

2382/AB XXII. GP

Eingelangt am 08.02.2005

Dieser Text wurde elektronisch übermittelt. Abweichungen vom Original sind möglich.

BM für Inneres

Anfragebeantwortung

BM.I 

REPUBLIK ÖSTERREICH
BUNDESMINISTERIN FÜR INNERES

DVR:0000051

GZ: 95.000/4492-III/1/b/05

Herrn Präsidenten des Nationalrates
Univ.Prof. Dr. Andreas KHOL
Parlament
A-1017 WIEN

LIESE PROKOP
HERRENGASSE 7
A – 1014 WIEN
Postfach 100
Tel.: +43 1 53126 2352
Fax.: +43 1 53126 2191
Liese.prokop@bmi.gv.at

Wien, am 7. Februar 2005

Die Abgeordneten zum Nationalrat Ing. Gartlehner und GenossInnen haben am 9. Dezember 2004 unter der Nummer 2408/J an den Bundesminister für Inneres eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Inszenierung der Bundesregierung“ gerichtet.

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

Eingangs darf festgehalten werden, dass bei der Beantwortung der gegenständlichen Anfrage davon ausgegangen wird, dass unter die Begriffe PR-, Werbe- und Marketingkonzepte nicht die Informationsmaßnahmen der Bundesregierung zu subsumieren sind, welche ja in der Vergangenheit bereits Gegenstand eigener parlamentarischer Anfragen waren.

Zu Frage 1:

Im Jahr 2002 wurde die Entwicklung eines neuen Corporate Design (CD) für das Bundesministerium für Inneres beauftragt. Im Jahr 2003 wurde das entwickelte CD per Erlass (Pflichtenheft) zur Umsetzung gebracht.

Zu den Fragen 2 und 3:

Mit Einführung der neuen Uniform wird das momentan bei Bundesgendarmerie und Bundespolizei gültige Uniformierungskonzept entsprechend der durch die Neuerung hervorgerufenen Änderungen entsprechend überarbeitet werden.

Zu Frage 4:

Die neue Uniform soll in der Bevölkerung ein klares, seriöses, vertrauenserweckendes, überlegt und solide erscheinendes Bild mit dem Ziel – Uniform als Botschaft des rechtsstaatlichen, kompetenten, lösungsorientierten, sozialbewussten, intelligenten Handelns der Exekutive erwirken. Ergonomische und technische Funktionalität sowie qualitativ und technologisch hochwertigste Uniformteile sollen Professionalität vermitteln.

Zu Frage 5:

Die

- a) grafische Präsentation (Problemanalyse, Strategieentwicklung, Visualisierungsideen, Erarbeitung mehrerer Uniformlinien, grafische Darstellung der Modelle, Darstellung der Logos und Brandings, Präsentation, geschichtliche Bezüge zu diversen Looks, Vergleiche mit anderen Nationen, argumentative Darlegung der Designs und konkretes Text und Bildmaterial)
- b) Anfertigung von Einzelteilen der verschiedenen Modelle sowie deren Präsentation anhand von Modellen und
- c) Anfertigung von Prototypen durch Produzenten und deren Abschlusspräsentation

hat dem BM.I bisher € 142.927,24 gekostet.

Auch die bisher normierten Uniformsorten wurden periodisch immer wieder designmäßig (schnitttechnisch, qualitativ und technologisch) dem neuesten Stand entsprechend angepasst, was ebenfalls Entwicklungskosten hervorgerufen hat.

Zu Frage 6:

Da eine öffentliche Ausschreibung für die neuen Uniformsorten noch nicht erfolgte, kann über die Beschaffungskosten der einzelnen Uniformteile zum gegenwärtigem Zeitpunkt keine Aussage getroffen werden.

Zu Frage 7:

Die Unterlagen (Beschreibung und Lichtbilder) zum neuen Design der Dienstkraftfahrzeuge liegen in der zuständigen Fachabteilung des BM.I (Referat IV/1/d) auf.

Zu Frage 8:

Bei der Entwicklung des neuen Fahrzeugdesigns wurde vor allem auf die eindeutige, unverwechselbare Erkennbarkeit als Polizeifahrzeug - durch das Anbringen von Aufschriften, Symbolen und Folien in den Farben blau, rot, silber und weiß - Wert gelegt. Aufschriften und Sicherheitsstreifen sind aus hochreflektierenden bzw. reflektierenden Folien, wodurch eine sehr gute Erkennbarkeit der Polizeifahrzeuge auch bei schlechten Sichtverhältnissen und Dunkelheit gewährleistet ist.

Zu Frage 9:

Bereits im Fuhrpark vorhandene Dienstkraftfahrzeuge im alten Design werden nicht umlackiert, sondern es werden nur jene Kfz, die neu angekauft werden, mit dem neuen Design versehen. Die Anzahl der neu zu beschaffenden Dienstkraftfahrzeuge wird unter Berücksichtigung des unbedingt notwendigen Bedarfs nach Maßgabe der budgetären Möglichkeiten nach Abschluss eines derzeit laufenden Ausschreibungsverfahrens festgelegt werden.

Zu Frage 10:

Per Erlass vom 9. September 2003, Zahl 15.000/738-I/5/03, wurde das Corporate Design des BM.I als Pflichtenheft definiert.

Zu Frage 11:

Auf den beiliegenden Erlass darf verwiesen werden.

Zu den Fragen 12 und 13:

Die Kosten für die Entwicklung eines neuen Corporate Design (CD) durch das Unternehmen Design for Media and Communication GesmbH & Co KG (DMC) betragen € 52.324,44. Das Pflichtenheft wurde von der Abteilung I/5 – Öffentlichkeitsarbeit im BM.I verfasst.

Zu Frage 14:

Ja. In diesem Zusammenhang darf auf die Antworten zu Fragen 10 bis 12 hingewiesen werden.

Zu Frage 15:

Für die Implementierung der CD-Regeln im BM.I sind keine zusätzlichen Kosten entstanden. Alte Drucksorten wurden aufgebraucht, der Großteil der Schriftstücke wird elektronisch gefertigt und entspricht bereits in dieser Ausfertigung den CD-Regeln.

Zu Frage 16:

Es gibt keine Regeln betreffend Corporate Identity bei der Beschaffung des Inventars. Die Beschaffungen erfolgen durch Abruf des bestehenden bundeseinheitlichen Rahmenvertrages der BBG.

Zu Frage 17:

Nein.

Zu den Fragen 18 und 19:

Nein.

Zu Frage 20:

Marketingmaßnahmen des BM.I werden nicht mit der ÖVP akkordiert. Verkehrssicherheitskampagnen und Präventionsmaßnahmen zur Verhinderung von Kriminalität wurden gemeinsam mit anderen Organisationen (Kuratorium für Verkehrssicherheit, ORF, Privatradios, etc.) durchgeführt.

Zu Frage 21:

Es entzieht sich dem Wissensstand des BM.I, ob Werbe-, PR- oder Designagenturen, die im Auftrag des BM.I tätig sind oder waren, auch für die ÖVP oder eine ihrer Teilorganisationen tätig sind bzw. in den letzten vier Jahren tätig waren.

Zu Frage 22:

Nein

Zu den Fragen 23 und 24:

Nein

Zu den Fragen 25 und 26:

Im Zuge der Umsetzung der SPG-Novelle 2005 ist beabsichtigt, das CD des BM.I für die nachgeordneten Sicherheitsbehörden (Sicherheitsdirektionen und Bundespolizeidirektionen) sowie für den neuen Wachkörper Bundespolizei zu adaptieren.

Zu Frage 27:

Das BM.I als Behörde braucht ein einheitliches Bild, das nach innen und nach außen gerichtet ist. Dieses CD muss sichtbar und umfassend sein. Interne Strukturen werden effizienter und moderner gestaltet, um beim Bürger stärker präsent und sichtbar zu sein; andererseits wird auch die Unternehmenskultur entwickelt und die Corporate Identity gestärkt. Gleichzeitig hat das CD Effizienz, Modernität und Professionalität, aber auch Seriosität und Souveränität zu vermitteln.

In diesem Zusammenhang darf auch auf die Beilage (Pflichtenheft) zu Frage 11 hingewiesen werden.

Zu den Fragen 28 und 29:

Es darauf auf die nachstehende Auflistung verwiesen werden.

Daneben wurden Weihnachtskarten, Tischwimpel und Logotafeln angekauft.

PR-Beratung durch externe Agenturen bzw. Personen vom 1. Jänner 2000 bis 31. Dezember 2004			
Jahr	Themenbereich	Agentur bzw. Privatperson	Kosten €
2000	PR-Beratung des BM.I	Werkvertrag	59.216,38
2001	PR-Beratung des BM.I	Werkvertrag	91.853,95
2002	CD des BM.I, Umsetzung im Ressortbereich	DMC - Design for Media and Communication	52.324,44
	PR-Beratung des BM.I	Werkvertrag	86.705,39
2003	Unterstützungsleistungen im Bereich Öffentlichkeitsarbeit	Auftragsvergabe an die ECC Publico Public Relations GesmbH:	26.100,00
	PR-Beratung des BM.I	Werkvertrag	88.254,27
2004	PR-Beratung des BM.I	Werkvertrag	73.970,02 (bis einschl. Oktober 2004)

Zu den Fragen 30 bis 33:

Nein.

Anmerkung der Parlamentsdirektion:

Die vom Bundesministerium übermittelten Anlagen stehen nur als Image zur Verfügung.