

 **Bundesministerium**
Inneres

Herr
Präsident des Nationalrates
Mag. Wolfgang Sobotka
Parlament
1017 Wien

HERBERT KICKL
HERRENGASSE 7
1010 WIEN
TEL +43-1 53126-901000
FAX +43-1 53126-2191
ministerbuero@bmi.gv.at

GZ: BMI-LR2220/0429-I/5/a/2018

Wien, am 22. August 2018

Der Abgeordnete zum Nationalrat Dr. Alfred J. Noll, Kolleginnen und Kollegen, haben am 27. Juni 2018 unter der Zahl 1149/J an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Inserate, mit denen der Polizeidienst beworben wird, in Print-, online- und anderen Medien“ gerichtet.

Diese Anfrage beantworte ich nach den mir vorliegenden Informationen wie folgt:

Frage 1:

An welche Print- und andere Medien wurden seit 18.12.2017 Inserate zur Bewerbung des Polizeidienstes vergeben?

Frage 2:

Wie hoch waren die Kosten pro Medium und insgesamt? (Bitte tabellarische Übersicht zu Fragen 1 und 2).

Von 18.12.2017 bis 30.06.2018 wurden folgende Schaltungen zur Polizeibewerbung durchgeführt:

Die Bruttokosten der Onlineschaltungen belaufen sich auf 159.922,40 €:

Medium	Nettobetrag	Bruttobetrag	Erscheinungstag
heute.at	9.890,00 €	11.868,00 €	19.03. bis 30.03., 01.04. bis 17.04.

krone.at	49.392,00 €	59.270,40 €	19.03. bis 30.03., 01.04. bis 17.04., 22.05. bis 21.06.
oe24.at	70.000,00 €	84.000,00 €	26.02., 27.02., 15.03. bis 31.03., 01.04. bis 18.04., 21.05. bis 10.06.
wochenblick.at	3.986,67 €	4.784,00 €	07.06. bis 30.06.
Summe	133.268,67 €	159.922,40 €	

Die Bruttokosten der Printschaftungen belaufen sich auf 1.104.266,56 €:

Medium	Nettobetrag	Bruttobetrag	Erscheinungstag
alles roger?	2.400,00 €	3.024,00 €	Mai
BVZ	3.861,04 €	4.864,91 €	KW 12 (19. bis 23.03.) und KW 13 (26. bis 30.03.)
feuerwehr.at	1.850,00 €	2.331,00 €	Juni Ausgabe
Future2come	950,00 €	1.197,00 €	April Ausgabe
Heute	192.674,88 €	242.416,36 €	19.03., 22.03., 26.03., 29.03., 03.04., 05.04., 09.04., 12.04., 22.05., 24.05., 29.05., 30.05., 05.06., 07.06., 13.06., 19.06., 21.06., 27.06.
Kronen Zeitung	169.899,11 €	213.940,28 €	18.03., 24.03., 31.03., 01.04., 31.05., 20.05., 31.05., 12.06., 17.06.
Kurier	9.363,20 €	11.797,63 €	22.12., 29.12.2017
LEBENSWelt	2.000,00 €	2.520,00 €	20.04.
movin4LIFE	4.613,00 €	5.812,38 €	27.06.
Neues Volksblatt	8.500,00 €	10.710,00 €	28.12.2017
NÖN	21.673,55 €	27.308,67 €	KW 12 (19. bis 23.03.) und KW 13 (26. bis 30.03.)
Österreich	242.750,20 €	305.865,25 €	25.02., 19.03., 22.03., 28.03., 30.03., 01.04., 05.04., 11.04., 17.04., 19.04., 23.04., 27.04., 16.05., 18.05., 20.05., 23.05., 25.05., 27.05., 30.05., 01.06., 06.06., 08.06., 13.06., 15.06., 20.06., 22.06., 27.06.
Profil	10.000,00 €	12.600,00 €	30.04.
RMA	50.604,26 €	63.761,38 €	KW 13 (28. bis 30.03.), KW 14 (04. bis 06.04.)

The Red Bulletin	83.380,00 €	104.008,80 €	12.06.
Weekend Magazin	38.439,00 €	48.433,14 €	06.04., 20.04., 04.05.
Wiener Bezirksblatt	23.388,00 €	29.468,88 €	18.12., 27.12. 2017, 15.01.
Booklet zum "Wings for life world run"	2.418,00 €	3.046,68 €	06.05.
Wochenblick	9.270,00 €	11.680,20 €	07.06., 14.06., 21.06., 28.06.
Summe	878.034,24 €	1.104.786,56 €	

Die Bruttokosten der Audiovisuellen Schaltungen belaufen sich auf 29.038,59 €:

Medium	Nettobetrag	Bruttobetrag	Erscheinungstag
Energy	2.594,12 €	3.268,59 €	13.06. bis 30.06.
KRONEHIT	20.500,00 €	25.770,00 €	20.03. bis 30.03., 01.04. bis 02.04.
Summe	23.094,12 €	29.038,59 €	

Frage 3:

Aus welcher Budgetposition werden die Kosten für diese Werbungen bedeckt?

1-7270.990

Frage 4:

Nach welchen Kriterien wurden und werden die Medien ausgewählt, in denen der Polizeidienst beworben wird?

Die Auswahl erfolgt nach den Kriterien Reichweite, Auflagenstärke, Zielgruppe, Leserschaft, und Preissegment. Die Kommunikationsstrategie sieht vor, eine möglichst große Zahl an Lesern zu erreichen.

Frage 5:

Wer trifft diesbezüglich die Entscheidung?

Die Entscheidung obliegt den Kommunikationsverantwortlichen.

Frage 6:

Weshalb wird entgeltliche Werbung für den Polizeidienst in rechtsextremen und verschwörungstheoretischen Zeitschriften wie „alles roger?“ oder „Wochenblick“ geschaltet?

Auf die Beantwortung der Frage 4 wird verwiesen.

Frage 7:

Weshalb werden Werbeträger aus dem rechtsextremen und verschwörungstheoretischen Bereich für google-online-Werbeeinschaltungen des BMI und seiner Dienststellen nicht gesperrt?

Sowohl bei Display- als auch bei Videoanzeigen werden auszuschließende Inhalte definiert. Erscheint eine Werbeeinschaltung trotzdem in Verbindung mit unpassenden Inhalten, wird die Seite nachträglich explizit ausgeschlossen.

Frage 8:

Welche Kriterien werden bei google-online-Werbeeinschaltungen vorgegeben (geografisch, nach Stichwörtern/Begriffen, sonstige Kriterien)?

Kriterien für google-online-Werbeeinschaltungen sind Alter, Wohnort sowie Interessen der Nutzer.

Frage 9:

Falls nicht autorisierte Werbung des BMI oder einer seiner Dienststellen in einem Medium auftaucht, welche Konsequenzen werden daraus gezogen?

Sollte in einem Medium nicht autorisierte Werbung des BMI oder einer seiner Dienststellen (oder missbräuchlich dem BMI zugeschriebene Werbung) auftauchen, werden je nach Einzelfall zivilrechtliche Maßnahmen ergriffen und allenfalls Strafanzeige erstattet.

Frage 10:

Wie auch die EU, anerkennt die Republik Österreich die sogenannte „Volksrepublik Donezk“ nicht. Wieso wirbt das BMI just auf der Seite eines pro-russischen, rechtsextremen und FPÖ-nahen Mediums um Polizeinachwuchs, das Jubel-Artikel über die sogenannte „Volksrepublik Donezk“ online stellt?

Aus der Frage erschließt sich nicht, welches Medium gemeint ist. Die Beantwortung dieser Frage ist daher nicht möglich.

Frage 11:

Ist es korrekt, wie im Impressum der Site „Polizeikarriere.com“ angegeben, das das BMI die

Site verantwortet?

Ja.

Frage 12:

Wieso hostet das BMI eine Site, für die es laut Impressum verantwortlich ist, auf einem US-amerikanischen Host-Provider, wo keinerlei Auskünfte über Anmelder erfahrbar sind?

Wordpress wurde für die Webseite polizeikarriere.com vorwiegend aufgrund des guten Service, des einfachen Gestaltens einer Webseite und des einfachen Content-Management-System (CMS) verwendet. Um die Aufnahmeoffensive zu unterstützen, war es wichtig, schnell eine moderne Landingpage für potentielle Bewerber des Polizeiberufs zu bieten. Dies gelang mit dem Hosten auf Wordpress.com unter Einsparung erheblicher Kosten, die bei einem Auslagern der Programmierarbeiten angefallen wären.

Frage 13:

Hat das BMI die Site bei dem US-amerikanischen Host-Provider angemeldet?

Ja.

Frage 14:

Wenn ja, a) welche physische Person ist für die Anmeldung („Polizeikarriere.com“) verantwortlich?

Verantwortlich ist der Leiter der Abteilung I/5 – Kommunikation.

Frage 14b:

Wieviel kostet der Betrieb der Website?

Die jährlichen Kosten betragen 303,49 Euro.

Frage 15:

Wenn nein, wieso steht das BMI im Impressum der Site („Polizeikarriere.com“)?

Siehe Antwort zur Frage 14.

Frage 16:

Sollte diese Site („Polizeikarriere.com“) im Auftrag des BMI über einen Dritten, ein Beratungsunternehmen oder ein sonstiges drittes Unternehmen in Betrieb genommen worden sein, ersuchen wir a) um Nennung dieses Dritten (Unternehmens) und b) das Honorar, welches dieser Dritte oder dieses Unternehmen dafür bezogen hat und bezieht.

Siehe Antwort zur Frage 14.

Frage 17:

Falls in irgendeiner Weise ein Dritter oder ein Unternehmen an der Veröffentlichung dieser Site („Polizeikarriere.com“) bei dem US-amerikanischen Host-Provider im Auftrag des BMI oder einer nachgeordneten Dienststelle beteiligt ist oder war, ersuchen wir a) um Nennung dieses Dritten oder dieses Unternehmens und b) um Bekanntgabe des Honorars, welches dieser Dritte oder dieses Unternehmen dafür bezogen hat und bezieht.

Siehe Antwort zur Frage 14.

Frage 18:

Seit wann werden in den bisher genannten Medien Anzeigen geschaltet?

„Alles roger?“: Ausgabe Mai 2018

„Wochenblick“: Ausgabe 7., 14., 21. und 28. Juni 2018

Frage 19:

Wie hoch ist der Anteil dieses Schaltungsbudgets am Gesamtbudget der betroffenen Kampagne?

Der Anteil des Schaltungsbudgets der genannten Medien am Printbudget der betroffenen Kampagne beträgt 1,33 Prozent. Der Anteil an der gesamten Kampagne (Print, Online und audiovisuelle Schaltungen) beträgt 1,14 Prozent.

Frage 20:

(es gibt keine Frage 20)

Frage 21:

In welchen anderen Medien wurde die Kampagne sonst noch geschaltet?

Siehe Antwort zur Frage 1.

Frage 22:

Sind noch weitere Schaltungen vorgesehen? Wenn ja: Wann und in welcher Höhe?

Ja. Die Entscheidung obliegt den Kommunikationsverantwortlichen.

Frage 23:

Stehen die betroffenen Medien unter Beobachtung des BVT?

Nein. Eine generelle Beobachtung von Medien erfolgt nicht.

Frage 24:

Haben die verantwortlichen Entscheidungsträger dieser Medien irgendwelche Verbindungen zur FPÖ?

Die Beantwortung dieser Frage fällt nicht in den Vollzugsbereich des Bundesministeriums für Inneres.

Herbert Kickl

