

UNSERIÖSE ODER BETRÜGERISCHE TRICKS

☐ Telefonische Akquise

Mitarbeiter unseriöser oder betrügerischer Unternehmen betonen bei telefonischer Anzeigenakquise den Begriff „Polizei“ im Namen ihres Unternehmens oder erwecken den Eindruck, sie seien Polizeiangehörige, obwohl sie nichts mit der Polizei zu tun haben, sondern nur Anzeigen-



aufträge erlangen wollen. Mit dem Begriff „Polizei“ wird in unzutreffender Weise eine besondere Werbewirksamkeit der Publikation oder die Unterstützung der Polizei suggeriert.

Mitarbeiter von so genannten „**Polizei-Verlagen**“ sind regelmäßig keine Polizeiangehörigen und handeln nicht im polizeilichen Auftrag oder Interesse, sondern verfolgen rein kommerzielle Absichten.

☐ Korrekturabzüge

Unseriöse oder betrügerische Unternehmen übersenden Formulare mit ausgeschnittenen, schon bereits erschienenen Inseraten, die durch entsprechende Aufmachung den Eindruck von Korrekturabzügen erwecken, tatsächlich aber Angebote für neue – zumeist sogar wiederholte – Inserataufträge darstellen. Der Angebotscharakter des Schreibens ergibt sich meist nur aus dem „Kleingedruckten“ und wird häufig übersehen.

Dabei nutzen solche Unternehmen die Regelung des Handelsrechts (§ 362 HGB) aus, wonach ein Kaufmann in einer bestehenden Geschäftsverbindung auf einen Antrag (Angebot) unverzüglich antworten muss und sein Schweigen als Annahme des Angebots gilt.

Überprüfen Sie augenscheinliche **Korrekturabzüge** vor Unterschrift und Rücksendung in Hinblick auf den Absender und auf einen tatsächlich erteilten Auftrag. Lehnen Sie ein versteckt enthaltenes Angebot gegebenenfalls unverzüglich und schriftlich ab.

☐ Dankschreiben

Unseriöse und betrügerische Unternehmen übersenden auch Dankschreiben für tatsächlich erteilte Inserataufträge, die aber an versteckter Stelle ein kaufmännisches Angebot für weitere Inserataufträge enthalten, das bei Schweigen als angenommen gilt.



Überprüfen Sie augenscheinliche **Dankschreiben** für einen Inseratauftrag auf ein versteckt enthaltenes Angebot weiterer Inserataufträge. Lehnen Sie es gegebenenfalls unverzüglich und schriftlich ab.

☐ Rechnungen

Unseriöse und betrügerische Unternehmen übersenden auch Rechnungen oder Mahnungen für angebliche, tatsächlich aber nicht bestehende Inserataufträge – oder aber Formulare, die durch entsprechende Aufmachung den Eindruck von Rechnungen erwecken, tatsächlich aber ein kaufmännisches Angebot für weitere Inserataufträge enthalten, das bei Schweigen als angenommen gilt.

Überprüfen Sie augenscheinliche **Rechnungen** auf einen tatsächlich erteilten Auftrag. Lassen Sie sich vom Absender im Zweifel ein Duplikat des angeblichen Auftrags vorlegen. Lehnen Sie ein versteckt enthaltenes Angebot gegebenenfalls unverzüglich und schriftlich ab.

Rechnungen oder Mahnungen, die trotz fehlenden Anzeigenauftrags versandt werden, begründen den Verdacht des Betruges oder der unlauteren Werbung, die strafrechtlich verfolgt werden können.

Fragen Sie Ihre nächstgelegene (Kriminal-) Polizeiliche Beratungsstelle oder die Pressestelle Ihrer Polizeibehörde, sobald im Zusammenhang mit Werbung in einem polizeibezogenen Druckerzeugnis Zweifel an der Seriosität des Werbers oder des Unternehmens aufkommen.

www.polizei-beratung.de



THEMA **Missbrauch des Begriffs „Polizei“**

Werbung mit unserem guten Namen „Polizei“?

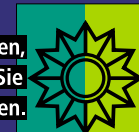
Informationen für Geschäftsleute über Werbung in polizeibezogenen Publikationen

Dieses Faltblatt wurde ausgehändigt von:

(00) 100.04.05

Herausgeber:
Programm Polizeiliche Kriminalprävention
der Länder und des Bundes,
Zentrale Geschäftsstelle,
Taubenheimstraße 85, 70372 Stuttgart
E-Mail: info@polizei-beratung.de

Wir wollen,
dass Sie
sicher leben.



Ihre Polizei

www.polizei-beratung.de

Wir wollen,
dass Sie
sicher leben.



Ihre Polizei

Kompetent. Kostenlos. Neutral.

Praktisch alle Presseerzeugnisse müssen durch Werbung mitfinanziert werden. Geschäftsleute, die für ihr Unternehmen werben wollen, achten vor allem auf Werbewirksamkeit und bisweilen auch auf die Unterstützung eines guten Zwecks.

Die Unternehmensbezeichnungen oder Publikationstitel bestimmter Verlage, Agenturen und Anzeigenverwaltungen (so genannter „Polizei-Verlage“) lassen einen polizeilichen Auftrag, die Unterstützung polizeilicher Ziele oder wenigstens eine besonders werbewirksame Nähe zur Polizei vermuten. Tatsächlich versuchen sie damit aber nur, Aufträge für zumeist nutzlose Werbung zu akquirieren.

Unsere Informationsschrift will Ihnen als Geschäftsleuten bei der Unterscheidung helfen, wann es sich um „echte“ polizeiliche Veröffentlichungen oder aber um Produkte gewerblicher Unternehmen handelt, die nur Werbung verkaufen wollen.

Polizei-Veröffentlichung
oder
gewerblicher
Trittbrettfahrer?

UNSERE CHECKLISTE

Der Begriff **Polizei ist gesetzlich nicht geschützt.**

Verlag

Die Verwendung des Begriffs „Polizei“ im Namen eines Verlags oder eines ähnlichen Unternehmens gewährleistet keine tatsächliche Tätigkeit für eine polizeiliche Organisation.

Vorsicht, wenn Anrufer bei **telefonischer Anzeigenakquise** den Begriff „Polizei“ betonen oder den Eindruck erwecken, sie seien Polizeiangehörige! Meist sind es nur Mitarbeiter von so genannten „Polizei-Verlagen“.

Titel und Inhalte

Ebenso bietet die Verwendung des ungeschützten Namens „Polizei“ oder eines Polizeisterns im Titel einer Publikation für sich allein keine Gewähr für eine Veröffentlichung der Polizei oder dafür, dass sie im polizeilichen Auftrag oder Interesse erfolgt. Auch polizeiliche Inhalte wie Verkehrserziehung, Verbrechensbekämpfung oder Vorbeugung lassen noch keinen behördlichen Auftraggeber erkennen.



Amtliche **polizeiliche Informationsschriften** werden in der Regel aus öffentlichen Mitteln und ohne Unterstützung durch Inseratwerbung finanziert.

Herausgeber

Am Herausgeber erkennen Sie am besten, wer hinter dem Presseerzeugnis steht.

Wenn Polizeibehörden, bekannte Polizeigewerkschaften, Polzeisportvereine, namhafte Organisationen von Polizeiangehörigen oder anerkannte Fachverlage Herausgeber sind, erfolgt die Veröffentlichung noch am ehesten im polizeilichen Auftrag oder Interesse.

Erscheint als Herausgeber nur ein **„Polizei-Verlag“**, sollten Sie der Publikation mit Skepsis begegnen.

Redaktion und Vorwort

Aktive oder pensionierte Polizeiangehörige, die als Redaktionsmitglieder genannt sind, bieten für sich allein keine hinreichende Gewähr für Veröffentlichungen im polizeilichen Auftrag oder Interesse. Selbst ein Vorwort oder Grußwort von Regierungsvertretern, leitenden Polizeiangehörigen oder vergleichbaren Persönlichkeiten kann aus ganz anderem Anlass oder nur auf Vorlage der redaktionellen Beiträge entstanden sein, ohne dass die später überwiegende Werbung erkennbar war.



Verbreitung

Druckschriften, die kostenlos ohne konkreten Anlass an unbestimmte Bezieher abgegeben werden, sind regelmäßig reine Anzeigenblätter. Oft wird davon nur eine kleine Auflage zur Versorgung der Inserenten mit Belegexemplaren und als Werbeexemplare für weitere Anzeigenakquisitionen erstellt.

Behörden, insbesondere Polizeibehörden, verteilen in der Regel keine **Anzeigenblätter** oder ähnlichen **Druckschriften**.

Wenn Verlage, Agenturen und Anzeigenverwaltungen gleichwohl so eine kostenlose Verbreitung bei der Polizei behaupten oder andeuten: Lassen Sie sich den Verteiler geben! Fragen Sie dort nach, ob die Druckschrift tatsächlich bekannt ist und in der angegebenen Menge verteilt wird.

Periodische Schriften

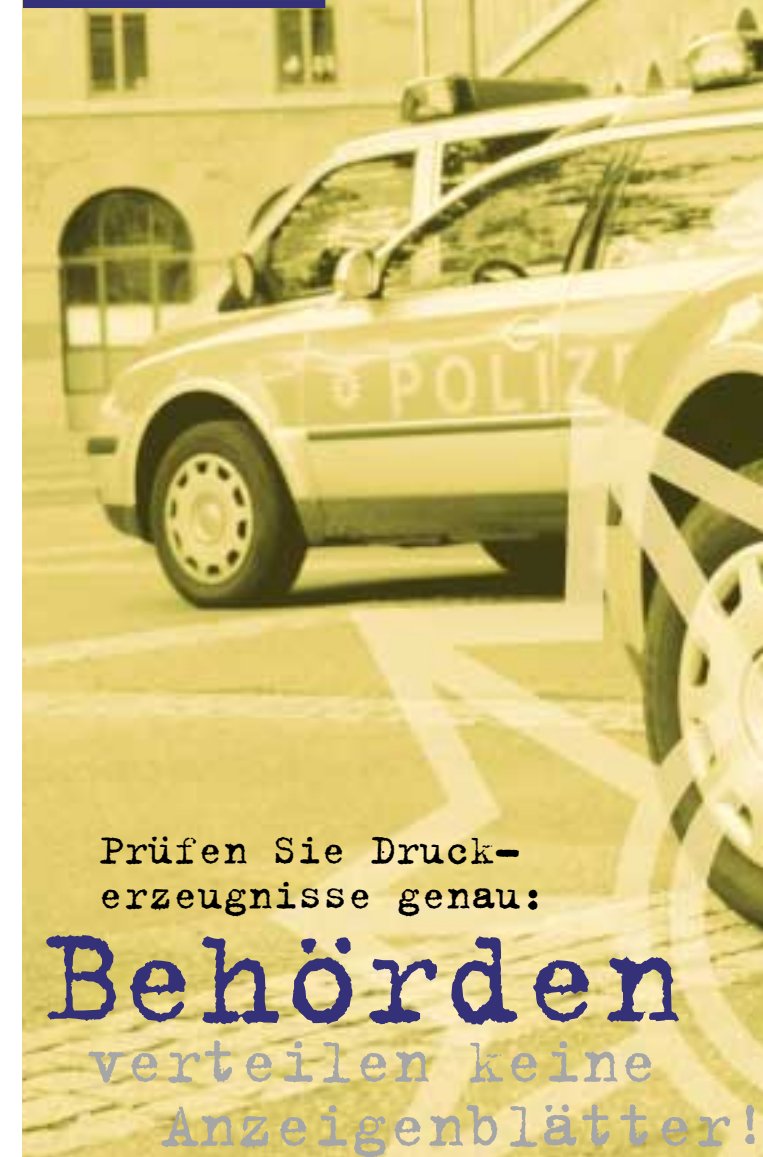
Lassen Sie sich von periodisch erscheinenden Schriften verschiedene Exemplare vorlegen. Verschaffen Sie sich einen Eindruck von Inhalt, Stil und Zielgruppe der Veröffentlichung, deren Auflagenhöhe nach Möglichkeit von der IVW (Informationsgemeinschaft zur Feststellung der Verbreitung von Werbeträgern e.V., 10117 Berlin) bestätigt sein sollte.

Die **Polizei verbreitet** intern generell nur periodische Fachzeitschriften, Verbandsorgane und behördliche Hauszeitschriften.

Einzelausgaben

Einzelausgaben wie Festschriften, Dokumentationen, Plakate und Programme, die jeweils zu einem konkreten Anlass mit Polizeibezug erscheinen, entsprechend gestaltet sind und wenig Werbung enthalten, unterstützen die Polizei viel eher als Publikationen, die ohne so einen Anlass erscheinen und erkennbar überwiegend Werbung enthalten.

Prüfen Sie geplante **Einzelausgaben** besonders kritisch auf Inhalt, Anlass und Werbungsanteil.



Prüfen Sie Druck-
erzeugnisse genau:

Behörden
verteilen keine
Anzeigenblätter!