

HINTERGRUNDBERICHT

Terroranschlag: Die Hölle im Einkaufsparadies

Am 21. September 2013 wählten sich islamische Terroristen gezielt das Einkaufszentrum „Westgate Mall“ in der kenianischen Hauptstadt Nairobi aus, um dort ein Massaker mit mindestens 67 Toten anzurichten. Die Zielauswahl verlief dabei nach einem für Terroranschläge typischen Muster: Hoher Symbolwert und eine möglichst große Anzahl von Personen, d.h. potentiellen Opfern. Das Einkaufszentrum galt als Symbol westlichen Lebensstils und es lag in der Natur der Sache, dass sich dort viele Menschen aufhalten.

Hinzu kam aber noch ein weiteres Moment: Terroristen wollen erfolgreich sein. Sorgfältige Auswahl des Zieles, der Mittel und des richtigen Zeitpunktes, um eine maximale Wirkung zu entfalten, sind daher üblich. Dazu gehört die gezielte Aufklärung des Anschlagszieles; bevorzugt eines solchen, wo bei der Aufklärung wie der Durchführung des Anschlags mit wenig Schwierigkeiten zu rechnen ist. Dass die Wahl auf die Westgate Mall fiel verwunderte nicht: Sicherheitsvorkehrungen wurden bereits im Vorfeld kritisiert und auf das erhöhte Anschlagrisiko hingewiesen.

Stadien, Einkaufszentren und Hotels im Fokus von Terroristen

Gerade Einkaufszentren sind aus der Natur ihres Geschäftes heraus nicht so über Eingangskontrollen zu sichern wie z.B. Stadien. Damit sind sie einem erhöhten Risiko ausgesetzt. Seit den 1980er Jahren gerieten sie wiederholt in den Fokus von Terroristen – wie der ETA in Spanien. In Europa waren symbolträchtige Marken wie Harrods in London mehrfach Ziel von Bombenanschlägen. Im Pariser Printemps konnten Sprengsätze entschärft werden, während das Stockholmer Åhléns wohl nur durch die verfrühte Explosion des Sprengsatzes dem Anschlag eines Selbstmordattentäters entging. Typische Symbole wählten auch die Terrorkommandos in Indien 2008 bei Anschlägen auf Luxushotels in Mumbai. Im Februar 2015 wurde in einem Video zu Anschlägen wie in Kenia auf Einkaufszentren in Nordamerika und Westeuropa aufgerufen. Im November 2015 wurde in Paris ein solches Szenario in Cafés, einem Stadien und einem Konzertsaal Realität.

Risikominimierung in der Menschenmasse

Einkaufszentren entstehen oft an Verkehrsknotenpunkten moderner Städte in Verbindung mit Bürokomplexen und Hotels. Personenkontrollen in Vereinzelnungsanlagen, korrespondieren nicht mit den Marketingkonzepten der Einkaufszentren vom Eintauchen in eine Erlebniswelt oder des kurzen Besuchs eines Cafés, Schnellimbisses, Supermarkts, usw. Neue Ansätze der Prävention setzen so bereits bei der Aufklärung durch Terroristen an: z.B. in Schulungen des Personals hinsichtlich Besucher mit atypischen Verhalten oder Kleidung und wie man mittels Kommunikationstechniken auf solche Personen zugeht. Ziel ist, dass der Ort für potentielle Attentäter bereits bei in Aufklärungsphase unattraktiv wird, da man sich permanent beobachtet weiß. Messbarer Erfolg und Nebenprodukt sind u.a. der deutliche Rückgang von Raubüberfällen oder Übergriffen auf Frauen in Parkhäusern.

Autor: AKE | SKABE GmbH führt für Kunden im Schutz von öffentlichen Objekten und Bürokomplexen Risikoanalysen durch und implementiert entsprechende Sicherheitskonzepte. info@akegroup.de