



Es gibt Verlage, Werbeagenturen und Anzeigenverwaltungen, die mit dem guten Namen der Polizei für eigene Zwecke hausieren gehen. Sie wenden sich an Geschäftsleute oder Gewerbetreibende und werben um Anzeigen in sogenannten „Fachzeitschriften“, bei denen das Wort „Polizei“ oder ein Emblem der Polizei oft nur im Titel auftaucht.

Hier handelt es sich nicht um Zeitschriften der Polizei, von seriösen Verlagen oder auch von Berufsvertretungen der Polizei. Vielmehr sind solche Publikationen sowohl als Werbeträger, als auch inhaltlich von zweifelhaftem Wert. Ihr Zweck liegt überwiegend in der Gewinnung von Anzeigenkunden!

Ein Emblem der Polizei und der Name „Polizei“ sind rechtlich nicht vor Missbrauch geschützt. Deshalb kann ihre Verwendung durch kommerzielle Unternehmen nicht verhindert werden.

Aus diesem Grund gibt diese Broschüre Hinweise, wie man die unseriösen Anzeigenwerber erkennen kann.

Lassen Sie sich Zeit und prüfen Sie auf jeden Fall sorgfältig die Ihnen vorgelegten Angebote – besonders das Kleingedruckte!

Wenn Sie im Einzelfall Zweifel haben, so hilft Ihnen jederzeit gerne Ihre Polizeidienststelle weiter.

Dr. Fritz Behrens
Innenminister des Landes
Nordrhein-Westfalen



Seit Jahren beklagen sich Geschäftsleute über unseriöse Anzeigenha. Mit dem Namen „Polizei“, einem Polizeistern oder der „110“ gehen sie auf Kundenfang. Mitunter werden auch vermeintliche Polizei-Magazine überbetuert verkauft, deren inhaltliche Aussagen vielfach zweifelhaft sind.

In Telefongesprächen werden mögliche Kunden mit dem Druckwerk bekannt gemacht, in dem gelegentlich sogar polizeifachliche Artikel enthalten sind.

Schließlich kommt es dazu, dass Geschäftsleute im Vertrauen auf telefonische Abmachungen Verträge unterschreiben. Ein böses Erwachen gibt es dann, wenn nicht nur 150 Euro

für „die eine“ abgesprochene Anzeige, sondern 1500 – 2000 Euro für ein Anzeigenabonnement fällig werden.

Die Polizei distanziert sich von solchen Praktiken!

In den Polizeidienststellen werden solche Publikationen **weder dienstlich verwandt noch an Beschäftigte verteilt.**

An solchen Magazinen oder Broschüren besteht kein dienstliches Interesse.

Lassen Sie sich nicht durch bewusst emotional besetzte Themen (z. B. „sexueller Missbrauch von Kindern“) zum Vertragsabschluss animieren. Diese dienen lediglich dazu, Sie zu manipulieren und Ihre Betroffenheit zu wecken.

Selbstverständlich gibt es „echte“ Polizeizeitungen, Fachzeitschriften und eine Reihe von Publikationen, die einen engen Bezug zur Polizei haben. Sie können in dieser Kurzinformation nicht aufgeführt werden.

Seien Sie in jedem Fall kritisch beim Abschluss eines Anzeigenvertrages!

Hier einige Tipps:

Telefonische Werbung? Vorsicht!

Gibt jemand vor, von der Polizei zu sein oder erweckt er einen solchen Eindruck? Fragen Sie nach Namen, Dienststelle und dienstlicher Telefonnummer. Rufen Sie im Zweifel die Dienststelle an.

Wo erscheint die Broschüre oder das Magazin? Lassen Sie sich über Auflage, Leserkreis und die Verbreitung der Publikation genauestens informieren!

Seriöse Interessenten für Ihre Anzeigen haben nichts zu verbergen, vor allem nicht die Laufzeit von Verträgen im Kleingedruckten. Dort stecken oft große und häufig unangenehme Überraschungen.

Prüfen Sie Verträge – vor einer Unterschrift – in aller Ruhe und sehr sorgfältig. Schließlich ist es Ihr Geld!

Haben Sie noch Zweifel? Fragen Sie die Pressestelle oder das Kommissariat Vorbeugung Ihrer Polizeibehörde.



So kann es beispielsweise ablaufen:

„Die Masche mit der Korrektur/der Rechnung“

Die Anschreiben wirken eher wie Korrekturbögen oder Rechnungen zu vorher geschalteten Anzeigen, sind aber neue Angebote.

Auf diesen Schreiben sind oft fotokopierte Anzeigen abgebildet, die von dem angeschriebenen Unternehmen bereits mit anderen Publikationen vereinbart worden sind.

Das Wort „Angebot“ erscheint klein im Gegensatz zum großgedruckten „Berichtigung/Korrekturen“.

Erst bei genauem Durchlesen des meist kleingedruckten Textes stellt man fest, dass man mit seiner Unterschrift gleich mehrere Anzeigen in Auftrag gibt.

Die Aufmachung zielt auf die Unaufmerksamkeit beim – gewünscht – flüchtigen Durchlesen.

Eine weitere Variante:

Nach Erteilen eines Auftrages dankt der Verlag in einem freundlichen Schreiben und preist dabei weitere „interessante Werbeträger“ für dieselbe Anzeige an. Nach dem Kleingedruckten gilt dieses Angebot als angenommen, wenn nicht ausdrücklich widersprochen wird.

„Die Masche mit dem Namen / dem Stern“

Der Name „Polizei“ (vielleicht auch ein Polizeistern oder die „110“) wird im Kopf des Anschreibens verwendet. Der Text suggeriert oft eine enge Verbindung zur Polizei („... haben wir es uns zur Aufgabe gemacht, das gute Einvernehmen mit der Polizei zu fördern...“). Dies zielt auf die bei den Angesprochenen vorhandene Bereitschaft ab, eine „gemeinnützige Organisation“ wie die Polizei zu unterstützen.

Ein Emblem der Polizei und der Name „Polizei“ sind rechtlich nicht vor Missbrauch geschützt. Deshalb kann Ihre Verwendung durch kommerzielle Unternehmen nicht verhindert werden.

Bei telefonischer Werbung nennt der Anrufer den Namen seines Verlages so, dass das Wort „Polizei“ betont wird. Es soll der Eindruck erweckt werden, die Polizei sei am Telefon.

Werberin und Werber täuschen vor, eng mit der Polizei zusammenzuarbeiten. Sie geben sich als Bedienstete oder als Beauftragte der Polizei aus.



Für Fragen und Hinweise wenden Sie sich bitte an Ihre örtliche Polizeidienststelle.

Eine aktuelle Liste sämtlicher Polizeibehörden in Nordrhein-Westfalen finden Sie im Internet unter www.polizei.nrw.de

Hinweis:

Diese Druckschrift wird im Rahmen der Öffentlichkeitsarbeit der Landesregierung Nordrhein-Westfalen herausgegeben. Sie darf weder von Parteien, noch von Wahlwerberinnen / Wahlwerbern oder Wahlhelferinnen / Wahlhelfern während eines Wahlkampfes zum Zwecke der Wahlwerbung verwendet werden. Dies gilt für Landtags-, Bundestags- und Kommunalwahlen sowie auch für die Wahl der Mitglieder des Europäischen Parlaments. Missbräuchlich ist insbesondere die Verteilung auf Wahlveranstaltungen, an Informationsständen der Parteien sowie das Einlegen, Aufdrucken oder Aufkleben parteipolitischer Informationen oder Werbemittel.

Untersagt ist gleichfalls die Weitergabe an Dritte zum Zwecke der Wahlwerbung. Eine Verwendung dieser Druckschrift durch Parteien oder sie unterstützende Organisationen ausschließlich zur Unterrichtung ihrer eigenen Mitglieder bleibt hiervon unberührt. Unabhängig davon, auf welchem Wege und in welcher Anzahl diese Schrift dem Empfänger zugegangen ist, darf sie auch ohne zeitlichen Bezug zu einer bevorstehenden Wahl nicht in einer Weise verwendet werden, die als Parteinahme der Landesregierung zugunsten einzelner politischer Gruppen verstanden werden könnte.

Herausgeber

Innenministerium des Landes Nordrhein-Westfalen
– Referat Öffentlichkeitsarbeit –
Haroldstraße 5
40213 Düsseldorf
Telefon: 0211.871 -01
Telefax: 0211.871 -33 55
poststelle@im.nrw.de
www.polizei.nrw.de

Gestaltung

Franken Grafik-Design

Fotos

Jochen Tack

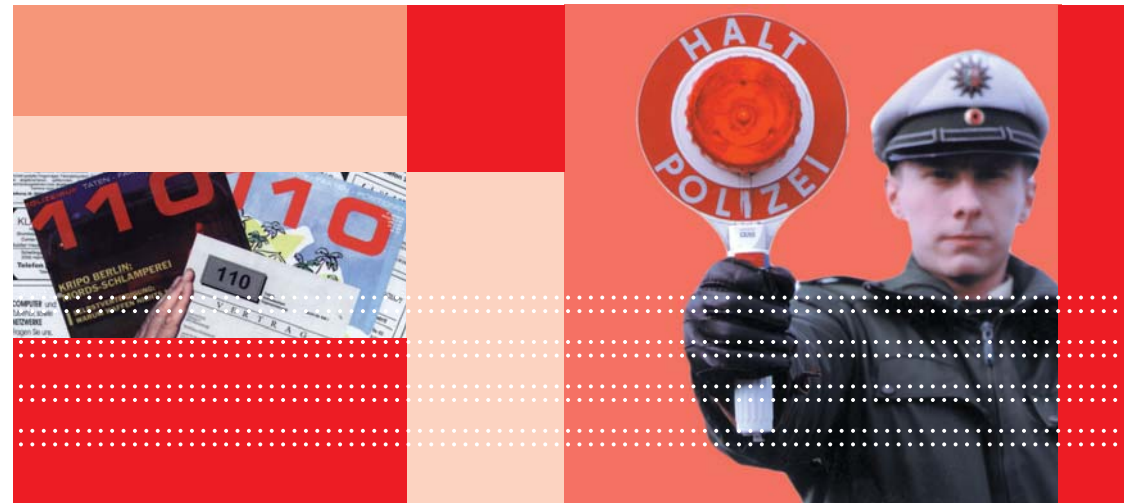
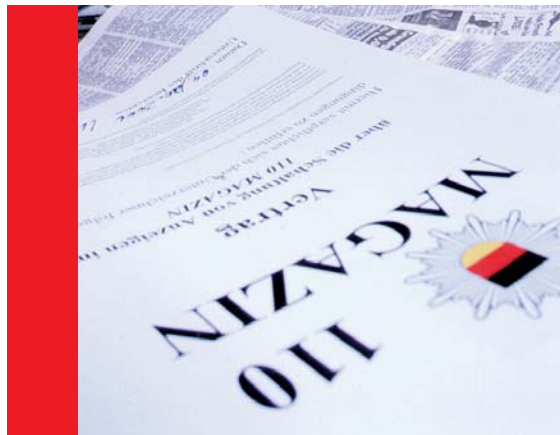
Stand: Dezember 2003

www.polizei.nrw.de : Vorbeugung :Echte Polizei?

Echte Polizei?

Missbrauch des Namens Polizei und des Polizeisterns

Ein lukrativer Name und ein lukratives Symbol für so genannte „Polizei“-Verlage, Werbeagenturen, Anzeigenverwaltungen



Polizei Bürgerorientiert.
 Professionell.
 Rechtsstaatlich.

 **Innenministerium**
des Landes
Nordrhein-Westfalen

NRW.