

## ***Kriminalpräventive Angebote für ältere Menschen***

von

**Dierk Marckwardt  
Dr. Volkhard Schindler**

Dokument aus der Internetdokumentation  
des Deutschen Präventionstages [www.praeventionstag.de](http://www.praeventionstag.de)  
Herausgegeben von Hans-Jürgen Kerner und Erich Marks im Auftrag der  
Deutschen Stiftung für Verbrechensverhütung und Straffälligenhilfe (DVS)

---

Zur Zitation:

Dierk Marckwardt, Volkhard Schindler: Kriminalpräventive Angebote für ältere Menschen, in:  
Kerner, Hans-Jürgen u. Marks, Erich (Hrsg.), Internetdokumentation des Deutschen  
Präventionstages. Hannover 2014, [www.praeventionstag.de/Dokumentation.cms/2739](http://www.praeventionstag.de/Dokumentation.cms/2739)

Wir wollen,  
dass Sie  
sicher leben.



**Gemeinsam für mehr Sicherheit.**

Dierk Marckwardt

Dr. Volkhard Schindler

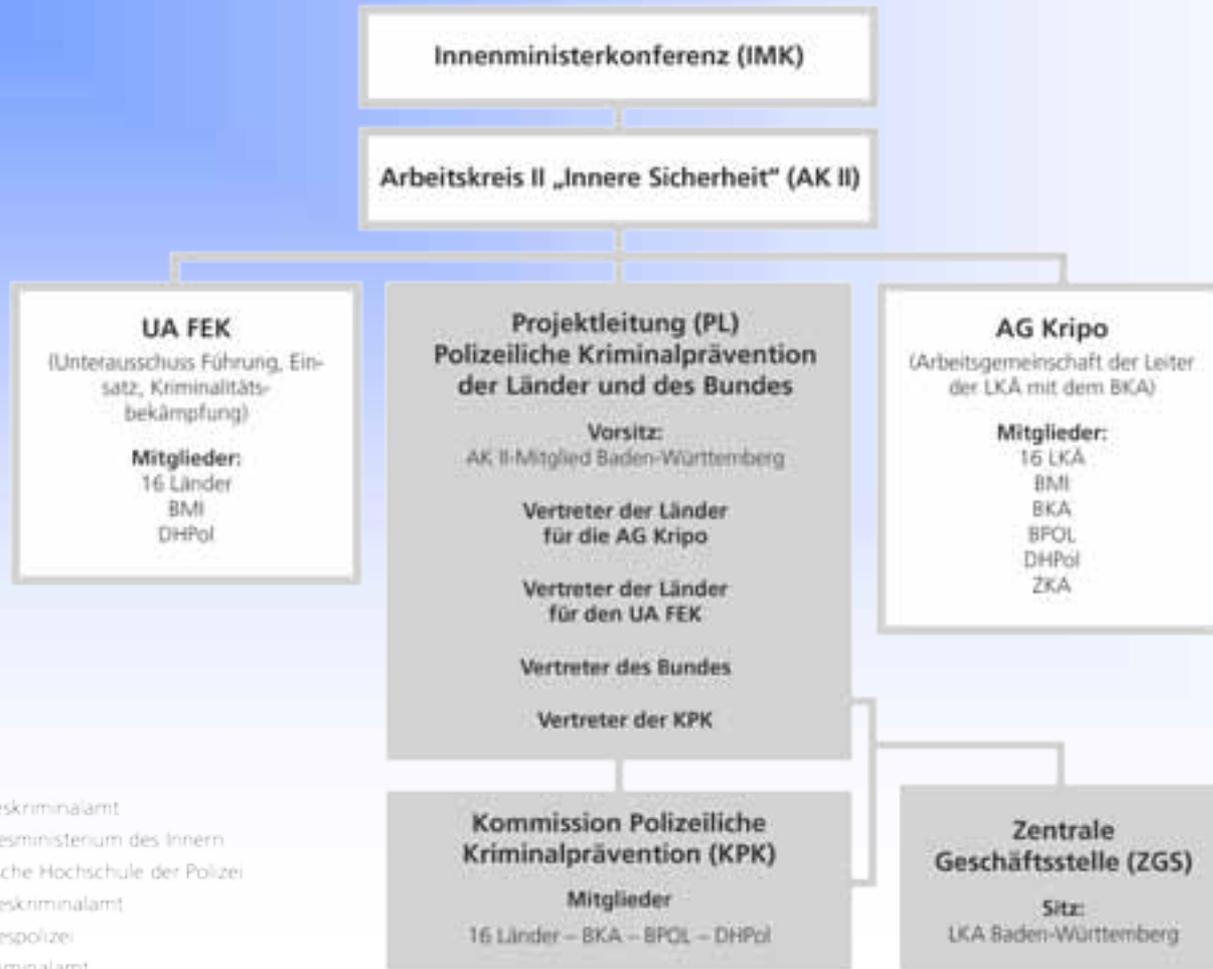
## **Kriminalpräventive Angebote für ältere Menschen**

Konzeptionelle Überlegungen im Rahmen des  
Programms Polizeiliche Kriminalprävention  
der Länder und des Bundes

## Übersicht

1. Das Programm Polizeiliche Kriminalprävention
2. Bisherige Angebote für die Zielgruppe älterer Menschen
3. Opferbelastung älterer Menschen
4. Ältere Menschen als Adressat kriminalpräventiver Informationen
5. Vortest der Broschüren
6. Resümee

## Das Programm Polizeiliche Kriminalprävention

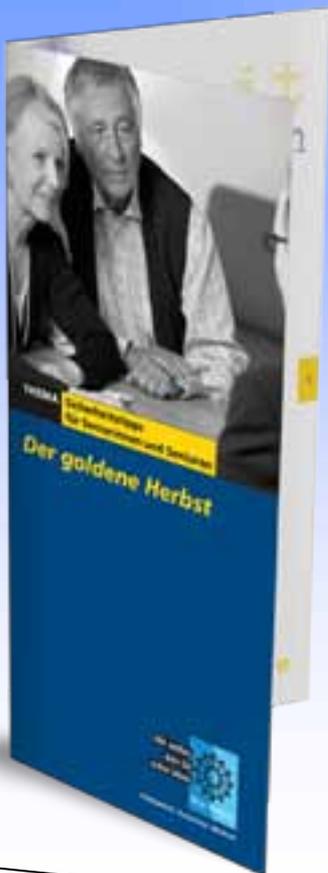


- LKA Landeskriminalamt
- BMI Bundesministerium des Innern
- DHPol Deutsche Hochschule der Polizei
- BKA Bundeskriminalamt
- BPOL Bundespolizei
- ZKA Zollkriminalamt

### Das Programm Polizeiliche Kriminalprävention

- Entwicklung von kriminalpräventiven Angeboten erfordert relativ hohen Abstimmungsaufwand
  - Erarbeitung der Inhalte durch Projektgruppen mit Beteiligung der Länder
  - Professionelle Gestaltung durch Agentur
  - Beschlussfassung durch Arbeitsgremium (Kommission) und Leitungsgremium (Projektleitung)
- Produkte sind für eine bundesweite Verwendung vorgesehen
- Praktischer Einsatz der Produkte je nach landesbezogenen Gegebenheiten unterschiedlich

## Bisherige Angebote für die Zielgruppe älterer Menschen



Faltblatt



Broschüre

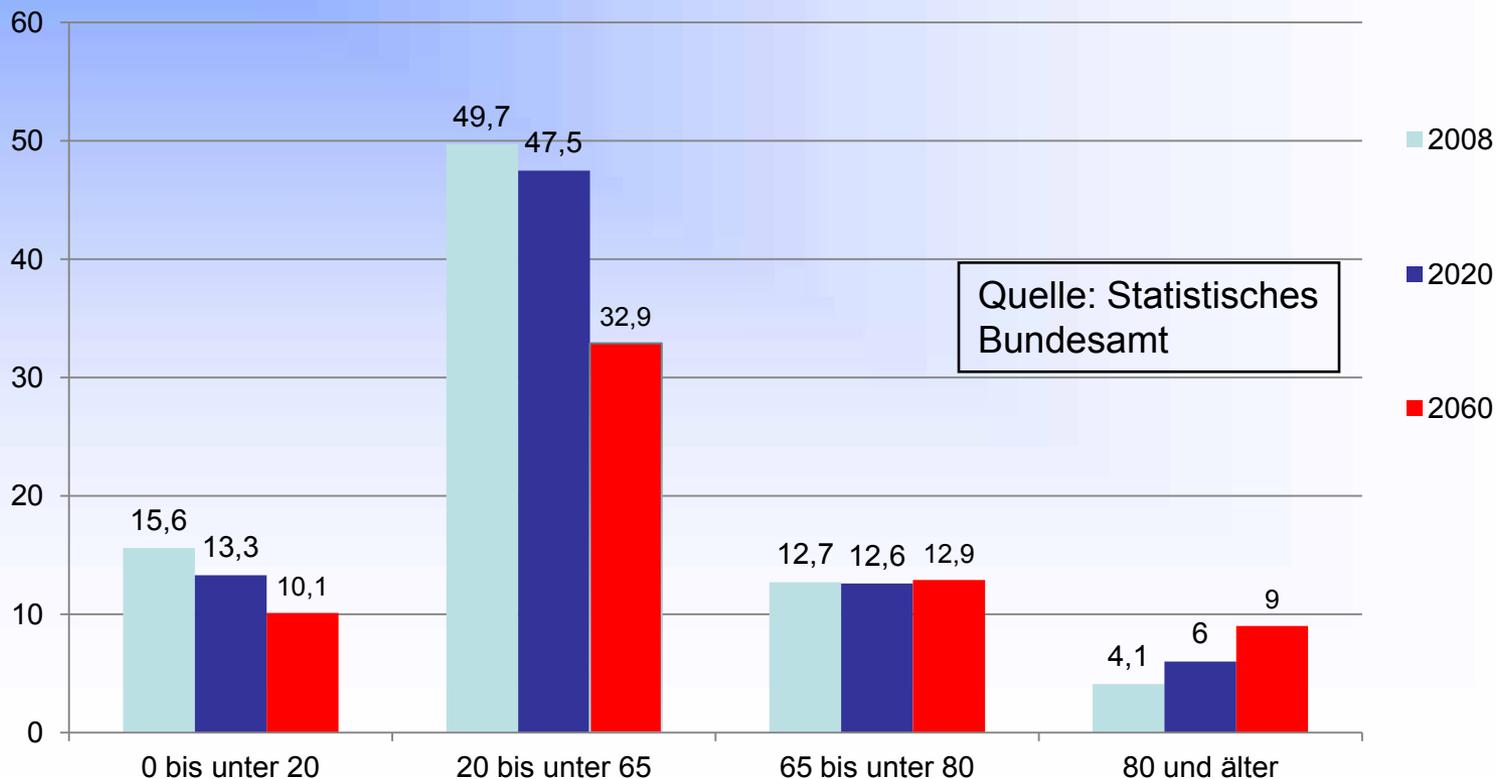
- Hohe Auflage
- Entwicklung ohne Einbindung der Zielgruppe
- Bislang nicht evaluiert
- Keine Differenzierung der Altersgruppe ab 60 Jahren



Filme u.a. zu den Themen Enkeltrick und Trickdiebstahl an der Haustüre

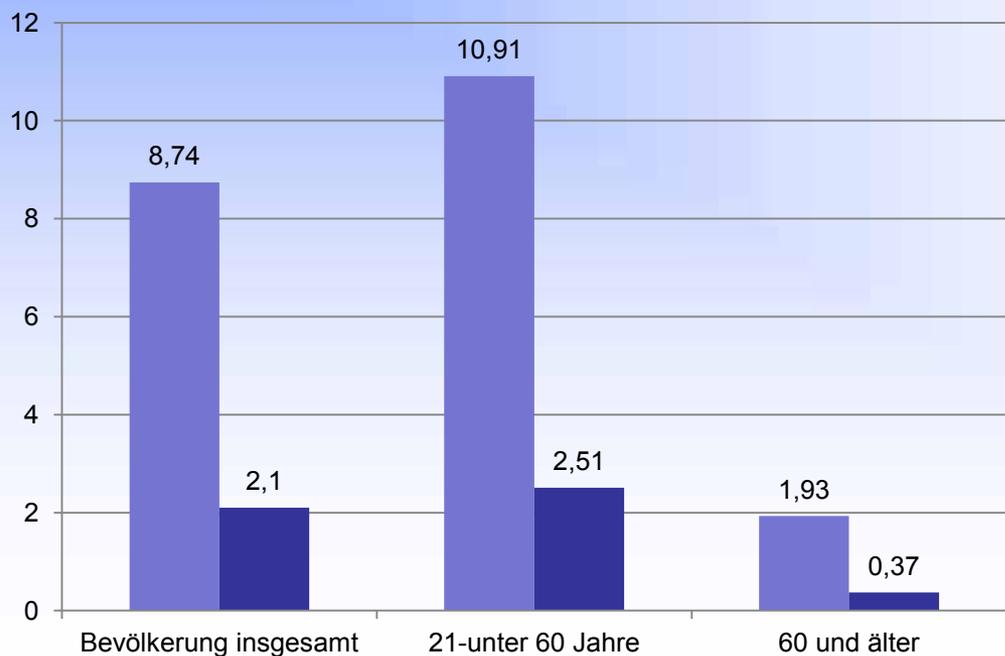
## Demografische Entwicklungen

### Bevölkerung in Deutschland (in Mio) nach Altersgruppen



## Opferbelastung älterer Menschen im Hellfeld

### Straftaten mit Opfererfassung (PKS Baden-Württemberg 2012)

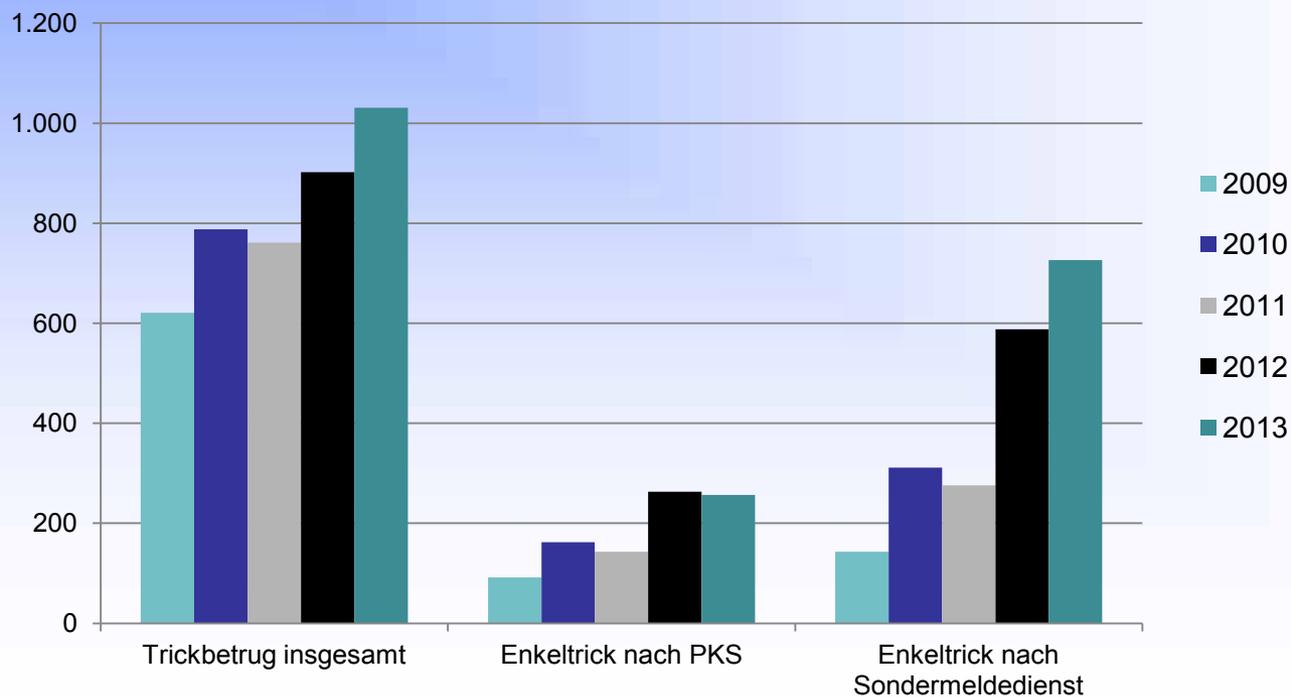


je 1.000 Personen  
der jeweiligen Gruppe

Opferdelikte gesamt  
Gewaltkriminalität

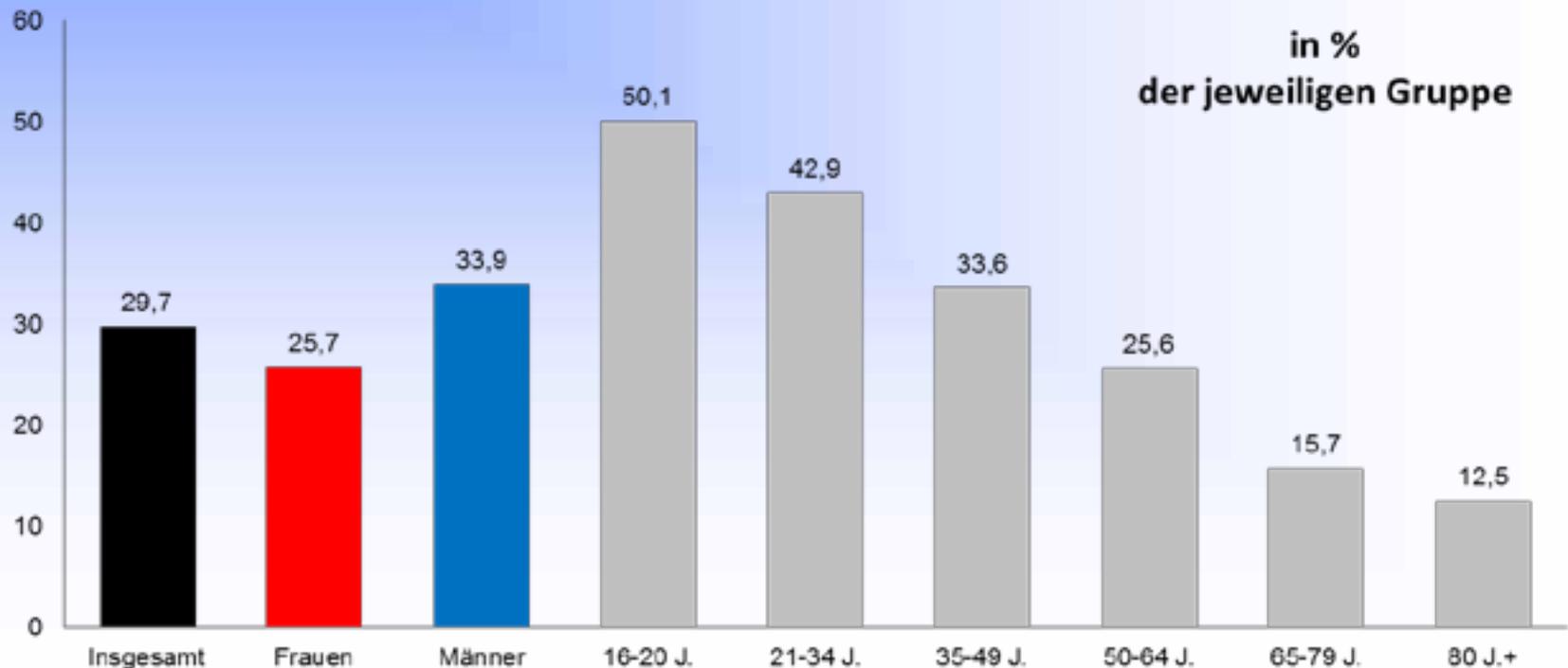
## Opferbelastung älterer Menschen im Hellfeld

### Polizeilich registrierte Fälle von Trickbetrug (Baden-Württemberg)



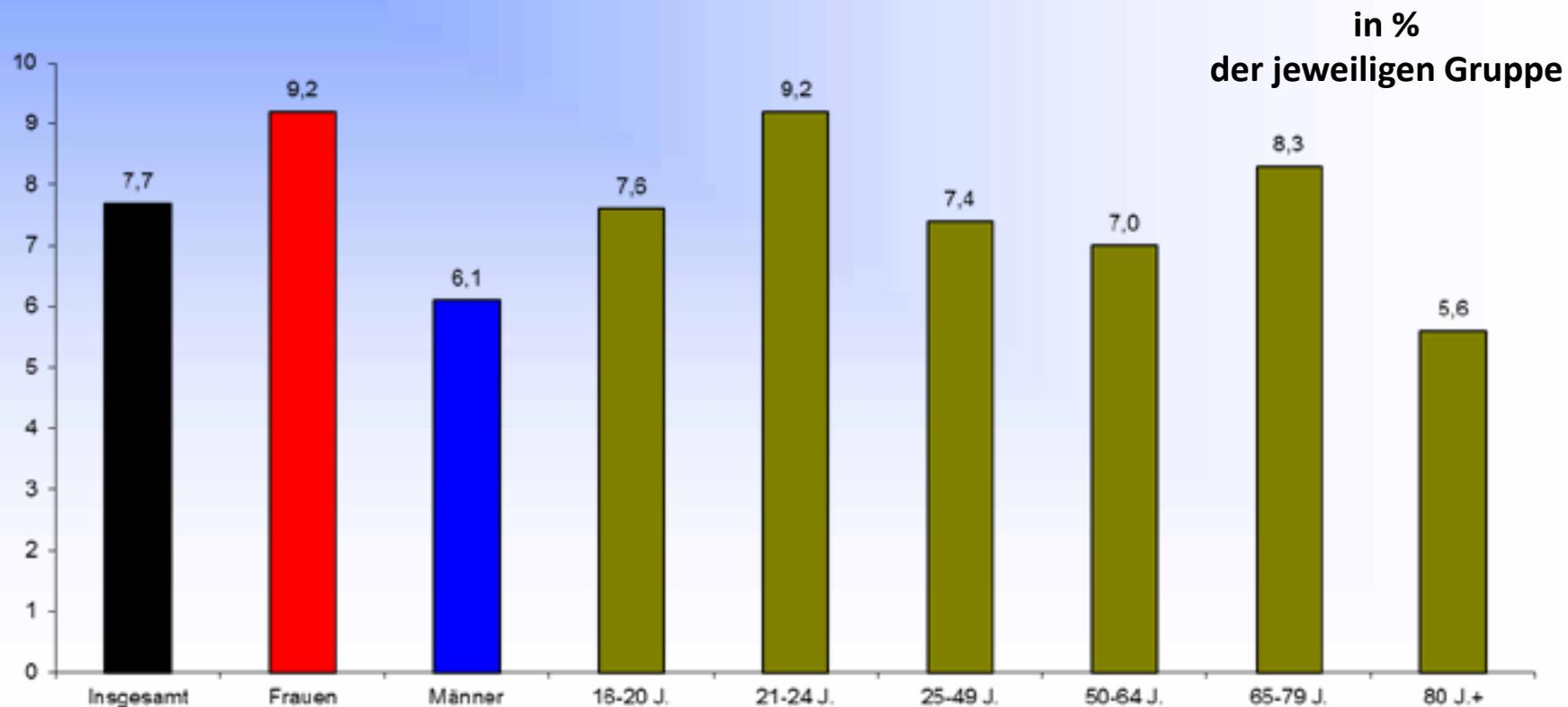
## Opferbelastung älterer Menschen gemäß Opferbefragungen

Befragung zu Sicherheit und Kriminalität in Niedersachsen



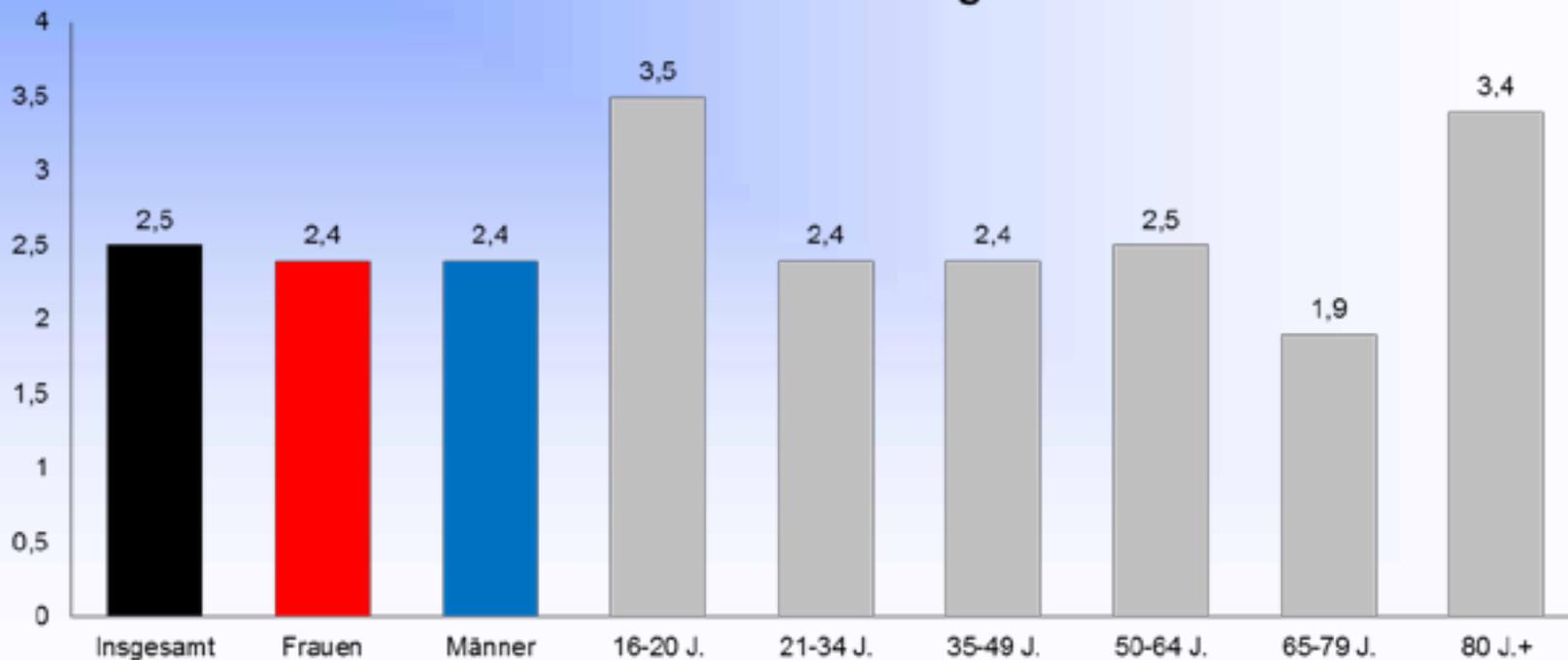
## Opferbelastung älterer Menschen gemäß Opferbefragungen

Einschätzung (eher hoch), in den nächsten 12 Monaten Opfer einer Straftat zu werden

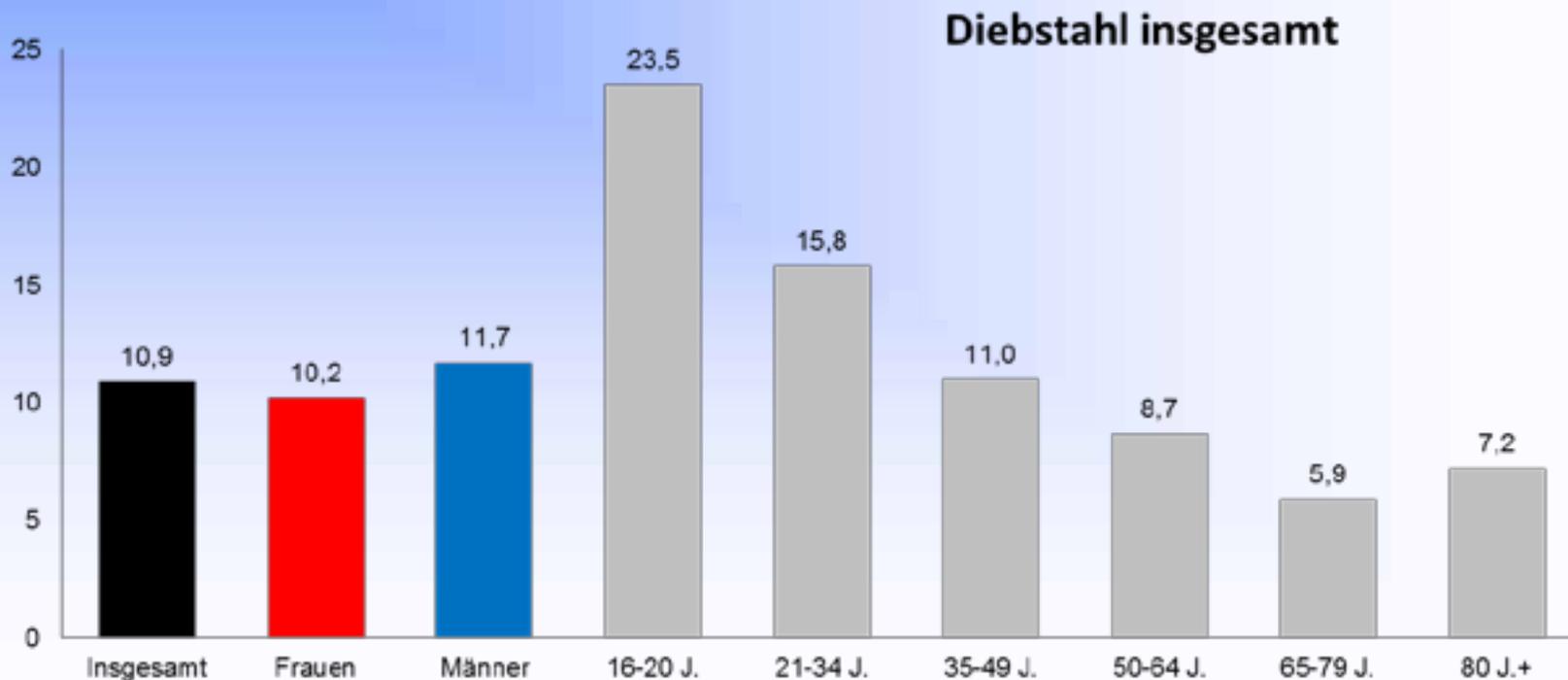


## Opferbelastung älterer Menschen gemäß Opferbefragungen

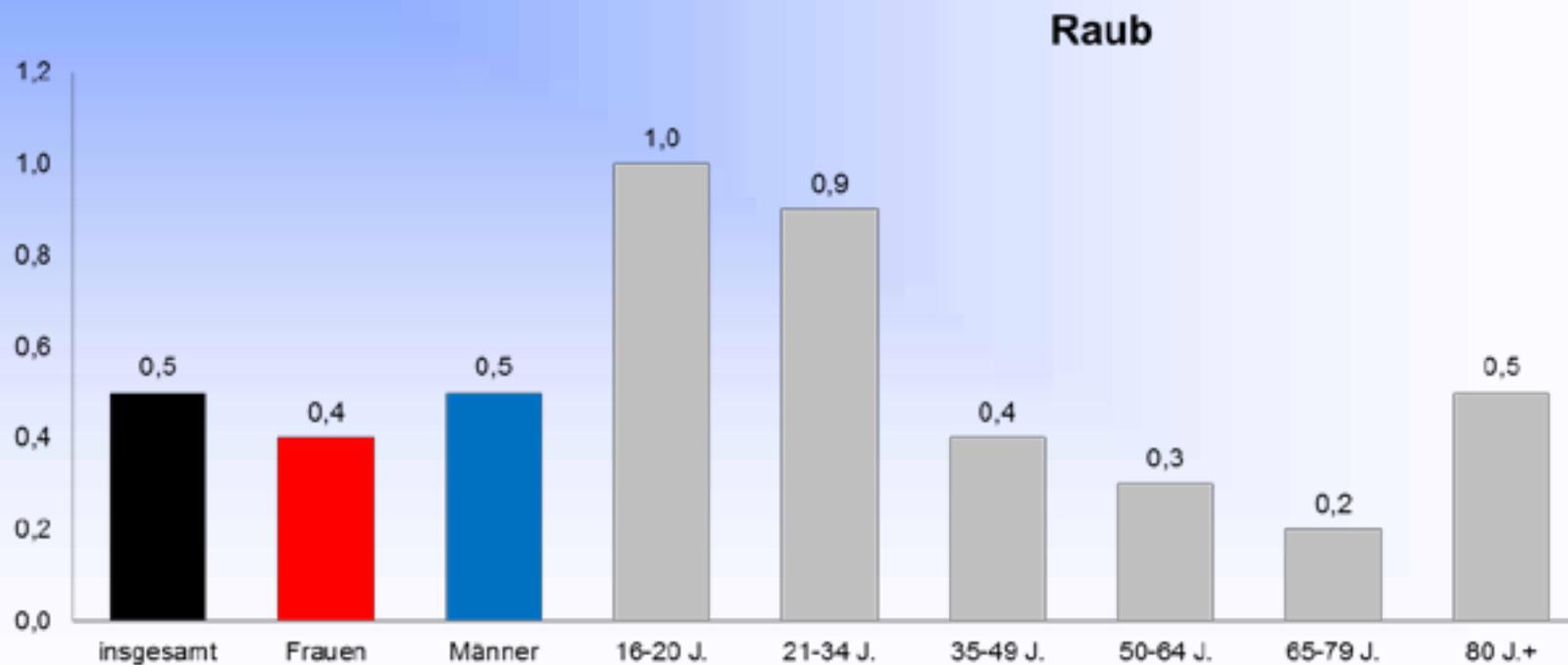
### Wohnungseinbruchdiebstahl



## Opferbelastung älterer Menschen gemäß Opferbefragungen



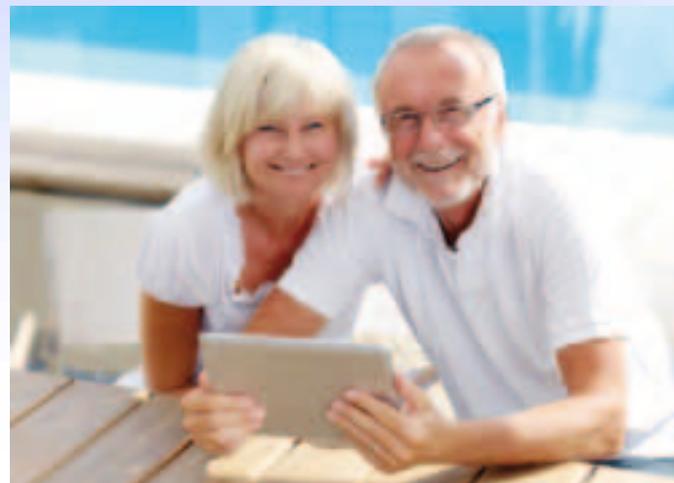
## Opferbelastung älterer Menschen gemäß Opferbefragungen



## Ältere Menschen als Adressat kriminalpräventiver Informationen



**Wer sind die  
älteren Menschen?**



### Ältere Menschen als Adressat kriminalpräventiver Informationen

Personengruppe 60+ ist sehr inhomogen,  
daher Unterscheidung in mehrere Zielgruppen:

- Personen im „Dritten Lebensalter“
- Personen im „Vierten Lebensalter“
- Pflegebedürftige Personen

## Ältere Menschen als Adressat kriminalpräventiver Informationen

### Erreichbarkeit der Zielgruppe

#### „Drittes Lebensalter“:

- ähnliches Mediennutzungsverhalten wie Unter-60-Jährige
- aktive und zielgerichtete Informationsbeschaffung möglich
- generell über sämtliche Medien erreichbar
- Multiplikatorenfunktion hinsichtlich Personen im „Vierten Lebensalter“

#### „Viertes Lebensalter“:

- wegen gesundheitlicher und funktionaler Einschränkungen aktive Informationsbeschaffung meist nicht möglich
- Nutzung von Printmedien, auditiven Medien (Radio) und audiovisuellen Medien (meist Fernsehen)

# Ältere Menschen als Adressat kriminalpräventiver Informationen

## Erreichbarkeit der Zielgruppe

### Pflegebedürftige Personen:

- Nutzung von auditiven und audiovisuellen Medien teilweise möglich
- Garanten und Helfer (Familie, Pflegekräfte) teilweise alleinige Empfänger von Botschaften bzw. Informationen

# Ältere Menschen als Adressat kriminalpräventiver Informationen

## Zukünftige Produkte

### „Drittes Lebensalter“:

- perspektivischer, auf die eigene Zukunft gerichteter Informationsbedarf
- Multiplikatorenfunktion für Menschen im „Vierten Lebensalter“
- Gute Erreichbarkeit
- Modifizierung der bereits vorhandenen Broschüre „Der Goldene Herbst“

# Ältere Menschen als Adressat kriminalpräventiver Informationen

## Zukünftige Produkte

### „Viertes Lebensalter“:

- Beschränkung auf Kriminalitätsgefahren zu Hause, d.h. an der Haustür und am Telefon (vor allem Vertrauensmissbrauch)
- möglichst einfache Sprache
- spezielle Anforderungen an die Gestaltung

## **Ältere Menschen als Adressat kriminalpräventiver Informationen**

### **Zukünftige Produkte**

- Entwicklung der Produkte bedarf der Einbindung der Zielgruppen
  - ⇒ Vortest der Prototypen

## Vortest der Broschüren für ältere Menschen

### Gegenstand der Untersuchung



Broschüre „Sicher leben“  
Ratgeber für Ältere und Junggebliebene

Format: A5  
Umfang: 44 Seiten

Zielgruppe:  
„Drittes Lebensalter“

Themenbereiche:

- Gefahren an der Haustür
- Gefahren am Telefon
- Gefahren im Internet
- Gefahren unterwegs
- Gewalt in der Pflege

Weitere Informationen

- für Opfer
- für Zeugen

## Vortest der Broschüren für ältere Menschen

### Gegenstand der Untersuchung



Broschüre „Sicher zu Hause“  
Ratgeber für Seniorinnen und Senioren

Format: A4  
Umfang: 12 Seiten

Zielgruppe:  
„Viertes Lebensalter“

Themenbereiche:

- Gefahren an der Haustür
- Gefahren am Telefon

Begleitmaterial

- Türanhänger



## Vortest der Broschüren für ältere Menschen

### Ziele der Untersuchung

- Gewinnung von Informationen
  - zur Akzeptanz des Informationsangebots durch die jeweiligen Zielgruppen
  - zur Feststellung des möglichen Verbesserungsbedarfs
- Ggf. Überarbeitung der Prototypen

### Vortest der Broschüren für ältere Menschen

#### Methodische Herangehensweise

- Leitfadengestütztes Interview oder Gruppendiskussion (je nach Zugang zur Zielgruppe)
- Interviewer bzw. Moderatoren der Gruppenbefragungen nicht durch ein fachlich einschlägiges Institut gestellt
- Interviewer wie Testpersonen aus 7 Bundesländern rekrutiert
- Hohes Interesse an der Beteiligung seitens der beteiligten polizeilichen Zentralstellen in den Bundesländern ⇒ relativ große Anzahl von Testpersonen
- Keine Vorgaben bei der Gewinnung von Testpersonen (außer: Kriterien für die Zielgruppe erfüllt)
- Personen, die Broschüren der Polizei kennen, sind in der Testgruppe überrepräsentiert

## Vortest der Broschüren für ältere Menschen

### Datengrundlage: Anzahl der Befragungen

Zielgruppe	Art der Befragung		Insgesamt
	Einzelinterview	Gruppendiskussion	
Drittes Lebensalter	22	10	31
Viertes Lebensalter	23	13	36
			67

## Vortest der Broschüren für ältere Menschen

Datengrundlage: Anzahl der Teilnehmer

Zielgruppe	Insgesamt
Drittes Lebensalter	62
Viertes Lebensalter	88
	150

## Ergebnisse zur Broschüre „Sicher Leben“

Allgemeiner Eindruck	Insgesamt
Positive Aussagen <u>ohne</u> Einschränkungen	19
Positive Aussagen <u>mit</u> Einschränkungen	8
Nur kritische Anmerkungen	4
Insgesamt	31



## Ergebnisse zur Broschüre „Sicher Leben“

Aussagen zum allgemeinen Eindruck	Richtung	
	positiv	negativ
Gesamteindruck	14	
Gestaltung	11	17
Inhalt	23	14
Nutzen	12	
Sonstiges		3

## Ergebnisse zur Broschüre „Sicher Leben“



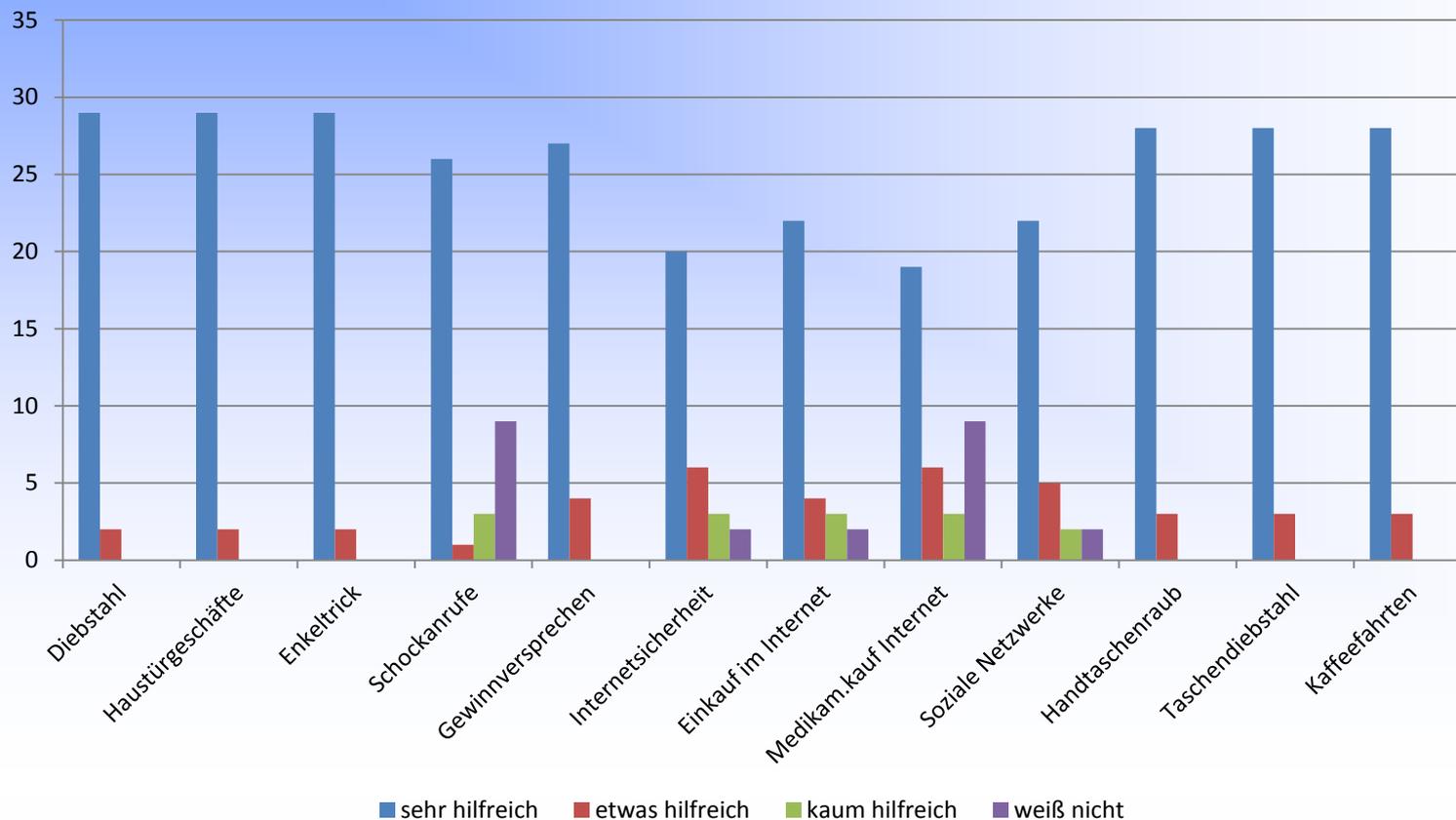
**Signalwirkung von Bildern**

oder:

**Wie lässt sich Sensibilität für  
Kriminalitätsgefahren fördern,  
ohne Angst auszulösen?**

## Ergebnisse zur Broschüre „Sicher Leben“

### Nützlichkeit der Information zu bestimmten Themen



## Resümee zur Broschüre „Sicher Leben“

Insgesamt gute Beurteilung,  
Korrekturen vor allem bei der Gestaltung notwendig

Merkmalsbereich	Bewertung
Nützlichkeit	++
Umfang	++
Übersichtlichkeit	++
Verständlichkeit	+
Informationsgehalt	+
Gestaltung	0



## Ergebnisse zur Broschüre „Sicher zu Hause“

Einschätzung Merkmalsbereich	Richtung	
	positiv	negativ
Gesamteindruck	11	2
Gestaltung	8	2
Inhalt	11	9
Nutzen	6	2
Sonstiges	3	



## Ergebnisse zur Broschüre „Sicher zu Hause“

Fehlen Informationen in der Broschüre?	Gesamt
ja	10
nein	20
weiß nicht	5
keine Angabe	1
Gesamt	36

## Resümee zur Broschüre „Sicher zu Hause“

Insgesamt gute Beurteilung, mehr Themen gewünscht, sonst kaum Verbesserungsbedarf gesehen

Merkmalsbereich	Bewertung
Nützlichkeit	+
Umfang	+
Übersichtlichkeit	++
Verständlichkeit	++
Informationsgehalt	+
Gestaltung	++



## Ergebnisse zum Türanhänger

Einschätzung Merkmalsbereich	Richtung	
	positiv	negativ
Gesamteindruck	5	0
Gestaltung	2	0
Nutzen	8	16
Handhabung	0	3
Verbesserungsvorschläge	6	



### Resümee zum Vortest

- Der Vortest war sehr hilfreich, weil etliche Hinweise zur zielgruppenbezogenen Eignung der beiden Broschüren gewonnen werden konnten.
- Die getesteten Broschüren finden in den jeweiligen Zielgruppen grundsätzlich Akzeptanz. In einzelnen Punkten gibt es Verbesserungsbedarf.
- Die Trennung des Informationsangebots für Menschen im Dritten und Menschen im Vierten Lebensalter wird durch die Untersuchung unterstützt.
- Die Zuordnung von Einzelperson auf die jeweilige Zielgruppe kann schwierig sein und von den Betroffenen als stigmatisierend empfunden werden.

### Resümee

- Die Datenbasis der Polizeilichen Kriminalstatistik ist zu verbessern, um künftig altersdifferenzierte Auswertungen vornehmen zu können.
- (Gerade auch) bei Angeboten für ältere Menschen ist eine Zusammenarbeit mit anderen Ressorts bzw. Institutionen notwendig. Dies gilt insbesondere für die Zielgruppenerreichung der Personen im „Vierten Lebensalter“.
- Die Entwicklung zielgruppenspezifischer Angebote erfordert relativ hohen Abstimmungsaufwand.