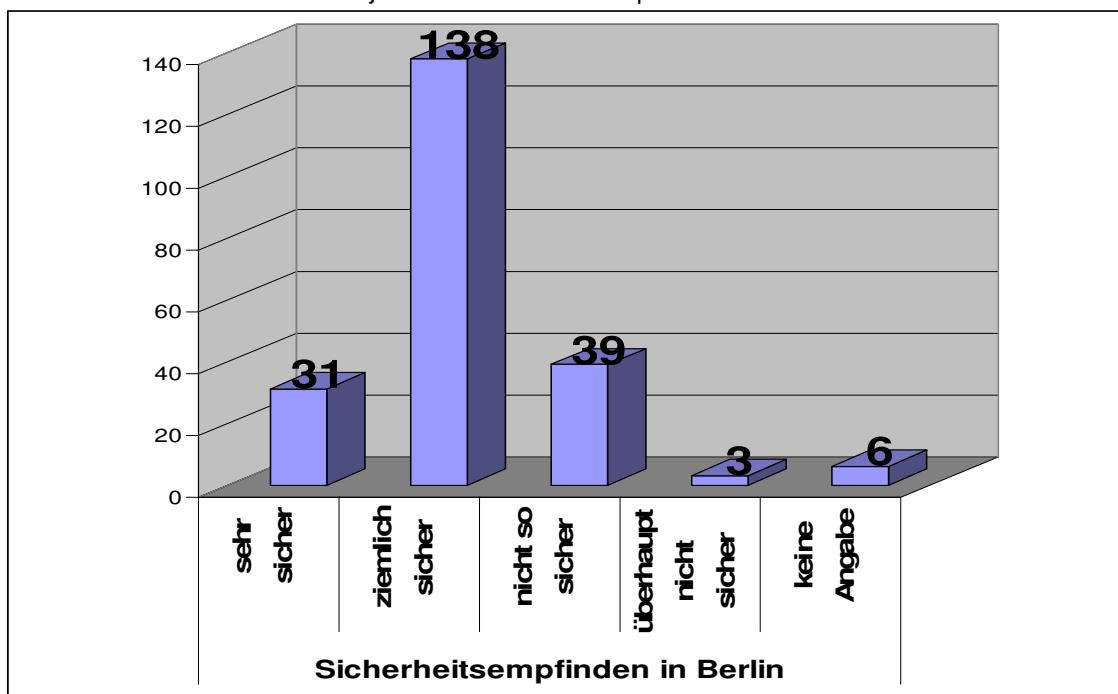
Die meisten der befragten Personen (73/ 33,5%) haben ihren Hauptwohnsitz in der Polizeidirektion 5. Diese Zahl ist jedoch rein zufällig durch die Befragung entstanden und hat nichts mit der tatsächlichen Bevölkerungsstruktur Berlins zu tun. Ebenso die Alterstruktur der Befragten, welche linksseitig dargestellt ist.

Ergebnisse

Frage 3 – Sicherheitsempfinden der Berliner Bevölkerung

Sehr sicher		Ziemlich sicher		Nicht so sicher		Überhaupt nicht sicher		Keine Angabe	
N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
31	14,22	139	63,76	39	17,89	3	1,38	6	2,75

Anzahl der Antworten zum subjektiven Sicherheitsempfinden



Quelle: Eigene Erhebungen 2010

Rund vier fünftel (77,98 %) der befragten Berliner fühlen sich in ihrem Wohnbezirk „sehr sicher“ bis „ziemlich sicher“. Allerdings geben auch knapp 19 % der Hauptstadt eine schlechte Note. In Frage 4 wird deutlich, dass viele sogar konkrete Angsträume definieren.

Frage 4 - Meiden von Örtlichkeiten

Von den befragten Personen geben 76 (34,9 %) an, bestimmte Örtlichkeiten hauptsächlich nach Einsetzen der Dunkelheit (97,7 %) zu meiden. Überraschend ist dabei, dass über die Hälfte dieser Menschen bei der Frage nach dem subjektiven Sicherheitsempfinden angekreuzt haben, sich dennoch „ziemlich sicher“, wenn nicht gar „sehr sicher“ in ihrem Bezirk zu fühlen. Als Angsträume allgemein werden vorrangig Parkanlagen (35/ 46,05 %) wie der Gropiuspark und der ÖPNV (16/ 21,05%), wie U- Bahnen, Bahnhöfe und Tunnelanlagen benannt. Auch wer-

den konkrete Straßen und Plätze aufgeführt. Beispiele sind Chausseestr., Jagowstr., Lutherstr., Lynarstr., Ungewitter Weg sowie Leopoldplatz, Görlitzer Platz, Kottbusser Platz und Lipschitzplatz. Ein weiterer wichtiger Faktor sind Aufenthaltsorte von Jugendlichen, Trinkern und BTM- Händlern /- Konsumenten. Dazu zählen u.a. Spielplätze, Imbissläden, öffentliche Plätze und Hinterhöfe von Wohnanlagen.

Die Bezirke Neukölln, Wedding und Kreuzberg sind wiederholt allgemein genannt worden.

Als Grund für dieses Verhalten geben die Befragten hauptsächlich an,

- Vorurteile zu unterhalten (schlechter Ruf, suspektes Klientel, alles Schläger, Belästigung ohne Hilfe),
- generell Angst/ Unsicherheit zu haben (schlechte Beleuchtung, gehen dort nicht mehr allein bzw. nach Anbruch der Dunkelheit lang),
- Straftaten/ Kriminalität (BTM, Überfälle, Körperverletzungen) zu fürchten und
- Jugendgruppen und Personen mit Migrationshintergrund/ Ausländern auszuweichen (belästigend, aggressiv, alkoholisiert, pöbelnd).

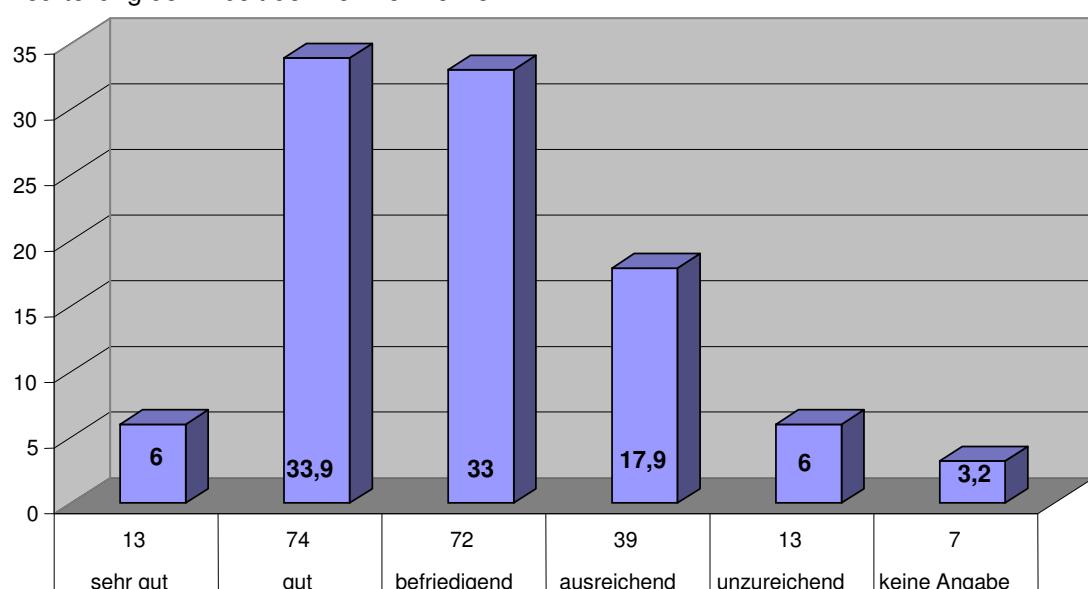
Das Meidungsverhalten bestehe aber auch, weil an diesen Orten keine schnelle Hilfe bzw. Polizeipräsenz erwartet wird oder die Betroffenen bereits Opfer einer Straftat geworden sind.

Frage 5 - Arbeit der Polizei

Nachfolgend ist die subjektive Einschätzung der Berliner in Bezug auf die Arbeit der Polizei dargestellt. Auf der X-Achse ist die Anzahl der Antworten verzeichnet. In den Säulen steht der prozentuale Anteil aller Befragten.

Vorrangig ist hier erkennbar, dass sich die Einschätzung der Bürger im „guten“ bis „befriedigenden“ Bereich bewegen.

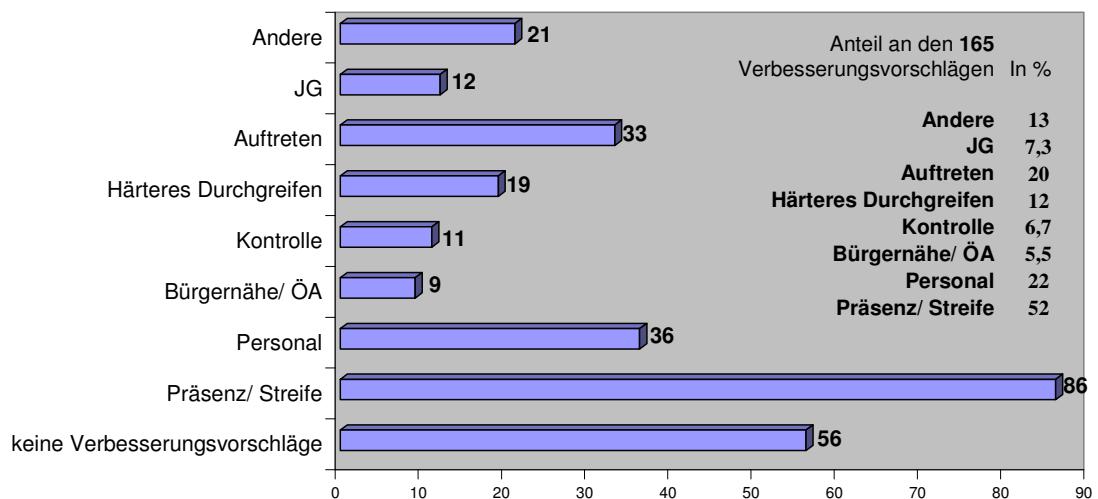
Beurteilung der Arbeit der Berliner Polizei



Quelle: Eigene Erhebungen 2010

Von den 218 Befragten haben 156 Verbesserungsvorschläge, wobei Mehrfachangaben möglich waren.

Anzahl der Antworten zum subjektiven Sicherheitsempfinden



Quelle: Eigene Erhebungen 2010

So wünschen sich 86 (52 %) mehr Polizeipräsenz zum Beispiel durch Streifentätigkeit. Diese Angabe ist eng verknüpft mit dem Ruf nach mehr Personal (36/ 22%), sowie mehr Bürgerkontakt bzw. Öffentlichkeitsarbeit (9/ 5,5%), da die Befragten einen Zusammenhang zwischen Personalstärke und sichtbar Uniformierten/ Streifentätigkeit sehen. Der Kobb- Dienst („Polizei zum Anfassen“) ist vor allem bei den über 61Jährigen stark gefragt.

19 Personen (12 %) fordern härteres Durchgreifen unter anderem bei Gewaltdelikten, bei Wiederholungstäter oder aber der Rechten Szene.

Einen wesentlichen Aspekt wird von der Bevölkerung (12/ 7,3 %) im Umgang mit Jugendlichen/ Heranwachsenden bis 21 Jahren gesehen. Je nach Alter und Lebenserfahrung der Befragten sollen junge Delinquenten nachsichtig behandelt („mehr Jugend-projekte“, „mehr Respekt“, „in Ruhe lassen“) oder aber „härter angefasst“ werden („Strafe unmittelbar nach der Tat“, „härtere Strafen“, „intensivere Jugendarbeit“).

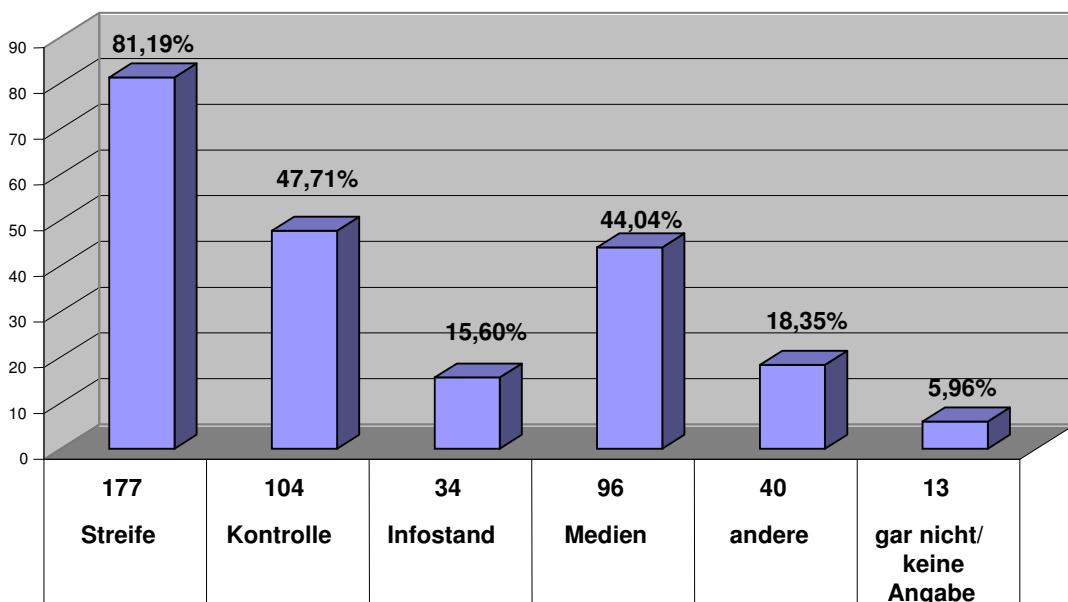
Beachtenswert ist jedoch der Wunsch nach adäquatem Auftreten der Polizei gegenüber dem Bürger. So lautet jeder vierte Verbesserungsvorschlag: mehr Respekt und Höflichkeit, und verständliche Erläuterung von Maßnahmen. Die Befragten kritisieren auch fehlende Vorbildfunktion in Bezug auf Einhaltung von Recht und Gesetz, die Uneinheitlichkeit der Uniform und Ähnliches (z. B. Rauchen im Einsatzwagen).

Frage 7 - Begegnung vor Ort

Bei der letzten Frage geht es um die bewusste Wahrnehmung der Polizei durch die Bevölkerung Berlins im Zeitraum der letzten 3 Jahre. Die Antworten „Streife“, „Kontrolle“, „Infostand“ und „Medien“ konnten gewählt werden. Mehrere Kreuze waren möglich. Außerdem stand ein Freifeld für eigene Antworten zur Verfügung. Nachfolgend sind die Anzahl der angekreuzten Option sowie die prozentuale Verteilung der Antworten tabellarisch und grafisch dargestellt.

Streife		Kontrolle		Infostand		Medien		andere		gar nicht/ k. A.	
N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
177	81,19	104	47,71	34	15,6	96	44,04	40	18,35	13	5,96

Prozentualer Anteil der Antworten zum Thema „Begegnung der Polizei vor Ort“



Quelle: Eigene Erhebungen 2010

Am meisten begegnete die Polizei den Befragten bei Streifentätigkeiten. So gut wie jeder Zweite (104/ 47,71 %) ist bereits einmal in eine Polizeikontrolle geraten. Im Freifeld (in der Tabelle unter „andere“) wurden Angaben gemacht, wie „bei einem Einsatz“ oder „Ich war Zeuge/ Opfer/ Täter einer Straftat“, „Ich habe Anzeige erstattet“.

Fraglich ist, in welcher Form die Befragten die Berliner Polizei durch Medien wie Zeitung und Fernsehen wahrgenommen haben. Kriminalserien, Gerichtssendungen, Klatschpresse und Ähnliches könnten das Bild deformiert haben.

Des Weiteren kommt erschwerend hinzu, dass für die Bevölkerung stets schwer zu differenzieren ist, welchem Land der Beamte dient (Länder- oder Bundespolizei) und ob es sich überhaupt um die Polizei handelt (andere wären zum Beispiel Justiz, Gewerkschaft, Ordnungsamt oder Wachschutz).

Als letzter Punkt wäre noch die Fremd- und Eigenwahrnehmung zu nennen. So kann es passieren, dass ein Bekannter über ein Ereignis im Bezug zur Polizei berichtet und dadurch die eigene Sichtweise über die Berliner Polizei einfärbt (sowohl im Positiven als auch im Negativen).

1.6.3 Vergleich der Bürgerumfragen 2000 und 2010

Vorbemerkung

In den Monaten Oktober, November und Dezember 1999 führen Beamte der ehemaligen Polizeidirektion 7 im Auftrag des Direktionsleiters Professor Knape (heute Leiter Direktion 6) eine Meinungsumfrage durch. Es soll geklärt werden, wie die Bevölkerung der Bezirke Marzahn, Hellersdorf, Weißensee, Hohenschönhausen und Prenzlauer Berg die Sicherheitslage in ihrem Wohnbereich beurteilt. Ziel ist es, Defizite aufzudecken und durch Verbesserung der Polizeiarbeit das subjektive Sicherheitsempfinden langfristig zu steigern. Dazu sind 2018 gültig ausgefüllte Fragebögen ausgewertet worden. Die Statistik erscheint Anfang 2000.

Dahingegen dient aktuelle Projektarbeit zum Thema „Öffentlichkeitsarbeit der Berliner Polizei“ im Wesentlichen der Untersuchung der Wahrnehmung der polizeilichen Tätigkeit in der Bevölkerung. Die dazu in allen Direktionen durchgeführte Umfrage seitens der Projektgruppe wurde den eigenen Zielen entsprechend modifiziert. Außerdem liegen hier lediglich 218 auswertbare Bögen (gut ein Zehntel der Anzahl der Befragten aus 2000) vor. Daher ist ein Vergleich mit der älteren Umfrage unter Vorbehalt zu stellen.

Dieser erfolgt mit freundlicher Genehmigung von Herrn Prof. Knape. Die Daten werden von PHK Thiele zur Verfügung gestellt.²⁴

²⁴ Vgl. Thiele, Dir 7 VkD 03, Direktionsweite Auswertung der Fragebögen „Wir wollen, dass Sie sich in Ihrem Bezirk sicher fühlen“, 10.01.2000, Grafiken, deren Layout und Werte sind aus dem Originaldokument ohne Änderung übernommen worden.

Die Umfragebögen

Umfragebogen aus 1999/ 2000

Der Polizeipräsident in Berlin
Landesschuttpolizeiamt
Polizedirektion 7

Liebe Mitbürgerin,
Lieber Mitbürger,

„Wir wollen, dass Sie sich in Ihrem Bezirk sicher fühlen!“

Bitte unterstützen Sie uns bei unserem Vorhaben, indem Sie einige Fragen zu Ihrem Sicherheitsempfinden beantworten. Sie helfen uns damit bei der Maßnahmenplanung zur Steigerung Ihres Sicherheitsgefühls.

1. In welchem Bezirk wohnen Sie? _____

2. Fragen zur Person! Alter: _____ Geschlecht: m / w

3. Wie sicher fühlen Sie sich in Ihrem Bezirk?

sehr sicher	ziemlich sicher	nicht so sicher	überhaupt nicht sicher
-------------	-----------------	-----------------	------------------------

4. Meiden Sie bestimmte Örtlichkeiten? ja nein

4a. Wenn ja, welche?

1.
2.
3.

4b. Zu welchen Zeiten meiden Sie diese Örtlichkeiten?

bei Dunkelheit	am Tag	Uhrzeit: _____ Uhr
----------------	--------	--------------------

4c. Warum meiden Sie diese Örtlichkeiten? _____

5. Wie beurteilen Sie die Arbeit der Polizei in Ihrem Bezirk?

sehr gut	gut	befriedigend	ausreichend	unzureichend
----------	-----	--------------	-------------	--------------

6. Was müssen wir verbessern, damit Sie sich sicherer fühlen?

Impressum: V.I.S.d.P. LtPD Knape / Herausgeber: Polizedirektion 7, 12681 Berlin, Poelchastraße 1

Bürgerbefragung 2010

Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin

Liebe Mitbürgerin,
Lieber Mitbürger,

„Wir wollen, dass sie sich in Ihrem Bezirk sicher fühlen!“

Bitte unterstützen Sie uns bei unserem Vorhaben, indem Sie einige Fragen zu Ihrem Sicherheitsempfinden beantworten. Sie helfen uns damit bei unserem Projekt zum Thema „Öffentlichkeitsarbeit der Berliner Polizei“.

1. In welchem Bezirk wohnen Sie? (Postleitzahl) _____

2. Fragen zur Person: Altersgruppe 14-25 26-60 über 61

Beruf Schüler/Azubi/ Student berufstätig arbeitsuchend Rentner

3. wie sicher fühlen Sie sich in Ihrem Bezirk?

sehr sicher ziemlich sicher nicht so sicher überhaupt nicht sicher

4. Meiden Sie bestimmte Örtlichkeiten? ja nein

4a. Wenn ja, welche?
1.
2.
3.

4b. Zu welchen Zeiten meiden Sie diese Örtlichkeiten?

bei Dunkelheit am Tag Uhrzeit: _____ Uhr

4c. Warum meiden Sie diese Örtlichkeiten? _____

5. Wie beurteilen Sie die Arbeit der Polizei in Ihrem Bezirk?

sehr gut gut befriedigend ausreichend unzureichend

6. Was muss die Polizei verbessern, damit Sie sich sicherer fühlen? _____

7. In den drei zurückliegenden Jahren begegnete Ihnen die Polizei vor Ort durch

Streifentätigkeit Kontrollen Infostände/ Infotage
 Presse/ Rundfunk/ Fernsehen _____

Der aktuelle Fragebogen ist grundsätzlich dem alten nachempfunden, um einen größtmöglichen Bezug der Themen bei gleichzeitiger wissenschaftlicher Betrachtung zu ermöglichen.

Herausgenommen ist die Frage nach dem Geschlecht. Dafür interessiert die Projektgruppe mehr die Frage nach dem „Beruf“. Die Befragten können zwischen Schüler/ Student/ Azubi, berufstätig, Arbeit suchend und Rentner wählen. Hintergrund ist die Vergleichbarkeit mit anderen Fragebögen zu den Themen Polizeiliches Auftreten und Präventionsarbeit, zwei weiteren wichtigen Aspekten der Öffentlichkeitsarbeit der Berliner Polizei.

Hinzugekommen ist auch die Frage, wie dem Interviewten die Polizei vor Ort bereits begegnet ist. Mögliche Antworten sind „Streifentätigkeit“, „Kontrollen“, „Infostände/ Infotage“ und „Presse/ Rundfunk/ Fernsehen“. Außerdem existiert ein Freifeld für Ergänzungen.

Durchführung der Befragungen

Auch hier zeigen sich Unterschiede. Während bei der ersten Umfrage uniformierte Polizisten Passanten auf der Straße ansprechen und sich ihre Antworten auf den Bögen notierten, ist die aktuelle Umfrage in Schulen, Cafés und Jugendzentren hineinbegeben worden bzw. angesprochene Passanten können die Beantwortung nach eigenem Ermessen vornehmen. So bleibt es den Befragten stets selbst überlassen, sich zu äußern.

Aus der Umfrage 2000 liegen die Ergebnisse von 2018 Bögen vor. Die Befragung 2010 umfasst 39 gültige Antworten aus dem Gebiet der ehemaligen Direktion 7.

Auswertung

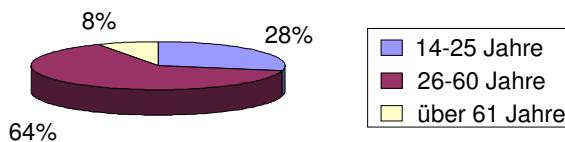
Nach der Direktionsreform 2001 werden alle Direktionen sowie die einzelnen Abschnittsbereiche umgegliedert. Die Direktion 7 geht größtenteils in der Direktion 6 auf. Größtenteils heißt, dass Marzahn- Hellersdorf und Hohenschönhausen in die heutige Direktion 6 einfließen. Allerdings liegen aktuell Prenzlauer Berg sowie Weißensee in der Direktion 1, während Lichtenberg ehemals nicht dazugehörte, heute aber dem Direktionsgebiet der 6 zugerechnet wird.

Zur Erhebung des Vergleiches darf deshalb genau betrachtet nicht die Direktionsgrenze der heutigen Dir 6 herangezogen werden, sondern die Auswertung muss nach Postleitzahlen erfolgen. Somit gilt die Fläche innerhalb der Direktionsgrenzen der ehemaligen Direktion 7 als statistisches Erhebungsgebiet.

Altersstruktur

Die prozentualen Angaben beziehen sich nur für den Vergleich auf die 39 aus dem Gebiet der ehemaligen 7 Stammenden. Vereinzelt wird auf die Gesamtberliner Statistik hingewiesen.

Altersstruktur der Befragten auf dem Gebiet der ehemaligen Dir 7



Quelle: Eigene Erhebungen 2010

Ein Vergleich der Altersstruktur in den beiden Jahren kann aufgrund der gemachten Umfragen nicht erfolgen, da in der Umfrage 2000 zwar das Alter erfasst ist, jedoch nicht in der Auswertung auftaucht. So fehlt andererseits 2010 das Geschlecht, welches

gemäß der Statistik 2000 „keine Relevanz“ aufzeigt. Das bedeutet, dass geschlechtsunabhängig tendenziell die gleichen Angsträume definiert werden und die Arbeit der Polizei von Mann und Frau identisch bewertet wird.

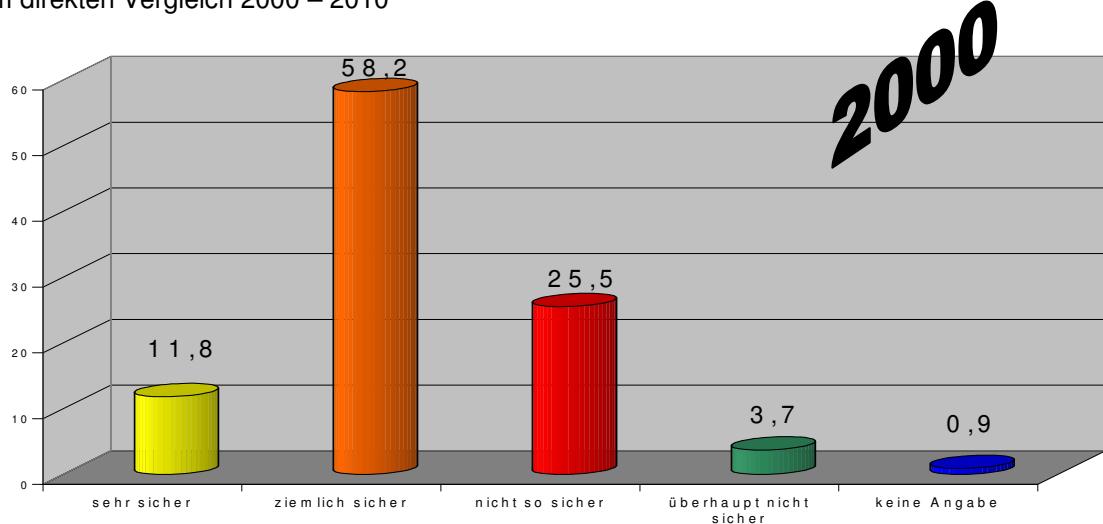
Sicherheitsempfinden der Bevölkerung im Bereich Dir 7

	Sehr sicher		Ziemlich sicher		Nicht so sicher		Überhaupt nicht sicher		Keine Angabe	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
2010	2	5,1	28	71,8	5	12,8	2,6	2,6	3	7,7
2000	238	11,8	1174	58,2	514	25,5	74	3,7	18	0,9

Im Jahre 2000 fühlen sich 11,8 % der Befragten „sehr sicher“ und 58,2 % „ziemlich sicher“. In den letzten zehn Jahren sinkt zwar das Befinden „sehr sicher“ um über die Hälfte. Dennoch vergeben 71,8 % die Note „ziemlich sicher“, was eine Steigerung von 13,6 % darstellt. Dementsprechend ist der Anteil der Bevölkerung, welcher sich „nicht so sicher“ bzw. „überhaupt nicht sicher“ fühlt, deutlich gesunken.

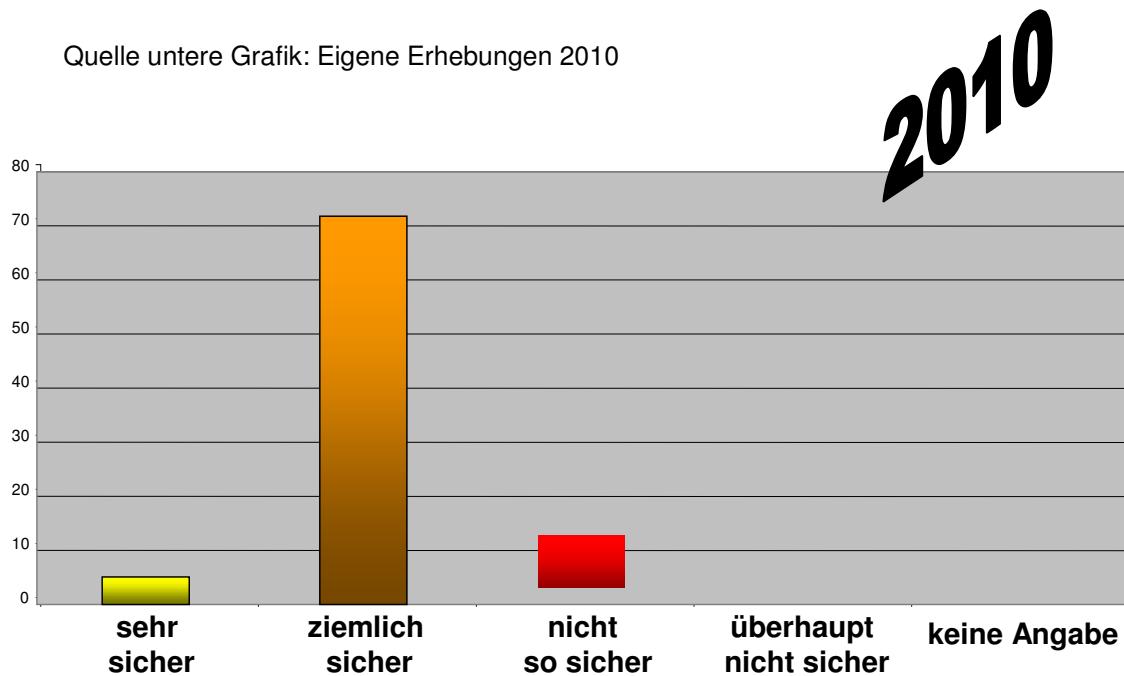
Nachfolgend ist eine grafische Gegenüberstellung der Ergebnisse dargelegt. Gleiche Farben stehen für das gleiche Auswahlkriterium. Die Relation zu den Balken untereinander, der so genannte grafische Verlauf, ist gleich: Am meisten kreuzen die Befragten „ziemlich sicher“ an. An zweiter Stelle steht „nicht so sicher“. Die Extreme „sehr sicher“ (an dritter Stelle bezogen auf die Häufigkeit) und „überhaupt nicht sicher“ für ein absolutes Unsicherheitsgefühl werden am wenigsten ausgewählt. Keine Angaben zu dieser Frage machen 2000 noch nicht einmal ein Prozent der Befragten, 2010 sind es 7,7 %.

Sicherheitsempfinden der Bevölkerung im Bereich der Direktion 7 in %
im direkten Vergleich 2000 – 2010



Quelle obere Grafik: Thiele, „Wir wollen, dass Sie sich in Ihrem Bezirk sicher fühlen“, 2000, S.3

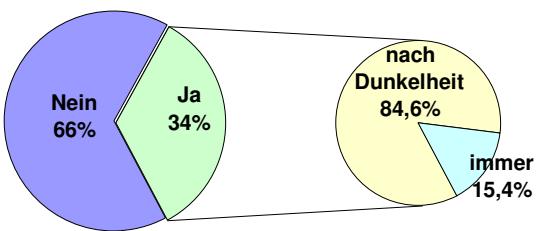
Quelle untere Grafik: Eigene Erhebungen 2010



Meiden von Örtlichkeiten

2000 antworten noch 978 (48,5 %) der Befragten auf die Frage: „Meiden Sie bestimmte Örtlichkeiten?“ mit „ja“. 94% davon halten sich nach Einsetzen der Dunkelheit in diesen Räumen nicht mehr auf.

Meiden von Örtlichkeiten in %



Quelle: Eigene Erhebung 2010

Vergleicht man dies mit dem Diagramm der Statistik 2010 rechtsseitig, so wird deutlich, dass 13,5 % weniger Angst vor bestimmten Örtlichkeiten haben. Meidet eine geringere Anzahl von Personen in den Abend- bzw. dunklen Nachtstunden gewisse Straßen und Plätze, so steigt die Zahl derer, die sich dort auch am Tage unsicher fühlen.

Laut Auswertung 2000 werden als solche „Angsträume [...] zuforderst Parkanlagen, der ÖPNV (hier besonders die Bahnhöfe der S- und U- Bahn) und unbelebte Straßen/Plätze bei einsetzender Dunkelheit benannt“²⁵. Diese sind die gleichen, wie in der aktuellen Umfrage. Besonders hervorgehoben werden die Niemecker Straße und die Jan- Petersen- Straße.

Nachfolgend gelten stets die prozentualen Angaben für einen Anteil Derer, welche bezüglich des Meidungsverhältnisses mit „ja“ geantwortet haben.

Als Hauptgründe für das Meidungsverhalten ist 2000 Unsicherheitsgefühl/Angst allgemein mit 294 Stimmen (30,06 %), Jugendgruppen (115/ 11,76 %) und Straftaten/Kriminalität (81/ 8,28 %) angegeben worden. Diese Hauptgründe entsprechen auch dem aktuellen Trend.

Allerdings variieren die prozentualen Anteile der Antworten im Vergleich zwischen den Befragten aus 2000 und 2010 sowie der von gesamt Berlin. Dabei ist kein vergleichbarer Kurvenverlauf erkennbar. Die Ängste liegen im Einzelnen nach 10 Jahren grundsätzlich über dem prozentualen Anteil der Antworten damals. Allein die Furcht vor Kriminalität und Straftaten wie Schlägereien, Körperverletzung und Überfällen hat sich versechsacht.

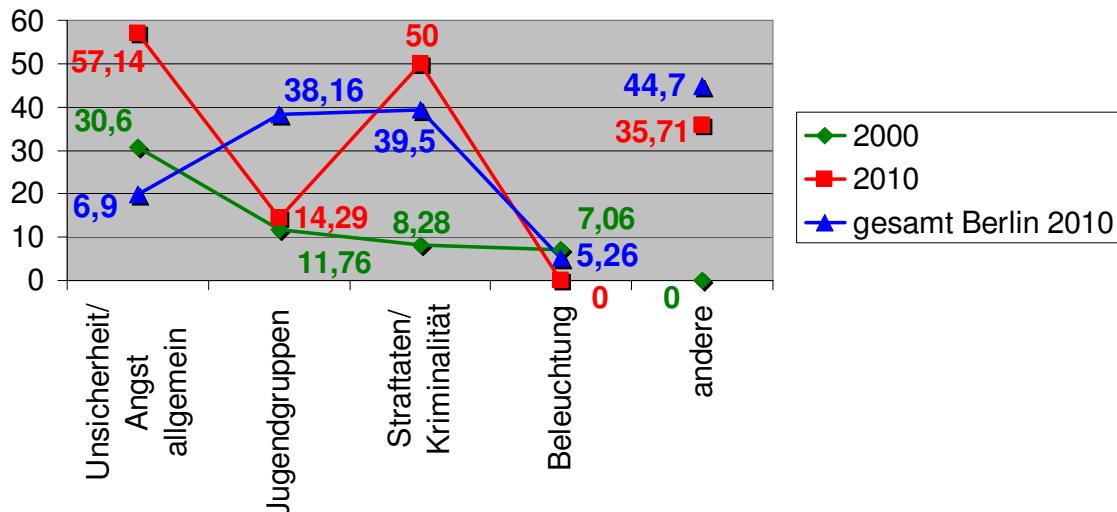
Grund für solch einen Verlauf kann sein, dass die Anzahl der Befragten der ehemaligen Direktion 7 für die aktuelle Statistik derart gering ist, dass nur sehr schwer eine vergleichbare Tendenz abzulesen ist.

Selbst die Kurve für ganz Berlin sieht gänzlich anders aus. Traurige Höhepunkte bilden die Furcht vor aggressiven Jugendgruppen (38,16 %) und die Angst, Opfer einer Straftat zu werden (39,5 %). Fast jeder Vierte der Hauptstadt befürchtet, angepöbelt und/ oder überfallen zu werden.

²⁵ Vgl. Thiele, „Wir wollen, dass Sie sich in Ihrem Bezirk sicher fühlen“, 2000, S.3.

Hauptsächliche Gründe für das Meidungsverhalten im Vergleich:

Übersicht der angegebenen Gründe für Meidungsverhalten 2010



Quelle: Daten aus eigener Erhebung 2010 im Vergleich mit Thiele, „Wir wollen, dass Sie sich in Ihrem Bezirk sicher fühlen“, 2000

Aus dem Jahr 2000 sind keine Angaben über sonstige Ängste gespeichert. Deshalb werden hier „andere“ Gründe für das Meidungsverhalten separat aufgeführt (Berlin: 44,7%, ehemalige Dir 7: 35,71%). Bei der Statistik heute fällt auf, dass die Bevölkerung insbesondere Örtlichkeiten meidet, an denen sich Trinker, Drogenkonsumenten bzw. –Dealer und Personen mit Migrationshintergrund/ Ausländer aufhalten. 33 Berliner (43,42%) befürchten, insbesondere von solchen Gruppen angepöbelt, „angemacht“ oder gar ausgeraubt zu werden. In der ehemaligen Direktion 7 scheint dies auch ein Problem zu sein. 21,42% weichen darum jeglichen Unannehmlichkeiten aus.

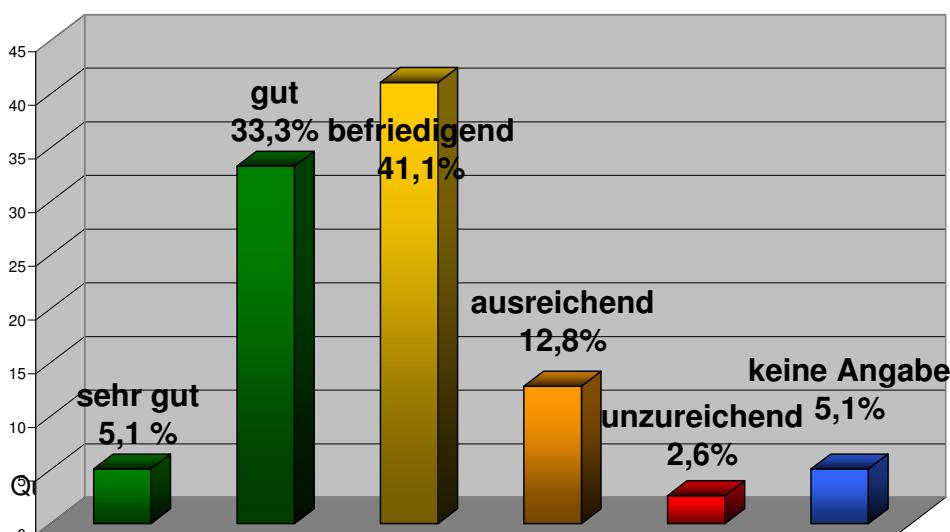
Im Gegensatz dazu rügen von den aktuell Befragten lediglich 4 Personen (5,26 %) aus ganz Berlin eine mangelnde Beleuchtung von Straßen, Plätzen usw. 2000 waren es noch 7,06 % (69). Auf dem Gebiet der ehemaligen Direktion 7 wird das 2010 nicht mehr bemängelt.

Beurteilung der Arbeit der Polizei vor Ort

Ergebnisse in tabellarischer Form:

	sehr gut		gut		befriedigend		ausreichend		unzureichend		keine Angaben	
	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%	N	%
2010	2	5,1	13	33,3	16	41,1	5	12,8	1	2,6	2	5,1
2000	112	5,6	836	41,4	531	26,3	209	10,4	163	8,1	167	8,3

Beurteilung der Arbeit der Polizei in %



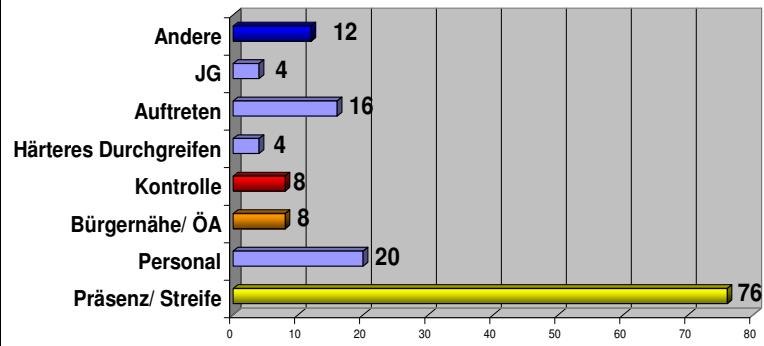
Die noch vor zehn Jahren als „sehr gut“ und „gut“ eingeschätzte polizeiliche Arbeit verliert an Prozent (von 47 % auf 38,4 %). Jedoch ist eine deutliche Stärkung im Bereich „befriedigend“ feststellbar. So bescheinigen vier von fünf Befragten (79,5%) aus den Gebiet der ehemaligen Direktion 7 der Berliner Polizei die Schulnoten 1-3. 2000 waren das lediglich 73,3 %.

Die Unzufriedenheit mit Beamten sinkt um 3,1 % gegenüber der ersten Befragung.

Zu den Gründen für diese Einschätzung ergibt die Statistik nachfolgendes:

Verbesserungs-vorschläge	N	In %
gesamt	25	100
keine Verbesserungs-vorschläge	14	
Präsenz/ Streife	19	76
Personal	5	20
Bürgernähe/ ÖA	2	8
Kontrolle	2	8
Härteres Durchgreifen	1	4
Aufreten	4	16
JG	1	4
Andere	3	12

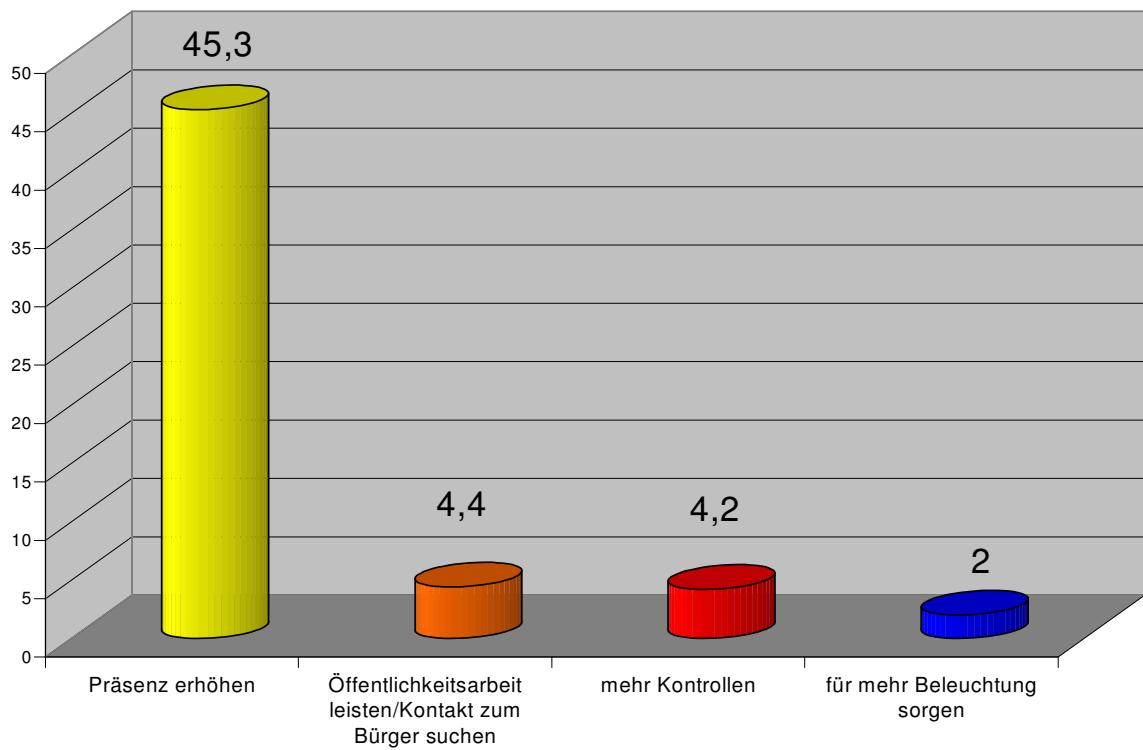
Gewünschte Maßnahmen zur Verbesserung der Arbeit der Polizei 2010 in %



Quelle: Eigene Erhebung 2010

Nachfolgend ist ein Diagramm aus dem Jahr 2000 zu sehen.

Gewünschte Maßnahmen zur Erhöhung des Sicherheitsgefühls 2000 in %



Quelle: Thiele, „Wir wollen, dass Sie sich in Ihrem Bezirk sicher fühlen“, 2000, S.4.

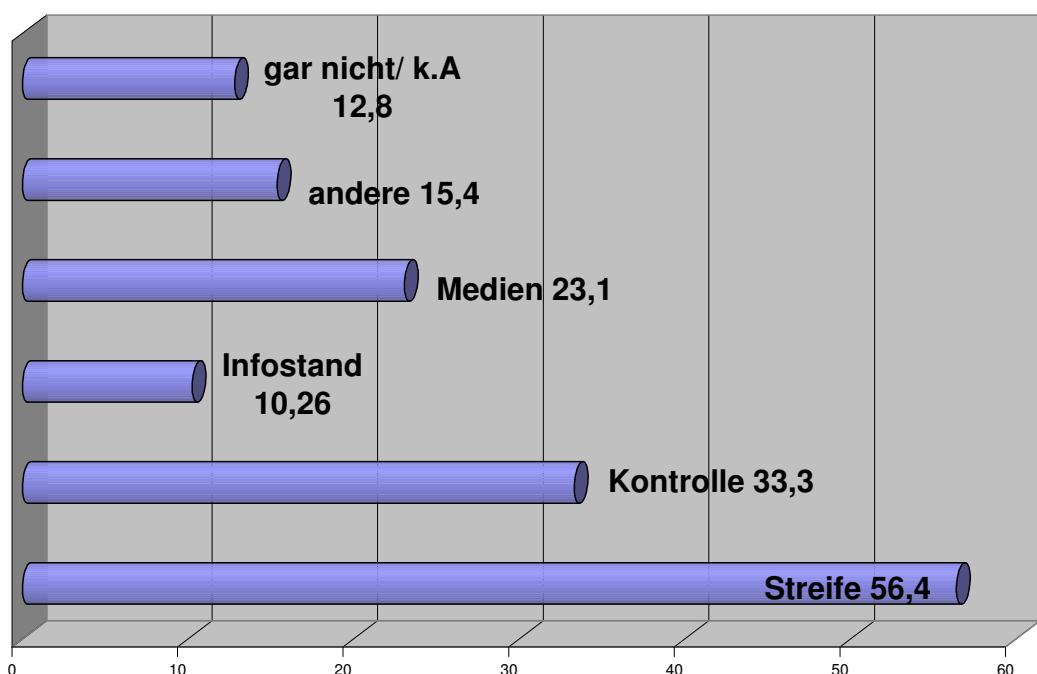
Daraus geht hervor, dass der Wunsch nach Präsenz (gelb) in den letzten zehn Jahren um über 30 % gestiegen ist. Dies ist auch gekoppelt mit der Forderung nach mehr Personal (20%) sowie dem vermehrten Bürgerkontakt (orange).

Unter den „anderen“ gewünschten Maßnahmen verbergen sich, auffallend für Umfrage 2010, unter anderem Forderungen nach einer größeren Anzahl kleinerer Abschnitte. Auch wird die lange Anfahrtszeit bemängelt.

„In den drei zurückliegenden Jahren begegnete Ihnen die Polizei vor Ort durch...“

Die Frage 7, welche lediglich im aktuellen Fragebogen gestellt wurde, ist nachfolgend separat aufgeführt.

Präsenz der Polizei vor Ort laut Auskunft der Befragten in %



Quelle: Eigene Erhebung 2010

Die Antworten besagen, dass die größte Polizeipräsenz ähnlich dem gesamt Berliner Gebiet durch Streifentätigkeit (56,4%, vergleiche 81,2% für alle Direktionen) erreicht wird. Dies bieten mit 33,3 % auch Polizeikontrollen. Leider scheinen Infotage bzw. Infostände oder generell Präventionsprojekte mit 10,26 % weniger bekannt zu sein. Unter „anderes“ werden beispielsweise Polizeieinsätze oder bei einer Anzeigenaufnahme subsumiert.

1.6.4 Zusammenfassung

Umfrageergebnis für ganz Berlin

Fast 80 % der befragten Berliner fühlen sich in ihrem Wohnbezirk wohl. Rund 70 % geben dem Polizeipräsidenten in Berlin (so der offizielle Name der Berliner Behörde) die Schulnote 1-3.

Statistisch gesehen geben über 6 von 10 Menschen an, sich gleichzeitig „sehr sicher“ bis „ziemlich sicher“ zu fühlen und dabei die Arbeit der Polizei für „sehr gut“ bis „befriedigend“ zu beurteilen. Allerdings stellt auch jeder fünfte Befragte mit hohem subjektivem Sicherheitsempfinden den Berliner Beamten ein eher schlechtes Zeugnis aus („ausreichend“ bzw. „unzureichend“). Das zeigt, dass nicht allein die Arbeit der Polizei ausschlaggebend für die subjektive Sicherheit im Raum Berlin ist, diese jedoch maßgeblich mitbestimmt.

Welche Maßnahmen dies im Einzelnen sind und in welcher Form sie Einfluss nehmen, kann die Bürgerumfrage jedoch nicht klären.

Gesteigerte Kriminalitätsfurcht bei Senioren?

Fraglich ist, ob die getätigte Umfrage die These über gesteigerte Kriminalitätsfurcht von Senioren aus Punkt 1.4.2. bestätigen kann.

Von den 218 Befragten zählen je 97 Personen zur Altersgruppe 14-25 und 26-60 Jahre. Über 61 Jahre sind 24 der befragten Personen.

Es stellt sich heraus, dass tendenziell Personen mittleren Alters (26-60) die geringste Kriminalitätsfurcht besitzen. Fast 80 % geben an, sich eher sicher in ihrem Bezirk zu fühlen.

17,5 % fühlen sich „nicht so sicher“. Keine Person bescheinigte absolute Unsicherheit.

Dahingegen äußern befragte Jugendliche im Alter 14-25 Jahre mehr Ängste. Fast jeder Fünfte (19,56 %) gibt an, ein geringes subjektives Sicherheitsgefühl zu haben. „Nur“ 77,4 % fühlen sich relativ sicher in ihrem Wohnbezirk.

Noch größere Unsicherheit empfinden allein Personen über 60 Jahre. Jeder Vierte dieser Altersgruppe fürchtet sich vor Kriminalität. Allerdings muss auch gesagt werden, dass 75 % ein gutes subjektives Sicherheitsempfinden vorweisen.

So kann bestätigt werden, tendenziell Ältere Menschen fühlen sich aufgrund genannter Aspekte eher unsicher.

„Wir wollen, dass Sie sich in Ihrem Bezirk sicher fühlen!“

In den Jahren 1999/2000 wirbt die Direktion 7 mit diesem Slogan und führt eine großflächige Bürgerumfrage durch.

Die Ergebnisse zeigen Defizite in der Städteplanung (dunkle Plätze und Straßen, keine ausreichende Beleuchtung, Unübersichtliches Gelände, abgelegene Parks). Aber auch die Polizei wird kritisiert. 18,5 % halten die Arbeit der Beamten für gerade mal „ausreichend“, wenn nicht „unzureichend“. Die Bevölkerung weiß konkrete Angsträume zu definieren und fühlt sich dort zuforderst unsicher oder fürchtet aggressive alkoholisierte Jugendgruppen. Die Forderung nach mehr Präsenz (45,3 %) und mehr Bürgerkontakt bzw. Öffentlichkeitsarbeit wird laut.

Zehn Jahre später, im Jahr 2010, zeigt der Vergleich der beiden Replikationsstudien, dass sich etwas verändert hat:

- Das subjektive Sicherheitsempfinden steigt gegenüber der älteren Erhebung um 6,9 % auf 76,9 % („sehr sicher“ bzw. „ziemlich sicher“)
- Nur noch 34 % der Befragten aus dem Gebiet der ehemaligen Direktion 7 meiden bestimmte Örtlichkeiten (2000 waren es noch 48,5 %)
- Die Arbeit der Polizei wird insgesamt besser bewertet als noch vor zehn Jahren (Steigung von 6,2 % für die Noten 1-3)
- Der Wunsch nach Präsenz, Bürgernähe und mehr Kontrollen ist drastisch gestiegen.

Das gestiegene Interesse an mehr Präsenz und Bürgernähe kann mit dem Einstellungsstopp der Berliner Polizei 2003-2006 erklärt werden. Die dadurch fehlenden Beamten werden jetzt durch die vermehrten Eintritte in den Ruhestand als schmerzliche Lücke sichtbar. Das mangelnde Personal kann nicht mehr das Maß an Öffentlichkeitsarbeit und Bürgernähe leisten, wie es die Bevölkerung erwartet. Überbelastung und Arbeitsfrust könnten so zu unmotiviertem und unadäquatem Auftreten gegenüber dem Bürger führen.

Zusammenfassend ist zu sagen, dass der Wunsch nach einer bürgernahen Polizei nach wie vor aktuell ist. Dennoch scheint es, als hätten getroffene Maßnahmen der Polizei zur Verbesserung des subjektiven Sicherheitsgefühls eine Verbesserung in den letzten zehn Jahren bewirkt. Bekannt ist, dass Projekte im Zusammenhang mit der Erhöhung der Verkehrssicherheit im Straßenverkehr in der ehemaligen Direktion 7 durchgeführt wurden. Auch hat sich Herr Prof. Knape in seiner „neuen“ alten Direktion 6 für ein Modelprojekt zur Prävention von wiederholter häuslicher Gewalt eingesetzt. Dieses wird seit 2003 erfolgreich in ganz Berlin angewandt. 2000 führte der damalige Abschnittsleiter des A73 Herr Sieber infolge der Ergebnisse der Direktionsumfrage eine Feinumfrage ausschließlich in seinem Abschnittsgebiet durch. Er konnte dadurch Feinprojekte speziell zugeschnitten auf die örtlich sozialen Gegebenheiten abstimmen.

Andererseits darf nicht unerwähnt bleiben, dass auch andere Faktoren dabei eine Rolle spielen. Beispielsweise haben sich in den letzten zehn Jahren die Sozialstrukturen im Bezirk Prenzlauer Berg massiv geändert. Die Viertel dort avancieren von Sozialen Brennpunkten (Punks, Wohnungslose, Hausbesetzer) zum Kultbezirk und werden nun von Studenten, „modernen“ Familien und unabhängigen Firmen bewohnt. Eine neue Sozialkultur entwickelt sich. Dann gibt es in den Bezirken Marzahn- Hellersdorf einen breiten Integrationsprozess von ehemaligen Migranten, die nun deutsche Staatsbürger sind und sich nicht von der übrigen Bevölkerung isolieren. Zusätzlich ist das Rückbau- und Renovierungsprogramm durch die Stadtverwaltung merklich geworden. Die ehemalig tristen Plattenbauten wurden modernisiert und große brache/ bebaute Flächen durch Grünanlagen ersetzt.

Welche Maßnahmen sich nun im Einzelnen auf das subjektive Sicherheitsempfinden der Berliner auswirken, kann durch die Replikationsstudien nicht abschließend geklärt werden. Dennoch ist eine Tendenz zum Besseren erkennbar.

Die Studie konnte, wenn auch nur exemplarisch, zeigen, dass die Berliner Polizei durchaus in der Lage ist, die subjektive Sicherheit der Bevölkerung positiv zu beeinflussen. Sie stellt sogar einen sehr wichtigen Faktor diesbezüglich dar.

Andere Einflussfaktoren, wie die Medien oder persönliche Merkmale, wie Alter und Geschlecht, werden sich nicht ausschalten lassen können und so das Sicherheitsempfinden maßgeblich mit beeinflussen. Allerdings können auch diese Faktoren in ihrem Einflussgehalt minimiert bzw. in eine richtige Richtung gelenkt werden, indem beispielsweise eine gezielte Öffentlichkeits- und Präventionsarbeit in den Bezirken geleistet wird. Auch der Anteil der städtebaulichen Kriminalprävention sollte immer eine hohe Beachtung finden. Die Polizei sollte hier als beratender Partner hilfreich zur Seite stehen.

Erhebliche Sparmaßnahmen des Senats zeigen trotz einer leichten Verbesserung des Sicherheitsempfindens ihre Wirkung. Die Präsenz der Berliner Polizei in ihren Bezirken nimmt zunehmend ab und kann mit der derzeitigen Personaldecke in keiner Weise dem Bild einer „bürgernahen Polizei“ gerecht werden. Es ist anzunehmen, dass sich unter diesen Bedingungen das Sicherheitsempfinden der Bürgerinnen und Bürger in einigen Bezirken deutlich verschletern wird. Hier ist die Politik in besonderem Maße gefordert. Nur so kann die subjektive Sicherheit wirklich nachhaltig positiv beeinflusst werden und eine qualitativ hochwertige Polizeiarbeit, zur Zufriedenheit der Berliner Bevölkerung, geleistet werden.

Ebenfalls wurde deutlich, dass die Polizei eine durchaus lernende Organisation ist, die in ihrem Einflussbereich und mit denen ihr zur Verfügung stehenden finanziellen Möglichkeiten, auf die Bedürfnisse der Bürger reagieren kann und ihre Arbeit dahingehend verbessern kann.

Zum Schluss sei noch einmal darauf hingewiesen, dass unsere Studie nicht repräsentativ ist, da sie die Sozialstruktur nicht abbilden kann. Einen Ausschnitt und eine deutliche Tendenz, kann sie aber allemal aufzeigen und zum Nachdenken und zur weiteren Optimierung der Arbeit der Berliner Polizei anregen.

1.6.5 Literatur- und Quellenverzeichnis

Brenner, Bernhard: Die Messung von Kriminalitätsfurcht im Rahmen von Bürgerbefragungen, S.3-9, Deutsche Hochschule der Polizei, Münster 2007

Dost, Maik: Kriminalitätsfurcht und subjektives Sicherheitsempfinden- einleitende Erkenntnisse, in Berliner Forum Gewaltprävention Nr.12

Lange, Gasch: Wörterbuch zur inneren Sicherheit, S.325-329, 1. Auflage 2006, Vs Verlag

Sekundäranalyse der Allgemeinen Bürgerbefragung der **Polizei in Nordrhein-Westfalen** (2006): Individuelle und sozialräumliche Determination der Kriminalitätsfurcht, S.1-4, Kriminalistisch- Kriminologische Forschungsstelle, Forschungsberichte Nr. 4/2006, LKA NRW

Schewe, Christoph S.: Das Sicherheitsgefühl und die Polizei, S.94-96,2009, Duncker & Humbolt GmbH, Berlin 2009

Schock, Michael: Maßnahmen zur Verbesserung des subjektiven Sicherheitsempfindens des Bürgers, S.7, Landespolizeischule Berlin RAL 95/97, März 1996

Thiele, Dir 7 VkD 03, Direktionsweite Auswertung der Fragebögen „Wir wollen, dass Sie sich in Ihrem Bezirk sicher fühlen“, 10.01.2000

<http://www.stadtolten.info/dl.php/de/20070830142501/ausstellungsplakat1.pdf>,
[Stand 19.11.2010 20:05 Uhr]

2 Respekt und Akzeptanz der Bürger als Resonanz des Auftretens der Berliner Polizei

KKA' in Kristin Haacke, KKA' in Olivia Samulewicz

2.1 THEORETISCHE GRUNDLAGEN	40
2.1.1 STELLENWERT DER POLIZEILICHEN ÖFFENTLICHKEITSARBEIT	40
2.1.2 DER EINFLUSS DER BERLINER POLIZISTEN AUF IHR ÖFFENTLICHKEITSBILD	41
2.1.3 DARSTELLUNG DER POLIZEI IN DEN MEDIEN	41
2.1.4 AUSWIRKUNGEN AUF DAS AKZEPTANZVERHALTEN DER BÜRGER.....	42
2.2 BEZUGSRAHMEN UND METHODISCHE VORGEHENSWEISE	43
2.2.1 UNTERSUCHUNGSGEGENSTAND UND ZIELSETZUNG	43
2.2.2 ERHEBUNGSMETHODE UND BEFRAGUNGSSUNTERLAGEN	43
2.2.3 AUSWERTUNG DER DATEN	44
2.2.4 REPRÄSENTATIVITÄT DER UMFRAGE	45
2.2.5 PROBLEMATIK BEI DER ERHEBUNG	45
2.3 DESKRIPTIVE ERGEBNISSE DER EMPIRISCHEN DATENERHEBUNG	46
2.4 ANALYSE UND LÖSUNGSANSÄTZE.....	51
2.4.1 EINFLUSSFAKTOREN AUF DAS AKZEPTANZVERHALTEN	51
2.4.2 ZIELGRUPPENORIENTIERTE ÖFFENTLICHKEITSARBEIT	51
2.5 SCHLUSSBETRACHTUNG	55
2.6 ANHANG FRAGENKATALOG	57
2.7 LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS	58

2.1 Theoretische Grundlagen

– Polizei, Öffentlichkeitsarbeit und Medien–

2.1.1 Stellenwert der polizeilichen Öffentlichkeitsarbeit

Warum sollte die Berliner Polizei um eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit bemüht sein? Öffentlichkeitsarbeit ist nach innen und nach außen gerichtet. Zielgruppen sind nicht nur die eigenen Mitarbeiter, sondern in erster Linie die Bevölkerung und die Medien. Die Medien sind ein Bindeglied zwischen Bürger und Polizei, denn nicht jeder Bürger hat regelmäßig direkten Kontakt zur Polizei. „Das Vertrauen der Öffentlichkeit und das Image der Polizei nehmen einen zentralen Stellenwert in der Standortbestimmung der Polizei ein.“²⁶ Ziele sind die Imagepflege sowie die Vertrauens- und Verständnisförderung. Die Zusammenarbeit mit dem Bürger – etwa durch ein positives Anzeigeverhalten – ist die Arbeitsgrundlage für die Kriminalitätsbekämpfung aber auch für die Prävention. Für die Polizei sollen durch Öffentlichkeitsarbeit günstigere Bedingungen geschaffen werden, ihren gesetzlichen Auftrag zu erfüllen. Durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit sollen dem Bürger direkt oder über die Medien die Aufgaben und notwendigen Maßnahmen der Polizei nahe gebracht und das Verständnis dafür in der Bevölkerung gefördert werden. Öffentlichkeitsarbeit ist keine Werbung, im Vordergrund steht vielmehr eine offene und objektive Berichterstattung. Das schafft Bürgernähe und Vertrauen in die Institution Polizei. Es darf nie der Eindruck erweckt werden, die Polizei wolle etwas verschleiern oder zurückhalten. „Hohe Vertrauenswerte in der Bevölkerung sind nicht nur für das institutionelle Selbstwertgefühl der Polizei und für die Befriedigung ihres Legitimationsanspruchs an die Bevölkerung wichtig: Vertrauen ist auch eine basale Ressource polizeilicher Effizienz, denn „Ohne Zustimmung und Unterstützung durch die Bürger ist in demokratischen Rechtsstaaten keine erfolgreiche Polizeiarbeit möglich.“²⁷

²⁶ http://books.google.de/books?id=BRU_QCYh-BcC&pg=PA415&lpg=PA415&dq=Polizei+in+der+%C3%96ffentlichkeit&source=bl&ots=bXn5eb4Xoe&sig=nn7C44GJkWXr-e7UYtL4-SOfWvl&hl=de&ei=WFjwSqWNAZPm-QbxkbnwBw&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=6&ved=0CBIQ6AEwBQ#v=onepage&q=Polizei%20in%20der%20%C3%96ffentlichkeit&f=false, S. 415, Stand: 21.09.2010.

²⁷ http://books.google.de/books?id=BRU_QCYh-BcC&pg=PA415&lpg=PA415&dq=Polizei+in+der+%C3%96ffentlichkeit&source=bl&ots=bXn5eb4Xoe&sig=nn7C44GJkWXr-e7UYtL4-SOfWvl&hl=de&ei=WFjwSqWNAZPm-QbxkbnwBw&sa=X&oi=book_result&ct=result&resnum=6&ved=0CBIQ6AEwBQ#v=onepage&q=Polizei%20in%20der%20%C3%96ffentlichkeit&f=false, S. 415, Stand 21.09.2010.

2.1.2 Der Einfluss der Berliner Polizisten auf ihr Öffentlichkeitsbild

Das Verhalten der Polizisten im Kontakt mit dem Bürger erfordert eine Gratwanderung zwischen Bürgerfreundlichkeit und notwendigen polizeilichen Maßnahmen. Polizeiliches Einschreiten, das im Einzelfall nach dem im Strafrecht geltenden Legalitätsprinzip und andere gesetzliche Handlungsverpflichtungen notwendig ist, hinterlässt meistens einen nachhaltigen Eindruck. Der klare Gesetzesauftrag der Polizei macht somit einen bürgernahen oder freundlichen Umgang oftmals nicht einfach. Öffentlichkeitsarbeit fängt bei jedem Polizisten selbst an, der durch sein Verhalten und Auftreten das Image der Berliner Polizei beeinflussen kann. Jeder Polizeibeamte leistet damit in seinem täglichen Dienst eine Art der Öffentlichkeitsarbeit. Die Basis für eine sich gegenseitig akzeptierende und respektierende Gesellschaft bilden vertrauensbildende Maßnahmen der Polizei, d.h. eine nach innen und nach außen gerichtete Öffentlichkeitsarbeit, um Akzeptanz und Transparenz der Behörde sowohl bei den eigenen Mitarbeitern als auch bei der Bevölkerung zu schaffen. Kann sich der einzelne Beamte besser mit der Behörde identifizieren und ist motiviert seine Aufgaben zu erfüllen, so wirkt sich das auch positiv auf die Bevölkerung aus.

2.1.3 Darstellung der Polizei in den Medien

In der heutigen Gesellschaft werden an die Polizei sehr hohe Anforderungen gestellt, denn sie steht immer mehr im Blickpunkt der Öffentlichkeit. Durch den Einsatz neuer Medien z.B. das Filmen von Polizeieinsätzen mit dem Handy und das anschließende Hochladen der Aufnahmen in einschlägige Internetplattformen, wie Youtube, ist das Handeln und Auftreten der Polizei einer ständigen Kontrolle ausgesetzt. Das Bild, welches die Polizei in der Öffentlichkeit hat, ist sehr kritisch zu betrachten. Es ist unter anderem davon abhängig, welche Vorstellungen von und in den Medien oder anderen seriösen oder unseriösen Quellen erzeugt werden. Die Medien stellen als sogenannte „vierte Gewalt“ (Pressefreiheit) einen Haupteinflussfaktor auf die Bevölkerung dar. Die mediale Darstellung der Polizei ist sehr unterschiedlich. „Wenn es um Polizei und Medien geht, fällt regelmäßig der Ausdruck „Spannungsverhältnis“.“²⁸ In Frage gestellt sei an dieser Stelle auch eine sachliche Berichterstattung durch die Medien. Nicht selten kommt es vor, dass aus einem der Polizeilichen Kriminalstatistik entnommenen Anstieg der Fallzahlen in den Boulevardmedien durch undifferenzierte Auswertung ein Anstieg der Kriminalität wird, um gewisse Szenarien spannender darzustellen.²⁹ Die Mehrzahl der Bevölkerung, die einschlägige Boulevardmedien bevorzugt, erhält dadurch ein verzerrtes Bild der Wirklichkeit.

²⁸ <http://www.hintergrund.de/20080212174/hintergrund/medien/freund-und-verfolger.html>, Stand: 20.09.2010.

²⁹ In diesem Sinne: <http://www.hintergrund.de/20080212174/hintergrund/medien/freund-und-verfolger.html>, Stand: 20.09.2010.

Auf der anderen Seite tragen „Zur medialen Unterstützung der Polizeien [...] seit Jahrzehnten zudem Sendungen wie „AKTENZEICHEN XY ungelöst“ und entsprechende Formate der Privatsender bei. Dank der Schwemme an (fiktionalen) Krimis dürfte es keine öffentliche Behörde geben, die häufiger als die Polizei in den Medien präsent ist. Dabei gerät die Darstellung regelmäßig positiv, denn am Ende ist der Fall gelöst, die Rechtsordnung wiederhergestellt und das Rechtsgefühl gestärkt.“³⁰

2.1.4 Auswirkungen auf das Akzeptanzverhalten der Bürger

Die Bürger haben eine mitunter sehr konkrete Vorstellung von der Polizei, selbst wenn sie die Polizei im Alltag nur wahrnehmen ohne selbst mit ihr in Kontakt zu kommen.³¹ Angesichts der zahlreichen Einflussgrößen auf das Akzeptanzverhalten der Bürger ist im Rahmen dieser empirischen Datenerhebung mit einer geringen Akzeptanz der Bürger zu rechnen, woraus sich **folgende zentrale Arbeitshypothese** formulieren lässt:

Es ist anzunehmen, dass die Berliner Polizei aufgrund des mangelnden Akzeptanzverhaltens der Bürger ihr Bild in der Bevölkerung durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit optimieren sollte.

³⁰ <http://www.hintergrund.de/20080212174/hintergrund/medien/freund-und-verfolger.html>, Stand: 20.09.2010.

³¹ Linssen, Ruth/Pfeiffer, Hartmut, Polizei – Außendarstellung in Öffentlichkeit und Medien, S 5.

2.2 Bezugsrahmen und methodische Vorgehensweise

2.2.1 Untersuchungsgegenstand und Zielsetzung

Ziel dieser Arbeit ist es, die o.g. Arbeitshypothese zu verifizieren oder zu falsifizieren sowie die Entwicklung von Ansätzen zur Verbesserung der polizeilichen Öffentlichkeitsarbeit. In diesem Zusammenhang soll auf die spezifische Alltagspraxis der Polizisten im Umgang mit dem Bürger sowie auf die Öffentlichkeitsarbeit der Berliner Polizei und die Darstellung der Polizei in den Medien eingegangen werden. Dazu ist im Rahmen einer umfangreichen Akzeptanzanalyse im **3. Teil** der Arbeit zu überprüfen, wie sich das Verhältnis zwischen Bürger und Polizei darstellt und wie das Verhalten zu begründen ist. Im **4. Teil** werden auf Grundlage der ermittelten Einflussfaktoren sowie mit Hilfe der Anregungen und Verbesserungsvorschläge der Umfrageteilnehmer zielgerichtet Lösungsansätze für ein optimales Miteinander zwischen Polizei und Bürger entwickelt. Der **5. Teil** ist einer abschließenden Betrachtung der Ergebnisse sowie der Beurteilung der zentralen Arbeitshypothese gewidmet.

2.2.2 Erhebungsmethode und Befragungsunterlagen

Die Untersuchungen dieser Arbeit wurden im Wesentlichen mit Hilfe empirischer Methoden in Form von verschiedenen Erhebungsinstrumenten der Befragung durchgeführt.

Um die zentrale Arbeitshypothese argumentieren zu können, war es erforderlich eine Akzeptanzanalyse durchzuführen. Dazu wurde ein Fragebogen mit halbstandardisierten Fragen für die Bürger erarbeitet. Im Rahmen einer empirischen Fallstudie sollte eine starke Aussagekraft für die Erläuterung der zentralen Fragestellung erreicht werden.

Die Datenerhebung erfolgte durch Versand der Fragebögen per E-Mail sowie durch persönliche Befragung an öffentlichen Orten. Die Befragenden stellten sich als Studenten der Hochschule für Wirtschaft und Recht vor. Für die Beantwortung der Fragen wurde den Befragten uningeschränkte Anonymität zugesichert. Die per E-Mail beantworteten Fragebögen wurden unter laufenden Nummern gespeichert. Bei der persönlichen Befragung ergaben sich keine Probleme bezüglich der Wahrung der Anonymität. Rückschlüsse auf die Person waren nicht zulassen. Die Beantwortung der Fragen dauerte im Durchschnitt acht Minuten.

Der Fragebogen ist in drei Abschnitte gegliedert. Der erste Abschnitt enthält allgemeine standardisierte Fragen zur Person (Geschlecht, Altersgruppe, Beruf, Postleitzahl und Direktionszugehörigkeit des Wohnortes). Der zweite Abschnitt beinhaltet standardisierte Fragen zur Berliner Polizei, wie etwas Erfahrungswerte, Einschätzung des Verhaltens und der Eigenschaften der Polizisten sowie das Respektverhalten des Befragten. Im dritten Abschnitt war dem Befragten die Möglichkeit gegeben, Anregungen und Verbesserungsvorschläge aufzuführen.

2.2.3 Auswertung der Daten

Die Häufigkeiten und Zusammenhänge des Akzeptanzverhaltens wurden aus den halbstandariserten Fragen der Umfragebögen mit Hilfe von Microsoft Excel ausgewertet werden. Insgesamt wurden 200 Personen gebeten an der Umfrage teilzunehmen, davon beantworteten 124 Personen den Fragebogen. Damit liegt die Rücklaufquote bei 62 %. 80 Personen wurden per E-Mail kontaktiert, wovon 60 Fragebögen ausgefüllt wurden, womit die Rücklaufquote auf 75% zu verzeichnen ist. Weitere Umfragen haben auf dem Alexanderplatz, am Bahnhof Zoologischen Garten sowie in der Umgebung des Treptower Parks stattgefunden, die jeweils ca. zwei Stunden dauerten. An den jeweiligen Standorten wurden 120 Personen gebeten an der Umfrage teilzunehmen. 64 Personen beantworteten die Fragebögen, womit die Rücklaufquote bei 53,3 % liegt. An dieser Stelle wurde auf die Dokumentation, welche Anzahl an Personen pro Standort befragt wurden, verzichtet, da für die Umfrage nur der Wohnort und nicht der Ort der Befragung von Relevanz war.

Der Kreis der Befragten beschränkte sich auf dauerhaft in Berlin wohnhaften Personen. Für die Umfrage mussten daher Personen, die nicht in Berlin wohnten, abgelehnt werden, die Zahl deren belief sich auf 30 Personen. 20 Personen antworteten nicht auf die per E-Mail versandten Fragebögen und 26 äußerten ihr Desinteresse bei Befragung auf öffentlichem Straßenland.

2.2.4 Repräsentativität der Umfrage

Die Rücklaufquote ist mit 62% (124 von 200 Befragten), entgegen der Erwartungen, recht hoch. Die Ablehnung einer Befragung einiger kontaktierter Personen kann damit begründet werden, dass der „Normalbürger“ selten Kontakt zur Polizei hat und demzufolge eine Beantwortung der Fragen seiner Meinung nicht gewinnbringend sei. Bei der Befragung auf öffentlichem Straßenland ergab sich zusätzlich das Problem, dass eine Teilnahme an der Umfrage aus zeitlichen Gründen abgelehnt wurde.

Das Ergebnis erhebt mit 124 Befragten Berlinern keinen Anspruch auf Repräsentativität. Es zeigt lediglich in einigen Punkten eine Tendenz für das Akzeptanzverhalten der Bürger. Die Reliabilität der Umfrage sei damit in Frage gestellt.

2.2.5 Problematik bei der Erhebung

Während der Erhebung der Daten konnten trotz aller o.g. Möglichkeiten, dem entgegenzusteuern, Fehlerquellen nicht ausgeschlossen werden.

So konnte nicht vermieden werden, dass bei den persönlichen Umfragen an den jeweiligen Standorten die Befragten durch den Befragenden unbewusst beeinflusst wurden. Für die Emailumfrage ergab sich die Problematik, dass die Befragten meist wussten, dass die Verfasser Angehörige der Berliner Polizei sind, da der Versand an bekannte Personen der Verfasser erfolgte. Aufgrund dessen war hier sowohl mit einer positiven Rücklaufquote als auch mit überwiegend positiven Antworten zu rechnen, was sich auch bestätigte.

Für die Befragenden nahm die Umfrage an den jeweiligen Standorten insbesondere durch kontaktfreudige und redebedürftige Personen viel Zeit in Anspruch und dehnte die Befragung erheblich aus.

Den Befragten wurde offen gelassen, Mehrfachantworten bei den standardisierten Fragen abzugeben. Daraus ergab sich das Problem, dass einige Fragen oftmals mit „Positiv“ und „Negativ“ beantwortet wurden. Diesen widersprüchlichen Antworten wurde in der Auswertung unter Punkt 2 bei der ersten sowie dritten Frage mit einer zusätzlichen Kategorie ‚beides‘ entgegengesteuert. Bei den restlichen Fragen gaben die Befragten an, dass die Antwortoptionen zu eingeschränkt seien und sie ungern eine „ja“- oder „nein“- Antwort geben wollten. Sie entschieden sich trotz dessen für eine von beiden Antwortmöglichkeiten. Hierin könnte sich eine tendenzielle Verfälschung des Ergebnisses bezüglich der Fragestellung ergeben haben. Dem hätte entgegengewirkt werden können, in dem eine weitere Antwortvorgabe wie ‚beides‘ bzw. Antworten in Form von Ziffern eingefügt worden wären.

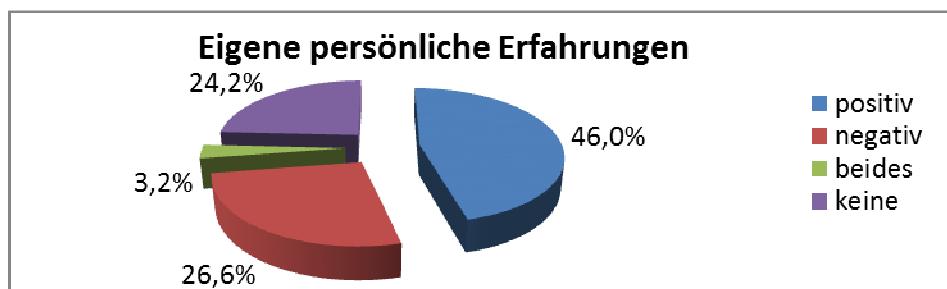
Eine weitere Schwierigkeit ergab sich aus dem Verständnis der Fragen. Nicht jeder Bürger verstand die Fragen so wie sie von den Verfassern intendiert waren. Eine konkrete und eindeutige Formulierung der Fragen hätte gewährleistet, dass jeder Bürger sie im gleichen Sinne versteht.

2.3 Deskriptive Ergebnisse der empirischen Datenerhebung

– Akzeptanzanalyse –

Insgesamt nahmen 124 Personen an der Umfrage teil. Davon haben 46% (57 Antworten) positive persönliche Erfahrungen mit der Berliner Polizei gesammelt. 26% (33 Antworten) hingegen gaben an, keine guten Erfahrungen mit der Polizei gemacht zu haben. Sowohl positive als auch negative Erfahrungen hatten 3,2 % (4 Antworten). Bei 24,2% der Befragten (30 Antworten) konnten bisher keine eigenen Erfahrungen mit der Polizei verzeichnet werden.

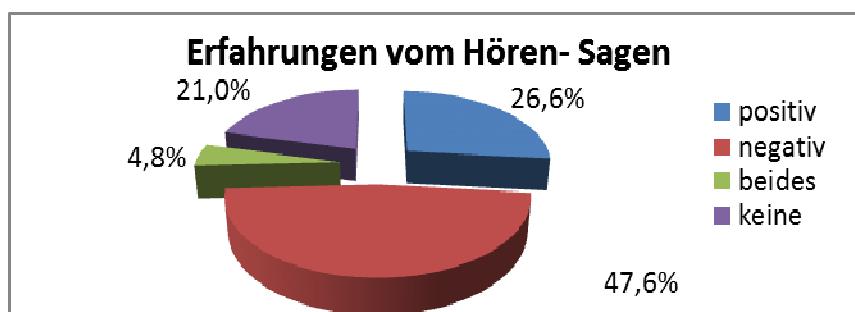
Eigene persönliche Erfahrungen mit der Polizei



Quelle: Eigene Datenerhebung 2010

Sehr ins Gewicht fallen 47,6% (59 Antworten), die durch Dritte – Mitmenschen und Medien – von negativen Ereignissen mit der Polizei erfahren haben. Nur 26,6% (33 Antworten) hingegen haben vom Hören- Sagen positiven Erfahrungen verzeichnet. Keine Erfahrungen aus zweiter Hand sammelten auch hier ähnlich wie bei den eigenen Erfahrungen 21% (26 Antworten). 4,8% (6 Antworten) berichteten sowohl über positive als auch negative Erfahrungen vom Hören- Sagen.

Erfahrungen vom Hören- Sagen



Quelle: Eigene Datenerhebung 2010

Über die Hälfte der Befragten (65 Antworten) sind mit der Berliner Polizei *zufrieden*. Nur 19,4% (24 Antworten) sind unzufrieden. Ein hoher Anteil der Befragten (35 Antworten) konnte zu dieser Kategorie keine Antwort geben. Dies kann damit begründet werden, dass bisher keine posi-

tiven oder negativen Erfahrungen mit der Polizei gemacht wurden. Entscheidungsschwierigkeiten der Befragten bei der Beantwortung, auch im Zusammenhang mit dem bereits geschilderten Mangel an Antwortmöglichkeiten, konnten an dieser Stelle nicht ausgeschlossen werden.

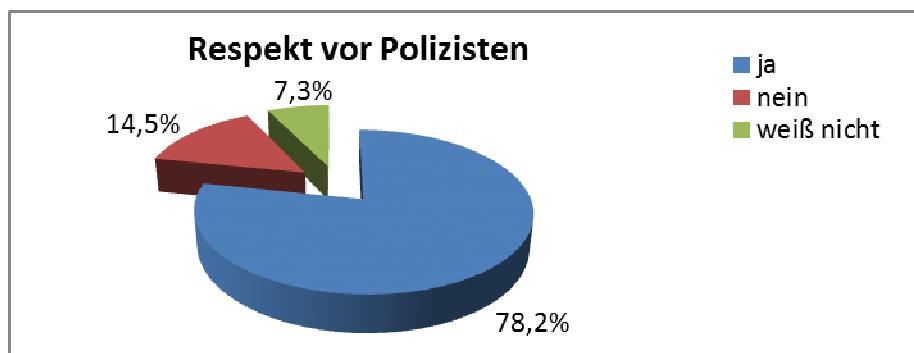
Zufriedenheit mit der Polizei



Quelle: Eigene Datenerhebung

Entgegen der Erwartungen fällt das *Respektverhalten* mit über Dreiviertel der Befragten (97 Antworten) positiv aus. Hier könnte ein Widerspruch in den Antworten der Befragten zu den gesammelten Erfahrungen bestehen. Möglich ist auch, dass diese Erfahrungen unabhängig sind vom Respektverhalten gegenüber der Polizei. Nur 14,5% (18 Antworten) gaben an, keinen Respekt vor den Berliner Polizisten zu haben. Keine Antwort auf die Frage hatten 7,3% (9 Antworten).

Respekt vor Polizisten



Quelle: Eigene Datenerhebung

Fast die Hälfte der Befragten (61 Antworten) empfindet das *Verhalten der Polizisten* als positiv. Dies liegt im Einklang mit dem Respektverhalten, könnte jedoch wie oben beschrieben im Widerspruch zu den gesammelten Erfahrungen stehen. Der Anteil der Befragten, die das Verhalten der Polizei als negativ betrachten, ist mit 29% (36 Antworten) dennoch recht hoch. Hier zeigt sich, dass die Verhaltensweisen der Polizisten nicht direkt abhängig vom Respektverhalten der Bürger sind. So kann ein Bürger mit den Verhaltensweisen eines Polizisten unzufrieden

sein, dennoch Respekt vor seiner Arbeit haben. 21,8% (27 Antworten) der Befragten sind unentschlossen die Frage eindeutig zu beantworten.

Verhalten der Polizisten



Quelle: Eigene Datenerhebung

Die Frage nach dem äußereren Erscheinungsbild der Polizisten ist klar abzugrenzen vom Verhalten der Polizisten und betrifft hier lediglich die optische *Erscheinung* der Polizisten. Weit über die Hälfte (74 Antworten) betrachtet das äußere Erscheinungsbild als positiv. Dies ist konform mit der positiven Resonanz auf das Verhalten der Polizisten. 19,4% (24 Antworten) äußerten sich negativ zum äußeren Erscheinungsbild. 21% (26 Antworten) wussten keine Antwort auf die Frage.

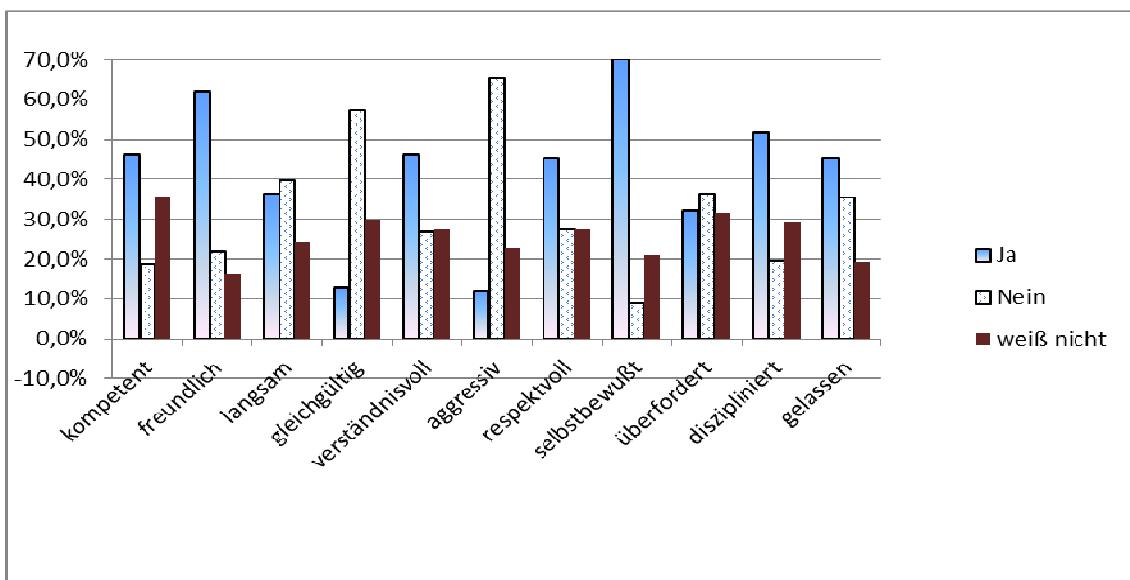
Äußeres Erscheinungsbild der Polizisten



Quelle: Eigene Datenerhebung

Der Abbildung 7 ist zu entnehmen, dass die Befragten den Polizisten eher positive Eigenschaften zu ordnen. So ist ein überwiegender Teil der Befragten der Auffassung, dass die Berliner Polizisten kompetent, freundlich, verständnisvoll, respektvoll, selbstbewusst und diszipliniert sind. Die Polizisten werden weder als aggressiv (fast zwei Drittel) noch als gleichgültig (über 50%) bezeichnet. Weniger signifikante Tendenzen ergaben sich hinsichtlich der Eigenschaften „langsam“ und „überfordert“. Mit einer leichten Tendenz zu einer „Ja“- Antwort ist die Eigenschaft „gelassen“ zu notieren.

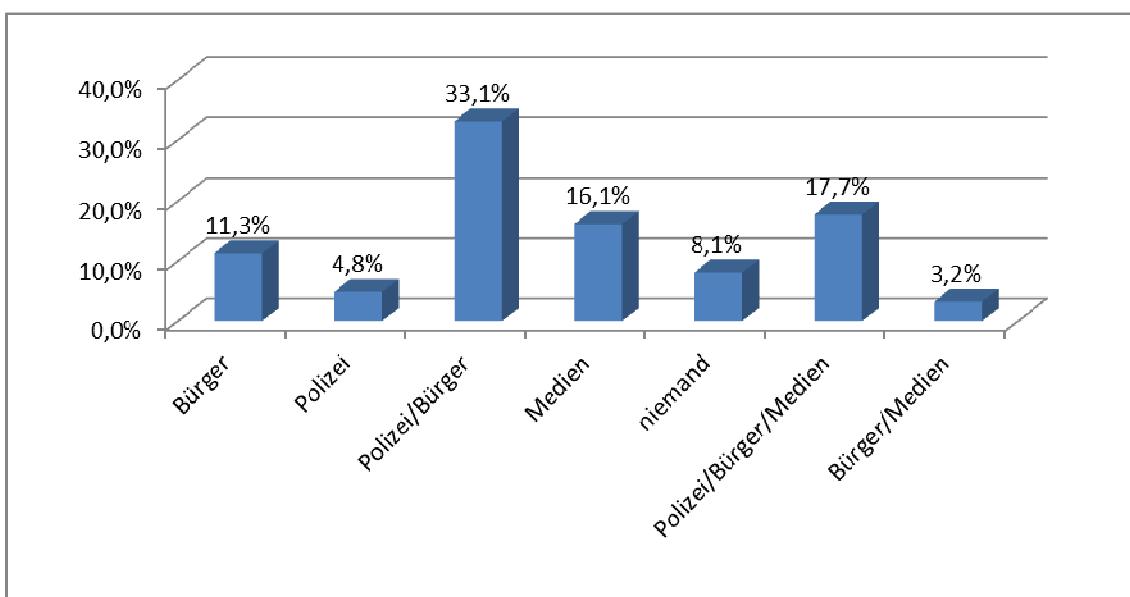
Die Berliner Polizisten sind...



Quelle: Eigene Datenerhebung

Ein Drittel der Befragten sehen die Verantwortung für die gegenseitige Respektlosigkeit in gleichen Teilen bei den Bürgern und bei den Polizisten. Fast 18% geben neben dem Bürger und der Polizei zusätzlich den Medien eine Teilschuld. 16% der Befragten sehen die Gründe allein bei den Medien. Signifikant ist, dass nur circa 5% aller Befragten die Polizei allein für ein mangelhaftes gegenseitiges Respektverhalten verantwortlich macht.

Wer ist verantwortlich für die gegenseitige Respektlosigkeit



Quelle: Eigene Datenerhebung

Bezüglich der individualspezifischen Tendenzen (Geschlecht, Alter, Direktion, Berufsgruppe) ergeben sich nach Gesamtwürdigung der empirisch erhobenen Daten keine signifikanten Abweichungen von den generellen Tendenzen.

Leichte Unterschiede gibt es bei den beiden Geschlechtern; die Frauen weisen ein höheres Akzeptanzverhalten als die Männer auf.

Bei den unterschiedlichen Altersgruppen ist zu erwähnen, dass das Respektverhalten bei den 26- bis 60-Jährigen am stärksten ausgeprägt ist, gefolgt von den unter 25-Jährigen und den über 60-Jährigen als Schlusslicht.

Weniger positiv der Polizei gegenüber gestimmt, sind die Befragten der Direktionen 3 und 4.

Die größten Akzeptanzwerte sind in der Direktion 1 zu verzeichnen.

Insbesondere Schüler, Azubis und Studenten haben ein hohes Akzeptanzverhalten, während Befragte ohne Arbeit in diesem Punkt den geringsten Wert verzeichneten.

2.4 Analyse und Lösungsansätze

– Beurteilung des Akzeptanzverhaltens –

2.4.1 Einflussfaktoren auf das Akzeptanzverhalten

Die Ergebnisse der Akzeptanzanalyse zeigen, dass die Bürger gegenüber der Polizei in ihrer Gesamtheit positiv eingestellt sind und das Respektverhalten unerwartet hoch ist, wobei das Akzeptanzverhalten bei den unterschiedlichen befragten Gruppen unterschiedlich variiert.

Nach Gesamtbetrachtung der Antworten und Verbesserungsvorschläge der Befragten haben sich drei wesentliche Einflussfaktoren auf das allgemeine Akzeptanzverhalten herausgebildet. Während die eigenen persönlichen Erfahrungen – die sich in der Regel für einen „Normalbürger“ auf wenige Kontakte zur Polizei beschränken dürfen – einen eher untergeordneten Einflussfaktor darstellen, sind es vielmehr Darstellungen von Dritten, insbesondere der Medien, die das Bild der Berliner Polizei formen. Ein weiterer Einflussfaktor stellt das Verhalten der Polizisten selbst dar, dicht gefolgt von ihrem äußeren Erscheinungsbild.

2.4.2 Zielgruppenorientierte Öffentlichkeitsarbeit

„Eine eigene und aktive Öffentlichkeitsarbeit zu betreiben, gehört mittlerweile zum Standard jeder gut geführten Behörde.“³² „Irgendeine“ aktive Öffentlichkeitsarbeit ist jedoch nicht das Allheilmittel für eine Verbesserung des Images der Polizei in der Gesellschaft. Öffentlichkeitsarbeit kann man nicht „machen“, schon gar nicht ohne konkrete Zielrichtung. Die Berliner Polizei sollte daher weiterhin um eine systematische Öffentlichkeitsarbeit bemüht sein, jedoch zielgruppenorientierter vorgehen. „„Öffentlichkeit“ ist zu einer Ressource modernen Behördenhandelns geworden: Sie verspricht [...] Unterstützung und Akzeptanz.“³³ Die Umfrage zeigt, dass das Akzeptanzverhalten unterschiedlich ausgeprägt ist, weshalb die polizeiliche Öffentlichkeitsarbeit adäquat neu ausgerichtet werden sollte.

Öffentlichkeitsarbeit fängt bei den eigenen Mitarbeitern an

Wenn es um die interne Öffentlichkeitsarbeit geht, scheint eine Zielgruppe bisher stark vernachlässigt worden zu sein: Das sind die eigenen Mitarbeiter. Insbesondere sei an dieser Stelle die prekäre Situation der Berliner Polizeibeamten im bundesweiten Vergleich anzuführen: Personalabbau, Unterbezahlung und ungünstige Schichtmodelle sind nur einige von vielen Motivationsblockern für die Berliner Polizeibeamten. Vor diesem Hintergrund hat die Berliner Polizei bereits jetzt schon neben dem im 1. Teil beschriebenen klaren Gesetzesauftrag der Polizei, der

³² <http://www.hintergrund.de/20080212174/hintergrund/medien/freund-und-verfolger.html>, Stand 20.09.2010.

³³ S. Rn. 32

ein bürgerliches Verhalten oftmals nicht zulässt, das Motivationsproblem ihrer eigenen Mitarbeiter zu lösen. Die Polizeibeamten selbst sind der direkte Kontakt zum Bürger und hinterlassen meist einen nachhaltigen Eindruck. 18% der Befragten der Umfrage geben an, dass das Akzeptanzverhalten der Bevölkerung durch Steigerung der Bürgerfreundlichkeit positiv beeinflusst werden kann. Doch wie kann eine Steigerung der Bürgerfreundlichkeit erzielt werden, wenn sich der einzelne Polizist nicht mehr mit seiner Behörde identifizieren kann und dies – mitunter unbewusst – nach außen kommuniziert und somit das Image der Polizei beeinflusst? Im Rahmen einer zielgruppenorientierten Öffentlichkeitsarbeit besteht bei den eigenen Mitarbeitern besonderer Handlungsbedarf, um das institutionelle Selbstwertgefühl zu stärken und Vertrauenswerte wieder zu erlangen. „Das vornehmliche Ziel der internen Öffentlichkeitsarbeit sollte sein, die eigenen Mitarbeiter über Maßnahmen, Aktivitäten und Ziele der Behörde zu informieren, Akzeptanz und Transparenz für die Mitarbeiter zu schaffen. Gelingt dies, wird sich der Mitarbeiter besser mit der Behörde identifizieren können und motivierter an seine Aufgaben herangehen. So entsteht innerhalb der Behörde ein Wir-Gefühl, die sog. Corporate Identity, die sich dann positiv nach außen hin auswirkt. Um dieses Ziel zu erreichen, ist zunächst einmal eine möglichst umfassende Information der Mitarbeiter erforderlich“³⁴ Dies kann zum Beispiel durch Publikationen (Kompass), Werbeveranstaltungen (Tag der offenen Tür) oder Sozialarbeit (Würdigung verstorbener Mitarbeiter, Betreuung) geschehen. Die Vertrauens- und Verständnisförderung sollte daher nicht allein auf die Bevölkerung ausgerichtet sein, sondern immer mehr auch auf die eigenen Mitarbeiter, die das Vertrauen in ihren Arbeitgeber und Dienstherrn aufgrund der derzeitigen Arbeitsbedingungen zu verlieren drohen. Umso mehr ist es Aufgabe der Vorgesetzten motivationssteigernde Maßnahmen zu treffen und vermehrt auf die Einhaltung der Polizeidienstvorschrift 350 (Verhalten der Polizeibeamten) hinzuwirken. Laut Umfrage führten einige Befragten inkompетentes und inkonsequentes Verhalten der Polizeibeamten an. Ebenso sei an der gesundheitlichen Fitness u.a. in Bezug auf das optische Erscheinungsbild der Beamten zu zweifeln. Grundsätzlich sollten zur Akzeptanzsteigerung Ansatzpunkte bei jedem einzelnen Polizeibeamten gesucht werden.

Einflussnahme auf die Politik

Polizeiliche Öffentlichkeitsarbeit sollte ebenso auf die (Sicherheits-)Politik ausgerichtet sein, die u.a. die Rahmen- bzw. Arbeitsbedingungen der Polizei festlegt. Die Polizeidienstvorschrift 100 fordert in Ziffer 3.14 das „Abstimmen mit eigenen, vorgesetzten und benachbarten Dienststellen sowie mit anderen Behörden und sonstigen Stellen.“ 19 % der befragten Bürger, die im Rahmen der Umfrage Verbesserungsvorschläge anführten, gaben an, dass die Polizei mehr Präsenz zeigen muss. Zudem sei die Polizei oftmals erst nach langer Zeit am Einsatzort. Weitere 19% sehen eine Verbesserung der Qualifizierung der Polizeibeamten als Akzeptanz fördernd. Hier stoßen Vorgesetzte auf ihre Grenzen, da sie aufgrund Personalmangel, ungünstiger Einstellungsvoraussetzungen und eingeschränkter Fortbildungsangebote dieses Problem nicht be-

³⁴ BFF Projektbericht 04-2, Öffentlichkeitsarbeit vom 01. März 2001.

heben können. Der kontinuierliche Personalabbau, die Überalterung der Polizeiangehörigen und die ungünstigen Qualifikationsbedingungen innerhalb der Polizei sind eine Folge jahrelanger Sparmaßnahmen des Berliner Senats. Durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit, indem Vorgesetzte der einzelnen Dienststellen immer wieder Probleme in die höheren Hierarchieebenen kommunizieren, sollte Einfluss auf die Politik genommen werden, um so die Bedingungen für die Erfüllung des gesetzlichen Auftrags der Polizei zu optimieren und damit den Anforderungen der Bürger gerecht zu werden. Im Rahmen der empirischen Fallstudie wurde von den Befragten mehrfach die Optimierung der polizeilichen Behördenorganisation, die Erweiterung polizeilicher Kompetenzen sowie die Bereitstellung finanzieller Mittel für die Polizei gefordert. Einige Bürger haben bereits erkannt, dass mangelndes Akzeptanzverhalten der Bevölkerung nicht den einzelnen Polizisten zugeschrieben werden kann, sondern aufgrund eingeschränkter Handlungsmöglichkeiten politische Ursachen hat.

Angemessene Arbeitsbedingungen – wie sie derzeit in Berlin in Frage gestellt seien – und eine flächendeckende Information, warum bestimmte politische Entscheidungen getroffen werden, steigert das Vertrauen der Polizeibeamten in „ihre“ Behörde und führt wieder zur Identifikation mit ihrem Beruf. Nur durch eine internalisierte positive Selbstdarstellung kann der einzelne Polizeibeamte als Multiplikator fungieren und Akzeptanz auch bei den Bürgern fördern.

Zielgruppe: Bürger

Medien beeinflussen das Leben der Öffentlichkeit und gestalten es maßgeblich. Die Polizei wird sowohl von den Bürgern in der direkten persönlichen Begegnung als auch durch die mediale Darstellung wahrgenommen und beurteilt. Somit ist die externe Öffentlichkeitsarbeit in erster Linie Vertrauenswerbung beim Bürger.

Ein kleinerer Kreis der Bürger macht sich sein eigenes Bild durch den persönlichen Kontakt mit der Polizei, wobei die Bevölkerung in der Regel nur in Ausnahmefällen – etwas als Tatverdächtiger, Geschädigter oder Zeuge – im direkten Kontakt zur Polizei steht. Die Befragung zeigt, dass die Polizei bei der Bevölkerung insgesamt hohe Akzeptanz genießt. Jedoch gibt es signifikante Abweichungen einzelner Gruppen, denen entgegengesteuert werden sollte. Einige Befragte betrachteten zudem das Auftreten der Polizisten in der Öffentlichkeit als kritisch. Bei der Betrachtung der individualspezifischen Tendenzen im Rahmen der empirischen Fallstudie ergeben sich unterschiedliche Akzeptanzverhalten, weshalb es nahe liegt, die polizeiliche Öffentlichkeitsarbeit verstärkt auf einzelnen Gruppen auszurichten. Allgemein ist bekannt, dass Kriminalität eine überwiegend männliche Domäne ist (Berliner Polizeikriminalstatistik 2009: 74,3% sind männliche Tatverdächtige³⁵). So sollte zum Beispiel – ohne jegliche Unterstellung kriminellem Verhaltens der Befragten – in Zusammenarbeit mit polizeilichen Präventionsmaßnahmen verstärkt die Gruppe der Männer, deren Akzeptanzwerte auch in der Umfrage unter den Werten der befragten Frauen liegen, gezielter angesprochen werden. Ähnlich verhält es sich bei den unterschiedlichen Altersgruppen. Die Jugenddelinquenz ist mit einem Anteil der unter

³⁵ Siehe Polizeiliche Kriminalstatistik 2009, S. 118.

21Jährigen an der Gesamtkriminalität mit 22,3%³⁶ recht hoch. In dieser Altersgruppe sind laut Umfrage geringere Akzeptanzwerte zu verzeichnen als in den anderen Altersgruppen. Weiterhin hat die Auswertung der Studie ergeben, dass in der Direktion 3 und Menschen ohne Arbeit ebenfalls weniger Akzeptanz gegenüber der Polizei aufweisen. Hierin ist ein weiterer Ansatzpunkt für eine zielgerichtete Öffentlichkeitsarbeit zu sehen. Erfolgsversprechende Akzeptanz steigernde Maßnahmen der Polizei sind Veranstaltungen, wie zum Beispiel Tage der offenen Tür, auf denen der – sonst eher seltene Kontakt zwischen Bürger und Polizei – gesucht werden kann. Auch auf „Kiez- Ebene“ bietet es sich an, Bürgernähe zu fördern, etwa durch Präventions-, Beratungs- oder Informationsveranstaltungen. Bereits jetzt schon bietet „Der Stabsbereich Öffentlichkeitsarbeit [...] auf Anfrage aus der Bevölkerung Beratung und Hilfe an. Es werden u.a. Besichtigungen von Polizeidienststellen und Veranstaltungen mit kriminalpräventivem Charakter geplant und durchgeführt.“³⁷

Zusammenarbeit mit den Medien

Der weite Kreis der Bevölkerung wird jedoch durch die Massenmedien erreicht. Deshalb sollte die Berliner Polizei bemüht sein, dass die Medien sachlich und fachkompetent über polizeiliche Ziele, auftretende Schwierigkeiten und erreichte Erfolge informieren. In diesem Zusammenhang spielt die Zusammenarbeit der Berliner Polizei mit den Medien eine wesentliche Rolle.

Signifikant waren im Rahmen der empirischen Fallstudie die Anmerkungen der Befragten, dass Vorurteile gegenüber der Berliner Polizei durch eine positive Darstellung in den Medien abbaut werden könnten. Eine weitere und sehr wichtige Zielgruppe der polizeilichen Öffentlichkeitsarbeit sind daher die Medien, die das Bild der Polizei in der Öffentlichkeit je nach Darstellung wesentlich beeinflussen. „Spannungsfelder müssen durch rechtlich korrekten Umgang zwischen Medien und Polizei sowie durch ständige persönliche Kontakte aufgebaut werden.“³⁸ Es hat sich in der Praxis als sinnvoll erwiesen, dass die Berliner Polizei ständige Medienbetreuer bestimmt, die den Kontakt zu den Medien pflegen. „Aus polizeilicher Sicht ist das „Vertrauensverhältnis“ zu Medienvertretern der Schlüssel zu einer erfolgreichen Öffentlichkeitsarbeit.“³⁹ Wie hoch das medien- polizeiliche Vertrauensverhältnis ist, hängt einerseits auch mit der Position und dem Geschick der Medienvertreter der Pressestelle der Berliner Polizei zusammen. Auf der Basis gegenseitigen Vertrauens eröffnen sich auch neue Informationszugänge für Journalisten. Umgekehrt steigt das Vertrauen der Polizei in die Medien, wenn diese sich um eine vorurteilslose Berichterstattung bemühen und solange – aus Polizeisicht – nicht das Falsche berichtet wird.⁴⁰ Der Pressestelle kommt auch dann eine große Bedeutung zu, wenn zum Beispiel eine Falschmeldung der Medien klargestellt werden muss. „Betrachtet man die Konstellation insge-

³⁶ Siehe Polizeiliche Kriminalstatistik 2009, S. 125.

³⁷ <http://www.berlin.de/polizei/bezirk/dir2/praev.html>, Stand 21.09.2010.

³⁸ Weihmann, Kriminalistik, 2008, S. 385.

³⁹ <http://www.hintergrund.de/20080212174/hintergrund/medien/freund-und-verfolger.html>, Stand 20.09.2010.

⁴⁰ In diesem Sinne: <http://www.hintergrund.de/20080212174/hintergrund/medien/freund-und-verfolger.html>, Stand 20.09.2010.

samt, so sind Medien und Polizei eher Verbündete als Kontrahenten.⁴¹ Erfahrungen aus anderen Ländern zeigen, dass Bürgernähe auch dadurch zu erreichen ist, wenn die polizeilichen Ziele öffentlich dargestellt und diskutiert werden.

2.5 Schlussbetrachtung

Aufgrund der unerwartet hohen Akzeptanzwerte der Bevölkerung gegenüber der Polizei, die sich aus der empirischen Fallstudie ergeben, dürfte die Polizei einen hohen Stellenwert in der Bevölkerung genießen. Trotz überwiegend positiver Einschätzung der Polizei zeigen die Bürger jedoch teilweise deutlich Kritik. Allgemein kann nicht davon ausgegangen werden, dass polizeiliches Verhalten immer hingenommen oder sogar begrüßt wird. Es ist daher unumgänglich, die Akzeptanz im Rahmen einer zielgruppenorientierten Öffentlichkeitsarbeit in alle dargelegten Richtungen kontinuierlich zu fördern, denn Akzeptanz entwickelt sich dynamisch. Die Polizei hat nicht vorrangig ein Akzeptanzproblem hinsichtlich der Bevölkerung zu lösen. Vielmehr sind Maßnahmen zu treffen, damit sich nicht ein – sich jetzt schon ankündigender – schleichender Vertrauens- und Akzeptanzverlust, insbesondere bei den eigenen Mitarbeitern, manifestiert. Insofern hat sich die im 2. Teil dieser Arbeit formulierte zentrale Arbeitshypothese nur teilweise bestätigt. Das Akzeptanzverhalten ist einerseits höher als erwartet, andererseits bedarf es einer adäquaten Neuausrichtung der polizeilichen Öffentlichkeitsarbeit, was sich in den durch die Befragten zahlreich angebrachten Kritikpunkten widerspiegelt. Die vermuteten Gründe entsprechender Akzeptanzwerte – die Polizisten und die Medien seien für mangelnde Akzeptanz verantwortlich – können im Endergebnis bestätigt werden, gelten aber nicht als alleinige Einflussgrößen. So sollten nicht nur (weiterhin) die Medien für eine umfassende und sachliche Berichterstattung gewonnen werden. Auf politischer Ebene, aber auch durch die Vorgesetzten, sind Grundlagen zu schaffen, die die Identifikation der Polizeibeamten mit ihrem Beruf fördern; sei es durch die Überwindung von Motivationsbarrieren oder die Optimierung der Arbeitsbedingungen. Nur durch vertrauensvolle Zusammenarbeit sowohl zwischen Polizei und Politik, zwischen Polizei und Medien als auch innerhalb der Behörde steigen auch die Akzeptanzwerte innerhalb der Bevölkerung; sei es durch den direkten Kontakt mit einer motiviert arbeitenden Polizei oder durch eine wirklichkeitsnahe mediale Darstellung der Polizei. Der Bürger muss erkennen, dass in der Polizei auch „nur“ Menschen arbeiten, die auch Fehler bei ihrer Arbeit machen können. Erst wenn die Mehrheit der Bürger die Polizei als „ihre Polizei“ empfinden, kann von einer erfolgreichen Öffentlichkeitsarbeit gesprochen werden.

Öffentlichkeitsarbeit zieht sich wie ein roter Faden durch die gesamte Polizeibehörde. Aufgrund der komplexen Zusammenhänge, sollten Akzeptanz steigernde Impulse sowohl aus der Politik kommen als auch von der Polizeibehörde selbst ausgehen, begonnen im Stabsbereich des Polizeipräsidenten in Berlin und weitergeführt auf Direktions- und Abschnittsebene bis zu den einzelnen Polizeibeamten.

⁴¹ <http://www.hintergrund.de/20080212174/hintergrund/medien/freund-und-verfolger.html>, Stand 20.09.2010.

Zusammenfassend kann formuliert werden, dass sich die Polizei noch gezielter um eine zielgruppenorientierte Öffentlichkeitsarbeit bemühen sollte. Dabei könnten gute polizeiliche Ansätze anderer Länder genutzt werden und eigene innovative Gedanken anderen zur Verfügung gestellt werden. Kriminalitätsprävention und Kriminalitätsbekämpfung versprechen dann den größten Erfolg, wenn alle Parteien vertrauensvoll zusammenarbeiten.

*Die Medien sind bellende Wachhunde der Demokratie,
und die Demokratie ist bekanntlich das beste politische System,
weil man es ungestraft beschimpfen kann.*

[Ephraim Kishon]

2.6 Anhang Fragenkatalog

Fragebogen

zum Thema „Respekt und Akzeptanz des Bürger als Resonanz des Auftretens der Berliner Polizei“
im Rahmen des Projektes „Öffentlichkeitsarbeit der Berliner Polizei“

Die Befragung erfolgt anonym. Das Beantworten der Fragen dauert ca. 8 min.

1. Angaben zur Person

Geschlecht: männlich weiblich PLZ/Ortsteil: [REDACTED]

Altersgruppe: 14-25 26-60 > 61 Direktion: 1 2 3 4 5 6

Beruf: Schüler/Azubi/Student
 berufstätig
 ohne Arbeit
 Rentner

2. Fragen zur Berliner Polizei

Eigene persönliche Erfahrungen mit der Polizei: positiv negativ keine

In welcher Form haben Sie Erfahrungen gemacht? [REDACTED]

Erfahrungen durch Hören-Sagen: positiv negativ keine
Zufriedenheit mit der Polizei: Ja nein weiß nicht

Ich habe Respekt vor Polizisten: Ja nein weiß nicht

Verhalten der Polizisten positiv negativ weiß nicht

Äußeres Erscheinungsbild positiv negativ weiß nicht

Die Berliner Polizisten sind:
kompetent Ja nein weiß nicht
freundlich/hilfsbereit
„langsam“
gleichgültig
verständnisvoll
aggressiv
respektvoll
selbstbewusst
überfordert
diszipliniert
gelassen

Wer ist verantwortlich für die gegenseitige Respektlosigkeit?
 Bürger Polizei beide Medien niemand

3. Anregungen und Wünsche

Was soll/ könnte die Polizei besser machen? [REDACTED]

Wie könnte man die Vorurteile gegenüber der Polizei/ Polizisten abbauen, um gegenseitigen Respekt aufzubauen?

2.7 Literatur- und Quellenverzeichnis

BFF Projektbericht 04-2, Öffentlichkeitsarbeit vom 01. März 2001.

Bundeskriminalamt Wiesbaden, Kriminalistisches Institut (Hrsg.),
Posiege, Petra/ Steinschulte- Leidig, Birgitta (1999).
Bürgernahe Polizeiarbeit in Deutschland, Darstellung von Konzepten und Modellen; Quelle:
<http://www.bka.de/vorbeugung/pub/buergernahepolizeiarbeit.pdf>, Stand 19.09.2010.

Linssen, Ruth/Pfeiffer, Hartmut (Hrsg) (2009), Polizei – Außendarstellung in der Öffentlichkeit und Medien, Verlag für Polizeiwissenschaften.

Der Polizeipräsident in Berlin (2001), Das Bild der Polizei in der Öffentlichkeit, Ein Bild im Wandel, Eine Projektarbeit der 21. Beförderungsfortbildung.

Der Polizeipräsident in Berlin – PPr St 4 Presse- u. Öffentlichkeitsarbeit (2008), Pressearbeit vor Ort, Kurzinformation für Einsatzkräfte.

Der Polizeipräsident in Berlin – PPr St 42 (2006), Leitlinien für die Pressearbeit der Berliner Polizei.

Der Polizeipräsident in Berlin (2009), Polizeiliche Kriminalstatistik.
Der Polizeipräsident in Berlin, Polizeidienstvorschrift 100.

Polizei- Führungsakademie, FB Rechts- u. Sozialwissenschaften (2000), Presse- und Öffentlichkeitsarbeit der Polizei, Seminarschlussbericht.

Weihmann, Robert, Für Studium und Praxis, Kriminalistik, 2008, S. 385.

Publikationen im Internet:

<http://www.hintergrund.de/20080212174/hintergrund/medien/freund-und-verfolger.html>, Stand 20.09.2010
<http://www.berlin.de/polizei/bezirk/dir1/oea.html>, Stand 21.09.2010
<http://www.berlin.de/polizei/bezirk/dir2/praevo.html>, Stand 21.09.2010
<http://www.berlin.de/polizei/bezirk/dir3/oea.html>, Stand 21.09.2010
<http://www.berlin.de/polizei/bezirk/dir4/praevo.html>, Stand 21.09.2010
<http://www.berlin.de/polizei/bezirk/dir5/oateam.html>, Stand 21.09.2010
<http://www.berlin.de/polizei/bezirk/dir6/oea.html>, Stand 21.09.2010

3 Präventionsarbeit der Berliner Polizei

PKA'in Jasmin Gahlich, PKA Johannes Komischke

3.1 EINLEITUNG	60
3.1.1 GRUNDLAGEN	60
3.1.2 AUFGABENFELDER.....	61
3.1.3 FRAGESTELLUNG.....	61
3.1.4 METHODISCHES VORGEHEN.....	62
3.1.5 DEFINITION UND UNTERScheidungskriterien polizeilicher Prävention	62
3.2 PRÄVENTIONSSARBEIT DER BERLINER POLIZEI.....	63
3.2.1 ENTSTEHUNG UND ENTWICKLUNG	63
3.2.2 AUFBAUORGANISATION	65
3.2.3 PRÄVENTIONSSARBEIT AUF ABSCHNITTSEBENE	65
3.2.4 PRÄVENTIONSSARBEIT IN DEN DIREKTIONSSTÄBEN.....	67
3.2.5 PRÄVENTIONSBEAUFTRAGTER IM STABSBEREICH 4 DER DIR ZA	68
3.2.6 PRÄVENTIONSAUFGABEN DER ZENTRALEN SERVICEEINHEIT (ZSE).....	68
3.2.7 FACHDIENSTSTELLEN IM LKA	68
3.2.8 ZENTRALSTELLE FÜR PRÄVENTION IM LKA (LKA PRÄV)	69
3.2.9 PPR STAB 1	69
3.2.10 FACHAUSSCHUSS PRÄVENTION (FA PRÄV).....	69
3.3 ZIELE UND ZIELGRUPPEN.....	70
3.4 KOOPERATIONSPARTNER.....	70
3.5 PROJEKTE	71
3.6 STATISTISCHE ERHEBUNG– AUSWERTUNG UND SCHLUSSFOLGERUNGEN	72
3.7 EINFLUSS DER ÖFFENTLICHKEITSARBEIT	74
3.8 FAZIT.....	74
3.9 ANLAGEN.....	75
3.10 LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS	77

3.1 Einleitung

3.1.1 Grundlagen

Als eine der wichtigsten staatlichen Aufgaben hat die Berliner Polizei aus den Wertevorstellungen unserer Verfassung heraus und nach § 1 Abs. 1 ASOG Gefahren für die Öffentliche Sicherheit oder Ordnung abzuwehren. Auch die bundesweit geltende Polizeidienstvorschrift, die PDV 100 unterstreicht diesen staatlich zugewiesenen Generalauftrag. Demnach hat die Polizei Schäden für Personen und Sachen zu verhüten, zu mindern oder in ihren Folgen gering zu halten.⁴²

Daran orientierte sich auch seit Beginn seiner Amtsführung der derzeitige Polizeipräsident Dieter Glietsch. So stellt seiner Meinung nach „die Verhinderung einer Straftat für jeden einen größeren Nutzen dar, als die Aufklärung und Ahndung einer bereits begangenen Tat.“⁴³ In Zusammenarbeit mit der Freien Universität Berlin ließ er deshalb im Jahr 2003 die Präventionsarbeit verbindlich in einem Präventionskonzept regeln und leitete damit den Wandel von einer rein technischen Beratung zu einer individuell geprägten verhaltensorientierten Prävention ein.

Präventionsarbeit ist Netzwerkarbeit und erfolgt daher in enger Zusammenarbeit und Kooperation mit den unterschiedlichsten in- und externen Einrichtungen.⁴⁴

Prävention ist keine Begleiterscheinung der polizeilichen Arbeit, sondern eine allgemeingültige und langfristige auszulegende Aufgabe. Als Teil der Gefahrenabwehr ist sie integraler Bestandteil des polizeilichen Verantwortungsbereichs und prägend für das Selbstverständnis der Berliner Polizei.

Schon Immanuel Kant sagte: „Alles, was sich nicht zur Publizität eignet, ist unrecht“. Diesem Anspruch versucht die Berliner Polizei bei der Ausübung der Präventionsarbeit gerecht zu werden. Dabei soll das Handeln, im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit, der Bevölkerung offensive und transparent nahe gebracht werden, ohne aber die polizeiliche Tätigkeit zu gefährden.

⁴² Vgl. Polizeivorschrift Führung und Einsatz der Polizei (PDV 100), Nummer 2.1.1.1.

⁴³ Zitat: Festschrift – 200 Jahre Polizeipräsidium, S. 5.

⁴⁴ S. auch Abschnitt 3.2 und 3.4.

3.1.2 Aufgabenfelder

Prävention kann nach Caplan in primäre, sekundäre und tertiäre Prävention unterteilt werden, je nachdem wann die Prävention ansetzt.⁴⁵ Die primäre Prävention beginnt lange vor einem Ereignis. Hier wird nach Risikofaktoren gesucht. Es geht meist nicht darum, eine spezielle Zielgruppe anzusprechen, sondern die gesamte Bevölkerung oder eine Bevölkerungsgruppe. Die sekundäre Prävention versucht durch spezielle Maßnahmen Normverletzungen zu verhindern. Dabei wendet sie sich an bestimmte Zielgruppen, die gezielt beeinflusst werden sollen. Die tertiäre Prävention schließlich greift nach Normverletzungen. Sie dient hauptsächlich der Rückfallvermeidung.

Die Zuständigkeit der Polizei für Aufgaben der Prävention muss sich primär an der Frage orientieren, ob hierfür kriminalistisch-kriminologisch und/oder verkehrssicherheitsbezogene Fachkompetenz erforderlich ist.

Dies ist bei der Primärprävention in der Regel nicht der Fall, da diese in der Kompetenz und Verantwortung der Eltern oder pädagogischen Fachkräfte wie Lehrern oder Erziehern liegt. Die Polizei sollte hier lediglich im Rahmen der Netzwerkarbeit tätig werden.

Auch bei der Tertiärprävention agiert sie eher als Impulsgeber für Programme oder Maßnahmen und unterstützt damit andere originär zuständige Verantwortungsträger.

3.1.3 Fragestellung

Die folgende Arbeit beschäftigt sich somit schwerpunktmäßig mit der sekundären Prävention, wobei auch die primäre und tertiäre Prävention betrachtet werden. Unter Berücksichtigung der Entstehung und Entwicklung ist das heutige Präventionskonzept der Berliner Polizei Inhalt dieser Projektarbeit. Dies resultiert nicht zuletzt aus dem Wandel, der in den letzten Jahren innerhalb der Behörde erfolgte und durch den die Prävention zu einem elementaren Bestandteil des Gesamtkonzeptes und eines jeden Beamten geworden ist.

Länderübergreifende Zusammenarbeit und Vergleiche mit anderen Bundesländern bleiben dabei unberücksichtigt. Es soll vielmehr Überlegungen nachgegangen werden, wie sich die Behörde auf diesem Sektor strukturiert hat, welche Aufgaben und Maßnahmen wahrgenommen und welche Ziele dabei verfolgt werden. Des Weiteren wird sich anhand von durchgeföhrten Umfragen der Frage genähert, wie ein Teil der Bürger Präventionsarbeit bewertet, da sich die polizeiliche Prävention und die Entwicklung neuer Konzepte an ihnen orientieren.

⁴⁵ Vgl. Schubarth, Wilfried: Gewaltprävention in Schule und Jugendhilfe. Theoretische Grundlagen, empirische Ergebnisse, Praxismodelle. Neuwied 2000, S. 130.

3.1.4 Methodisches Vorgehen

Recherche

Die Gewinnung von problem- bzw. zielorientierten Erkenntnissen erfolgte unter der Anwendung von ausgewählter primär und sekundär Literatur, Internetrecherche und Interviews. Das Ergebnis dieser Recherchen floss in die Projektarbeit ein.

Interview

Ein fester Bestandteil des sozialwissenschaftlichen Instrumentariums in der empirischen Sozialforschung stellt das Interview dar.⁴⁶ Dieses wurde in Form der Realkontakt-Befragung gewählt, um der komplexen Thematik dieser Projektarbeit mit einem bestmöglichen und umfangreichen Ertrag bei der Zusammenstellung der Ergebnisse zu begegnen.

Wir suchten Experten auf, die aufgrund ihrer beruflichen Tätigkeit auf fundierte Erfahrungswerte im Bereich der Präventionsarbeit zurückgreifen konnte. Als ausgewählte Experten standen

- Kriminaloberkommissarin Monika Weiß, LKA Präv 217 und
- Polizeihauptkommissarin Ilka Spencker, LKA Präv 218⁴⁷

zur Verfügung.

Ihre Ansichten flossen partiell in die Erarbeitung der Fragestellung mit ein.

3.1.5 Definition und Unterscheidungskriterien polizeilicher Prävention

Das Wort Prävention ist vom lateinischen Wort „*praevenire*“ abgeleitet, was zuvorkommen oder verhüten bedeutet. Allgemein versteht man unter Prävention die Vermeidung eines unerwünschten Ereignisses durch vorbeugende Maßnahmen.

Eben dies geschieht auch bei der Polizeiarbeit in ganz verschiedenen Bereichen. Und so steht es – wie schon in der Einleitung festgestellt – auch im Gesetzestext und in den Dienstvorschriften der Polizei. Der erste Satz des Allgemeinen Sicherheits- und Ordnungsgesetzes (ASOG) für das Land Berlin lautet: „Die Ordnungsbehörden und die Polizei haben die Aufgabe, Gefahren für die öffentliche Sicherheit oder Ordnung abzuwehren (Gefahrenabwehr).“⁴⁸ Und in §1 III ASOG steht: „Die Polizei hat im Rahmen der Gefahrenabwehr auch Straftaten zu verhindern so-

⁴⁶ Vgl. Bogner / Littig / Menz, Das Experteninterview, S. 66.

⁴⁷ Gespräch vom 01.11.2010, in den Räumlichkeiten des Landeskriminalamtes (Tempelhofer Damm 12, 12101 Berlin).

⁴⁸ Vgl. Allgemeines Sicherheits- und Ordnungsgesetz – ASOG Berlin in der Fassung vom 11. Oktober 2006; §1 I.

wie für die Verfolgung von Straftaten vorzusorgen (vorbeugende Bekämpfung von Straftaten).⁴⁹ Ergänzend dazu steht auch in der PDV 100 unter 2.1.1.1, dass die Polizei Schäden für Personen und Sachen zu verhüten, zu mindern oder in ihren Folgen gering zu halten hat.⁵⁰ Demnach ist die Polizei zur Leistung von Präventionsarbeit verpflichtet.

Eine weitere Einteilung geschieht bei der polizeilichen Präventionsarbeit in täterbezogene Prävention, opferbezogene Prävention und situationsbezogene Prävention. Diese können jeweils mit der primären, der sekundären oder der tertiären Prävention kombiniert werden, so dass insgesamt neun Präventionsfelder für die Polizeiarbeit entstehen. In der nachfolgenden Tabelle ist für jedes dieser neun Präventionsfelder ein typisches Beispiel aus der polizeilichen Arbeit angeführt.⁵¹

Prävention	Primär	Sekundär	Tertiär
Täterbezogen	Kampagnen (zum Beispiel: Sport gegen Gewalt)	Gefahrenabwehrmaßnahmen der Polizei	Verhängung und Vollstreckung von Strafe
Opferbezogen	Aufklärung (zum Beispiel: Sicherheitsberatung beim Hausbau)	Personenschutz	Opferschutzmaßnahmen
Situationsbezogen	Stadtplanung	Videoüberwachungen	Einziehung von Tatwerkzeugen

Der Tabelle ist zu entnehmen, dass bei weitem nicht alle Bereiche der polizeilichen Präventionsarbeit öffentlich wahrnehmbar sind. So sind etwa Kampagnen selbstverständlich an die Öffentlichkeit gerichtet, aber die Einziehung von Tatwerkzeugen ist es nicht.

Es sei noch darauf hingewiesen, dass in der Tabelle keine rein polizeiliche Arbeit dargestellt ist, sondern diese vor allem mit der Politik und der Justiz verzahnt ist. Die Politik ist besonders an der Primärprävention beteiligt (beispielsweise an der Stadtplanung) und die Justiz an der tertiären Prävention (beispielsweise die Verhängung und Vollstreckung von Strafe).

3.2 Präventionsarbeit der Berliner Polizei

3.2.1 Entstehung und Entwicklung

Per Definition ist die polizeiliche Präventionsarbeit natürlich so alt wie die Polizei selbst. Denn ein jedes Streife laufen oder fahren und jede Verfolgung von Straftaten hat immer auch einen präventiven Aspekt.

⁴⁹ Vgl. Allgemeines Sicherheits- und Ordnungsgesetz – ASOG Berlin in der Fassung vom 11. Oktober 2006; §1 III.

⁵⁰ Vgl. Polizeivorschrift Führung und Einsatz der Polizei (PDV 100), Nummer 2.1.1.1.

⁵¹ Vgl. die Tabelle bei: Meier, Bernd-Dieter: Kriminologie, Beck 4. Auflage München 2010, § 10 Rn. 17.

Als erste Einrichtung konzeptioneller Präventionsarbeit der Berliner Polizei kann wohl der kriminalpolizeiliche Beratungsladen gelten. Am 11. Juni 1921 verkündeten die amtlichen Nachrichten des Polizei-Präsidiums zu Berlin, dass gemäß des Erlasses des Herrn Ministers des Innern vom 13. April 1921 eine amtliche Beratungsstelle beim Polizeipräsidium Berlin zum Schutz gegen Einbruch und Diebstahl errichtet wurde.⁵² Die damaligen Aufgaben waren Sachdienliche Aufklärung der Bevölkerung, Maßnahmen zum Schutz gegen Diebstahl und Einbruch, Ratschläge zu erteilen und Auskünfte zu geben sowie Sicherungs- und Schutzmaßnahmen.

Der Beratungsladen existiert heute noch und befindet sich am Platz der Luftbrücke 5 in 12101 Berlin-Tempelhof. Er ist heute Teil der Zentralstelle für Prävention (LKA Präv 3, Technische Prävention).⁵³

Die moderne konzeptionelle Präventionsarbeit der Berliner Polizei begann im Jahr 1989. Damals wurde in Berlin das Phänomen der Jugendgruppengewalt erkannt. Es ging dabei hauptsächlich um Gruppen von Jugendlichen (zum Beispiel die Kutschi-Boys oder Mafia 44), die andere Jugendliche beraubten. Infolge dessen wurden von der Polizei diverse Maßnahmen getroffen, die auch viele präventive Aspekte mit einschlossen.⁵⁴

So wurde zum 19.02.1990 eine AG Jugendgruppengewalt eingerichtet, zu deren Aufgabe eben nicht nur die Koordinierung von Maßnahmen und die Informationssammlung, sondern auch das Erarbeiten von Vorschlägen zur Problembewältigung in Zusammenarbeit mit anderen Behörden, Einrichtungen und Stellen und die Planung und Koordinierung direktionsübergreifender Maßnahmen der Prävention gegen Gruppen. Hier sind die heute selbstverständlichen Ansätze, nämlich die Zusammenarbeit mit anderen Einrichtungen und stadtweite Konzeptionen eingerichtet worden. Gleichzeitig wurden auch spezielle Kommissariate bezüglich der Jugendgruppengewalt in den örtlichen Direktionen und die operative Gruppe Jugendgewalt, die außer mit der Überwachung bekannter Brennpunkte auch mit der Planung und Durchführung gezielter Präventionsmaßnahmen beauftragt wurde, eingerichtet.⁵⁵

Schon Anfang der 90er Jahre wurde dann im LKA eine Präventionsdienststelle geschaffen (LKA 14). Dieses hatte zwei Sachgebiete: Grundsatzprävention (LKA 141) und technische Prävention (LKA 142). Das LKA 141 erarbeitete das erste behördenweite Präventionskonzept: das Programm zur polizeilichen Kriminalprävention (Pro PKP). Seit 1992/1993 gab es zusätzlich noch das LKA 143, die Zentralstelle für Jugendsachen, die aus der schon erwähnten AG Jugendgruppensachen und der AG Skinhead bestand.⁵⁶

Die Abschnittspräventionsarbeit begann auf dem Abschnitt 41. Dort wurden Ende der 90er Jahre drei Beamte als Präventionsbeamte eingesetzt. Diese beschäftigten sich hauptsächlich mit Jugendlichen und täterbezogener Prävention.⁵⁷

⁵² Amtliche Nachrichten des Polizei-Präsidiums zu Berlin vom 11.06.1921.

⁵³ Dienststellenvorstellungspräsentation des LKA Präv.

⁵⁴ Bericht Statistik Jugendsachen des LKA St 6224 vom 28.02.2007.

⁵⁵ S. Rn. 52.

⁵⁶ Kriminaloberkommissarin Monika Weiß, LKA Präv 217 und Polizeihauptkommissarin Ilka Spencker, LKA Präv 218.

⁵⁷ S. Rn. 54.

Weitere (speziell) Präventionsarbeit leistende Stellen waren die Verkehrsdienste der Polizei, der Gleichgeschlechtlichenbeauftragte der Polizei (zum Beispiel Aufklärung bezüglich k.o.- Tropfen in Szenelokalen) aber auch andere Stellen des LKA bezüglich Drogendelikten oder Delikten am Menschen (verhaltensorientierte Prävention).⁵⁸

Präventionsarbeit kann nicht durch die Polizei alleine geschehen. Hier ist insbesondere auch die Politik gefragt. Das Land Berlin richtete 1994 als Präventionsstelle die Landeskommision Berlin gegen Gewalt ein, die beim Senator für Inneres angegliedert ist.⁵⁹

Im Jahr 2003 wurde dann schließlich das heute noch gültige Präventionskonzept der Berliner Polizei vorgestellt. Dort wurde unter anderem das LKA Präv eingerichtet und die Präventionsarbeit der verschiedenen Dienststellen geregelt.

3.2.2 Aufbauorganisation

Grundsätzlich ist die Präventionsarbeit, insbesondere die polizeiliche Kriminalprävention und die Verkehrsunfallprävention Aufgabe eines jeden Polizeibeamten.⁶⁰ Sie wird jedoch im Speziellen durch besonders fortgebildete Kräfte durchgeführt.⁶¹

Die Berliner Polizei unterscheidet dabei die kommunale Ebene, von der Landesebene.

Auf kommunaler Ebene, also in den Bezirken, wird die Arbeit auf Abschnitts- und Direktionsebene betrieben. Es kommt dabei vor allem auf Sach- und Ortsnähe an.

Maßnahmen, die der überregionalen Planung und einer engen Zusammenarbeit mit Senatsverwaltungen, Verbänden, privaten Einrichtungen etc. bedürfen, werden auf Landesebene durchgeführt. Ein ständiger Informationsaustausch und abgestimmte Maßnahmen sind dabei unabdingbar. Dies ist gerade deshalb wichtig, da wirkungsorientierte Präventionsarbeit Netzwerkarbeit ist. Sie wird ebenen übergreifend betrieben und sollte den Verantwortlichen, unter Beachtung ihrer Zuständigkeit, Raum für eigene Projekte lassen.⁶²

Für die Umsetzung dessen existiert im Stab jeder örtlichen Direktion der Stabsbereich 4 (Öffentlichkeitsarbeit/Prävention) mit dem Sachbereich 42 (Prävention). Von dort soll in Zusammenarbeit mit der Zentralstelle für Prävention im LKA, durch Koordinierungsmaßnahmen die Kriminal- und die Verkehrsunfallprävention, auf örtlicher Ebene gewährleistet werden.⁶³

3.2.3 Präventionsarbeit auf Abschnittsebene

Auf der Abschnittsebene sind für die Umsetzung des behördenweiten Präventionskonzepts Präventionsteams tätig. Sie setzen sich aus dem Präventionsbeauftragten (PrävBA) und dem Verkehrssicherheitsberater (VkBBA) zusammen. Optional können sie bei Bedarf durch zusätzli-

⁵⁸ S. Rn. 54.

⁵⁹ S. den Internetauftritt der Landeskommision gegen Gewalt unter:
<http://www.berlin.de/lb/lkbgg/>. Stand: 18.01.2011.

⁶⁰ Polizeivorschrift Führung und Einsatz der Polizei (PDV 100), Nummer 2.1.1.16.

⁶¹ Polizeivorschrift Führung und Einsatz der Polizei (PDV 100), Nummer 2.1.2.3.

⁶² Erste Fortschreibung des behördenweiten Präventionskonzepts, S. 3f.

⁶³ Behördenweites Präventionskonzept, S. 11.

che Mitarbeiter unterstützt werden. Grundsätzlich sind sie für die Umsetzung des behördenweiten Präventionskonzeptes und die Beratung des Abschnittsleiters zuständig. Sie stehen den Bürgern als Ansprechpartner zu allen Fragen im Bereich der Prävention zur Verfügung.

Zu ihren Aufgaben zählen im Speziellen, im Bereich der Kriminalprävention:

- „Zusammenarbeit mit Schulen,
- Durchführung von Anti-Gewalt-Veranstaltungen und anderen Präventionsprojekten,
- Bildung eines Präventionsnetzwerks mit anderen polizeilichen Präventionsdienststellen sowie externen im Abschnittsbereich befindlichen Einrichtungen (z.B. Schulen, Jugendeinrichtungen),
- Zusammenarbeit mit Präventionsprojekten anderer Träger (z.B. Kick-Projekt),
- Vermittlung an polizeiliche Fachdienststellen und andere Behörden sowie freie Träger der Jugendhilfe,
- Entwicklung eigener Präventionsprojekte und –konzepte, insbesondere mit örtlichem Bezug,
- Tätigkeiten in der kommunalen Kriminalprävention (Vernetzungsrunden) und
- Beratungsgespräche und Vorträge zur vorbeugenden Kriminalitätsbekämpfung.

Die Tätigkeitsfelder im Bereich Verkehrsunfallprävention sind:

- Zielgruppenspezifische Verkehrssicherheitsberatung entsprechend der Verkehrssicherheitslage des Abschnitts,
- Mitarbeit in Gremien mit Bezug zur Verkehrssicherheitsberatung im Abschnittsbereich,
- Ausbildung von Verkehrshelfern zur Schulwegsicherung sowie Mitwirkung bei der Schulwegsicherung,
- Initiiieren/ Durchführen und Mitwirken bei Veranstaltungen mit Bezug zur Verkehrssicherheitsberatung auf Abschnittsebene,
- Unterstützung der VkSB der Direktion, insbesondere hinsichtlich der schulischen Radfahrausbildung und –prüfung auf Weisung der Direktion,
- Mitwirkung bei der Ausbildung von VkSB in Abstimmung mit ZSE IV D 4 (über den örtlichen Stab 4).⁶⁴

⁶⁴ Zitat: Erste Fortschreibung des behördenweiten Präventionskonzepts, S. 5.

3.2.4 Präventionsarbeit in den Direktionsstäben

Wie bereits erwähnt, findet auf kommunaler Ebene die Präventionsarbeit neben den Abschnitten, auch in den Direktionen statt. Hier erfolgte ebenfalls eine Aufgabenzuordnung und Schwerpunktsetzung.

So ist der Präventionsbeauftragte der Direktion (PrävBDir) Koordinierungsstelle innerhalb der Direktion, Ansprechpartner bei in- und externen Fragen und Berater des Direktionsleiters zu Fragen im Bereich der Prävention. Zudem besteht ein enger Kontakt zu den Präventionsteams der Abschnitte.

Bindeglied zwischen externen Institutionen wie der Jugendhilfe, dem Jugendschutz, der Jugendstaatsanwaltschaft, Schulen und weiteren Behörden im Bereich von Jugendfragen bildet der Jugendbeauftragte (JuB). Bei Vorfällen mit Bezug zur Jugendgewalt ist er genauso verantwortlich, wie bei der Durchführung von Präventionsarbeit im Jugendbereich.

Auf dem Gebiet des Opferschutzes und der Opferhilfe ist der Opferschutzbeauftragte (OSB) zuständig. Die Vermittlung der Geschädigten an die zuständigen Behörden und die damit professionelle Hilfeleistung gehören ebenso zu seinen Tätigkeiten, wie die Erstellung schriftlicher Informationshilfen.

Auch im Bereich der Häuslichen Gewalt ist ein Koordinator für die Mitarbeiterschulungen und die Erarbeitung von Lösungsstrategien tätig.

Der Divisionsbeauftragte der Direktion (DivB) führt statistische diversionsgeeignete Vorgänge, überprüft die Mitarbeiter auf die korrekte Anwendung der Divisionsrichtlinien, ist auf diesem Sektor Zwischenstelle von Staatsanwaltschaft und Sachbearbeitern und hat diesen gegenüber eine beratende Funktion.

Für die Lenkung der verkehrsunfallpräventiven Maßnahmen innerhalb der Direktion ist der Koordinator für Verkehrsunfallprävention verantwortlich. Für die Abschnitte und VkSB der Direktion fungiert er als Ansprechpartner und wird bei Bedarf unterstützend im Bereich der Verkehrsunfallprävention aktiv. Im Rahmen der Netzwerkarbeit erfolgt eine enge Zusammenarbeit mit verschiedenen Trägern der Verkehrssicherheit. Er koordiniert die Verkehrssicherheitsveranstaltungen der Direktion.

Dem Fachkommissariat für Jugendgruppengewalt VB III sind die Operativen Gruppen Jugendgewalt (OGJ) zugehörig. Sie verfolgen u.a. das Ziel die Gewaltbereitschaft der Jugendlichen zu verringern, indem sie in ständigem Kontakt zu dieser Zielgruppe stehen. Diesbezüglich erfolgt auch eine intensive und fortdauernde Zusammenarbeit mit Jugendeinrichtungen, Schulen und anderen Dienststellen der Behörde.

Für die Verkehrssicherheitsberatung entsprechend der Verkehrssicherheitslage der Direktion sind die Verkehrssicherheitsberatungsteams ZA/VKD (VkSB-Dir-Teams) verantwortlich. Die Arbeit erfolgt in Abstimmung mit dem örtlichen Stab 4. Zu ihren Aufgaben gehört die Unterstützung der Grund- und Sonderschulen bei der Radfahrausbildung und deren Prüfung, in Abstimmung mit ZSE IV D 4 (über den örtlichen Stab 4) die Einweisung der in Ausbildung zum VkSB

befindlichen Mitarbeiter, unterstützende Tätigkeiten der Abschnitte, aber auch die Organisation von Veranstaltungen mit Bezug zur Verkehrssicherheit.⁶⁵

3.2.5 Präventionsbeauftragter im Stabsbereich 4 der Dir ZA

Die Koordination der Präventionsarbeit erfolgt in der Direktion Zentrale Aufgaben durch den dort angegliederten Präventionsbeauftragten. Er ist zugleich Ansprechpartner und Berater für in- und externe Anliegen, einzelne Referate, die Bereitschaftspolizeien, die Präventionsbeauftragten der Direktionen und die Direktionsleitung.⁶⁶

3.2.6 Präventionsaufgaben der Zentralen Serviceeinheit (ZSE)

Qualifizierungs-, Aus- und Fortbildungsmaßnahmen im Bereich der Präventions- und Verkehrssicherheitsaufgaben obliegen den Fachausbildern und Verhaltenstrainern der Zentralen Serviceeinheit. „Sie übernehmen die Präventionsarbeit in speziellen Bereichen:

- Koordinierung und Steuerung des Projekts „Kick – Sport gegen Jugenddelinquenz“ in enger Absprache mit der Zentralstelle für Prävention sowie Sicherstellung der Umsetzung der Projektkonzeption in Zusammenarbeit mit den Präventionsbeauftragten der örtlichen Direktionen sowie der Abschnitte.
- Planung und Durchführung von Anti-Gewalt-Veranstaltungen für besondere Zielgruppen, ggf. in Zusammenarbeit mit den örtlichen Direktionen (Sonderschulen, Berufsschulen, Schulen und Einrichtungen für Behinderte) sowie Veranstaltungen für Grundschulen (Klassenstufen 1 und 2) unter Einbeziehung der Klappmaulpuppe „Brummi“ (Der Präventionsbär)
- Durchführung spezieller Präventionsmaßnahmen in enger Zusammenarbeit mit der Zentralstelle für Prävention, wie zum Beispiel „Coaching für Kids.“⁶⁷

3.2.7 Fachdienststellen im LKA

Sofern es der Repressionsarbeit bedarf, werden im Rahmen ihrer Zuständigkeit die Fachdienststellen des LKA tätig. Je nach Schwerpunktsetzung können beispielsweise die Kreditkartenkriminalität, Kinderschutzdelikte oder auch politisch motivierte Straftaten zu ihrem Aufgabenbereich gehören. Auch hier stehen spezialisierte Ansprechpartner aus dem LKA 21, 45, 1, 3 und 5 zur Verfügung.

⁶⁵ Vgl. Erste Fortschreibung des behördenweiten Präventionskonzepts, S. 6f.

⁶⁶ Vgl. Erste Fortschreibung des behördenweiten Präventionskonzepts, S. 7.

⁶⁷ Zitat: Erste Fortschreibung des behördenweiten Präventionskonzepts, S. 7.

3.2.8 Zentralstelle für Prävention im LKA (LKA Präv)

Auf dem Gebiet der strategischen und konzeptionellen Koordination sowie der zentralen operativen Aufgaben ist die Zentralstelle für Prävention im Landeskriminalamt zuständig. Neben der Umsetzung der Präventionsleitlinien, unterstützt sie unter Mitwirkung der verantwortlichen Stabsdienststellen die Behördenleitung und die Leitung des LKA bei deren Aufgabenwahrnehmung. Auch die Gewährleitung eines berlinweit einheitlichen Standards in der polizeilichen Prävention und die Öffentlichkeitsarbeit, soweit dieses zentral zu leisten ist, gehören zu ihrem Tätigkeitsfeld.

Die Zentralstelle setzt sich aus dem LKA Präv 1 (Information/ Koordination), dem LKA Präv 2 (Grundsatzangelegenheiten), dem LKA Präv 3 (technische Prävention) und dem LKA Präv 4 (verhaltensorientierte Prävention) zusammen.

3.2.9 PPr Stab 1

Der PPr Stab ist für die Behördenleitung Kontroll- und Beratungsinstanz und dient gleichzeitig als Schnittstelle zwischen der Behördenleitung und der Zentralstelle für Prävention im LKA. Die Ausübung der Tätigkeit erfolgt in Zusammenarbeit mit PPr St 13 und PPr St 14. Wobei der Schwerpunkt des PPr St 13 darin liegt Projekte, Strategien, Konzepte, et cetera, die für die Vorlage bei der Behördenleitung bestimmt sind, zu koordinieren und diese zu überwachen. Des Weiteren wird er bei Abstimmungsprozessen im Bereich der Entscheidungsvorbereitung für die Behördenleitung aktiv.

Der PPr St 14 führt neben der Grundsatzarbeit, Beratungen der Behördenleitung im Bereich der Verkehrsunfallprävention und Koordination, die strategische Planung durch.

3.2.10 Fachausschuss Prävention (FA Präv)

Der Fachausschuss Prävention setzt sich aus dem LKA Präv, den Stabsbereichsleitern 4 der Direktionen, Vertreter der Stabes PPr und ZSE zusammen. Wenn es erforderlich sein sollte, können zu Sitzungen auch zusätzliche Spezialisten geladen werden. Hier findet ein ständiger Austausch zu aktuellen Präventionsthemen, Priorisierungen, Ideenentwicklungen und Jahresprogrammen statt – um nur einige zu nennen. Die gewonnenen Erkenntnisse dienen als Handlungsempfehlung für die behördenweite Präventionsarbeit.⁶⁸

⁶⁸ Vgl. Erste Fortschreibung des behördenweiten Präventionskonzepts, S. 7ff.

3.3 Ziele und Zielgruppen

Unter Berücksichtigung der Öffentlichkeitsarbeit soll die präventive Arbeit der Bevölkerung bekannt gemacht und somit die Akzeptanz, speziell die der wichtigen Zielgruppen, erhöht werden. Eine auf Dauer angelegte und mit einem gesellschaftlichen/ politischen Ziel verfolgte, gemeinschaftsbezogene Arbeit ist immer davon abhängig, dass ihre Zielsetzung und ihr Institutionalisierung⁶⁹ von Entscheidungsträgern, insbesondere der Politik, Justiz und der Verwaltung,⁷⁰ aber auch dem Bürger und anderen Netzwerkpartner anerkannt wird. Neben der Sensibilisierung sollen „Straftaten verhindert und somit das Sicherheitsgefühl gestärkt“ werden. Dem Generalauftrag der Polizei gem. § 1 I ASOG „Gefahren für die öffentliche Sicherheit oder Ordnung abzuwehren“ soll Folge geleistet werden. Des Weiteren ist geplant „objektiv unbegründete Kriminalitätsangst abzubauen, sicherheitsorientiertes Verhalten zu bewirken und Kriminalitätsursachen zu beseitigen und zu vermindern“.⁷¹ Zusätzlich soll die Sozialisation und Vermittlung von Werten und Normen, die Förderung von Bürgersinn und Zivilcourage, aber auch die Mitgestaltung von Verkehrsräumen, in denen sich die Menschen wohl fühlen, erfolgen.⁷² Die Umsetzung und Erfüllung dieser Ziele kann nur durch ressortübergreifende Zusammenarbeit und Netzwerkaktivität erfolgen.

Obwohl die Präventionsarbeit grundsätzlich für jeden Bürger, unabhängig von Alter oder Herkunft betrieben wird, erscheint situativ eine Anpassung der Inhalte an ausgewählte Zielgruppen, zur Erhöhung der Effektivität, sinnvoll. Dabei lässt sich anhand der nachfolgenden Projekte zeigen, dass die Arbeit und die Zielsetzung, der jeweiligen Personengruppe angepasst, einer unterschiedlichen Gestaltung bedarf.

3.4 Kooperationspartner

Wie bereits in Abschnitt 3.3 thematisiert ist Präventionsarbeit Netzwerkarbeit. Dies beinhaltet neben intern aufeinander abgestimmten Strukturen und Vorgängen auch die Zusammenarbeit und Kooperation mit externen Stellen. Wie bereits erörtert erfolgt angepasst an den fachlichen Schwerpunkt eine enge Zusammenarbeit z.B. mit externen Institutionen wie der Jugendhilfe, dem Jugendschutz, der Jugendstaatsanwaltschaft und weiteren Behörden im Bereich von Jugendfragen. Von den insgesamt 805 allgemein bildenden Schulen in Berlin⁷³ sind bereits rund 200 Schulen eine Kooperation mit der Berliner Polizei eingegangen.⁷⁴ Auch im Bereich der Ver-

⁶⁹ Linssen / Pfeiffer, Polizei., S. 73f.

⁷⁰ Polizeivorschrift Führung und Einsatz der Polizei (PDV 100), Nummer 2.1.1.14.

⁷¹ Zitat: Polizeivorschrift Führung und Einsatz der Polizei (PDV 100), Nummer 2.1.2.1.

⁷² Kriminaloberkommissarin Monika Weiß, LKA Präv 217 und Polizeihauptkommissarin Ilka Spencker, LKA Präv 218.

⁷³ <http://www.statistik-berlin-brandenburg.de/BasisZeitreiheGrafik/BasisSchulen.asp?Ptyp=300&Sageb=21001&creg=BBB&anzwer=2> (Stand: 06.11.2010).

⁷⁴ Kriminaloberkommissarin Monika Weiß, LKA Präv 217 und Polizeihauptkommissarin Ilka Spencker, LKA Präv 218.

kehrssicherheitsarbeit erfolgt eine enge Zusammenarbeit mit freien Trägern und Behörden, die sich unter Benennung konkreter Maßnahmen und Aktivitäten, in der Berliner Charta für Verkehrssicherheitsarbeit verpflichtet haben. Zu den Trägern zählen u.a. die DEKRA Automobil GmbH, die S-Bahn Berlin GmbH, BUND – Bund für Umwelt und Naturschutz Berlin e.V., aber auch die Bezirksämter oder die Senatsverwaltung für Inneres. Sie sollen Maßnahmen in ihrem Verantwortungs- und Tätigkeitsbereich zur Erhöhung der Verkehrssicherheit umsetzen.⁷⁵

3.5 Projekte

Alljährlich findet der Präventionskongress der Berliner Polizei statt. Er dient als Begegnungsmöglichkeit für alle Mitarbeiter der Behörde, zu deren Aufgabengebiet die Prävention gehört. Dabei werden aktuelle Themen- und Handlungsfelder angesprochen und Projekte vorgestellt.

In der Vergangenheit wurden bereits zahlreiche polizeiliche Präventionskonzepte durchgeführt. So wurden beispielsweise verhaltensorientierte Veranstaltungen für bestimmte Zielgruppen entwickelt, die bis heute durch die Mitarbeiter der Berliner Polizei zur Anwendung kommen. Nachfolgend werden aus der Vielzahl von entstandenen Projekten einige exemplarisch benannt, um Auszugsweise einen Einblick in die projektbezogenen Präventionsarbeit darzustellen.

Ein auf Schüler ausgerichtetes Projekt trägt den Namen „Einfach und sicher durch den Tag mit Lilly & Mo“. Hierbei handelt es sich um ein 4 qm großes, buntes Spielfeld in Form eines Brettspiels, mit dem alle Abschnitte ausgestattet sind. Es wird von dem Polizisten gemeinsam mit den Schülern im Klassenraum auf dem Boden gespielt. Hier geht es überwiegend um Fairness, Gewaltfreiheit und soziale Kompetenz. Im Vordergrund steht nicht das Gewinnen, sondern das Erreichen eines gemeinsamen Ziels. Das Spiel vereinigt zudem kriminal- und verkehrspolizeiliche Prävention.

Für Jugendliche ab 14 Jahren entstand in Kooperation mit dem Grips-Theater das Theaterstück „Cengiz & Locke“. Es thematisiert die Jugendgewalt. Nach dem Besuch im Theater soll das Stück durch den Lehrer im Unterricht und die Polizei in einer Anti-Gewalt-Veranstaltung nachbereitet werden.

In enger Zusammenarbeit mit der Alice-Salomon-Fachhochschule hat der Abschnitt 64 ein über zwei Jahre ausgerichtetes Projekt zur gemeinsamen Betrachtung kiezorientierter Mehrfachräuber entwickelt. Dabei soll zum einen die polizeiliche Präventionsarbeit Erziehern und Lehrern näher gebracht werden. Zum anderen sollen die Polizeibeamten die Möglichkeit erhalten, Instrumente der Sozialarbeit und Pädagogik kennen zu lernen, die sie später als Unterstützung bei ihrer täglichen Arbeit mit jugendlichen Tätern nutzen können.

Durch das LKA Präv 4 wird für Erwachsene verhaltensorientierte Gewalt- und Kriminalprävention betrieben. So werden beispielsweise Schulungen für Lehrer im Umgang mit Ag-

⁷⁵ Vgl. Verkehrssicherheitsprogramm Berlin 2010, S. 12.

gression und Gewalt an Schulen, Seminare zum Umgang mit gewaltbereiten Klienten und Kunden für Behörden und soziale Einrichtungen, Verhalten bei bewaffneten Raubüberfällen oder Schulungen zum Thema Civilcourage angeboten. Im Jahr 2007 wurden 190 Schulungen durchgeführt, an denen ca. 3.300 Personen teilgenommen haben.

Für die Zielgruppe der Senioren wird Sicherheitsarbeit in Form von Veranstaltungen, ebenfalls durch das LKA Präv 4, mit der Unterstützung von ehrenamtlichen Seniorenberatern durchgeführt. Dabei wird u.a. auf aktuelle Erscheinungsformen der Kriminalität in Bezug auf die Senioren eingegangen. Dazu werden beispielsweise Theaterstücke zum Thema „Seniorenschutz vor Trickdiebstahl an der Wohnungstür“ inszeniert.

Auf dem Gebiet der Verkehrssicherheitsarbeit werden beispielsweise Aktionswochen unter dem Motto „Achtung Auto“ in enger Zusammenarbeit mit dem ADAC, Schulen und den Bezirken durchgeführt. Dabei werden Pkw- Fahrdemonstrationen zum Brems- und Anhalteweg, mit Einschätzung des zu erwartenden Stillstandes des Pkws, durch die Teilnehmer, veranstaltet. Die Einschätzung der Geschwindigkeit und des Anhalteweges des Fahrzeugs sollen verbessert werden.

Ein weiteres Projekt entstand unter der Bezeichnung „Blinde fahren Auto“. Mit der Unterstützung des Allgemeinen Blinden- und Sehbehindertenverein Berlin, dem Berliner und Brandenburger Fahrzeugverband und der Senatsentwicklung für Stadtentwicklung bekommen Blinde und Sehbehinderte die Möglichkeit Fahrzeuge in einem „Schonraum“ (Flugplatz) zu lenken und andere Begleitpersonen und Fahrlehrer mit einer Augenbinde, die Möglichkeit die alltägliche Situation der Behinderten zu erfahren. Gegenseitige Rücksichtnahme und die Förderung des Miteinanders sollen erreicht werden.⁷⁶

Des Weiteren werden stadtweit durch die Abschnitte und das LKA Präv 4 Aktionen unter Beteiligung aller Direktionen und anderen Institutionen koordiniert. Dazu zählen z.B. „Sicher in die Ferien“, „Dunkle Jahreszeit“, „AHA-Myfest“, „Kick Sport gegen Jugenddelinquenz“, „Interkulturelle Öffnung der Polizeidienststellen - Kooperation mit den Moscheenvereinen“ oder „Wedding meets Marzahn“.⁷⁷

3.6 Statistische Erhebung

– Auswertung und Schlussfolgerungen

Die durchgeführte statistische Erhebung ist nicht repräsentativ. Insgesamt wurden 195 Personen anonym befragt. Diese wurden in die Kategorien Altersgruppe, Geschlecht, Berufsgruppe und Wohnbezirk eingeteilt. Da die Zahlen detailliert in der Anlage aufgeführt sind, wird an dieser Stelle auf eine detaillierte Vorstellung der Ergebnisse verzichtet und es werden nur besonders interessante oder allgemeine Werte betrachtet.⁷⁸

⁷⁶ Vgl. Verkehrssicherheitsprogramm Berlin 2010, S. 24f.

⁷⁷ Erste Fortschreibung des behördenweiten Präventionskonzepts, S. 6f.

⁷⁸ Die genauen Zahlen der Befragung sind in der Anlage aufgeführt.

Für den Bereich der Unterteilung der Befragten nach Bezirken wurde festgestellt, dass wegen der geringen Zahl der Fragebögen in einigen Bezirken keine relevanten Schlussfolgerungen gezogen werden konnten. Deshalb wird auf die Unterschiede in den einzelnen Bezirken nicht näher eingegangen.

Auch wenn die Umfrage nicht repräsentativ war, lassen sich doch einige Schlussfolgerungen aus ihr ziehen. Lediglich 40% der Befragten war die polizeiliche Präventionsarbeit bekannt. Dies kann zwei Gründe haben: Einerseits könnte es sein, dass die Polizei tatsächlich nicht alle Gruppen mit ihrer Präventionsarbeit erreicht oder dass den Bürgern bei einigen Aktionen, die die Polizei durchführt nicht wissen, dass es unter den Begriff der Prävention fällt. Auffällig ist, dass die Bekanntheit der polizeilichen Prävention mit dem Alter zuzunehmen scheint. In der Gruppe bis 25 Jahre gaben lediglich 15% der Befragten an, dass ihnen die Präventionsarbeit der Polizei bekannt sei, während es bei den Älteren über 70% waren. Frauen haben eine leicht höhere Prozentzahl als Männer.

Die allerdings, denen die Präventionsarbeit bekannt ist, empfinden sie fast durchgehend auch als sinnvoll, woraus sich schlussfolgern ließe, dass die Polizei keine inhaltlichen Probleme mit ihren Präventionsmaßnahmen hat. Auch hier nimmt die Akzeptanz wieder mit dem Alter zu.

Lediglich 12% der Befragten gaben an, dass sie die polizeilichen Präventionsmaßnahmen als ausreichend empfanden. Das wiederum entspricht etwas mehr als einem Viertel derer, die die Präventionsarbeit der Polizei kennen. Zusammen mit der Frage nach dem Sinn der Präventionsarbeit lässt sich aus diesen Zahlen lesen, dass die Präventionsarbeit sich einer hohen Akzeptanz erfreut und intensiviert werden sollte. Bei der Altersgruppe der über 61-jährigen antwortete niemand, dass er die Präventionsarbeit als ausreichend empfände.

Nur 5% der Befragten gaben an, dass sie schon einmal an einer Präventionsveranstaltung teilgenommen hätten. Hier stellt sich wieder die Frage, ob es sich tatsächlich um einen so geringen Prozentsatz handelt oder ob den Bürgern nicht bewusst war, dass sie an einer Präventionsveranstaltung teilnahmen. Für diese These spricht auch, dass nur 5% der 14 – 25Jährigen angaben, an einer solchen Veranstaltung teilgenommen zu haben. Dabei müssten sie in der Schule zumindest im Rahmen der Verkehrsschulung oder eines Anti-Konflikt-Trainings in weit größerer Zahl teilgenommen haben.

Fast 60% der befragten Personen würden gerne mehr über Präventionsarbeit erfahren. Auch hier kann wieder herausgelesen werden, dass die Polizei ihre Bemühungen in dem Bereich intensivieren sollte.

40% der befragten Personen waren der Meinung, dass die Polizei präsent genug ist. Interessant ist hierbei, dass dies hauptsächlich die Meinung junger Bürger ist und in diesem Bereich mehr noch von den männlichen Befragten ausgesagt wird. Mehr Präsenz wünschen sich wieder vor allem die älteren Menschen.

Die Befragung insgesamt ergab, dass sich junge Menschen sicher in Berlin fühlen und weniger Interesse an Prävention haben als ältere Mitbürger. Daraus lässt sich schlussfolgern, dass das Interesse an Prävention geringer ist, wenn das subjektive Sicherheitsgefühl groß ist.

Bei den Menschen, denen die Präventionsarbeit bekannt ist, erfreut sie sich einer hohen Akzeptanz. Interessant wäre hierbei gewesen, einen Wert zu haben, wie es mit den Personen speziell aussieht, die schon einmal an einer Präventionsveranstaltung teilgenommen haben.

Die Polizei sollte nach dem Bürgerwillen der in dieser Umfrage befragten Bürger ihre präventive Arbeit intensivieren.

3.7 Einfluss der Öffentlichkeitsarbeit

Es ist eine interessante Frage, inwieweit Öffentlichkeitsarbeit Einfluss auf die Präventionsarbeit der Polizei hat.

„*Tu Gutes und rede darüber!*“, sagt ein Sprichwort. Und dies sollte auch für die polizeiliche Kriminalprävention gelten. Die statistische Erhebung hat zu dem Ergebnis geführt, dass sich die Akzeptanz der Präventionsarbeit und das Interesse daran erhöht, wenn sie bekannt ist. Und Akzeptanz und Interesse erhöhen wahrscheinlich auch die Bereitschaft an einer Veranstaltung teilzunehmen.

Die Teilnahme von mehr Menschen an präventiven Veranstaltungen führt dann hoffentlich zu weniger Straftaten oder weniger schlimmen Folgen. Damit hilft sie bei der Erreichung polizeilicher Ziele.

Durch Öffentlichkeitsarbeit könnte auch direkt Präventionsarbeit betrieben werden. Man könnte sich eine Zusammenarbeit mit Medien anstreben, um zu werben oder gar Präventionssendungen zu machen.

Besondere Bedeutung hat heutzutage das Medium Internet. Dies wird natürlich auch von der Polizei zu Zwecken der Präventionsarbeit genutzt.⁷⁹ Dort werden spezielle Bereiche der Präventionsarbeit vorgestellt, Informationen und Tipps herausgegeben und Ansprechpartner genannt. Zudem können auf dieser Seite diverse Flyer herunter geladen werden.

3.8 Fazit

Die Prävention im Rahmen der Polizeitätigkeit und darüber hinaus, also im Aufgabenbereich anderer Institutionen wie auch zivilgesellschaftlicher Akteure, ist ein komplexes Geschehen, bei dem realistische Zielsetzungen, effiziente Maßnahmen, nachweisliche Ergebnisse und adäquate Erfolgsbewertungen alles andere als einfach festzulegen und festzustellen sind. Gerade deshalb darf die Arbeit nicht verkannt werden.

Betrachtet man beispielsweise die bislang durchgeföhrten Projekte, so wird deutlich, dass die Zusammenarbeit zwischen der Polizei und anderen Institutionen verbessert werden konnte, das gegenseitige Verständnis erhöht und der Kenntnisstand der Mitarbeiter vereinheitlicht wurde. Zudem konnten die Beteiligten für Probleme sensibilisiert werden, was schlussendlich zu einer Minimierung der Gefahren und somit zu der Erfüllung des polizeilichen Generalauftrags führt.

⁷⁹ Siehe dazu den Internetauftritt der Berliner Polizei: <http://www.berlin.de/polizei/praevention/>, Stand: 03.01.2011.

So, wie auch andere polizeiliche Aufgabenfelder unterliegt auch die Prävention in ihrer Komplexität einer ständigen Veränderung und bedarf einer immer wieder neuen Reaktion auf den gesellschaftlichen Wandel.

Unter Hinzuziehung der durchgeführten Umfragen wurde auch deutlich, dass nicht jeder Bürger die Notwendigkeit von Präventionsarbeit erkennt beziehungsweise konkrete Vorstellungen zu dem Terminus hat. Relativiert betrachtet, lässt sich jedoch sagen, dass die Präventionsarbeit zwar schon über Jahrzehnte bei der Berliner Polizei betrieben wurde, in der derzeitigen Intensität jedoch erst seit einigen Jahren erfolgt. Daraus könnte resultieren, dass das heutige Präventionskonzept längerfristig Aussichten auf Erfolg hat und eine Nachhaltigkeit, auch beim Bürger, bewirkt werden kann.

3.9 Anlagen

Auswertungstabellen zu den Fragebögen

Unterteilt in drei verschiedene Altersklassen und Geschlecht wurden insgesamt 195 Personen anonym befragt.

Frage 1: Ist Ihnen die Präventionsarbeit der Berliner Polizei bekannt?

Frage 2: Wenn ja, empfinden Sie diese Arbeit als sinnvoll?

Frage 3: Wenn ja und als ausreichend?

Frage 4: Wenn ja, haben Sie bereits an einer Präventionsveranstaltung teilgenommen?

Frage 5: Würden Sie gern mehr über Präventionsarbeit erfahren?

Frage 6: Ist die Polizei präsent genug?

Antworten im Überblick:

	Frage 1	Frage 2	Frage 3	Frage 4	Frage 5	Frage 6
Gesamt	75	78	24	9	111	78
%	38,5	40,0	12,3	4,6	56,9	40,0
Männer	33	33	12	3	51	42
%	34,4	34,4	12,5	3,1	53,1	43,8
Frauen	42	45	12	6	60	36
%	42,4	45,5	12,1	6,1	60,6	36,4

	Frage 1	Frage 2	Frage 3	Frage 4	Frage 5	Frage 6
14-25	18	24	12	6	63	66
%	15,4	20,5	10,3	5,1	53,8	56,4
Männer	3	6	6	3	21	36
%	5,9	11,8	11,8	5,9	41,2	70,6
Frauen	15	18	6	3	42	30
%	22,7	27,3	9,1	4,5	63,6	45,5

	Frage 1	Frage 2	Frage 3	Frage 4	Frage 5	Frage 6
26-60	48	45	12	3	45	12
%	72,7	68,2	18,2	4,5	68,2	18,2
Männer	24	21	6	0	27	6
%	66,7	58,3	16,7	0,0	75,0	16,7
Frauen	24	24	6	3	18	6
%	80,0	80,0	20,0	10,0	60,0	20,0

	Frage 1	Frage 2	Frage 3	Frage 4	Frage 5	Frage 6
über 61	9	9	0	0	0	3
%	75,0	75,0	0,0	0,0	0,0	25,0
Männer	6	6	0	0	0	3
%	66,7	66,7	0,0	0,0	0,0	33,3
Frauen	3	3	0	0	0	0
%	100,0	100,0	0,0	0,0	0,0	0,0

3.10 Literatur- und Quellenverzeichnis

Allgemeines Sicherheits- und Ordnungsgesetz – ASOG Berlin in der Fassung vom 11. Oktober 2006; §1 I

Bogner, Alexander / Beamte Littig / Wolfgang Menz 2005: Das Experteninterview. Theorie, Methode, Anwendung, 2. Auflage, Wiesbaden: Vs Verlag

Linssen, Ruth / Hartmut Pfeiffer 2009: Polizei. Außendarstellung in Öffentlichkeit und Medien, Frankfurt: Verlag für Polizeiwissenschaft

Dienststellenvorstellungspräsentation des **LKA Präv**

Bericht Statistik Jugendsachen des **LKA St 6224** vom 28.02.2007

Meier, Bernd-Dieter: Kriminologie, Beck 4. Auflage München 2010

Festschrift – **200 Jahre Polizeipräsidium**, Stand: 13.11.2008

Amtliche Nachrichten des **Polizei-Präsidiums zu Berlin** vom 11.06.1921

Polizeivorschrift Führung und Einsatz der Polizei (PDV 100), Ausgabe 1999, Stand: 2005, 55. Auflage

Erste Fortschreibung des behördenweiten **Präventionskonzepts**, Stand: 30.01.2007

Schubarth, Wilfried: Gewaltprävention in Schule und Jugendhilfe. Theoretische Grundlagen, empirische Ergebnisse, Praxismodelle. Neuwied 2000, S. 130

Verkehrssicherheitsprogramm Berlin 2010

4 Die Polizei als Unternehmen: Zur Bedeutung der Öffentlichkeitsarbeit

KKA Salih Can Sahal, KKA Konrad Rieger

4.1	EINLEITUNG	79
4.2	AUFGABEN EINES PRESSESPRECHERS	79
4.3	MEHR ALS MEDIENARBEIT.....	80
4.4	UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION	81
4.4.1	DEFINITION	81
4.4.2	EXTERNE UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION	81
4.4.3	RELEVANZ VON UNTERNEHMERISCHER PRESSE- UND MEDIENARBEIT	82
4.4.4	UNTERSCHIEDE UND GEMEINSAMKEITEN ZWISCHEN UNTERNEHMERISCHER UND POLIZEILICHER ÖFFENTLICHKEITSARBEIT	83
4.4.5	INTERNE UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION	85
4.4.6	FÜHRUNG UND KOMMUNIKATION.....	86
4.4.7	STELLENWERT DER UNTERNEHMENSIDENTITÄT	88
4.5	JOURNALISTISCHE PRESSEARBEIT	90
4.5.1	AUFGABEN UND ZIELE JOURNALISTISCHER PRESSEARBEIT.....	90
4.5.2	JOURNALISTISCHE WAHRHEITS- UND SORGFALTSPFLICHT.....	91
4.5.3	RHETORISCHE GRUNDREGELN	92
4.5.4	MEDIENLANDSCHAFT IN BERLIN.....	93
4.6	FAZIT.....	94
4.7	LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS	95

4.1 Einleitung

Kaum ein Job ist so stark dem gesellschaftlichen Wandel ausgesetzt, wie der des Presse-
sprechers als Schnittstelle zwischen einem Unternehmen und der Öffentlichkeit.
Fast alle Trends der letzten Jahrzehnte beeinflussten auch den Alltag der Pressesprecher. Die
ungehinderte technische Entwicklung treibt jede Art der Kommunikation voran, macht sie unab-
hängig von Raum und Zeit, was ebenso Fluch wie Segen sein kann. Gesellschaftliche Trends
und politischer Wandel schaffen neue Verhältnisse kommunikativen Handelns innerhalb einer
florierenden Medienvielfalt. Hand in Hand mit wirtschaftlich bedingten Einschränkungen in den
Redaktionen beeinflussen sie auch den Handlungsrahmen der Pressesprecher.

Informationsforen haben sich in erheblichem Maße ins Internet verlagert. Elektronische Medien
werden heute im Minutenrhythmus mit Nachrichten gespeist. Nachrichtenagenturen aus aller Welt infor-
mieren Funk und Fernsehen sekündlich über neue Geschehnisse.

Wer sich dem Kampf um die medialen Möglichkeiten nicht stellt hat ihn bereits verloren. Inzwischen
wird jeder strategische Managementbeschluss von einem individuellen Kommunikati-
onsplan begleitet. Die von Politik und Bahnmanagement eingeräumten Defizite im Zusam-
menhang mit dem Bahnprojekt Stuttgart 21 zeigen, welche Auswirkung mangelhafte Kommunikation
haben kann.

Auch außerhalb des Internets weist die Firmenkritik heute globale netzwerktypische Strukturen
auf. Organisationen und Institutionen sehen sich einem chronischen Rechtfertigungsdruck aus-
gesetzt. Verbraucher sind misstrauisch und besser informiert denn je.

Die Ansprüche von Medienkonsumenten und -vertretern wachsen stetig und damit auch die
Anforderungen an die Qualität der Unternehmenskommunikation, wodurch sich die Arbeitsinhal-
te der Pressesprecher wesentlich verändern. Die Vorstellungen bezüglich Aufgaben, Tätigkei-
ten und Charakter dieses Berufes erscheinen nicht nur der Öffentlichkeit eher ungenau, son-
dern sind auch innerhalb des Berufsfeldes oft widersprüchlich. Die verschiedenen Sichtweisen
und Grenzen der Öffentlichkeitsarbeit münden in den verschiedensten Vorstellungen von die-
sem Job. Der Beruf des Pressesprechers ist zwar ein eher junges Handwerk, hat sich aber be-
reits weltweit etabliert. mit dem Ergebnis, eines hoch professionellen, standardisierten Instru-
mentariums in vielfältigen Arbeitsbereichen.

4.2 Aufgaben eines Pressesprechers

Die Aufgabe eines Pressesprechers besteht vorwiegend darin, das Image seines Arbeitgebers
positiv in die Medienwelt zu projizieren, wobei der schmale Grat zwischen purer Werbung und
sachlicher Informationsvermittlung oft zum Streit zwischen Journalisten und Pressesprechern
führt. Gesammelte und ausgewertete Informationen sollen durch den Pressesprecher gezielt
nach außen weitergegeben werden. Diese Informationsweitergabe an Journalisten erfolgt in

Form von Pressemitteilungen und Stellungnahmen sowie der Veranstaltung von Pressekonferenzen. Üblicherweise ist der Pressesprecher auch für Interviews zuständig. Wird eine Unternehmenspanne öffentlich, stellt er sich repräsentativ den Fragen der Journalisten.⁸⁰

Pressearbeit der Polizei findet in der Pressestelle jeder regionalen bzw. nationalen Polizeidienstbehörde statt. In enger Abstimmung mit den Ermittlungsdienststellen ist die Pressestelle primär für die gefilterte Informationsweitergabe verantwortlich und stellt die Ansprechstelle für Pressevertreter und Journalisten dar.⁸¹

4.3 Mehr als Medienarbeit

Vergleicht man den Beruf des Pressesprechers in DAX30-Unternehmen mit dem in Non- Profit-Organisationen (NGO), fällt auf, dass zwar kongruente Entwicklungen im Berufsfeld, aber auch offenkundige Gegensätze in der Gewichtung von Presseengagement existieren. Der überwiegende Teil der NGO's bewältigt seine Medienarbeit auf Leitungsebene ohne explizit anerkannten Pressesprecher. Die Medientätigkeit hat eine starke Wirkung auf die strategischen Maßnahmen der NGO und Presseverantwortliche sind nicht selten auch für die innere Kommunikation zuständig.⁸²

Der Job des Pressesprechers genießt in DAX-Unternehmen einen hohen Stellenwert, weil er auf der Ebene des Managements angesiedelt ist. Aus diesem Grund wird zunehmend von „Kommunikationsmanagern“ gesprochen, welche für die Lenkung sämtlicher Kommunikationskanäle verantwortlich sind. Indes wird ihnen weniger Einfluss auf strategische Entschlüsse gestattet.

Die meisten Pressesprecher verstehen sich selbst zum einen als Kontaktperson für sämtliche Informationsträger und zum anderen als Bindeglied zwischen Unternehmen und Außenwelt, ohne ausschließliche Pressesprecherrolle, sondern als Dirigent der gesamten Pressesektion. Deshalb wird Ihre Aufgabe nicht nur auf Medienarbeit beschränkt, sondern umfasst auch die interne Kommunikation, Public Affairs, Lobbying etc.⁸³

Im Justizbereich können auch Richter für die Kommunikation mit der Presse abgestellt werden. Diese Richter nehmen dann für einen bestimmten Zeitraum die Funktion eines Pressesprechers wahr.

⁸⁰ <http://www.jumpforward.de/berufe/8287/Pressesprecher-in.html>, Stand 01.08.2010.

⁸¹ Stefan Noethen: Studien zur Inneren Sicherheit 4, Vierter Abschnitt: Politikvermittlung und Öffentlichkeit, Leske + Budrich, Opladen, ISBN: 3-8100-2879-7, S.344.

⁸² Manfred Bruhn: Marketing für Non-Profit-Organisationen. Grundlagen – Konzepte – Instrumente, Verlag W. Kohlhammer, Stuttgart 2005.

⁸³ <http://pressetext.de/news/061212005/pressesprecher-machen-mehr-als-medienarbeit/>, Stand: 01.08.2010.

4.4 Unternehmenskommunikation

4.4.1 Definition

Der Erfolg eines Pressesprechers misst sich letztlich an der Fähigkeit zum effektiven Dialog mit der Öffentlichkeit und der eigenen Belegschaft. Der Begriff Unternehmenskommunikation bezeichnet in der Betriebswirtschaft und Kommunikationswissenschaft die Gesamtheit aller Kommunikationsinstrumente und -maßnahmen eines Unternehmens, die eingesetzt werden, um das Unternehmen und seine Leistungen bei allen relevanten Zielgruppen zu präsentieren.⁸⁴

Vielfach wird der Begriff der Unternehmenskommunikation mit dem der Public Relations undifferenziert gleichgesetzt. Das Ziel der Unternehmenskommunikation muss es sein, einen bestmöglichen Informationsaustausch zwischen allen Unternehmensbereichen sowie die optimale Verständigung zwischen dem Unternehmen und der Öffentlichkeit bzw. Geschäftspartnern zu gewährleisten.

Häufig entstehen bei dem Begriff der Unternehmenskommunikation Überschneidungen mit dem englischen Begriff Corporate Communications. Hier wird unter Unternehmenskommunikation das Konzept einer Corporate Identity verstanden, das neben dem Corporate Design, dem Corporate Behavior und der Corporate Culture auch die Corporate Communications umfasst.⁸⁵ Der Pressesprecher als Teil der Corporate Communications fungiert als Sprachrohr des Unternehmens.

4.4.2 Externe Unternehmenskommunikation

Die externe Unternehmenskommunikation umfasst den Austausch zwischen dem Unternehmen und der Außenwelt. Adressaten und Kommunikationspartner kommen dabei aus unterschiedlichen Bereichen. So können z. B. Kunden und Lieferanten, aber auch Ämter und Behörden, sowie andere Unternehmen dazu gehören.⁸⁶

Die externe Kommunikation teilt sich in Public Relations als strategische Unternehmenskommunikation und Werbung als taktische Marktkommunikation. Public Relations ist strategisches Handeln, weil sie die Berücksichtigung vieler Zielgruppen erfordert, während Werbung nur auf eine Zielgruppe, nämlich den Kunden, abzielt. Der negative Ruf der Public Relations als Mittel zur Beeinflussung und Schönfärberei ist teilweise noch vorhanden, schwindet aber zusehends, da sie als attraktives Berufsfeld und souveräne Kommunikationsbranche inzwischen einen entscheidenden Platz in der Gesellschaft einnimmt.

⁸⁴ Claudia Mast: Unternehmenskommunikation, 2. Auflage, Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft mbH, Stuttgart 2006, S. 10.

⁸⁵ <http://www.babyboomer caretaker.com/German/senior-dating/communication/What-Is-The-Definition-Of-Corporate-Communication.html>.

⁸⁶ <http://www.onpulson.de/lexikon/1440/externe-kommunikation/>, Stand: 01.08.2010.

Für die externe Unternehmenskommunikation sind Public Relations unentbehrlich und zwingend. Sie lässt sich folglich nicht von den Aufgaben eines wirksamen, erfolgreichen Kommunikationsmanagements abgrenzen. Ziel ist es, das Unternehmen als glaubwürdig, kompetent und kundenfreundlich darzustellen, um dadurch Wettbewerbsvorteile zu gewinnen.⁸⁷

Die externe polizeiliche Öffentlichkeitsarbeit bietet der Bevölkerung mit Hilfe der verschiedensten Mittel Einblick in die Arbeit der Polizei und trägt wichtige Angelegenheiten an die Bürgerinnen und Bürger heran. Unter anderem werden Besuchergruppen eingeladen und betreut, Bürger- und Presseanfragen beantwortet, öffentlichkeitswirksame Projekte und Veranstaltungen durchgeführt und Anfragen von Filmteams bearbeitet.⁸⁸

4.4.3 Relevanz von unternehmerischer Presse- und Medienarbeit

Die zahllosen Kommunikationsinstrumente in einem stetig wachsenden Medienspektrum machen es für Unternehmen immer komplizierter, ihre Zielgruppen zu erreichen und für sich zu gewinnen. In der heutigen Informationsflut erlangen relevante Nachrichten oft nicht die ihnen gebührende Aufmerksamkeit.

Um dies zu vermeiden, bedarf es einer erkennbaren Identität und einer widerspruchsfreien überzeugenden Botschaft, die ein beständiges und einprägsames Bild in der Öffentlichkeit hinterlässt. Eine Voraussetzung dafür ist die Einbindung sämtlicher Kommunikationsdisziplinen eines Unternehmens.

Die Qualität unternehmerischer Presse- und Medienarbeit lässt sich aus den Publikationen, sei es im Rundfunk, Fernsehen, Internet oder in der Zeitung direkt ablesen. Offenheit und Transparenz sind notwendig, um Falschmeldungen und Spekulationen zuvorzukommen. Insbesondere in Krisenzeiten rufen versäumte oder verspätete Informationsweitergabe Verwirrung, Unverständnis und nicht selten falsche Pressemeldungen hervor.⁸⁹

Ein gutes Know-how der Pressearbeit ist unabdingbar, um die verfügbaren Instrumente zum passenden Zeitpunkt wirkungsvoll einzusetzen. Um die Kontaktpflege mit den Publizisten optimal zu gestalten, sollten Form, Stil und Präzision der geschriebenen oder gesprochenen Produkte auf journalistische Bedürfnisse abgestellt sein. Entsprechende Erfahrung im Umgang mit Medienvertretern ist zwingend notwendig für eine gelungene Kommunikation. Vertrauen entsteht nur durch anhaltenden, guten und offenen Kontakt mit den Journalisten. Geheimnistuerei und Lügen leisten Unglaubwürdigkeit Vorschub und führen zu Vertrauensverlust gegenüber einem Pressesprecher.

⁸⁷ Torsten Knödler: Public Relations und Wirtschaftsjournalismus. Erfolgs- und Risikofaktoren für einen win-win. Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 1. Auflage Oktober 2005, S.19.

⁸⁸ Udo Furthmüller, online-Publikation:
www.commatext.com/Unternehmenskommunikation.pdf, S. 1-4.
⁸⁹ <http://www.deekeling-arndt.de/html/de/934.html>, Stand: 14.08.2010.

Pressearbeit muss offensiv sein. Das bedeutet, dass Medienvertreter unaufgefordert benachrichtigt werden und zu ausgewählten Fragen vorab recherchiert wird. Offensive Pressearbeit hilft dabei, selbst Rahmen und Inhalt von Information zu bestimmen, weshalb nicht darauf gewartet werden darf, bis Journalisten von selbst nach Informationen fragen. Pressearbeit fokussiert die Massenmedien und muss deshalb ihren Ansprüchen gerecht werden. Informationen ohne Neuigkeitswert stoßen auf fehlende Neugier und werden ignoriert.

Medienvertreter werden rund um die Uhr mit unterschiedlichsten Nachrichtenmeldungen konfrontiert. Sie sind es auch, die entscheiden, welche davon ausreichend Nachrichtenwert besitzt, um weiter publiziert zu werden. Damit die eigene Meldung nicht als eine unter vielen in der Flut von Nachrichten und Presseinformationen auf den Schreibtischen der Journalisten untergeht, muss besonderer Wert auf den Dialog und persönlichen Kontakt mit ihnen gelegt werden. Bei intaktem Vertrauensverhältnis erweist es sich weitaus einfacher über die Journalisten als Informationsmittler die Verbindung zu den eigentlichen Zielgruppen aufzubauen.⁹⁰

4.4.4 Unterschiede und Gemeinsamkeiten zwischen unternehmerischer und polizeilicher Öffentlichkeitsarbeit

Jede Behörde steht in einer Beziehung zu ihrem Umfeld, das sich aus Bürgern, Parteien, Medien, Lobbygruppen, Bürgerinitiativen, Vereinigungen zusammensetzt.

Behörden möchten als Teil der Öffentlichkeit akzeptiert und gewürdigt werden sowie Kritik vorzeitig begegnen, weshalb sie gezwungen sind, das Verhältnis zu ihrem Umfeld zu gestalten. Dazu muss die Bevölkerung wahrheitsgemäß informiert, Verwaltungsabläufe transparent und plausibel veranschaulicht und um Verständnis für amtliche Entschlüsse geworben werden.

In der heutigen Zeit genügt es nicht mehr, der Bevölkerung lediglich von „guten Taten“ zu berichten. Die moderne Öffentlichkeitsarbeit beinhaltet vielmehr den ständigen, kritischen Austausch zwischen Behörde und Öffentlichkeit, um die Interessen einzelner Institutionen mit denen der Allgemeinheit abzustimmen. Eine Öffentlichkeitsarbeit, die lediglich auf Pressemeldungen und Informationsbroschüren basiert, hat ihren Zweck verfehlt.⁹¹ Eine zeitnahe und ganzheitliche Informationsweitergabe in beide Richtungen seitens der Pressestelle ist daher unerlässlich.

Die Mehrheit der Bürger beurteilt den Service des öffentlichen Dienstes weitaus schlechter als den der Privatunternehmen. Daraus ergibt sich die Forderung, bestimmte Arbeitsbereiche privaten Betrieben anzuvertrauen bzw. mehr Wettbewerb zu gestatten. Die Behörden sind deshalb stets verpflichtet, ihre Maßnahmen und Handlungsbereiche zu legitimieren. Im Gegensatz zum privaten Sektor, wo sich die Öffentlichkeitsarbeit hauptsächlich auf die Festigung am Markt konzentriert, müssen die Behörden versuchen, den für ein friedliches Miteinander gebotenen, öf-

⁹⁰ Ruth Linssen / Hartmut Pfeiffer: Polizei. Außendarstellung in Öffentlichkeit und Medien, Verlag für Polizeiwissenschaft, 2009, S.51-60.

⁹¹ Horst Viehofer: So packen Sie Ihr PR-Paket, Berlin 1999, S. 5-6.

fentlichen Konsens zu wahren bzw. zu festigen. Was ihre Leistungen und die Zufriedenheit der Mitarbeiter anbelangt, müssen sie deshalb versuchen, besser zu sein als die privaten Unternehmen.

Die Polizei ist sich bewusst, dass sie von der Mehrheit der Bevölkerung als unentbehrlich und ihre Maßnahmen als geboten angesehen werden. Darüber hinaus sind die meisten Bürger bereit, die Polizei in ihrer Arbeit zu unterstützen, weil sie wissen, dass nur so die individuellen Lebensbereiche am besten geschützt werden können. Aus diesem Grund ist es der Polizei besonders wichtig, das entgegengebrachte Verständnis durch gezielte Öffentlichkeitsarbeit zu festigen und zu intensivieren und somit das Vertrauen der Mitbürger zu wahren und auszubauen.⁹² Mediale Unterstützung liefern Sendungen unterschiedlicher Fernsehgenres, wie die Fahndungssendung „Aktenzeichen XY ungelöst“ oder die Doku-Soap „Toto & Harry“. Fernsehkrimis sorgen dafür, dass keine Behörde nur annähernd so häufig wie die Polizei in den Medien präsent ist. Deren Darstellung ist dabei gewöhnlich positiv, weil letztendlich jeder Fall gelöst, die Rechtsordnung wieder hergestellt und das Rechtsgefühl gestärkt wird. Dies erklärt, warum viele Landespolizeien üblicherweise solche Produktionen als Gelegenheit für ihre Öffentlichkeitsarbeit erkennen und vertrauensvoll unterstützen.

Den klassischen Teil öffentlicher Selbstdarstellung bilden die jährlichen Berichte und Prognosen zur Kriminalitätsentwicklung in Form der Polizeilichen Kriminalitätsstatistik (PKS) oder Lageberichten zu einzelnen Kriminalitätsbereichen.

Während die Presse täglich über neue Gewaltstraftaten, Rohheitsdelikte oder Einzelschicksale berichtet und sich der Bürger um seine Sicherheit sorgt, versucht die Polizei, u.a. durch Statistik und aufgeklärte Sachverhalte das subjektive Sicherheitsgefühl in der Bevölkerung zu stärken. Allein die Aussage, dass die Sicherheit gewährleistet ist, weckt in der Bevölkerung jedoch noch kein Sicherheitsgefühl.⁹³

Vielfach kommt es vor, dass die Polizei die Öffentlichkeit entweder gar nicht oder nur unzureichend über ihre Pläne, Maßnahmen und Möglichkeiten informiert. Somit bleiben dem Bürger Anlässe und Probleme polizeilichen Handelns meist verborgen, was weder Verständnis weckt noch Vertrauen schafft. Die polizeiliche Öffentlichkeitsarbeit verzettelt sich noch zu oft in Erlassen und amtlichen Verlautbarungen, was zum gegenteiligen Ziel, nämlich zur Abgrenzung zwischen Bevölkerung und Polizei führen kann. Dabei heißt es doch in der verbindlichen Polizedienstvorschrift 100: „Öffentlichkeitsarbeit dient dazu, polizeiliches Handeln für die Öffentlichkeit transparent und verständlich zu machen.“⁹⁴

Neben der Pressearbeit, Veranstaltungen und Aktionen leisten das äußere Erscheinungsbild (Dienstkleidung, Gestaltung der Publikumsbereiche wie Architektur, Ausstattung, Zustand usw.), Auftreten und Verhalten der einzelnen Mitarbeiter aller Bereiche einen bedeutenden Beitrag zum Ansehen der Polizeibehörde. Oft sind sich die einzelnen Polizeibeamten selbst kaum in ihrer Wirkung der Außendarstellung bewusst. Gerade sie beeinflussen das Ansehen der Poli-

⁹² Horst Viehofer: So packen Sie Ihr PR-Paket, Berlin 1999, S. 8-9.

⁹³ <http://www.hintergrund.de/20080212174/hintergrund/medien/freund-und-verfolger.html>, Stand: 15.08.2010.

⁹⁴ Vgl. hierzu PDV 100: 3.14.1 S. 34.

zeibehörde, weil die Bevölkerung ihren Eindruck aus direktem, persönlichem Kontakt gewinnt. Hier besteht noch erhebliches Nachbesserungspotential, das genutzt werden muss, um ein geschlossenes, glaubwürdiges Auftreten zu gewährleisten.

Aus all diesen Hindernissen und Mängeln resultiert, dass die Polizei noch nicht die ersehnte „Polizei des Bürgers“ ist und an ihrem rechtsstaatlichen Handeln immer noch gezweifelt wird. Polizeiliche Öffentlichkeitsarbeit muss sich neu orientieren. Polizeiliche Maßnahmen müssen eindeutiger und verständlicher gemacht sowie Möglichkeiten und Grenzen ihres Vorgehens demonstriert werden. Die Polizei darf nicht nur agieren, sie muss reagieren und jede Chance nutzen, die breite Masse zu erreichen. Dazu gehört auch eine offensive Öffentlichkeitsarbeit als integrierter Bestandteil polizeilicher Einsatzkonzepte, die z.B. durch einen gesonderten „Einsatzabschnitt Öffentlichkeitsarbeit“ wahrgenommen wird, um die Einsätze (1. Mai, Castor & Co.) selbst mediengerecht ausbauen zu können.⁹⁵

Zur Wahrung der öffentlichen Sicherheit und Ordnung muss die polizeiliche Öffentlichkeitsarbeit zwei Ziele ins Auge fassen. Zum einen muss die Polizei als Garant der Freiheit rechtstreuer Mitbürger, die ihre Grundrechte wahrnehmen wollen, dargestellt werden. Indem sie rechtsstaatliches Agieren als festen Grundsatz ihrer Arbeit verkündet, fördert sie das Vertrauen in polizeiliches Handeln und leistet einen Beitrag zur Imagepflege.

Zum anderen muss der Wille der Bevölkerung zur Verbrechensbekämpfung und Erfüllung polizeilicher Ordnungsaufgaben geweckt und gefördert werden. Durch angemessene Informationsangebote wird es dem Bürger möglich, selbst mitzuwirken. Das hilft zum Verständnis für die Dringlichkeit polizeilicher Schritte und bestärkt die Zusammenarbeit mit dem Bürger. Beide Ziele bedingen einander. Ohne Vertrauen kein Verständnis und ohne Verständnis kein Vertrauen.

Polizeiliche Öffentlichkeitsarbeit muss jegliche polizeiliche Handlung als Abwehr gesellschaftsschädlichen Verhaltens verständlich machen, indem die Polizei als Helfer und Beschützer auftritt. Indem Erfolge öffentlich dargelegt werden, wird der Glaube der Bevölkerung an die Polizei gefestigt. Durch glaubwürdige Auskunft gegenüber Pressevertretern über Zusammenhänge, Gründe, Ziele und Problemfelder können Vorurteile abgebaut und das erforderliche Verständnis, Akzeptanz und Unterstützung in der Bevölkerung geweckt werden.⁹⁶

4.4.5 Interne Unternehmenskommunikation

Mitarbeiterkommunikation gibt es in jedem Unternehmen. Üblicherweise setzt sie sich aus einer Mischung von formellen und informellen Kanälen (Führungsrichtlinien, Mitarbeiterzeitschrift, Intranet, Gerüchte, schwarzes Brett usw.) zusammen.

⁹⁵ <http://www.hintergrund.de/20080212174/hintergrund/medien/freund-und-verfolger.html>, Stand: 15.08.2010.

⁹⁶ Rainer Ohlsen/ Peter Kelling: Polizei und Medien: Pressearbeit der Polizei im Spannungsfeld zwischen journalistischer und polizeilicher Tätigkeit, Boorberg- Verlag, 1985, S. 18-21.

Alternativ zum Terminus der internen Kommunikation wird oft von innerer Public Relations gesprochen. Die interne Kommunikation richtet sich nach innen und ist ein Instrument der Unternehmenskommunikation, welches durch festgelegte, dauernd oder bedarfsoorientiert genutzte und kontrollierte Medien die Informationsvermittlung sowie die Aufrechterhaltung des Dialogs zwischen der Unternehmensführung und dem Personal garantiert.

Mitarbeiter, die mit dem internen Kommunikationsfluss unzufrieden sind, sind auch mit ihrem Arbeitsplatz bzw. ihrem Arbeitgeber unzufrieden, und umgekehrt. Informationsniveau und Betriebsklima stehen in Zusammenhang. Eine gut informierte Belegschaft beurteilt üblicherweise auch das Betriebsklima als gut, und umgekehrt.

Durch interne Kommunikation werden Aufgaben aufeinander abgestimmt und die Zusammenarbeit zwischen den Angestellten sowie den Abteilungen begünstigt. Jeder Mitarbeiter muss in die Unternehmensorganisation einbezogen werden. Gelingt dies, wird sich der Einzelne mit dem Unternehmen identifizieren. Eine zwingende Bedingung hoher Leistungsbereitschaft, Ehrgeiz, Einsatz und Loyalität.⁹⁷

Die interne polizeiliche Öffentlichkeitsarbeit ergibt sich aus der Informationsverpflichtung der Behördenleitung gegenüber ihren Bediensteten und findet auf verschiedenen Informationskanälen statt. Neben dem Nachrichtenblatt des Polizeipräsidiums, mit dem die Belegschaft u.a. über Stellenausschreibungen, strukturelle Veränderungen innerhalb der Behörde, geplante Aktionen benachrichtigt wird, dient das Intranet der zügigen Informationsversorgung, die zur Ausübung des täglichen Dienstes erforderlich und nützlich ist.

Da die Mitarbeiter im Unternehmen oder einer Behörde täglich weit mehr Informationen ausgesetzt sind, sollten Informationen von der Leitungsebene an das Personal bestimmte Kriterien erfüllen. Die Informationen müssen deutlich, glaubhaft und an geeignete Anlässe geknüpft sein. Nicht zuletzt müssen sich Ausdrucksweise und Inhalt am Empfängerkreis orientieren.

4.4.6 Führung und Kommunikation

Kommunikation beinhaltet alle Methoden zur Übermittlung von Informationen jeglicher Art von einer Person, einem Ort oder Programm zum anderen mit gesicherter Rückkopplung (Feedback).

In der deutschen Polizei wird der Begriff Führung nicht selten mit dem des Managements gleichgesetzt, obwohl Führung lediglich einen Teilbereich des Managements darstellt.⁹⁸ Wenn in der Polizei von Führung gesprochen wird, heißt das immer auch Management. Führung beschreibt den Versuch, steuernd und richtungweisend das eigene Verhalten und das von anderen Menschen zu lenken, um eine Zielvorstellung zu realisieren. Was beinhaltet aber eine „gute Führung“ und wie kann diese vermittelt werden?

⁹⁷ Horst Viehofer: So packen Sie Ihr PR-Paket, Berlin 1999, S. 10-12.

⁹⁸ Vgl. Jochen Christe-Zeyse: Modernes Management in der deutschen Polizei. Polizei und Wissenschaft, Verlag für Polizeiwissenschaft, Frankfurt 2005. mit Jochen Christe-Zeyse: Professionelle Führung in der Polizei – Jenseits des Führungsmythos und technokratischer Managementansätze. Polizei und Wissenschaft, Verlag für Polizeiwissenschaft, Frankfurt 2006.

Zu dieser Fragestellung trifft man stets auf dieselben, standardisierten Eigenschaften: Durchsetzungskraft und Standfestigkeit, Weitsichtigkeit, die Fähigkeit Entscheidungen zu treffen und umzusetzen, in komplexen Situationen den Überblick zu behalten etc. Bei allen Begriffen geht es um das unternehmensinterne Miteinander, zu welchem einheitliches Verständnis in der Theorie, nicht jedoch in der praktischen Umsetzung herrscht. Die gut gemeinten Ansprüche müssen deshalb in den jeweiligen Zusammenhang „übersetzt“, also kommuniziert werden.⁹⁹

Führung und Kommunikation sind kostspielig, arbeitsintensiv und heute oftmals noch mangelhaft, weil die Meisten sich nur schlecht zu verständigen wissen. Das größte Manko der Führungsebene liegt meist darin, dass man sich zwar stets die Tatsachen anhört, sich dann aber mit einer Antwort, einer Aktion, Operation oder Kampagne hineinstürzt, um erst nach Jahren festzustellen, dass sich alles auf dem falschen Schlachtfeld abgespielt hat.

Kompetente Führungskräfte beherrschen die Kunst der Mitteilung und beweisen insbesondere Mut zur Transparenz. Die Mitarbeiter müssen jederzeit umfassend über alles unterrichtet werden, was ihren Arbeitsplatz, ihre Aufgabe und das Arbeitsumfeld insgesamt betrifft. Entschlüsse und strategische Planungen werden nicht autonom, sondern im Austausch mit dem Personal getroffen, erklärt und verwirklicht. Darüber hinaus müssen Führungsorgane in der Lage sein, Mitarbeiter deren Stärken und Neigungen entsprechend adäquat einzusetzen, wozu es wiederum der Bereitschaft zur Kommunikation bedarf.¹⁰⁰

Das „Aussitzen“ von Problemen ist eine in der Polizeibehörde gern praktizierte, aber auch die miserabelste Form der Kommunikation, da sie viel Platz für Interpretationen und Fehldeutungen lässt. Probleme entstehen nicht erst dadurch, dass man sie benennt. Der Weg zur Lösung beginnt mit dem Ansprechen des Problems als wesentliches Element guter Führungsarbeit. Infolgedessen werden die Bemühungen oft mit einer Corporate Identity belohnt, in welcher sich das Personal mit dem Unternehmen identifiziert, sowohl konstruktiv mit Konflikten als auch respektvoll miteinander umgeht und kreativ, selbstständig sowie verantwortungsbewusst Aufgaben bewältigt.

⁹⁹ <http://www.suite101.de/content/zum-verhaeltnis-von-fuehrung-und-kommunikation-a54386>, Stand: 20.08.2010.

¹⁰⁰ Prof. Dr. Michael Mohe: Führung und Kommunikation, Carl von Ossietzky Universität Oldenburg, 2006, online Publikation: www.bba.uni-oldenburg.de/.../leseprobe_fuehrung_kommunikation.pdf, S. 13-14.

4.4.7 Stellenwert der Unternehmensidentität

Jede Person hinterlässt im täglichen Leben einen bestimmten Eindruck, negativ oder positiv. Dieser entsteht hauptsächlich aus dem Zusammenspiel von Sprache, Verhalten und Erscheinung. Das Bild in der Umwelt definiert sich nach den jeweiligen Ausprägungen dieser Merkmale wie Kleidung, Frisur, Mimik, Gestik, Jargon usw. Die Kombination dieser Elemente formt den Gesamteindruck. Je individueller und markanter diese Verknüpfung der Faktoren und somit das Gesamtbild des Menschen, desto deutlicher lässt sich seine Identität einprägen und zusätzliche Charaktereigenschaften erkennen. Dieses Zusammenspiel von Aussehen, Verhalten und Sprache lässt sich auch auf Unternehmen übertragen und bildet die Unternehmensidentität bzw. Corporate Identity. Das Corporate Design beschreibt das Aussehen, das Corporate Behaviour das Verhalten und die Corporate Communication die Sprache.

Genauso wie der Mensch hat auch das Unternehmen den Anspruch, seine Identität zu definieren und Ziele für sich festzulegen. Das Erfordernis einer unmissverständlichen Unternehmensidentität ist darin begründet, dass sich Produkte in der Vergangenheit fast ausschließlich über deren Qualität verkauft haben. Mittlerweile sind Produktangebot und -vielfalt extrem angestiegen, Qualitätsunterschiede kaum noch zu erkennen. Unternehmen, welche sich auch zukünftig am Markt behaupten wollen, sind gezwungen, über das eigentliche Produkt hinaus sich selbst in den Kaufprozess einzubinden. Im Ergebnis identifizieren sich Kunden nicht mehr ausschließlich mit dem Produkt, sondern auch mit dem dahinter stehenden Unternehmen, seinem Vorstellungsbild und Werten. Seine unverwechselbare Identität muss das Unternehmen nach außen und innen kommunizieren und beweisen, um so die Basis für Glaubwürdigkeit, Vertrauen, Akzeptanz, Zuneigung und ein internes „Wir-Gefühl“ zu schaffen. Dies erfolgt mit Hilfe der Kommunikationsinstrumente Corporate Design, Corporate Behaviour und Corporate Communication.¹⁰¹

Durch die bei Menschen besonders stark ausgeprägte optische Wahrnehmung erregen Bilder üblicherweise mehr Aufmerksamkeit als Texte und verharren anschließend länger im Gedächtnis. Deshalb besitzen Form und Gestaltung im Rahmen der Unternehmenskommunikation einen extrem hohen Stellenwert. Das Corporate Design versucht, das Vorstellungsbild des Unternehmens durch Gestaltung nach innen und außen visuell identifizierbar zu machen, um sich im unendlichen Werbe- und Informationsstrom durch konsequentes Auftreten behaupten zu können.

Dienstkleidung, Logo und Fuhrpark spielen dabei auch für die Polizei eine besondere Rolle. Anforderungskriterien wie Aufmerksamkeits- und Wiedererkennungswert, emotionale Steuerung oder Ästhetik werden von deutschen Polizeibehörden im Allgemeinen erfüllt. Bedeutender ist die Wirkung der einheitlich uniformierten Beamten auf den Normalbürger. Die Polizeiuniform soll Respekt und Anerkennung, aber niemals Angst auslösen. Der Polizeistern mit Landeswap-

¹⁰¹ Ruth Linssen / Hartmut Pfeiffer: Polizei. Außendarstellung in Öffentlichkeit und Medien, Verlag für Polizeiwissenschaft, 2009, S. 25-26.

pen hat Signalwirkung und weckt Aufmerksamkeit. Das Logo besitzt einen starken Erinnerungs- und Wiedererkennungswert und vermittelt eine Information. Beim Fuhrpark muss darauf geachtet werden, dass das Erscheinungsbild der Fahrzeuge nicht der Pflege des positiven Images schadet. Verschmutzte Polizeiautos mit fehlenden Radkappen oder Beulen sollten den öffentlichen Straßenverkehr nicht zusätzlich belasten.

Der schnelle Gesellschaftswandel, eine aufmerksame Öffentlichkeit sowie kritische Medien verlangen, insbesondere in einer Großstadt, offensive Kommunikationsstrategien unter Einsatz sämtlicher Kommunikationsinstrumente wie Unternehmenswerbung, Öffentlichkeitsarbeit, Verkaufsförderung, Sponsoring usw. Dabei liegt es an den Unternehmen selbst, ihr Abbild in der Öffentlichkeit zu gestalten, Normen und Werte zu kommunizieren. Corporate Communications prägen das in- und externe Image und Erscheinungsbild, indem wohl überlegt und unaufhörlich Verständnis, Anerkennung und Vertrauen geschaffen und gefestigt wird. Das Ziel ist „ein guter Ruf“.¹⁰²

Durch Auftreten und Verhalten der Mitarbeiter, sowohl kollegial als auch gegenüber Kunden und Lieferanten, wird der unverkennbare Unternehmensstil repräsentiert. Das Corporate Behaviour gilt als effektivstes Mittel der Corporate Identity, weil es belegt, wie glaubwürdig ein Unternehmen ist. Gleichzeitig stellt es den höchsten Anspruch an die Etablierung einer Unternehmensidentität. Design und Kommunikation können durch eine verhältnismäßig überschaubare Personenanzahl konzeptioniert und innerhalb eines bestimmten Zeitraums übereinstimmend ausgerichtet werden. Das Verhalten dagegen korrigiert sich nur zögernd. Es muss mühevoll, anhaltend gelebt und fortlaufend geprüft werden.

Die Inhalte der Corporate Identity werden hierzulande nach wie vor als Randbereiche polizeilicher Führung betrachtet, obwohl Fragestellungen und Überlegungen zu einer „Polizeikultur“ in den vergangenen Jahren stärker an Gewicht gewonnen. In diesem Kontext stellt sich schnell die Frage, wozu die Polizei ein positives Image und Unternehmensidentität braucht, wenn das Bewusstsein der Öffentlichkeit, dass sich die Polizei an Recht und Gesetz hält, doch völlig ausreicht.

Die Polizei konkurriert in dem kontinuierlich wachsenden Dienstleistungssektor mit zahllosen anderen Dienstleistungsorganisationen bei der Rekrutierung von Berufsanfängern. Dennoch hat sie bis heute keine Einberufungsprobleme und kann Bestenauslese üben, weil sie einen guten Ruf in der Bevölkerung genießt.

In den seltensten Fällen werden Straftaten durch eigene Erkenntnisse und daraus folgenden Ermittlungen aufgeklärt. Stattdessen führen fast immer Hinweise aus der Bevölkerung zur Identifizierung des Täters. Voraussetzung dieser Mitarbeit ist ein Vertrauen in die Kompetenz und Ehrlichkeit polizeilicher Arbeit.

Kontaktbereichsbeamte (KOB) der Berliner Polizei repräsentieren in „ihrem Viertel“ die Polizei auf der Straße. Sie erhalten wichtige Hinweise und Informationen bei manchem Bürgergespräch, da sie engen Kontakt zu den Anwohnern pflegen und das Ansehen der Polizei fördern.

¹⁰² Ruth Linssen / Hartmut Pfeiffer: Polizei. Außendarstellung in Öffentlichkeit und Medien, Verlag für Polizeiwissenschaft, 2009, S. 27-31.

Intern fördert die Corporate Identity insbesondere das behördeninterne Zugehörigkeitsgefühl, das die Basis polizeilicher Arbeit bildet. Ob zu zweit im Streifenwagen oder als Gruppe bei Großereignissen, Polizisten sind stets auf die Zuverlässigkeit ihrer Kollegen angewiesen.¹⁰³

4.5 Journalistische Pressearbeit

4.5.1 Aufgaben und Ziele journalistischer Pressearbeit

Öffentlichkeitsarbeit der Polizei resultiert aus dem Anspruch der Presse, sich ungehindert zu unterrichten und von den Behörden Auskünfte zu verlangen. Die Rechtsgrundlage für eine freie Berichterstattung stellt Art. 5 GG (Recht auf Pressefreiheit) dar. In der Rechtsprechung des Bundesverfassungsgerichts wird dieses bedeutende Grundrecht in besonderer Weise hervorgehoben, da es als wesentliches Element der demokratischen und rechtsstaatlichen Ordnung anzusehen ist. Ziel einer freien Presse sollte es sein, eine unabhängige, unparteiische, unvoreingenommene Berichterstattung zu garantieren. Kernaufgabe von Print-, Fernseh-, und Rundfunkmedien stellt die Informationsweitergabe dar.

Durch den rasanten technischen Fortschritt und die unzähligen Möglichkeiten, Informationen zu erhalten, war die Stellung von Medien in der Gesellschaft noch nie so herausragend wie heute. Medienkonsumenten bestimmen zunehmend selbst, aus welcher Quelle sie Informationen erhalten möchten.

Wurden im Jahr 1980 noch 309 Minuten täglich (pro Person über 14 Jahre) Medieninhalte konsumiert, waren es im Jahr 2000 bereits durchschnittlich 502 Minuten.¹⁰⁴ Im Jahr 2005 widmeten die Deutschen täglich erstaunliche 10 Stunden dem Medienkonsum. Den größten Teil verbringen die Konsumenten nach wie vor mit den klassischen Medien Hörfunk und Fernsehen.¹⁰⁵

Nicht nur in Bezug auf polizeiliche Öffentlichkeitsarbeit verstehen sich Journalisten in ihrem Selbstverständnis als Kontrollinstanz für staatliches bzw. behördliches Handeln. Es kann behauptet werden, dass grundsätzlich alle polizeilichen Tätigkeiten von journalistischen wie auch öffentlichem Interesse sind.¹⁰⁶ Dem Anspruch der Medienkonsumenten müssen Journalisten zwangsläufig gerecht werden. Somit sind auch die Erwartungen an polizeiliche Pressearbeit hoch. Die Presse verlangt daher u.a. detaillierte Informationen über polizeiliche Maßnahmen bei schweren Verbrechen, Verhaltenstipps, um nicht Opfer von Straftaten zu werden, Aufklärung

¹⁰³ Ruth Linsen / Hartmut Pfeiffer: Polizei. Außendarstellung in Öffentlichkeit und Medien, Verlag für Polizeiwissenschaft, 2009, S. 32-37.

¹⁰⁴ Hermann Karpf: Polizei und Medien. Kooperation oder Konfrontation?, Boorberg Verlag 2002, S. 21.

¹⁰⁵ Menschen machen Medien. Neuer Typ Mediennutzer. 40 Jahre ARD / ZDF-Langzeitstudie, Nr. 7/8, S.32, 01.07.2006.

¹⁰⁶ Hermann Karpf: Polizei und Medien. Kooperation oder Konfrontation?, Boorberg Verlag 2002, S. 32.

über polizeiliche Einsätze und Informationen über die Aufarbeitung von Fehlleistungen oder Fehlverhalten einzelner Polizeibeamter.¹⁰⁷

4.5.2 Journalistische Wahrheits- und Sorgfaltspflicht

Rechtliche Grenzen journalistischer Arbeit ergeben sich vor allem aus den Persönlichkeitsrechten der von einer Berichterstattung betroffenen Menschen und Unternehmen (u. a. Recht auf informationelle Selbstbestimmung, Art. 2 Abs. 1 GG in Verbindung mit Art. 1 Abs. 1 GG).

Die journalistische Sorgfaltspflicht bezieht sich vorwiegend auf eine, oft nicht einfach realisierbare, Selbstverständlichkeit: wahre Berichterstattung. Lügen verletzen gewöhnlich die Persönlichkeitsrechte der Betroffenen und führen zu Richtigstellungs- und Unterlassungsansprüchen. Die Wahrheitspflicht ergibt sich einerseits aus der in Art. 5 GG festgeschriebenen Pressefreiheit, die Journalisten umgekehrt auch an eine ehrliche Berichterstattung bindet. Andererseits folgt die Wahrheits- und Sorgfaltspflicht aus der journalistischen Ethik, ein moralisches Prinzip, auf das sich die Journalisten in einem Pressekodex verständigt haben.¹⁰⁸

Um sich Rechtsstreitigkeiten zu ersparen sollte auf missverständliche Formulierungen verzichtet werden. Auch Kleintexte (Überschriften, Zwischentexte, Bildunterschriften etc.) dürfen den Aussagegehalt der Artikel nicht nachteilig verändern. Durch das Zusammenspiel verschiedener, für sich genommen richtiger, Äußerungen können falsche Eindrücke mittels verdeckter Behauptungen entstehen. Die Ausrede, dass unzutreffende Überzeugungen nicht explizit aufgestellt wurden, entlastet nicht.

Die journalistische Sorgfalt erstreckt sich auch auf die Recherche. Sämtliche Nachrichtenmeldungen müssen vor ihrer Veröffentlichung entsprechend den Landespressegesetzen mit Sorgfalt auf Inhalt, Herkunft und Wahrheit kontrolliert werden. Dementsprechend wird die Glaubwürdigkeit auf Basis des Zwei-Quellen-Prinzips kritisch geprüft, weil es mit nur einer Quelle oftmals kompliziert wird, im Streitfall den nötigen Wahrheitsbeweis zu führen.

Für Berlin gelten die Regelungen des Presserechts aus dem Berliner Pressegesetz vom 15. Juni 1965. § 3 weist hier noch einmal ausdrücklich auf die Prüfung „nach den Umständen gebotenen Sorgfalt auf Inhalt, Wahrheit und Herkunft“ von Nachrichten hin.¹⁰⁹

Obwohl der Pressekodex des Presserats vorschreibt, dass Gerüchte als solche zu kennzeichnen sind, darf daraus noch keine Erlaubnis zur Veröffentlichung abgeleitet werden. Gerüchte, die nicht ansatzweise überprüft werden können, dürfen überhaupt nicht oder nur mit deutlichem Verweis auf ihre Unglaubwürdigkeit publiziert werden.

¹⁰⁷ Stefan Noethen: Studien zur Inneren Sicherheit 4, Vierter Abschnitt: Politikvermittlung und Öffentlichkeit, Leske + Budrich, Opladen, ISBN: 3-8100-2879-7, S.344.

¹⁰⁸ Karl Beele: Pressearbeit der Polizei: Ein Leitfaden für die Praxis, 1. Auflage 1999, Verlag Deutsche Polizeiliteratur GmbH, S.24-25.

¹⁰⁹ <http://wwwwbs.cs.tu-berlin.de/www/pressegesetz.html>, Stand: 02.01.2011.

Meldungen anerkannter Nachrichtenagenturen (dpa, Reuters, dapd) und offizielle Verlautbarungen von Behörden, wie der Polizei, müssen nicht nachrecherchiert und auf Wahrheit überprüft werden.¹¹⁰

Die Nachrichtenträger wären von jeder Haftung ausgenommen, würden sie sich hinter Aussagen Dritter verstecken, indem sie Falschmeldungen in Zitate kleideten. Um dem vorzubeugen, greift für Aussprüche Dritter die „Verbreiterhaftung“. Interviewaussagen und Zitate müssen daher doppelt geprüft werden. Es muss geklärt werden, ob sich der Zitierte sich so geäußert hat und das Zitat auch inhaltlich richtig war.¹¹¹

4.5.3 Rhetorische Grundregeln

Sprache ist wichtigstes Kommunikationsmittel eines Pressesprechers. Es bedarf einer einfachen und verständlichen Ausdrucksweise ohne Fremdwörter, die sich an publizistische Grundsätze hält und Übertreibung, Theatralik sowie Parteiliches meidet.

Da die Sprache der Polizeibeamten durch Fachvokabular geprägt ist, muss insbesondere bei der Berichterstattung nach außen auf verständliche Ausdrucksweise geachtet werden (z.B. Ampel statt Lichtzeichenanlage LZA). Rhetorische Fertigkeiten eines Pressesprechers sind hierbei ebenso wichtig wie der Inhalt der Nachricht.¹¹²

Neben dem gesprochenen Wort des Pressesprechers werden Aussagen durch weitere Elemente gestützt und untermauert. Das nonverbale Verhalten zeigt die innere, wahre Haltung und Gefühle des Sprechers zu seiner Aussage. Diesbezügliche Grundkenntnisse gehören zum Repertoire jedes guten Polizeisprechers. Sprachmerkmale wie Tonlagen, Klangfarben, Sprechgeschwindigkeit und Sprechpausen können den sprachlichen Effekt entscheidend beeinflussen. Daneben spielen Mimik und Gestik eine entscheidende Rolle. Körpersprache wirkt dort, wo der Redner auch gesehen wird, z. B. bei Fernsehinterviews. Je intensiver verbale Darstellungen nonverbal unterstrichen werden, desto größer ist die Anteilnahme.¹¹³

Im Bereich der polizeilichen Öffentlichkeitsarbeit liegt der Schwerpunkt bei der sachlichen Informationsweitergabe. Hierbei sind insbesondere Kernaussagen, freies Reden und eine einfache Wortwahl entscheidend.

¹¹⁰ online Publikation: Michael Fricke: Fallstricke des Presserechts, CMS Hasche Sigle, Hamburg, 2007.

¹¹¹ Rainer Ohlsen/ Peter Kelling: Polizei und Medien: Pressearbeit der Polizei im Spannungsfeld zwischen journalistischer und polizeilicher Tätigkeit, Boorberg-Verlag, 1985, S. 48-50.

¹¹² Ulrich Bobinger: Erfolgreiche Pressearbeit – Ein Leitfaden für Pressestellen in Unternehmen, Behörden und Verbände, Hanseatischer Fachverlag für Wirtschaft, 1993.

¹¹³ Rainer Ohlsen/ Peter Kelling: Polizei und Medien: Pressearbeit der Polizei im Spannungsfeld zwischen journalistischer und polizeilicher Tätigkeit, Boorberg-Verlag, 1985, S. 33-34.

4.5.4 Medienlandschaft in Berlin

Die Berliner Medienlandschaft umfasst ein breites Spektrum von Rundfunksendern und Printmedien. Viele deutschlandweit sendende Fernsehsender haben ihren Sitz in Berlin. Mit allein über 20 privaten und öffentlich-rechtlichen Radiostationen ist Berlin die Hauptstadt der Hörfunksender.¹¹⁴ 2,5 Millionen Leser haben die Auswahl aus zehn Tageszeitungen, einer Wochenzeitung, 13 Anzeigenblättern, 15 Stadtmagazinen sowie zahlreichen überregionalen Zeitungen.¹¹⁵ Die „Berliner Zeitung“ ist mit einer Auflage von durchschnittlich über 190.000 die meist gelesene Zeitung in Berlin.¹¹⁶

Der öffentlich-rechtliche Sender RBB (Rundfunk Berlin-Brandenburg) mit 6 Radio- und einem Fernsehsender bedient sich, wie auch die Printmedien, vorrangig der Informationen aus Nachrichtenagenturen, die als sichere und seriöse Quellen gelten. Die Nachrichtenmeldungen werden in den Redaktionen auf Informations- und Wahrheitsgehalt überprüft. Als wahr gilt eine Information grundsätzlich, wenn sie durch eine zweite unabhängige Quelle bestätigt ist. Der RBB verfügt darüber hinaus über eine interne Nachrichtenagentur (INA), in die alle relevanten regionalen Nachrichten gespeichert und für Redaktionen thematisch geordnet werden.

Anfragen an die Pressestelle der Berliner Polizei werden zumeist von den Journalisten der Nachrichtenagenturen gestellt, die die Informationen als Nachrichtenmeldung an die entsprechenden Abnehmer und Redaktionen senden. Bei Großlagen wie der 1. Mai-Demonstration oder anderen relevanten Ereignissen stehen die Reporter teilweise in direktem telefonischen Kontakt mit der Pressestelle oder dem jeweiligen Pressesprecher. Einen klassischen Polizeireporter gibt es beim RBB jedoch nicht.

Von den verantwortlichen Mitarbeitern im RBB wird die Zusammenarbeit mit der Pressestelle der Berliner Polizei positiv bewertet.¹¹⁷ Insbesondere wurde die freundliche und zuverlässige Auskunft bei Pressesprechern vor Ort hervorgehoben.¹¹⁸

Allerdings wurde auch darauf hingewiesen, dass von Seiten der Polizei zu viele polizeiliche Fachbegriffe verwendet werden. Auch wurde die Internetpräsenz der Berliner Polizei kritisiert, da aktuelle Pressemeldungen erst relativ spät veröffentlicht würden. Insbesondere im Bereich der Verkehrslenkung, die auf ständige aktuelle Informationen angewiesen ist, besteht noch erheblicher Verbesserungs- und Kommunikationsbedarf.¹¹⁹

¹¹⁴ http://www.medienindex.de/Radio_Berlin.htm, Stand: 27.12.2010.

¹¹⁵ <http://www.berliner-adressen.de/Medien>, Stand: 29.12.2010.

¹¹⁶ http://de.wikipedia.org/wiki/Medien_in_Berlin, Stand: 27.12.2010.

¹¹⁷ Interview mit Marion Brandau vom 15.11.2011, Nachrichtenchefin RBB Info-Radio.

¹¹⁸ Interview mit Oliver Soos vom 04.07.2010, Reporter RBB Info-Radio.

¹¹⁹ S. Rn. 115.

Im Inforadio des RBB werden stets Gesprächspartner für Live-Interviews gesucht. Meist werden Anfragen an Persönlichkeiten der Leitungs- und Führungsebene von Unternehmen, Politiker und Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens gestellt. Werden die Anfragen zu Interviews abgelehnt, weichen Journalisten gerne auf Gewerkschaftsvertreter aus. Werden diese befragt, so entsteht in der Öffentlichkeit allzu leicht der Eindruck, dieser Gewerkschaftsvertreter spräche für ein Unternehmen bzw. für eine ganze Behörde. Dies kann nicht im Interesse einer umsichtigen Unternehmensführung sein. Journalistenanfragen nach Interviews und Statements sollten daher stets genau geprüft und in der Regel positiv beantwortet werden.

4.6 Fazit

In einer zunehmend vernetzten Gesellschaft, in der Medien, die Übermittlung von Nachrichten und die Bedürfnisse der Konsumenten einem permanentem Wandel unterworfen sind, kommt der Rolle des Pressesprechers eine nicht zu unterschätzende Rolle zu. Dies gilt umso mehr, als sich viele Informationssuchende immer weniger bei den traditionellen Medien, stattdessen häufiger über das Internet der Primärquellen bedienen.

Von einem Pressesprecher wird daher verlangt, stets neue Entwicklungen in der Medienlandschaft und in der gesellschaftlichen Diskussion zu verfolgen und zu erkennen sowie die Strategie des Unternehmens oder einer Behörde danach auszurichten. Der Pressesprecher einer Polizeibehörde stellt insofern einen Sonderfall dar, als die Polizei einerseits staatliches Gewaltenmonopol repräsentiert, aber andererseits auch zu Bürgernähe verpflichtet ist. Gelungene Unternehmenskommunikation als Instrument der Öffentlichkeitsarbeit kann dazu beitragen, dass die Akzeptanz der Polizei in der Gesellschaft steigt.

4.7 Literatur- und Quellenverzeichnis

Beele, Karl: Pressearbeit der Polizei: Ein Leitfaden für die Praxis, 1. Auflage 1999, Verlag Deutsche Polizeiliteratur GmbH.

Bobinger, Ulrich: Erfolgreiche Pressearbeit – Ein Leitfaden für Pressestellen in Unternehmen, Behörden und Verbände, Hanseatischer Fachverlag für Wirtschaft, 1993.

Bruhn, Manfred: Marketing für Non-Profit-Organisationen. Grundlagen – Konzepte – Instrumente, Verlag W. Kohlhammer, Stuttgart 2005.

Christe-Zeyse, Jochen: Modernes Management in der deutschen Polizei. Polizei und Wissenschaft, Verlag für Polizeiwissenschaft, Frankfurt 2005.

Christe-Zeyse, Jochen: Professionelle Führung in der Polizei – Jenseits des Führungsmythos und technokratischer Managementansätze. Polizei und Wissenschaft, Verlag für Polizeiwissenschaft, Frankfurt 2006.

Karpf, Hermann: Polizei und Medien. Kooperation oder Konfrontation?, Boorberg Verlag 2002.

Knödler, Torsten: Public Relations und Wirtschaftsjournalismus. Erfolgs- und Risikofaktoren für einen win-win. Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 1. Auflage Oktober 2005.

Linssen, Ruth / Pfeiffer, Hartmut: Polizei. Außendarstellung in Öffentlichkeit und Medien, Verlag für Polizeiwissenschaft, 2009.

Mast, Claudia: Unternehmenskommunikation, 2. Auflage, Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft mbH, Stuttgart 2006.

Noetehen, Stefan: Studien zur Inneren Sicherheit 4, 4. Abschnitt: Politikvermittlung und Öffentlichkeit, Leske + Budrich, Opladen, ISBN: 3-8100-2879-7.

Ohlsen, Rainer / Kelling, Peter: Polizei und Medien: Pressearbeit der Polizei im Spannungsfeld zwischen journalistischer und polizeilicher Tätigkeit, Boorberg-Verlag, 1985.

Viehöfer, Horst: So packen Sie Ihr PR-Paket, Berlin 1999.

Internetpublikationen

Fricke, Michael: online Publikation, <http://recherche-info.de/src/20070619-fricke-fallstricke-im-presserecht.pdf>. Fallstricke des Presserechts, CMS Hasche Sigle, Hamburg, 2007.

Furthmüller, Udo: Unternehmenskommunikation. Online-Publikation in:
www.commatext.com/Unternehmenskommunikation.pdf.

Mohe, Prof. Dr. Michael: Führung und Kommunikation, Carl von Ossietzky Universität Oldenburg, 2006, online Publikation: www.bba.uni-oldenburg.de/.../leseprobe_fuehrung_kommunikation.pdf.

Internetquellen

<http://www.jumpforward.de/berufe/8287/Pressesprecher-in.html>,

Stand 01.08.2010.

<http://pressetext.de/news/061212005/pressesprecher-machen-mehr-als-medienarbeit/>, Stand: 01.08.2010.

<http://www.babyboomercaretaker.com/German/senior-dating/communication/What-Is-The-Definition-Of-Corporate-Communication.html>, Stand 02.08.2010.

<http://www.onpulson.de/lexikon/1440/externe-kommunikation/>,
Stand: 01.08.2010.

<http://www.deekeling-arndt.de/html/de/934.html>, Stand: 14.08.2010.

<http://www.hintergrund.de/20080212174/hintergrund/medien/freund-und-verfolger.html>, Stand: 20.08.2010

<http://www.suite101.de/content/zum-verhaeltnis-von-fuehrung-und-kommunikation-a54386>, Stand: 20.08.2010

<http://wwwwbs.cs.tu-berlin.de/www/pressegesetz.html>, Stand: 02.01.2011

http://www.medienindex.de/Radio_Berlin.htm, Stand: 27.12.2010

<http://www.berliner-adressen.de/Medien>, Stand: 29.12.2010

http://de.wikipedia.org/wiki/Medien_in_Berlin, Stand: 27.12.2010

Sonstige Quellen

Interview mit Marion **Brandau** vom 15.11.2011, Nachrichtenchefin RBB Info-Radio

Interview mit Oliver **Soos** vom 04.07.2010, Reporter RBB Info-Radio

Menschen machen Medien. Neuer Typ Mediennutzer. 40 Jahre **ARD / ZDF**-Langzeitstudie, Nr. 7/8, 01.07.2006.

5 Die Arbeit der Pressestelle der Berliner Polizei

KKA Max Hornberger, KKA Tony Stropagel, PKA Christian Trilus

5.1	EINLEITUNG	100
5.2	LEITLINIEN DER PRESSEARBEIT DER BERLINER POLIZEI.....	101
5.2.1	DAS ANGESTREBTE PROFIL DER BERLINER POLIZEI - UND WIE DIE PRESSEARBEIT DAZU BEITRAGEN KANN	101
5.2.2	AKTIVE UND OFFENE PRESSEARBEIT ALS ERFOLGSREZEPT	102
5.2.3	EINSATZBEGLEITUNG ALS INSTRUMENT EINER AKTIVEN UND OFFENEN POLIZEIARBEIT	104
5.2.4	PRESSEARBEIT ALS GESAMTBEHÖRDLICHE AUFGABE.....	105
5.3	PRAXISBEISPIEL: POLIZEIEINSÄTZE AM 30. APRIL UND 1. MAI 2010.....	108
5.3.1	RESONANZ ZU DEN POLIZEIEINSÄTZEN AM 30. APRIL UND 1. MAI 2010	109
5.4	FAZIT	113
5.5	LITERATUR- UND QUELLENVERZEICHNIS.....	115

5.1 Einleitung

Unsere Projektgruppe beschäftigte sich mit der Pressestelle der Berliner Polizei und ihrem Anteil an der Öffentlichkeitsarbeit der Behörde. Die Polizei steht im Mittelpunkt der gesellschaftlichen Beobachtung und schreibt daher dem Thema der Öffentlichkeitsarbeit eine besondere Bedeutung zu. Die Pressestelle nimmt in diesem Zusammenhang eine zentrale Position ein und widmet ihre Arbeit der Darstellung einer transparenten Polizei bei den Bürgern und in den Medien. Sowohl die Behörde im Ganzen als auch die Pressestelle speziell sind dabei einer ständigen Kontrolle von außen unterworfen, durch Politik, Medien, Bürger- und Menschenrechtsgruppen sowie neue technische Formen der Öffentlichkeit („YouTube“). Auf Grund dieses hohen gesellschaftlichen Interesses kann die Polizei aber auch in besonderem Maße auf die Öffentlichkeit einwirken. Daher setzt sie bei der Pressearbeit vorrangig auf eine aktive und offene Strategie, um sich öffentlich darzustellen. Dieses Prinzip führt aber auch das Risiko mit sich, dass Medienvertreter mehr Freiheiten bekommen und zum Beispiel Großeinsätze direkt begleiten können. Die Folgen solcher Freiheiten sind nicht immer absehbar. Die Möglichkeit einer Selbstgefährdung durch die Journalisten ist nicht auszuschließen und auch die Gefahr von Falschmeldungen über die Arbeit der Polizei wird damit nicht zwingend geringer. Daher wurden Bedingungen geschaffen, welche diese Risiken reduzieren und die Pressearbeit regulieren sollen. Im Folgenden werden zunächst die bestehenden Leitlinien¹²⁰ der Pressearbeit der Berliner Polizei dargestellt und erläutert. Dabei geht es vor allem darum, die theoretischen Grundlagen für die Praxis aufzuzeigen.

Um den Bezug zur Praxis herzustellen wurden die Polizeieinsätze am 30. April und 1. Mai 2010 als Anschauungsbeispiele ausgewählt und in zwei Schritten detailliert ausgewertet. In einem ersten Schritt besuchte die Projektgruppe am 1. Mai 2010 die Pressestelle der Berliner Polizei und beobachtete die Arbeit der dortigen Mitarbeiter, um den Ablauf während des Einsatzgeschehens erklären zu können.

Der zweite Schritt ist eine Analyse der Bewertung der Arbeit der Berliner Polizei im Rahmen der beiden genannten Einsatztage durch die Öffentlichkeit. Die Resonanz der Berliner Printmedien wird zu diesem Zweck einer Auswertung der 60. Sitzung des Berliner Ausschusses für Inneres, Sicherheit und Ordnung vom 3. Mai 2010 gegenübergestellt. Hierbei wurden Unterschiede und Gemeinsamkeiten herausgearbeitet, um ein umfassendes Urteil zu den Einsätzen darzustellen.

¹²⁰ Diese orientieren sich im Folgenden an drei Quellen: 1) PDV 100 - Führung und Einsatz, 2) Verhaltensgrundsätze für Presse/ Rundfunk und Polizei zur Vermeidung von Behinderung bei der Durchführung polizeilicher Aufgaben und der freien Ausübung der Berichterstattung, 3) Leitlinien für die Pressearbeit der Berliner Polizei.

5.2 Leitlinien der Pressearbeit der Berliner Polizei¹²¹

5.2.1 Das angestrebte Profil der Berliner Polizei - und wie die Pressearbeit dazu beitragen kann

Entsprechend ihrem gesetzlichen Auftrag in Sachen Sicherheit hat die Berliner Polizei ihre Arbeit an den objektiven und subjektiven Sicherheitsinteressen der Bürgerinnen und Bürger auszurichten. Dabei kommt es darauf an, eine Kultur der Weiterentwicklung und Anpassung an immer neue Anforderungen zu ermöglichen. Bei der internen Organisation stehen dabei die Mitarbeiter mit ihren Fähigkeiten und Motivation sowie ein konstruktiver Umgang mit Fehlern im Mittelpunkt. Nach außen hin muss die Grundlage des Selbstverständnisses der Polizei ein verantwortlicher Umgang mit den ihr gegebenen weit reichenden Kompetenzen des staatlichen Gewaltmonopols sein. Insofern ist sie zu besonderer Transparenz verpflichtet.

Darüber hinaus gehört es in der modernen Gesellschaft neben den ursprünglichen Aufgabenfeldern der Strafverfolgung und Gefahrenabwehr auch zu den Verpflichtungen der Polizei, die Gesellschaft aktiv mitzugestalten. Dies kann geschehen, indem öffentlich auf strukturelle Verpflichtungen hingewiesen, alle gestaltenden Akteure in die Pflicht genommen und so ein leistungsfähiges Netzwerk geschaffen wird. Auch und vor allem die Präventionsarbeit der Berliner Polizei profitiert von dieser Erweiterung ihrer Aufgabenfelder.

Um ihr gewünschtes Profil zu vertreten, muss die Polizei durch ihr Auftreten jederzeit und überall eine Vorbildfunktion in Sachen gegenseitiger Respekt und deeskalierendes Konfliktverhalten einnehmen, da diese die Grundlagen eines funktionierenden Gemeinwesens sind. Letztlich gehört auch die Verantwortung innerhalb des Kollegenkreises im Sinne von Toleranz, Solidarität und Respekt zu dem angestrebten Profil der Berliner Polizei.

Die Pressearbeit der Berliner Polizei kann entscheidend und aktiv dazu beitragen, die oben genannten Ziele zu erreichen. Allgemein gesprochen kann die Pressearbeit unmittelbar die öffentliche Wahrnehmung der Polizei und ihrer Kompetenzen und somit das Sicherheitsgefühl der Bürger und Bürgerinnen beeinflussen. Durch ein erhöhtes Sicherheitsgefühl und die damit verbundene höhere Akzeptanz in der Bevölkerung wird die tägliche Arbeit der Mitarbeiter erleichtert. Um ihrer Verantwortung als gesellschaftlicher Akteur gerecht zu werden, kann die Polizei mit aktiver Pressearbeit über öffentliche Diskussionen dafür sorgen, dass alle Verantwortlichen aufmerksam werden und Verantwortung übernehmen. Somit ist die Polizei als Initiator gesellschaftlicher Entwicklungen ein potenzieller Partner für vielfältige soziale Initiativen, wodurch ein leistungsfähiges Netzwerk geschaffen und insbesondere die Präventionsarbeit effektiver gemacht werden können. Durch ein positives Bild in der Öffentlichkeit als Garant für Sicherheit und Stabilität sowie als gestaltender Teil der Gesellschaft erhöht sich auch die Unterstützung durch die Politik bei der Arbeit der Berliner Polizei.

¹²¹ S. Rn. 120.

Darüber hinaus kann durch direkte Pressearbeit mit der Öffentlichkeit kommuniziert werden. So können Informationen flächendeckend vermittelt, Präventionshinweise weiter gegeben und die Öffentlichkeit um Zeughinweise gebeten werden. Und auch bei der Pressearbeit geht es nicht nur um Kontakt nach außen, sondern auch um Motivation der eigenen Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen nach innen, die durch positive Medienberichterstattung erhöht werden kann.

5.2.2 Aktive und offene Pressearbeit als Erfolgsrezept

Um alle genannten Ziele zu erreichen, verfolgt die Pressestelle der Berliner Polizei die Strategie der aktiven und offenen Pressearbeit. Die Polizei darf durch eine reine Reaktionskultur nicht zum bloßen Objekt der Berichterstattung werden. Stattdessen muss gezielt mit der Öffentlichkeit kommuniziert werden. Hierfür sind die Medien als helfender Partner zu verstehen und auch so zu behandeln. Folgende Prinzipien sind entsprechend den Leitlinien zu beachten:

- **Themen anbieten:** Um die Medien für die Arbeit der Polizei zu interessieren, gilt es, aus besonderen Kompetenzfeldern der Polizei öffentlichkeitswirksame Themen anzubieten und attraktive Rahmenbedingungen für die Berichterstattung zu schaffen. Die vielschichtige Arbeit der Polizei bietet eine Fülle solcher Themen, mit deren öffentlicher Darstellung das angestrebte Profil demonstriert werden kann. Dazu gehören einerseits Themen aus dem Aus- und Fortbildungsbereich, hoch emotional besetzte und damit öffentlichkeitswirksame Themen, aber auch Themen der täglichen Arbeit und aktueller Ereignisse. Unterstützt wird die Darstellung aller Themen insbesondere durch praktische Vorführungen.
- **Themen besetzen:** Neben des aktiven Themenangebots geht es auch darum, zu Themen von herausragender gesellschaftlicher Bedeutung einen klaren Standpunkt einzunehmen und mit der Besetzung solcher Themen einen dauerhaften Prozess der Darstellung zu fördern. Die Polizei macht hiermit auf ihr besonderes Engagement für die betroffenen Problemfelder aufmerksam. Dadurch kann erreicht werden, dass positive Entwicklungen auf diesen Gebieten von den Bürgern und Bürgerinnen automatisch mit der Polizei als treibende Kraft in Verbindung gebracht werden. Darüber hinaus wird die Polizei durch die Besetzung bestimmter Themen auch wieder ihrer Verantwortung als Initiator und Mitwirkender bei gesellschaftlichen Entwicklungen gerecht.
- **Hohe Medienpräsenz sicherstellen:** Hierbei geht es vor allem darum, die Vielfältigkeit der Polizeiarbeit und ihr gesellschaftliches Engagement in den Medien darzustellen. Jeden Tag müssen die verschiedenen Tätigkeiten und Motive möglichst in sämtlichen Medien, also Print, Hörfunk und Fernsehen thematisiert werden, um eine hohe Medienpräsenz sicherzustellen. Nur so werden die Menschen ihre Polizei ständig als engagierte, aktive und qualitativ hochwertig arbeitende Institution wahrnehmen. Dabei ist zu beachten, dass neben großen Erfolgen auch die Summe von Meldungen über tägliche Aktivitä-

ten auf den Gebieten der Strafverfolgung, Gefahrenabwehr und Präventionsarbeit das Bewusstsein der Menschen dahingehend verändern kann, dass eine größere Zufriedenheit mit und Akzeptanz gegenüber der Berliner Polizei erreicht wird.

- **Distanz abbauen:** Als beste Möglichkeit Distanz abzubauen, bietet sich die Darstellung der Behörde über ihre Menschen an. Denn die Polizistinnen und Polizisten sind letztlich diejenigen, welche in den Augen der Bevölkerung als engagierte Garanten für die Sicherheit in Berlin stehen sollen. Für diese Darstellung eignet sich zum Beispiel die Begleitung von Polizeieinsätzen durch Medienvertreter. Dabei geht es zwar vor allem darum, die Polizeiarbeit zu dokumentieren. Es werden aber auch immer die handelnden Personen im Fokus stehen, worin ein zu nutzendes Sympathiepotenzial liegt. Dasselbe gilt für Auftritte der Behördensprecher und aller Exponenten der Behörde in der Öffentlichkeit. Hier soll durch einfache und eloquente Sprache sowie eine der Situation angepasste authentische Mimik ein Sachverhalt eingängig auf den Punkt gebracht werden. Darüber hinaus kann dem Klischee einer biederer Behörde entgegengewirkt werden, indem auch die Chance genutzt wird, Humor zu zeigen. Hierzu können beispielsweise die immer wieder auftretenden kuriosen Vorfälle des polizeilichen Alltags bewusst thematisiert und insbesondere an Boulevardblätter weitergegeben werden.
- **Transparenz schaffen:** Als Träger des Gewaltmonopols ist die Polizei zu einer besonderen Offenheit gegenüber der Öffentlichkeit verpflichtet. Als Teil der Gesellschaft muss sie sich der Beurteilung und Kontrolle durch die eigene Zielgruppe, die Bürgerinnen und Bürger, stellen. Je besser die Menschen über Konzepte, Maßnahmen, Ziele und Entwicklungen der Polizei informiert sind, desto größer wird ihr Vertrauen in die Berliner Polizei sein. Einen besonders wichtigen Punkt stellt hier die Fehlerkultur innerhalb der Behörde dar. Durch einen offensiven Umgang mit Fehlern der Behörde als Ganzes oder der einzelnen Polizeiangehörigen vermittelt die Behörde nach außen hin ihr Potenzial, interne Probleme selbst zu lösen. Die Polizei, als ein sich selbst kontrollierendes System mit gemeinsamen Wertmaßstäben, präsentiert sich als lernende Behörde, wenn sie deutlich macht, welche Konsequenzen sie aus auftretenden Missständen zieht. Dadurch wird der Öffentlichkeit klar, dass schwerwiegende Fehler nicht innerhalb der Polizei „gedeckelt“, sondern generell vermeldet werden und diese Fehler letztlich nur Einzelfälle sind. Außerdem ist das damit einhergehende Zeichen nach innen eine Voraussetzung für die auch innerhalb der Behörde verfolgte konstruktive Fehlerkultur.
- **Servicementalität verinnerlichen:** Die Pressestelle hat sicherzustellen, dass die Polizeibehörde ihrem gesetzlichen Auftrag zur Information der Medien gerecht wird. Dafür müssen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Pressestelle den Servicegedanken ihrer Tätigkeit insbesondere im Umgang mit den Journalisten vermitteln und ihre Möglichkeiten ausschöpfen, diese zu unterstützen. Damit kann erreicht werden, dass die Ansprechpartner aus der Pressestelle im Gegenzug in aller Regel fair behandelt werden. Das heißt,

der Polizei wird durch frühzeitige Information durch die Journalisten und Einräumung der Möglichkeit zu Stellungnahmen die Chance gegeben, nicht automatisch zum Opfer undifferenzierter Medienkritik zu werden.

5.2.3 Einsatzbegleitung als Instrument einer aktiven und offenen Polizeiarbeit

Das Angebot der Berliner Polizei an Medienvertreter, Polizeieinsätze zu begleiten, ist ein wichtiges Instrument einer offenen und aktiven Pressearbeit, um eine realistische Darstellung der Polizeiarbeit darstellen zu können. Dies kann aber nur teilweise angeboten werden, da erheblicher Aufwand für die Polizei entsteht. Um Einsatzbegleitungen zu organisieren arbeiten die Pressestelle, die Stabsbereiche 4 des Landeskriminalamtes (LKA) und der örtlichen Direktionen und die jeweiligen Dienststellen zusammen. Der Journalist muss der Pressestelle ein Konzept mit der Entstehung seines Interesses zum Thema, den Schwerpunkten der Reportage, der Länge des Beitrages und des Sendeplatzes des Senders vorstellen. Dabei führen folgende Punkte zur Ablehnung:

- Keine Kurzberichte, da in der kurzen Zeit des Beitrags nicht die Komplexität der Arbeit vermittelt werden kann.
- Wenn die Einsatzbegleitung zu aufwendig ist, so kann dabei der polizeiliche Auftrag nicht mehr ausgeführt werden.
- Unterhaltungsmagazine sind keine geeigneten Partner, da die Ziele beider zu weit auseinander liegen.

Bereits beim ersten Telefonat wird der Medienvertreter darauf hingewiesen, dass er eine vertragliche „Vereinbarung über Bild- und Tonaufnahmen“ unterzeichnen muss. Oftmals wird dies als Zensur empfunden. Dagegen sprechen die gesetzlichen Regelungen zur Pressefreiheit. Darin hat die Polizei eine Informationspflicht. Eine Einsatzbegleitung ist hingegen eine freiwillige Dienstleistung. In diesem Vertrag wird der Polizei ein redaktioneller Einfluss eingeräumt. Das sorgt für die Wahrung der Persönlichkeitsrechte der durch die Polizeimaßnahmen betroffenen Personen.

Wird ein Konzept von der Pressestelle als überzeugend angesehen, wird durch den Stabsbereich 4 der jeweiligen Direktion bzw. des LKA und die betreffende Dienststelle geprüft, ob es umsetzbar ist. Der Dienststellenleiter muss nun geeignete Beamte auswählen. Dabei ist auf folgende Kriterien zu achten:

Der Beamte muss Erfahrung mitbringen, ein gepflegtes äußeres Erscheinungsbild haben, souverän im Auftreten, sensibel im Umgang mit dem Bürger und vorurteilsfrei sein sowie ein ausgewähltes Ausdrucksvermögen besitzen.

Des Weiteren gibt es ein Vorgespräch zwischen dem Redakteur, dem Stabsbereich 4 der jeweiligen Direktion bzw. des LKA, den begleitenden Beamten und deren Dienststellenleiter. Der zuständige Sachbearbeiter der Pressestelle führt die abschließende Sichtung des Beitrages durch.

5.2.4 Pressearbeit als gesamtbehördliche Aufgabe

Die Repräsentation der Behörde gegenüber der Öffentlichkeit ist für die Behördenleitung von besonderer Bedeutung. Gesteuert wird die Pressearbeit zentral durch den Polizeipräsidenten. Das effiziente Arbeiten gelingt jedoch nur, wenn die ganze Behörde eine positive Einstellung zur Pressearbeit entwickelt.

Die Polizei ist nicht nur gesetzlich zur Pressearbeit verpflichtet sowie durch Innenministerkonferenz-Beschluss, sondern kann diese auch als Möglichkeit nutzen um mit der Öffentlichkeit zu kommunizieren. Einsatz- und ermittlungstaktische Notwendigkeiten werden dabei nicht ungefiltert weitergegeben. Liegen keine ermittlungstaktischen Restriktionen vor, entscheidet die Pressestelle über Art und Umfang der Informationen.

Informationsfluss im aktuellen Tagesgeschehen

Eine erfolgreiche Arbeit ist nur möglich, wenn die Pressestelle schnell und vollständig über aktuelle öffentlichkeitswirksame Sachverhalte informiert wird. Dabei unterscheidet man zwei Arten von Pressearbeit. Die so genannten „O-Töne“ zum Geschehen durch Polizeibeamte und das telefonische Erfragen von Informationen durch Medienvertreter. Letzteres übernimmt mit 90 Prozent den überwiegenden Anteil an Interviewanfragen.

In der Regel bekommt die Pressestelle Auskunft über einen öffentlichkeitswirksamen Fall über das Lagezentrum. Wenn weitere Informationen benötigt werden, wendet sie sich an die zuständige Dienststelle. Die Koordination des Informationsflusses ist durch den Wachleiter, den VB I Schichtleiter oder den Dienstgruppenleiter zu gewährleisten.

Informationsfluss bei Ereignissen von besonderem öffentlichen Interesse

Bei besonders gravierenden Straftaten, z.B. Tötungsdelikten oder antisemitischen Vorgehensweisen, muss die Öffentlichkeit informiert werden. Aber auch Fehler und Straftaten der Polizei werden publik gemacht.

Fremdenfeindliche Straftaten haben eine besondere gesellschaftliche Wirkung und müssen deshalb entsprechend gewertet werden. Wird dies nicht durch die Polizei getan, könnte der Eindruck erweckt werden, dass solche Taten sogar „gedeckelt“ werden. Allein der Anfangsverdacht einer ausländerfeindlichen Straftat reicht aus um die Pressestelle sofort in Kenntnis zu setzen.

Bei Straftaten und Fehlern von Polizeibeamten ist es wichtig, dass damit offen umgegangen wird. Die Behördenleitung ist umgehend zu informieren. In einigen Fällen konfrontieren Medienvertreter die Pressestelle mit Informationen über Fehlverhalten von Polizisten und wollen eine Bestätigung erhalten. Dann wendet sich die Pressestelle an den verantwortlichen Direktionsleiter, um über den Sachverhalt aufgeklärt zu werden. In diesem Gespräch muss völlige Offenheit herrschen, sodass es keinen Wissensvorsprung der Medien gibt.

Umgang mit Interviewanfragen

Prinzipiell sind alle Mitarbeiter des höheren Dienstes verpflichtet sich zu einem Thema aus ihrem Verantwortungsbereich zur Verfügung zu stellen. Sollte die Anfrage für ein Interview an die Direktion gehen, ist sofort die Pressestelle zu informieren.

Des Weiteren muss die Pressestelle informiert werden, wenn sich Führungskräfte bei öffentlichen Veranstaltungen zu bestimmten Themen äußern. Äußert sich ein hochrangiger Beamter zu einem Thema, bedeutet dies für die Öffentlichkeit, dass die Polizei dem Thema eine hohe Bedeutung zu kommen lässt.

Darüber hinaus sollten auch die überregionalen Einsätze in bestimmten Bereichen und nicht nur die kiezbezogenen Einzelaktionen dargestellt werden.

Bei besonderen Themen, welche einen längeren Zeitraum im öffentlichen Fokus stehen, ist es besser, wenn die Behörde einen Vertreter wählt, der die gesamte Zeit über als Interviewpartner zur Verfügung steht. Somit muss sich ein Mitarbeiter nicht immer wieder neu einarbeiten. Das Gesicht des Polizisten etabliert sich folglich in der Öffentlichkeit. Dem Innensenator bleibt das Recht in besonderen Fällen von politischer Bedeutung die Pressearbeit zu übernehmen.

Wird der Präsident von Medienvertretern befragt, muss er über die schon im Vorfeld abgegeben Aussagen/ Statements informiert sein. Ist dies nicht der Fall, so besteht die Gefahr, dass der Präsident mit früheren Aussagen von Mitarbeitern konfrontiert wird. Um dieser vielfältigen Aufgabe gerecht zu werden, bedarf es einer zielgerichteten Pressearbeit beim Stab des Polizeipräsidenten. Ob einer Anfrage entsprochen werden kann, prüft die Pressestelle in Zusammenarbeit mit der Fachdienststelle.

Eine Absage oder eine Zusage eines Interviews erfolgt allein über die Pressestelle. Wenn Journalisten eine Interviewanfrage an einen Polizeibeamten richten, ist dieser Grundsatz ebenfalls zu beachten. In vielen Fällen wird zugesagt und gleichzeitig an die Pressestelle verwiesen. Sollte dann jedoch durch die Pressestelle die Anfrage abgelehnt werden, könnte der Eindruck erweckt werden, dass der Mitarbeiter lediglich ruhig gestellt wurde.

O-Töne im Einsatzgeschehen

Prinzipiell darf jeder Polizeiführer Presseauskünfte zu Einsatzlagen geben. Diese Angaben sind ebenfalls der Pressestelle zu melden, damit diese denselben Wissensstand hat.

Zur Entlastung des Polizeiführers kommen bei medienwirksamen Einsätzen entweder ein Mitarbeiter des Stabs 4 der jeweiligen Direktion oder ein Pressesprecher der Pressestelle zum Geschehen. Die Pressestelle hat dabei auch Entscheidungsbefugnisse, inwieweit Informationen herausgegeben werden können. Dies erfolgt aus einsatztaktischen Gründen immer in Absprache mit dem jeweiligen Polizeiführer.

Letztlich darf jeder Polizeibeamte Stellung gegenüber den Medien nehmen. Bei weit reichenden Maßnahmen, welche sich behördensweit ausdehnen oder größere Strukturen aufweisen, ist jedoch auf die Pressestelle zu verweisen.

Ein O-Ton-Training für Polizeiführer kann in der Landespolizeischule absolviert werden.

Pressekonferenzen und Pressemeldungen der Direktionen

Pressekonferenzen haben den Vorteil, dass sie großes öffentliches Interesse hervorrufen. Geplante Pressekonferenzen vom LKA oder den Direktionen sollten frühzeitig bei der Pressestelle angemeldet werden. Einladungen erfolgen ausschließlich über die Pressestelle. Vorhergehende Presseinformationen sind der Pressestelle vorzulegen. Änderungen sind ihr vorbehalten unter Absprache mit der Behördenleitung. Wenn Ereignisse von regionalem Interesse sind, kann der Stabsbereich 4 der jeweiligen Direktionen Pressemeldungen veranlassen. Eine vorherige Entwurfseinsicht durch die Pressestelle ist unbedingt aus folgenden Gründen erforderlich:

- mangelnde Professionalität z.B. bei einer Doppelfertigung einer Meldung mit überregionalem Bezug
- ein einheitliches Layout ist erforderlich

Pressearbeit im Spannungsfeld der Ermittlungstaktik

Um private Interessen und Geheimhaltungsvorschriften zu schützen, hat der leitende Ermittler die Entscheidung, die Pressearbeit veröffentlichen zu lassen. Pressemeldungen werden mit den Fachdienststellen abgestimmt. Dabei ist das Augenmerk immer auf die ermittlungstaktische Bedeutung zu legen. Bei strukturell größeren Einsätzen ist der Dezernatsleiter zu kontaktieren. Das Presserecht ist immer zu gewähren. Es ist darauf zu achten, dass niemals bewusst falsche Aussagen gegenüber den Medien erfolgen.

Freigabe von Pressemeldungen

Pressemeldungen müssen autorisiert werden. Dazu sind der Polizeipräsident, die Staatsanwaltschaft und die Amts- bzw. Direktionsleiter berechtigt. Verzögerungen sind bei einer Autorisierung unbedingt zu vermeiden um den Printmedien die Möglichkeit zu geben auch noch kurz vor Redaktionsschluss Meldungen aufzunehmen. Autorisierungen müssen mit den Stabsbereichen 4 und den Fachdienststellen abgestimmt werden.

Zusammenarbeit Pressestelle/Stabsbereich 4

Der Stabsbereich 4 der Direktionsstäbe ist eine Unterstützung für die Pressestelle. Die Mitarbeiter bieten Insiderwissen und geben Kontakte aus. Zu den Aufgaben der Stabsbereiche zählt unter anderem die Einsatz begleitende Pressearbeit. Bei Interviewwünschen ist zwischen tagesaktuellen und Vorlaufanfragen zu unterscheiden. Interviews mit Vorlauf werden grundsätzlich vom Stabsbereich 4 übernommen. Ein sensibler Umgang mit den einzelnen Themen ist von größter Bedeutung. Bei komplexen Einsätzen ist stets die Zusammenarbeit zwischen Pressestelle und Stab 4 zu wahren. Dabei hat die Pressestelle die Aufgabe sich im Entscheidungsprozess zu den Themen und Interviewanfragen mit einzubringen und die Führungskräfte zu informieren und beraten. Amts- und Direktionsleiter haben ebenfalls Mitbestimmungsrecht.

Tagesaktuelle Interviews sind schnellstmöglich zu bearbeiten, um der Pressepflicht gerecht zu werden und eine positive Zusammenarbeit mit den Medien zu gewährleisten
Sämtliche Interviewanfragen sind immer an die Pressestelle weiterzuleiten.

Vorschläge für Meldungen und Themen

Die Pressestelle ist stets auf die Unterstützung der Direktionen und des LKA bei der Findung möglicher Themen angewiesen. Dabei ist genauestens darauf zu achten, welche Einsätze sich eventuell als wichtig herausstellen könnten, obwohl diese unscheinbar beginnen. Generell müssen die ausgewählten Themen pressewirksam und für die Öffentlichkeit von Bedeutung sein.

5.3 Praxisbeispiel: Polizeieinsätze am 30. April und 1. Mai 2010

Die Studiengruppe hat am 03. Mai 2010 die 60. Sitzung des Berliner Ausschusses für Inneres, Sicherheit und Ordnung im Berliner Abgeordnetenhaus besucht. Bei der betreffenden Sitzung waren die Polizeieinsätze vom 30. April und 1. Mai 2010 das Hauptthema des Tages. Sie kann als eine Art Nachbereitung der Einsätze auf politischer und höchster polizeilicher Ebene angesehen werden. Im Verlauf dieses Berichts werden die Auswertung der Ausschusssitzung und eine Zusammenfassung der Medienresonanz zu den Polizeieinsätzen am 30. April und 01. Mai 2010 einander gegenüber gestellt und Überschneidungen oder Gegensätze in der Bewertung der Einsätze herausgearbeitet, um ein Gesamtbild der Bewertung zu erhalten. So soll anhand eines Praxisbeispiels verdeutlicht werden, wie die oben erläuterten Leitlinien für die Pressearbeit der Berliner Polizei im Anwendungsfall zum Tragen kommen und welche Rolle die Pressearbeit für das bestehende Bild der Polizei in der Öffentlichkeit spielt.

5.3.1 Resonanz zu den Polizeieinsätzen am 30. April und 1. Mai 2010

Bewertung der Polizeieinsätze am 30. April und 1. Mai 2010 durch die Presse (Tagesspiegel, Berliner Zeitung, Berliner Morgenpost, Spiegel, BZ, Bild)

Wie in den Jahren zuvor kam es auch am 30. April und 1. Mai 2010 in Berlin erwartungsgemäß erneut zu Ausschreitungen zwischen Anhängern der links- und rechtsextremistischen Szenen, die von den Beamten der Polizei beruhigt und verfolgt werden mussten. Die Einsätze standen wie immer unter besonderer Beobachtung durch die Öffentlichkeit. Die Debatten im Vorfeld waren hauptsächlich von der Frage bestimmt, ob die Polizei dieses Mal energischer oder zurückhaltender agieren sollte, als in den letzten Jahren und ob das „Konzept der ausgestreckten Hand“ der letzten Jahre nach einem schlimmen Jahr 2009 wieder Anwendung finden sollte. Von den Printmedien wurden die Einsätze in der Walpurgisnacht und am 1. Mai 2010 überwiegend positiv bewertet. Es wurden häufig Vergleiche zum letzten Jahr gezogen, als das Einsatzkonzept der Polizei, sich vornehmlich deeskalierend zu verhalten, nicht aufging und Berlin eine neue Qualität der Gewalt erlebte:

So erinnerte die „Bild-Zeitung“: „Im Vorjahr endet Körtungs Kuschel-Konzept mit 479 verletzten Beamten.“¹²²

Zum diesjährigen Einsatz schrieb „Der Spiegel“: „Die Taktik der Hauptstadt-Polizei scheint sich bewährt zu haben: Der 1. Mai verlief in Berlin wesentlich friedlicher als 2009. Die Beamten griffen diesmal entschiedener durch und setzten Hunderte Störer fest.“¹²³

Ähnlich äußerte sich auch „Der Tagesspiegel“: „Größere Zwischenfälle sind in der Tat ausgeblieben, das Konzept der Polizei scheint aufgegangen zu sein.“¹²⁴

Die „Berliner Morgenpost“ beschrieb das Polizeikonzept als positiv und titelte: „Polizei hält Randalierer unter Kontrolle“.¹²⁵ Hier wurde zwar kritisiert, dass es zunächst wieder zu Krawallen im Rahmen der 18-Uhr-Demo gekommen war. Positiv wurde jedoch bewertet, dass die Polizei

¹²² Internetseite der Bild-Zeitung, Artikel vom 03.05.2010: „130 Polizisten bei Mai-Krawallen verletzt - Warum feiern Politiker so etwas als einen Erfolg?“, <http://www.bild.de/BILD/news/2010/05/03/bilanz-erster-1-mai-demonstrationen-krawalle/130-polizisten-verletzt-das-nennen-sie-erfolg.html>, Stand: 16.01.2010.

¹²³ Internetseite Spiegel Online, Artikel vom 02.05.2010: „Mai Krawalle - Polizei nimmt Hunderte Randalierer fest“, <http://www.spiegel.de/panorama/gesellschaft/0,1518,692534,00.html>, Stand: 16.01.2010.

¹²⁴ Internetseite Der Tagesspiegel, Artikel vom 30.04.2010: „Walpurgsnacht - Demo gegen den 'Henker' verläuft friedlich“, <http://www.tagesspiegel.de/berlin/erstermai/demo-gegen-den-henker-verlaeuft-friedlich/1811908.html>, Stand: 16.01.2010.

¹²⁵ Internetseite der Berliner Morgenpost, Artikel vom 02.05.2010: „So war der 1. Mai in Berlin - Polizei hält Randalierer unter Kontrolle“, <http://www.morgenpost.de/1-mai-berlin/article1301114/Polizei-haelt-Randalierer-unter-Kontrolle.html>, Stand: 16.01.2010.

massiv und konsequent gegen Störer vorging und die Lage sich bis Mitternacht wieder beruhigt hatte.¹²⁶

Die „Berliner Zeitung“ schloss sich den positiven Äußerungen über die Arbeit der Polizeibeamten an und bestätigte das positive Gesamtbild des Einsatzes. Zitat: „Die veränderte Polizeitaktik zum 1. Mai in Berlin hat sich bewährt. Die Ausschreitungen Linkautonomer sind deutlich schwächer ausgefallen als 2009.“¹²⁷

Die Resonanz der genannten Berliner Tageszeitungen zeigt eine generelle Übereinstimmung in der Bewertung der polizeilichen Arbeit im Rahmen der Veranstaltungen und Demonstrationen am 1. Mai 2010. Auch der auf Video aufgenommene Fußtritt eines Beamten gegen einen am Boden liegenden Demonstranten im Einsatzgeschehen wurde nur als Randnotiz wahrgenommen. Der Grund hierfür könnte in der offensiven Aufklärungsarbeit in den eigenen Reihen der Polizei liegen, die auch als solche in der Öffentlichkeit dargestellt wurde.

Im Gegensatz zum positiven Fazit der bisher zitierten Printmedien wurde in den Nachrichten der Boulevardpresse ein uneinheitliches Bild vom Polizeieinsatz am 1. Mai dargestellt:

So berichtete die „B.Z.“ vor allem von solchen Orten an denen sich die Krawall-Zentren befanden. Der Einsatz wurde aber auch hier in Einzelmeldungen grundsätzlich positiv bewertet: „Die Beamten griffen sofort entschlossen ein. Steinewerfer wurden gezielt festgenommen.“¹²⁸

Die „Bild-Zeitung“ dagegen erwuchs als einzige Berliner Zeitung in der Bewertung des Polizeieinsatzes am 1. Mai zu einem starken Außenseiter. Sie stellte offen die Frage an den Berliner Innensenator Dr. Ehrhart Körting, ob man überhaupt von einem erfolgreich verlaufenen Einsatz sprechen könne, wenn 98 Polizisten verletzt wurden und wieder Autos brannten. Auch wurde kritisiert, dass es trotz der hohen Zahl von mehr als 7000 Einsatzkräften wieder zu teils schweren Ausschreitungen kam und diese, nach Meinung der Zeitung, nur deshalb glimpflich ausgingen, weil Molotowcocktails nicht zündeten. Trotzdem wurde auch hier die härtere Gangart der Polizei erwähnt und positiv bewertet, die laut Bild durch konsequentes Vorgehen Randalierer und Demonstranten schnell trennte.¹²⁹ Die Bild-Zeitung beschrieb diese Vorgehensweise als „Null-Toleranz-Strategie der Polizei. Zitat: „7000 Berliner Polizisten folgten der Null-Toleranz-

¹²⁶ Vgl. Internetseite der Berliner Morgenpost, Artikel vom 02.05.2010: „So war der 1. Mai in Berlin - Polizei hält Randalierer unter Kontrolle“, <http://www.morgenpost.de/1-mai-berlin/article1301114/Polizei-haelt-Randalierer-unter-Kontrolle.html>, Stand: 16.01.2010.

¹²⁷ Internetseite der Berliner Zeitung, Artikel vom 03.05.2010: „Politiker loben Polizeieinsatz am 1. Mai“, <http://www.berlinonline.de/berliner-zeitung/archiv/.bin/dump.fcgi/2010/0503/seite1/0055/index.html>, Stand: 16.01.2010.

¹²⁸ Internetseite der B.Z., Artikel vom 02.05.2010: „Randale-Tag - Wenige Chaoten randalierten in Kreuzberg“, <http://www.bz-berlin.de/bezirk/kreuzberg/wenige-chaoten-randalierten-in-kreuzberg-article827608.html>, Stand: 16.01.2010.

¹²⁹ Vgl. Internetseite der Bild-Zeitung, Artikel vom 02.05.2010 und 03.05.2010: „1.-Mai-Krawalle in Berlin und Hamburg - Mit der Nacht kam die Gewalt“, <http://www.bild.de/BILD/news/2010/05/01/1-mai-krawalle-in-berlin/polizist-schwer-verletzt-brennende-barrikaden-gewalt.html> und „130 Polizisten bei Mai-Krawallen verletzt - Warum feiern Politiker so etwas als einen Erfolg?“, <http://www.bild.de/BILD/news/2010/05/03/bilanz-erster-1-mai-demonstrationen-krawalle/130-polizisten-verletzt-das-nennen-sie-erfolg.html>, beide Stand: 16.01.2010.

Strategie! Innensenator Ehrhart Körting (SPD) hatte schon vorab angekündigt, in diesem Jahr Gewalt im Keim zu ersticken.“¹³⁰

Doch auch das machte den Polizeieinsatz aus Sicht der Bild-Zeitung nicht zu einem positiven Gesamt Ereignis. Zitat: „Erfolgreiche Wochenenden sehen anders aus.“¹³¹

Besuch der 60. Sitzung des Berliner Ausschusses für Inneres, Sicherheit und Ordnung am 03. Mai 2010

Neben dem Vorsitzenden Herrn Peter Trapp (CDU) und den ständigen Mitgliedern des Ausschusses (innenpolitische Abgeordnete der verschiedenen Parteien des Berliner Abgeordnetenhaus - SPD, CDU, Bündnis 90/ Die Grünen, Die Linke, FDP) waren bei dieser Sitzung ebenfalls der Berliner Innensenator Herr Dr. Körting, der Polizeipräsident von Berlin Herr Glietsch, der Erste Polizeidirektor Herr Klug, der Leiter des Stabsbereiches Presse- und Öffentlichkeitsarbeit im Stab des Polizeipräsidenten und Pressesprecher der Berliner Polizei Herr Kriminaldirektor Millert sowie weitere Mitarbeiter der Pressestelle der Berliner Polizei anwesend. Außerdem wohnten Mitarbeiter verschiedener Medienanstalten der Sitzung bei.

Das Hauptthema der Tagesordnung war die Besprechung der polizeilichen Einsätze am 30. April und 1. Mai 2010. Im Verlauf der Sitzung äußerten sich Mitglieder aller anwesenden Parteien sowie Herr Körting, Herr Glietsch und Herr Klug zu den Vorfällen und Einzelheiten der Einsätze. Im Folgenden wird ausschließlich auf solche Aussagen Bezug genommen, die eine Bewertung des Polizeieinsatzes als Ganzes und der Arbeit der Polizeibeamten im Einzelnen betreffen. Dabei wird versucht, die zuvor dargestellte Medienresonanz zum 1. Mai mit den Aussagen der Sitzungsteilnehmer in ein Verhältnis zu bringen und Übereinstimmungen bzw. Gegensätze herauszuarbeiten.

Es kann gesagt werden, dass auch in der Sitzung des Ausschusses eine generell positive Bewertung der Polizeieinsätze am 30. April und 1. Mai 2010 von allen Seiten her stattfand. Diese Tendenz spiegelt auch das zuvor bereits dargestellte Bild in der Presse weitgehend wieder. Nahezu alle Sprecher an diesem Tag bedankten sich in ihren Redebeiträgen bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern der beteiligten Polizeibehörden für ihre Arbeit. Die speziellen Äußerungen und Meinungen zum Geschehensablauf weichen allerdings erkennbar voneinander ab¹³²: Herr Dr. Körting (SPD) äußerte sich als erster direkt zu den Einsätzen. Er sprach von einem hervorragenden Einsatz und einem hohen Maß an Professionalität bei den verantwortlichen

¹³⁰ Internetseite der Bild-Zeitung, Artikel vom 02.05.2010: „1.-Mai-Krawalle in Berlin und Hamburg - Mit der Nacht kam die Gewalt“, <http://www.bild.de/BILD/news/2010/05/01/1-mai-krawalle-in-berlin/polizist-schwer-verletzt-brennende-barrikaden-gewalt.html>, Stand: 16.01.2010.

¹³¹ S. Rn. 122, S. 122.

¹³² Vgl. Inhaltsprotokoll der 60. Sitzung des Ausschusses für Inneres, Sicherheit und Ordnung Berlin 03.05.2010.

Beamten der Polizei. Insgesamt hätten alle Polizeikräfte gelassen reagiert und Gewalttätigkeiten hätten schnell beendet werden können.¹³³

Herr Glietsch und Herr Klug lieferten vor allem genaue Informationen zum Verlauf der beiden Einsätzen und Herr Klug begnügte sich bezüglich einer Bewertung mit einem Dank und Lob an die Bundespolizei und die anderen Polizeien der Länder für ihre hervorragende Arbeit.¹³⁴

Björn Jotzo (FDP) sprach von einem „bemerkenswert ordentlichen“ Einsatz der Polizei und davon, dass der 1. Mai gut verlaufen sei. Das gute Ergebnis sei jedoch teuer erkauft worden. Die Regierungsparteien könnten nicht ernsthaft behaupten, der Einsatz von 7000 Polizeikräften an einem solchen Tag sei normal, um ordnungsgemäße Zustände herzustellen.¹³⁵

Thomas Kleineidam (SPD) bemerkte, es sei gelungen, die Gewalt zurückzudrängen. Die im Laufe der Jahre weiterentwickelte Einsatzstrategie sei erfolgreich gewesen. Auch er bedankte sich bei den Polizeikräften für ihren besonnenen und konsequenten Einsatz. Interessant ist, dass Herr Kleineidam zusätzlich speziell auf den Einfluss der Medien einging. Bedauernswerterweise sei die Sensationslust im Vorfeld des 1. Mai auch von den Berliner Medien entfacht worden.¹³⁶

In diesem Zusammenhang ergänzte Herr Benedikt Lux (Grüne), es sei bedauerlich, dass Konrad Freiberg von der Gewerkschaft der Polizei zunächst Tote für den 1. Mai vorausgesagt habe. Und auch Herr Bosbach von der CDU habe ein Interesse an verbaler Eskalation gehabt. Ohne die Negativprognosen der Politiker hätten die Medien kein Futter für ihre Schwarzmalerei gehabt.¹³⁷

Dem stimmte auch Frau Marion Seelig (Linksfraktion) zu, die die Prognose, dass es an diesem 1. Mai Tote geben würde, für nicht akzeptabel befand. Sie merkte jedoch auch an, dass die Einschätzung der Medien nach dem 1. Mai allerdings positiv ausgefallen sei.¹³⁸

Aus den gemachten Aussagen der drei Politiker können zwei Folgerungen geschlossen werden. Erstens können die Medien nach Meinung der Politiker einen Einfluss auf den Verlauf von Polizeieinsätzen haben. Zweitens zeigt sich, dass neben der allgemeinen Öffentlichkeit auch die für die Innenpolitik verantwortlichen Politiker wahrnehmen, was die Medien über Polizeieinsätze verbreiten und es ist zu vermuten, dass sie sich auch teilweise anhand dieser Informationen eine Meinung zu den erfolgten Einsätzen bilden. Aus diesen beiden Schlüssen folgt wiederum die Erkenntnis, dass Öffentlichkeitsarbeit von Polizei, Politikern und Gewerkschaften sowohl im Vorfeld als auch in Nachhinein von Einsätzen eine große Rolle für das Bild der Polizei und ihrer Arbeit in der Öffentlichkeit spielt. Dies unterstreicht die Aussage von Herrn Andreas

¹³³ Vgl. Inhaltsprotokoll der 60. Sitzung des Ausschusses für Inneres, Sicherheit und Ordnung Berlin 03.05.2010, S. 1.

¹³⁴ Vgl. Inhaltsprotokoll der 60. Sitzung des Ausschusses für Inneres, Sicherheit und Ordnung Berlin 03.05.2010, S. 2-5.

¹³⁵ Vgl. Inhaltsprotokoll der 60. Sitzung des Ausschusses für Inneres, Sicherheit und Ordnung Berlin 03.05.2010, S. 9.

¹³⁶ Vgl. Inhaltsprotokoll der 60. Sitzung des Ausschusses für Inneres, Sicherheit und Ordnung Berlin 03.05.2010, S. 5.

¹³⁷ Vgl. Inhaltsprotokoll der 60. Sitzung des Ausschusses für Inneres, Sicherheit und Ordnung Berlin 03.05.2010, S. 7-8.

¹³⁸ Vgl. Inhaltsprotokoll der 60. Sitzung des Ausschusses für Inneres, Sicherheit und Ordnung Berlin 03.05.2010, S. 8.

Gram (CDU), der im Zusammenhang mit der veränderten Einsatztaktik sagte, auch die „Berliner Zeitung“ spreche von einer geänderten Taktik. Neben der „ausgestreckten Hand“ habe die Polizei in diesem Jahr auch die „kompromisslose Hand“ gezeigt, die die CDU immer eingefordert habe.¹³⁹ Das Bild, welches der Politiker hier von der polizeilichen Taktik äußert, scheint er sich vor allem durch die Verfolgung der Medienberichterstattung angeeignet zu haben.

Die Pressestelle der Berliner Polizei fand in der Sitzung des Ausschusses in einem Fall speziell Erwähnung. Herr Dirk Behrendt (Grüne) erkundigte sich, wie es dazu gekommen sei, dass die Pressestelle der Polizei am Abend des 1. Mai fälschlicherweise bestätigt habe, dass ein Polizeibeamter mit einem Messer angegriffen worden sei. Solch ein Gerücht könne sich schnell verbreiten und zu einer unerwünschten Dynamik führen.¹⁴⁰ Herr Glietsch antwortete hierauf, dass dies zum Zeitpunkte der ersten Nachfrage aus dem Kreis der Journalisten sowohl der Erkenntnisstand der Pressestelle als auch von ihm gewesen sei. Daher habe der Pressesprecher diesen bestätigt und die Medien ihn - zu Recht - übernommen. Sobald sich der Erkenntnisstand verändert habe, sei die Meldung korrigiert worden.¹⁴¹

Hier wird deutlich, welche besondere Rolle die Pressestelle der Berliner Polizei für die Medienberichterstattung zu polizeilichen Einsätzen spielt. Sowohl Falschmeldungen als auch richtige Meldungen aus den Reihen der Presseverantwortlichen bei der Polizei können, ob positiven oder negativen Charakters, einen erheblichen Einfluss auf das Bild der Polizei und ihrer Arbeit in der Öffentlichkeit haben. Somit muss die Pressearbeit mit besonderer Sensibilität und Genauigkeit ausgeführt werden, um Missverständnisse und Falschmeldungen so gering wie möglich zu halten und die Arbeit der Polizei so transparent wie möglich zu machen.

Da das genannte Beispiel als einziges in der Sitzung angesprochen wurde, kann geschlossen werden, dass die Pressestelle ansonsten einen guten Eindruck hinterlassen beziehungsweise gute Arbeit geleistet hat. Dies bestätigte der Vorsitzende Peter Trapp (CDU) dann auch, als er sich am Ende der Ausschusssitzung bei der Pressestelle der Berliner Polizei für die gute Zusammenarbeit am 30. April und 1. Mai 2010 bedankte.¹⁴²

5.4 Fazit

Die Auswertung von Theorie- und Praxisteil zeigt vor allem auf, welche Rolle ein bewusster Umgang mit der Öffentlichkeit im Rahmen des erwünschten Profils der Berliner Polizei spielt. Aus den Leitlinien resultiert eine grundlegende Struktur für die Pressearbeit, die sich in bestimmten Regelungen und Vorgaben wieder spiegelt. Darüber hinaus wird deutlich, dass für eine effektive Öffentlichkeitsarbeit mit größtmöglichem Erfolg die reibungslose Zusammenarbeit

¹³⁹ Vgl. Inhaltsprotokoll der 60. Sitzung des Ausschusses für Inneres, Sicherheit und Ordnung Berlin 03.05.2010, S. 9-10.

¹⁴⁰ Vgl. Inhaltsprotokoll der 60. Sitzung des Ausschusses für Inneres, Sicherheit und Ordnung Berlin 03.05.2010, S. 10.

¹⁴¹ Vgl. Inhaltsprotokoll der 60. Sitzung des Ausschusses für Inneres, Sicherheit und Ordnung Berlin 03.05.2010, S. 12.

¹⁴² Vgl. Inhaltsprotokoll der 60. Sitzung des Ausschusses für Inneres, Sicherheit und Ordnung Berlin 03.05.2010, S. 13.

der gesamten Behörde im Mittelpunkt zu stehen hat. Somit ist die Pressearbeit nur einer der relevanten Teilbereiche und letztlich entscheidet die Gesamtdarstellung der Polizei über das tatsächlich in der Gesellschaft vorhandene Bild der Behörde. Dennoch kann dieses Bild durch eine aktive und offene Pressestrategie beeinflusst und verändert werden. Das Praxisbeispiel hingegen erweist, auf welchem Wege die Medien an die gewünschten Informationen gelangen und in welcher Weise sie diese bewusst im Rahmen ihrer Berichterstattung verarbeiten. Das Ergebnis ist hierbei zumeist nicht nur ein objektiver, sondern vor allem auch ein subjektiv bewertender Gesamteindruck der polizeilichen Tätigkeit. Sowohl Bürger, als auch politische Organe wie der Innenausschuss und seine Mitglieder orientieren sich an den Veröffentlichungen und somit auch an der Bewertung durch die Medien. Folglich haben diese einen entscheidenden Einfluss auf die Meinungsbildung der Gesellschaft zum Gesamtbild und Auftreten der Berliner Polizei. Insofern kann gesagt werden, dass die spezielle Bedeutung, die der Pressearbeit bei der Berliner Polizei zukommt, auch ihre Berechtigung hat und in Zukunft mit derselben Struktur weitergeführt werden sollte. Insbesondere, wenn das Risiko von Konflikten groß ist, wie bei den dargestellten Großlagen, muss mit Negativmeldungen, ob gerechtfertigt oder nicht, umgegangen werden. Insbesondere dann wird Pressearbeit zu einem gleichwertigen Bereich im Zusammenspiel mit den anderen Tätigkeitsfeldern der Polizei.

5.5 Literatur- und Quellenverzeichnis

Abgeordnetenhaus von Berlin: Inhaltsprotokoll der 60. Sitzung des Ausschusses für Inneres, Sicherheit und Ordnung Berlin 03.05.2010

Internetseite der **Berliner Morgenpost**, Artikel vom 02.05.2010: „So war der 1. Mai in Berlin - Polizei hält Randalierer unter Kontrolle“, <http://www.morgenpost.de/1-mai-berlin/article1301114/Polizei-haelt-Randalierer-unter-Kontrolle.html>, Stand: 16.01.2010

Internetseite der **Berliner Zeitung**, Artikel vom 03.05.2010: „Politiker loben Polizeieinsatz am 1. Mai“, <http://www.berlinonline.de/berliner-zeitung/archiv/.bin/dump.fcgi/2010/0503/seite1/0055/index.html>, Stand: 16.01.2010

Internetseite der **Bild-Zeitung**, Artikel vom 02.05.2010: „1.-Mai-Krawalle in Berlin und Hamburg - Mit der Nacht kam die Gewalt“, <http://www.bild.de/BILD/news/2010/05/01/1-mai-krawalle-in-berlin/polizist-schwer-verletzt-brennende-barrikaden-gewalt.html>, Stand: 16.01.2010

Internetseite der **Bild-Zeitung**, Artikel vom 03.05.2010: „130 Polizisten bei MaiKrawallen verletzt - Warum feiern Politiker so etwas als einen Erfolg?“, <http://www.bild.de/BILD/news/2010/05/03/bilanz-erster-1-mai-demonstrationen-krawalle/130-polizisten-verletzt-das-nennen-sie-erfolg.html>, Stand: 16.01.2010

Internetseite der **B.Z.**, Artikel vom 02.05.2010: „Randale-Tag - Wenige Chaoten randalierten in Kreuzberg“, <http://www.bz-berlin.de/bezirk/kreuzberg/wenige-chaoten-randalierten-in-kreuzberg-article827608.html>, Stand: 16.01.2010

Verhaltensgrundsätze für Presse/ Rundfunk und Polizei zur Vermeidung von Behinderung bei der Durchführung polizeilicher Aufgaben und der freien Ausübung der Berichterstattung (Beschlossen von der **Innenministerkonferenz** am 26.11.1993 und vom Deutschen Presserat, Verleger-, Zeitungs- und Zeitschriftenverbänden, ARD, ZDF, dem Verband Privater Rundfunk und Telekommunikation und den journalistischen Berufsverbänden.)

Polizeidienstvorschrift (PDV) 100 - Führung und Einsatz

Der Polizeipräsident in Berlin, PPr St 42, Dezember 2006: Leitlinien für die Pressearbeit der Berliner Polizei

Internetseite **Spiegel Online**, Artikel vom 02.05.2010: „Mai Krawalle - Polizei nimmt Hunderte Randalierer fest“, <http://www.spiegel.de/panorama/gesellschaft/0,1518,692534,00.html>, Stand: 16.01.2010

Internetseite **Der Tagesspiegel**, Artikel vom 30.04.2010: „Walpurgisnacht - Demo gegen den „Henker“ verläuft friedlich“, <http://www.tagesspiegel.de/berlin/erstermai/demo-gegen-den-henker-verlaeuft-friedlich/1811908.html>, Stand: 16.01.2010

Resümee der Projektarbeit

Projektgruppe

Kaum eine andere Berufsgruppe steht in so starkem Maße im Blickpunkt der Öffentlichkeit wie die Polizei. Das dabei entstehende Bild ist oft die Folge eigener Erfahrungen, alltäglicher Wahrnehmungen und der Berichterstattung der Massenmedien.

Nicht selten wird polizeiliches Handeln kritisiert. Die Polizei sieht sich dadurch vor Akzeptanzprobleme gestellt und muss für die Gewährleistung der eigenen Ziele häufig auch vor der Politik Stellung beziehen. Der internen Öffentlichkeitsarbeit ist dabei eine ebenso große Aufmerksamkeit zu widmen wie der externen. Beide haben sich als ein wirksames Mittel erwiesen, um die innerbetriebliche Kommunikation, das polizeiliche Image und das Vertrauen der Bürger in die polizeiliche Arbeit zu verbessern.

Diese Projektarbeit hat deutlich gemacht, dass Öffentlichkeitsarbeit in ganz unterschiedlichen Bereichen betrieben wird, um diese Ziele langfristig zu realisieren. Oftmals findet dabei eine Verzahnung der einzelnen Bereiche statt.

Gegenseitiger Respekt und Akzeptanz werden geschaffen, das subjektive Sicherheitsempfinden positiv gesteuert und die Polizei als Dienstleistungsunternehmen im Verständnis der Bürger etabliert. Im Bereich der Präventionsarbeit wird dort angesetzt, wo es zur Erfüllung des polizeilichen Generalauftrages problem- und zielgruppenorientiert erforderlich ist. Um aktiv diese Prozesse zu steuern, steht den Dienststellen als essenzielles Instrumentarium die Pressestelle zur Seite. Sie wird nie allumfassend die Außenwahrnehmung und die Außendarstellung der Polizei betreiben können, jedoch in hohem Maße auf dieses Spannungsfeld Einfluss nehmen.

Die Öffentlichkeitsarbeit ist somit unabdingbar, um ein gedeihliches Miteinander zu fördern, Verständnis zu erwecken und als Resultat die öffentliche Sicherheit und Ordnung zu gewährleisten.

Impressum

Herausgeber
Dekan Fachbereich Polizei und Sicherheitsmanagement

ISBN
978-3-940056-68-9

Auflage
80

Druck
HWR Berlin

Berlin März 2011