

2717 /J**02. März 2005****Anfrage**

der Abgeordneten Ing. Gartlehner
und GenossInnen
an den Bundeskanzler
betreffend mangelhafte Beantwortung der „Anfrage betreffend Selbstdarstellung
der Bundesregierung“

Es ist zu bezweifeln, dass die Anfrage zur „Selbstdarstellung der Bundesregierung“ (2047 J) im BKA richtig verstanden wurde. Die Anfragebeantwortung (2385/AB) ist wenig konkret, einzelne Fragen blieben unbeantwortet. Im Vergleich mit der Anfragebeantwortung des Bundeskanzlers war eine Beantwortung der Innenministerin Prokop (2382/AB) geradezu vorbildlich. Wir erlauben uns letztere AB als Orientierungshilfe für das BKA beizulegen.

Die Frage 5. nach dem Inhalt der Designhandbücher wurde vom Bundeskanzler wie folgt beantwortet:

„Im Bundeskanzleramt wurden mit 1. Jänner 2005 eine Dachmarke ‘Bundeskanzleramt Österreich’ sowie drei Sektionslogos neu installiert.
Mit dem Markenaufbau wurde die Firma fischer enterprises communication development beauftragt.
Die Kosten für den Aufbau der Dachmarke, die Mutationen der Sektionslogos, die Aufbereitung der Logos für den Print- und Webbereich sowie für die Übergabe sämtlicher Copyrights an das Bundeskanzleramt, haben in Summe €14.500,-, exkl. MWSt., betragen.“

Dieser Text des Bundeskanzleramtes soll auch die Frage 9. nach den Kosten der Implementierung der Regeln im BKA beantworten. Beide Fragen (5, 9) sind mit obiger Antwort nicht beantwortet. Die Implementierung ist mit dem Konzept nicht erledigt, es treten Kosten, für Briefpapier, Türschilder etc. auf.

Die Frage 12 nach den Botschaften der Werbemaßnahmen wurde wie folgt beantwortet:

„Es darf auf die eingangs ausgeführte Feststellung hingewiesen werden, wobei eine Koordinierung der Informationsarbeit der Bundesregierung mit den einzelnen Bundesministerien, in Entsprechung der Bestimmungen des Bundesministeriengesetzes, durch das Bundeskanzleramt zu erfolgen hat.“

Dieser Text beantwortet die Frage nach unserer Meinung nach nicht. Zum Vorbild für die Beantwortung einer derartigen Frage darf auf die Anfragebeantwortung der Frau BM Prokop (2382/AB inklusive beiliegenden Erlass) zu einer Anfrage des Abgeordneten Gartlehner verwiesen werden. Im Übrigen wäre möglich, dass die Anfragebeantwortung des BMI (vom 7. Feber 2005) im BKA bekannt war. Eine Textsequenz in der Einleitung („Eingangs [...]“) ist bis auf das Detail, dass das BKA (am 7. Feber 2005) die alte, das BMI die neue Rechtschreibung verwendet, in beiden AB identisch.

Da die Anfragen einen wichtigen Bestandteil der Kontrolle durch den Nationalrat darstellen und es bei der Beantwortung der Fragen nicht zu Mängeln bzw. Missverständnissen kommen soll, empfehlen wir, die Fragen im einzelnen zu beantworten. Bei Sammelantworten (Etwa „1 bis 9“) passiert es offenbar allzu leicht, dass einzelne Fragen „übersehen“ werden.

Die unterzeichneten Abgeordneten richten daher an den Bundeskanzler nachstehende

Anfrage:

1. Wie lautet der Inhalt der für das BKA seit 2000 verfassten PR-, Marken und/oder Werbekonzepte und/oder Designhandbücher?
2. Wie hoch sind die Kosten der Implementierung der Regeln (für CI bzw. CC) im BKA (zuzüglich sämtlicher Materialkosten, d.h. etwa Türschilder, Briefpapier etc.)?
3. Welche Botschaften will das BKA laut der Konzepte mit seinen Werbemaßnahmen vermittelt?
4. Wurde tatsächlich das BKA seit 2000 (außer in der Frage des Markenaufbaus für 2005 durch „fischer enterprises communication developement“) weder von Agenturen noch von Einzelpersonen in Fragen der PR beraten (vgl. 2407/J, Frage 2; 2385/AB, Antwort 1)?
5. Welche Leistungen erbringt bzw. erbrachte seit 2000 „Ogilvy & Mather GmbH“ für das BKA, wie hoch waren dafür die Kosten?
6. Welche anderen Agenturen, die der Fachgruppe „Werbung und Marktkommunikation zuzurechnen sind (Webung, PR, Markt- und Meinungsforschung), waren für das BKA seit 2000 tätig, was waren deren Leistungen, wie hoch waren die Honorare für die Leistungen?

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

zu 2408/J

LIESE PROKOP
HERRENGASSE 7
A - 1014 WIEN
Postfach 100
Tel.: +43 1 53126 2362
Fax.: +43 1 53126 2191
Liese.prokop@bmi.gv.at

Wien, am 7. Feber 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) betrugen € 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.



Beilage



REPUBLIK ÖSTERREICH
BUNDESMINISTERIUM FÜR INNERES
SEKTION I - RESSOURCEN

Sektion I – Ressourcen

Generaldirektion für die öffentliche Sicherheit

Sektion III - Recht

Sektion IV – Service und Kontrolle

per mail

RUDOLF GOLLIA, MAJOR
ABTEILUNG I/5 -
ÖFFENTLICHKEITSARBEIT
HERRENGASSE 7
A-1010 WIEN
TEL: +43-1 53126-2490
FAX: +43-1 53126-2701
MOBIL: +43-664 1833939
RUDOLF.GOLLIA@BMI.GV.AT
WWW.BMI.GV.AT
DVR: 0000051

nachrichtlich:

Druckerei im Haus

GZ: 15.000/738-I/5/03.

Betreff: Das Corporate Design des BM.I;
Pflichtenheft.

Dieser Erlass regelt den Auftritt, das Corporate Design des Bundesministeriums für Inneres, seiner Sektionen, Bereichsstellvertretungen, Abteilungen, Referate, des Bundeskriminalamtes, des Bundesamtes für Verfassungsschutz und Terrorismusbekämpfung und der diesen Organisationseinheiten unmittelbar zugeordneten Dienststellen und Organisationseinheiten, wie des Einsatzkommandos Cobra, der Bildungszentren der Sicherheitsexekutive, des Bundesasylamtes und seiner Außenstellen und der Betreuungsstellen des BM.I. Für die nachgeordneten Behörden und Organisationseinheiten, wie Sicherheitsdirektionen, Bundespolizeidirektionen, Landesgendarmeriekommanden und deren Dienststellen wird eine eigene Anordnung ergehen.

Das Corporate Design (CD) lässt sich definieren als das bewusst geplante und allumfassende Design-Programm, das sämtliche Dienstleistungen und Einrichtungen mit klaren, prägnanten und einheitlichen Gestaltungsmerkmalen versieht. CD ist Ausdruck der Persönlichkeit von Organisationen, Firmen und Gruppen und gibt ihnen eine eindeutige, sichtbare Gestalt, profiliert sie gegenüber anderen und hilft, Aufmerksamkeit für Produkte

und Dienstleistungen zu erhalten; es erhöhen sich die Chancen, positiv wahrgenommen zu werden. Ein gut geplantes, konsequent gestaltetes Gesamterscheinungsbild schließt den gesamten Auftritt eines Unternehmens nach innen und außen zu einer guten, in sich einheitlichen Gestalt zusammen, verleiht ihm Prägnanz, Einprägsamkeit, Attraktivität und macht es damit optisch unverwechselbar. Ein in sich stimmiges, attraktives CD schafft bei den Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern die notwendige Identifikation und Motivation, sich selbst für die Realisierung des CD zu engagieren.

Das CD ist optisches Konzentrat eines inhaltlichen Konzeptes, eines Auftrages, einer Philosophie von Unternehmen und Organisationen.

1 Das Corporate Design des Bundesministeriums für Inneres (BM.I)

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.

Ein schlankes Design, das in der Breite und in der Tiefe eingesetzt und einfach umgesetzt werden kann und das auch die Nutzung und Weiterentwicklung der elektronischen Medien antizipiert und international kompatibel ist, wurde dafür entwickelt. Ein Design, das also in der Lage ist, die ganze Bandbreite der Aufgaben des BM.I zusammenzufassen, da es die Aufgabe ist, ein gemeinsames Dach für alle in einem gemeinsamen Haus zu bilden.

Kommunikationsprodukte, Briefe, Drucksorten, Leitsysteme, Internet-Sites, Visitenkarten, etc. haben die Identität des BM.I zu bekräftigen.

1.1 Das Logo des BM.I

Aus einem einheitlichen Zusammenwirken von Logo, Bundeswappen, Schrift und Farben resultiert optische Geschlossenheit. Damit wird ein koordinierter, schlüssiger und eindeutiger Auftritt des BM.I nach innen, wie nach außen erreicht. Wer andere von seiner Kompetenz und Besonderheit überzeugen will, muss sich ihnen gegenüber als Ganzes darstellen und ihnen prägnante und eindeutige Informationen über sein Selbstverständnis zukommen lassen.

Das Design ist ein Abbild der Übereinstimmung von Unternehmenskonzept, Zielsetzungen, Handeln, Kommunikation und äußerer Erscheinung. Es visualisiert die spezifischen Kompetenzen, das behördenspezifische Selbstverständnis, die unternehmenspolitischen Grundsätze, die signifikanten Besonderheiten und Eigenschaften des Bundesministeriums für Inneres. Auf diese Weise gewinnt das BM.I ein klares Profil und ein individuelles Image und leistet zusätzlich einen positiven Beitrag zur Alltagsästhetik.

Die Buchstabengruppe „BM“, für „Bundesministerium“, wird mit dem Buchstaben „I“, für „Inneres“, mit einem Punkt „.“ verbunden, der für das Wort „für“ steht, gleichzeitig aber ein tragendes Gestaltungsmerkmal des CD des BM.I wird, da dieser Punkt als Andocksystem für weitere, das CD gestaltende Merkmale dient. Der Punkt wird als Designelement in der Gestaltung von Drucksorten, Texten, Broschüren, etc. verwendet, um das dahinterstehende Ideenschema fortzuführen. Der Punkt als grafische Komponente findet sich in diesem System immer vor einem Schriftzug oder einer Buchstabengruppe (einem Wort). Sein Vorzug und seine Stärke liegen in der Assoziation. Der Punkt verkörpert positive Attribute, die mit den Leistungen des BM.I in Verbindung gebracht werden.

Das Logo, der Schriftzug „BUNDESMINISTERIUM FÜR INNERES“ und das Bundeswappen, das zwar zeitgemäß und dynamisch adaptiert wurde, aber gleichzeitig die Souveränität und Seriosität der Bundesbehörde zum Ausdruck bringt, bilden den Kern des unverwechselbaren Corporate Designs des Bundesministeriums für Inneres.

Das BM.I-Logo kann in verschiedenen Farb-Varianten Anwendung finden: Möglich sind die Farb-Variante, die Schwarz/Weiß-Variante und die Negativ-Variante (S/W und Farbe).

(Muster s. Anhang A)

1.2 Die Farben des BM.I

Die Farbgestaltung ist ein bedeutender Faktor für das Corporate Design.

Rot gilt als staatstragend, würdevoll, stabil und ist Teil der österreichischen Tradition. Die Kontrastfarbe Silbergrau wird als fortschrittlich, schlicht und leicht wahrgenommen.

Diese beiden Farben bilden die Hauptfarben des BM.I-Corporate Designs. Neben diesen beiden Main-Identity-Farben sind Schwarz, als Druckfarbe und Weiß (deckend) als Grundfarben dominant.

Farbdefinitionen:	rot	silbergrau
Pantone:	1805	877
CMYK	0/97/100/27	53/34/25/0
RGB	Nr.: 162/44/28	Nr.: 113/134/155

1.3 Die Schriften des BM.I

Innerhalb des CD ist die Schrift ein sehr markantes und wichtiges Element. Daher ist es von großer Bedeutung eine Hausschrift für das BM.I festzulegen, um aufgrund des Schriftbildes bereits eine Zuordnung möglich zu machen.

Eine öffentliche Institution wie das BM.I braucht eine öffentliche Schrift. Die vom BM.I gewählte Schrift für die Logo-Gestaltung ist die DIN, die für Straßenbeschilderungen entwickelt wurde. Sie ist auch in geringen Schriftgrößen gut lesbar. 1990 wurde die DIN einem Redesign unterzogen; sie wurde moderner und in Fließtexten noch besser lesbar. Die DIN ist eine ausgewogene und reduzierte Schrift mit Charme und sehr eigenständig. Für die Logo-Gestaltung des BM.I wurde die DIN light, die DIN regular, die DIN medium und die DIN bold verwendet.

Als Schrift für den Schriftverkehr (Brieftexte, Erliedigungen, Akten, Berichte, Stellungnahmen, etc.) ist die Arial, grundsätzlich in Schriftgröße 11 pt (Punkt), 1 ½ - zeilig, linksbündig, vorgesehen.

2 Die Drucksorten des BM.I

Die BM.I-Drucksorten tragen mit dazu bei, die Identität des BM.I zu konstituieren und im Bewusstsein der Kommunikationspartner und der Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter zu verankern. Es wurden Ausdrucksformen geschaffen, die diese Identität und Unverwechselbarkeit des BM.I konkret und einprägsam definieren.

In diesem Erlass (Pflichtenheft) werden Beispiele für Drucksorten, Briefpapier, Kuverts, Faxformulare, Einladungen, Visitenkarten, u. a. mit ihren unterschiedlichen Anwendungsmöglichkeiten gezeigt. Das durchgängige Erscheinungsbild mit gleichbleibenden und wiederkehrenden Qualitätsmerkmalen lässt sich auf verschiedenste Drucksorten nach unterschiedlichen Bedürfnissen anwenden und ausweiten. Die gestalterische Beherrschung und ein intelligenter Umgang mit den Corporate Design-Regeln

erfassen den Variantenreichtum dieses komplexen kombinatorischen Systems. Die Gestaltung neuer weiterer Drucksorten erfolgt im Einvernehmen mit der Abteilung I/5 – Öffentlichkeitsarbeit.

2.1 Das Briefpapier

(Muster s. Anhang 1)

Das Briefpapier (DIN A4, Seitenränder: oben 2,5 cm, unten 2 cm, links 2,5 cm, rechts 2 cm) trägt links oben (2,5 cm vom linken Blattrand und 2,5 cm vom oberen Blattrand) das Logo des BM.I (9 mm hoch – wobei ein Logo immer nur in der Gesamtgröße verändert werden darf, da es durch Dehnen oder Strecken oder entsprechendes Verkleinern verändert wird!), mit Bundeswappen, dem Schriftzug „REPUBLIK ÖSTERREICH“, und „BUNDESMINISTERIUM FÜR INNERES“ und der Bezeichnung der Sektion, der das Schreiben zuzuordnen ist („SEKTION I – RESSOURCEN“, „GENERALDIREKTION FÜR DIE ÖFFENTLICHE SICHERHEIT“, „SEKTION III – RECHT“, „SEKTION IV – SERVICE UND KONTROLLE“), bzw. „KABINETT DES BUNDESMINISTERS“. Der Bundesminister, der Kabinettschef, die Sektionsleiter und deren Stellvertreter führen anstelle der Sektionsbezeichnung ihre Funktionsbezeichnung.

Rechts oben (14,5 cm vom linken Blattrand und 5,5 cm vom oberen Blattrand) befindet sich ein Textfeld mit den relevanten Angaben zur Person des Verfassers des Schreibens (TITEL VORNAME NAME, AMTSTITEL, ABTEILUNGS- und/oder REFERATSBEZEICHNUNG, STRASSE/GASSE/PLATZ, ORT, TELEFONNUMMER[N], FAXNUMMER, e-mail-Adresse, www.bmi.gv.at, DVR: 0000051; alles in Arial, Schriftgröße 6 pt, 1½ – zeilig, linksbündig, wobei bei Telefon- und Faxnummern das Format [z. B.: TEL: +43-1 53126-3287] durchgängig einzuhalten ist, Titel, Vorname, Name, Amtstitel in Rot oder Schwarz, der weitere Text in diesem Feld in Grau [50%]). Zusätze, wie „Referent“ oder „Sachbearbeiter“, sind nicht notwendig und daher nicht vorgesehen.

Unter dem Logo, bei 5,2 cm wird mit dem Anschreiben, dem oder den Adressaten, der Text des Schreibens begonnen; wie im allgemeinen Schriftverkehr üblich, wird nach dem Anschreiben (bei Bedarf) mit der Geschäftszahl, dem Betreff, dem Bezug und den Beilagen und weiter mit dem Fließtext fortgesetzt. Der Text wird in Arial, Schriftgröße 11 pt, linksbündig, 1 ½ - zeilig (das Adressfeld kann aus Platzgründen 1 – zeilig gehalten werden) geschrieben.

Am unteren Blattrand, als Fußzeile, scheint der Schriftzug „BM.I BUNDESMINISTERIUM FÜR INNERES“ auf (1,5 cm vom unteren Blattrand, 0,31 cm hoch, 5,08 cm breit, bündig mit dem Text „REPUBLIK ÖSTERREICH“ im Logo am Seitenanfang).

Auf dem(n) Folgeblatt (-blättern) (DIN A4, Seitenränder: oben 2,5 cm, unten 2 cm, links 2,5 cm, rechts 2 cm) sind keine grafischen Elemente vorgesehen.

Die weitere Gestaltung von aktenmäßigen Erledigungen orientiert sich an der Kanzleiordnung des Bundesministeriums für Inneres.

2.2 Die Faxnachricht

(Muster s. Anhang 2)

2.3 Der Akten(Referats-)bogen

(Muster s. Anhang 3)

Die folgenden Drucksorten werden von der Druckerei des BM.I oder im Auftrag des BM.I gefertigt; die Rahmenvorgaben sind den zuständigen Abteilungen (Abt. IV/4 – Wirtschaft und Abt. I/5 – Öffentlichkeitsarbeit bekannt):

2.4 Die Briefkuverts

(Muster s. Anhang 4)

2.5 Die Visitenkarte

(Muster s. Anhang 5)

Näheres siehe Erlass GZ: 15.000/716-I/5/03 v. 20. Jänner 2003.

2.6. Die Empfehlungskarte

(Muster s. Anhang 6)

2.7 Der Schreibblock

(Muster s. Anhang 7)

2.8 Einladungen

(Muster s. Anhang 8)

2.9 Das Leitsystem

(Muster s. Anhang 9)

2.10 Pressemappen

(Muster s. Anhang 10)

2.11 Fuhrpark-Karten

(Muster s. Anhang 11)

2.12 Broschüren

(Muster s. Anhang 12)

2.13 Tischkarten

(Muster s. Anhang 13)

3 Weitere Anwendungen des CD des BM.I

Die visuelle Sprache bei all diesen Anwendungen basiert auf einem speziell ausgearbeiteten Prinzip, das im Einvernehmen mit der Abteilung I/5 – Öffentlichkeitsarbeit auf weitere Anwendungen ausgedehnt werden kann.

3.1 Die Außengestaltung

(Muster s. Anhang 14)

3.2 Tischwimpel

(Muster s. Anhang 15)

3.3 Hintersetzer

(Muster s. Anhang 16)

3.4 Das Intranet / Das Internet

Die Gestaltung der Sites des Internet- und des Intranet-Auftrittes des BM.I obliegt der Abteilung IV/2 – EDV-Anwendungen im Einvernehmen mit der Abteilung I/5 – Öffentlichkeitsarbeit. Das Design des CD des BM.I ist so gehalten, dass es auch die Nutzung und Weiterentwicklung der elektronischen Medien vorwegnimmt und damit kompatibel ist.

(Beispiele s. Anhang 17)

3.5 Email-Verkehr

Auch beim e-mail-Verkehr sind die grundsätzlichen Gestaltungsregeln einzuhalten: Das Schriftbild ist in Arial, 11 pt oder 12 pt, schwarz, zu halten. Die Signatur hat sich an den Vorgaben für den Briefverkehr bzw. andere personalisierte Drucksorten zu orientieren.

(Beispiele s. Anhang 18)

3.6 Präsentationen

Präsentationen (z. B. Microsoft PowerPoint oder Microsoft FrontPage) sind in Anlehnung an das Design der Internet- und Intranet-Sites des BM.I zu gestalten. Typografie, Farbgebung und andere Gestaltungsmerkmale sind im Sinne der kombinatorischen Regeln des BM.I-Corporate Design zu halten. Ziel ist es, eine Einheit in der Vielfalt zu schaffen und diese Einheit in Verhalten, Kommunikation und Darstellung zu einem Wertgefüge zu verbinden. Gestalterische Kompetenz und Fantasie werden dadurch nicht ersetzt, sondern, im Gegenteil, geradezu herausgefordert.

(Beispiele s. Anhang 19)

4 Das CD des Bundesamtes für Verfassungsschutz und Terrorismusbekämpfung (.BVT), des Bundeskriminalamtes (.BK) und der Sicherheitsakademie (.SIAK) im Bundesministerium für Inneres, sowie des Einsatzkommandos Cobra in der Generaldirektion für die öffentliche Sicherheit

Aufgrund der Größe der Organisationseinheiten, der Außenwirkungen, der internationalen Kontakte und der Erscheinungsbilder ähnlicher Einheiten im Ausland wurde dem Bundeskriminalamt, dem Bundesamt für Verfassungsschutz und Terrorismusbekämpfung und der Sicherheitsakademie ein Logo zugesprochen, das sich an den Gestaltungsmerkmalen und -regeln des CD des BM.I orientiert.

Anstelle des BM.I-Logos ist beim Bundeskriminalamt das Logo „.BK“, beim Bundesamt das Logo „.BVT“, bei der Sicherheitsakademie das Logo „.SIAK“ zu verwenden. Die weitere Gestaltung von Drucksorten und von weiteren Anwendungen hat den Gestaltungsregeln und -merkmalen der CD des BM.I zu entsprechen; bei neuen Anwendungen ist das Einvernehmen mit der Abteilung I/5 – Öffentlichkeitsarbeit herzustellen.

(Muster s. Anhang 20)

Dem .BVT, dem .BK, sowie dem Einsatzkommando Cobra steht auch die Möglichkeit offen, ein weiteres grafisches Element, das mit dem CD des BM.I kompatibel ist, auf seinen Drucksorten und weiteren Anwendungen anzubringen bzw. zu verwenden; die Gestaltung und Platzierung hat im Einvernehmen mit der Abteilung I/5 – Öffentlichkeitsarbeit zu erfolgen.

5 Sonderprojekte

Für ausgewählte Projekte, Veranstaltungen, etc. können besondere Logos geschaffen werden, die den grundsätzlichen Vorgaben des CD des BM.I zu entsprechen haben.

(Beispiele s. Anhang 21)

Die Generaldirektion für die öffentliche Sicherheit und die Sektionen III und IV werden ersucht, ihre MitarbeiterInnen von den ergangenen Regelungen in Kenntnis zu setzen.

Für den Bundesminister
Dr. Franz Einzinger
Wien, 9. September 2003

F. d. R. d. A.

Anhang 1



REPUBLIK ÖSTERREICH
BUNDESMINISTERIUM FÜR INNERES
GENERALDIREKTION FÜR DIE ÖFFENTLICHE SICHERHEIT

MAS. DR. ERIK BURBAUM
GENERALDIREKTOR FÜR
DIE ÖFFENTLICHE SICHERHEIT
MINERITENPLATZ 9
A-1010 WIEN
TEL +43-1 53126-2261
FAX +43-1 53126-2266
e-mail: burbaum@bmi.gv.at

Anhang 2

DATUM DATE
EMPFÄNGER TO
FAX NR. FAX NO.
ABSENDER FROM
FAX NR. FAX NO.
TEL NR. PHONE NO.
BETREFF RE
SEITEN PAGES

FAX

DVR: 0000001

02
BETREFF

Anhang 3

BM.I		
Geschäftszahl 1 -1/5/03	Verschluss	Dringlichkeitsvermerke
mitier. OZ		Skartierungsvermerk
Bezugszahlen		zu betreiben am
Gegenstand Fortbildung: hier: Das Corporate Design des BM.I.		Frist
Zur Einsicht vor Hinterlegung:		
<u>Herrn Leiter der Sektion I (m. d. E. u. K.)</u> <u>Abteilung IV/5 - Sicherheitsakademie</u>		
reing:	abgezeichnet von	genehmigt von
vergl:		
begl:		. Juli 2003
abgef:		
FS/FAX/EM/Drucker		
Ablagedatum	Bearbeiter	

Anhang 3a

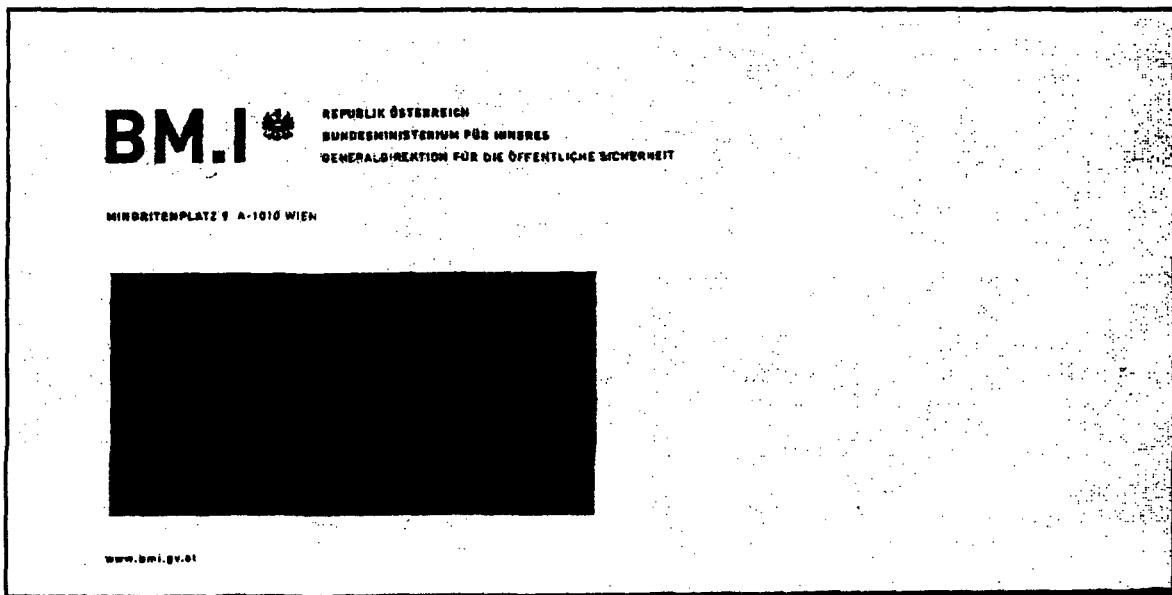
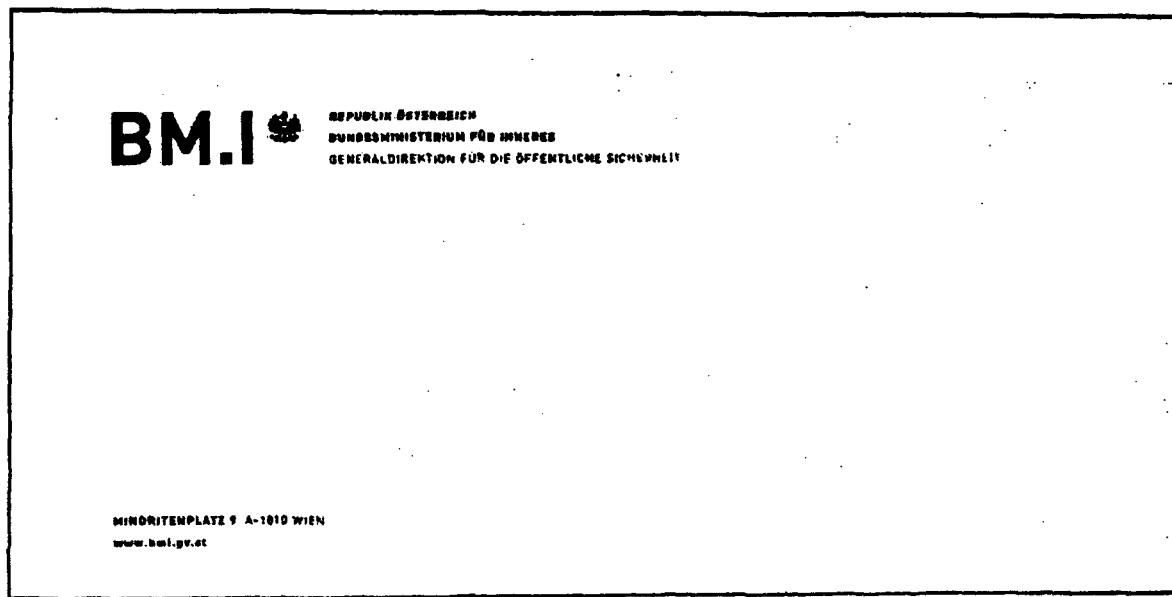
zu Zl: / -15/03

AMKO:

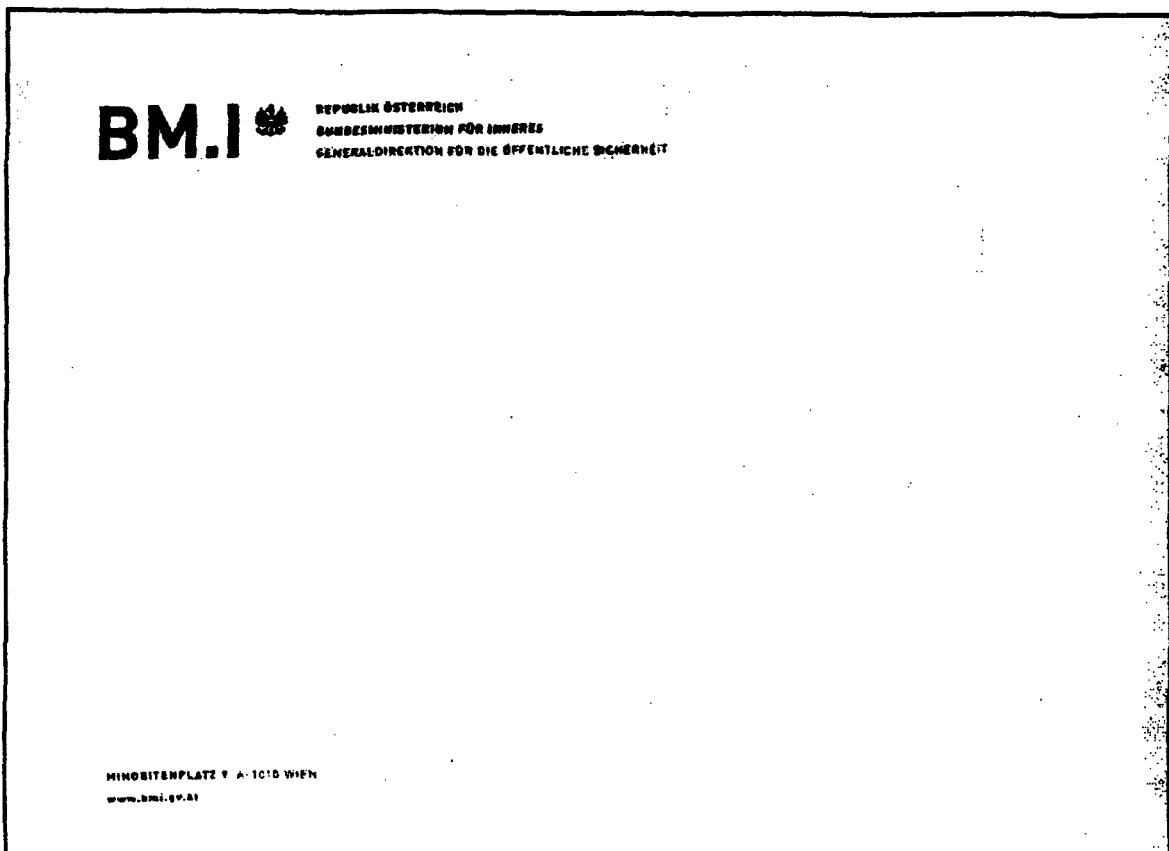
Kanzleiauftrag

Sachverhalt

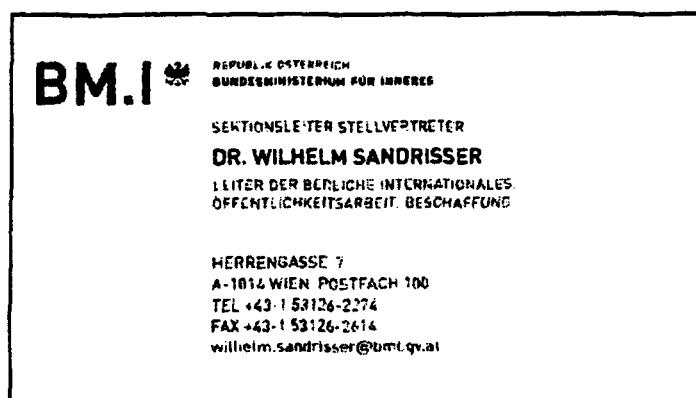
Anhang 4



Anhang 4a



Anhang 5



Anhang 6

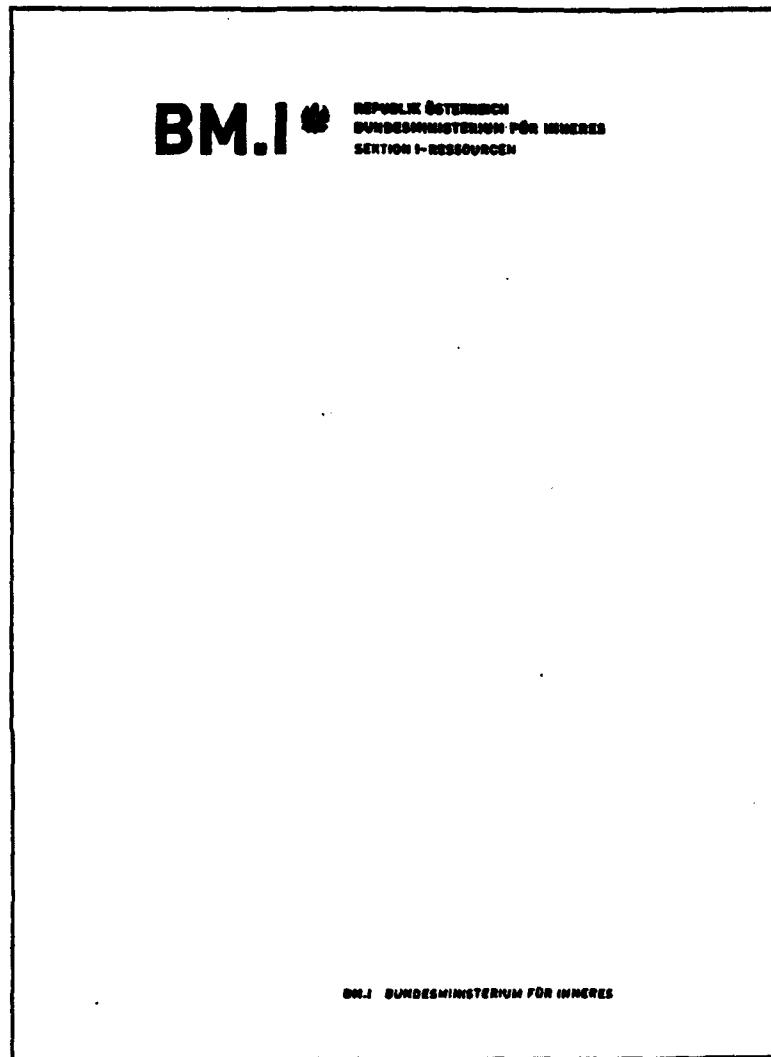


REPUBLIK ÖSTERREICH
BUNDESMINISTERIUM FÜR INNERES
SEKTION I - RESSOURCEN

DR. WILHELM SANDRINGER
SEKTIONSLICHTER STELLVERTRETER
LEITER DER BEREICHE INTERNATIONALES,
ÖFFENTLICHKEITSARBEIT, BEGRIFFUNG
NERNBERGSTRASSE 7
A-1014 WIEN
POSTFACH 100
TEL. +43-1 52126-2274
FAX +43-1 52126-2616
wilhelm.sandlinger@bmim.gv.at

MIT BESTEN EMPFEHLUNGEN WITH COMPLIMENTS AVEC NOS COMPLIMENTS

Anhang 7



Anhang 7a



REPUBLIK ÖSTERREICH
BUNDESMINISTERIUM FÜR INNERES
www.bmi.gv.at

Anhang 8

PROGRAMM
FANFARE VON FRANZ SCHMETTERER
BEGRÜSSUNG
LEITER DER SEKTION III
DR. THEODOR THANNER
ALLEMANDE VON SAMUEL SCHEIDT
FESTANSPRACHE
BUNDESMINISTER DR. ERNST STRASSER
EHRUNG UND ÜBERREICHUNG DER URKUNDE
"ANK UND ANERKENNUNG" DURCH
MINISTER DR. ERNST STRASSER AN DEN
VÖLNDEN DES MENSCHENRECHTSBEIRATES
FRHART HOLZINGER
BEIRATES

BM.I
BUNDESMINISTERIUM FÜR INNERES

EINLADUNG

Anhang 9

BM.I

REPUBLIK ÖSTERREICH
BUNDESMINISTERIUM FÜR INNENFÄLLE

14

SEKTION IV
REFERAT IV/4/b
HAUSVERWALTUNGSGELENHEITEN

E - TECHNIK

CHRISTIAN KRENN

BEAMTER

MARKUS ROCKENBAUER

VB

BM.I

REPUBLIK ÖSTERREICH
BUNDESMINISTERIUM FÜR INNENFÄLLE

100

GENERALDIREKTION FÜR DIE ÖFFENTLICHE SICHERHEIT
REFERAT FÜR EXEKUTIVDIENSTANGELEGENHEITEN
ABTEILUNG II/B/23

LEITER DES REFERATES

ROBERT STRONDL

BRIGADIER

ANMELDUNG: ZIMMER 101

Anhang 9a

BM.I  REPUBLIK ÖSTERREICH
BUNDESMINISTERIUM FÜR INNERES

219

**SEKTION I
ABTEILUNG I/3
BUDGET UND CONTROLLING**

LEITER DER ABTEILUNG

MAG. KARL HUTTER

ANMELDUNG: ZIMMER 205



Anhang 9b

BM.I 
REPUBLIK ÖSTERREICH
BUNDESMINISTERIUM FÜR INNERES

KLEINER SITZUNGSSAAL



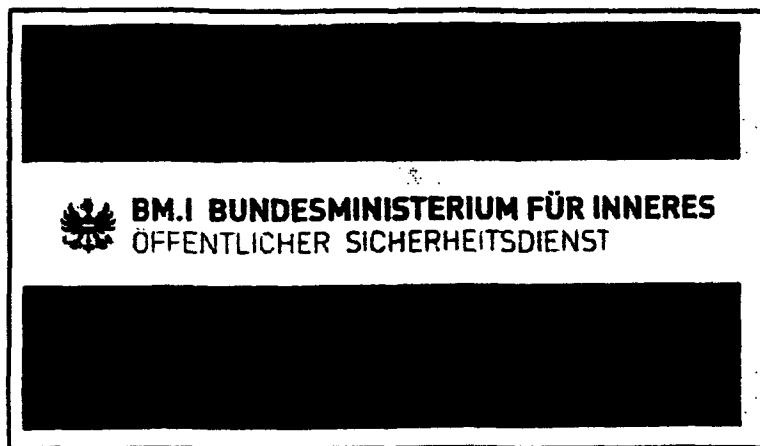
Anhang 10



PRESSEMAPPE

HERRNGASSE 7
A - 1014 WIEN
POSTFACH 100
www.bmf.gv.at

Anhang 11





Anhang 13

KARNER

BM.I*

BM.I*

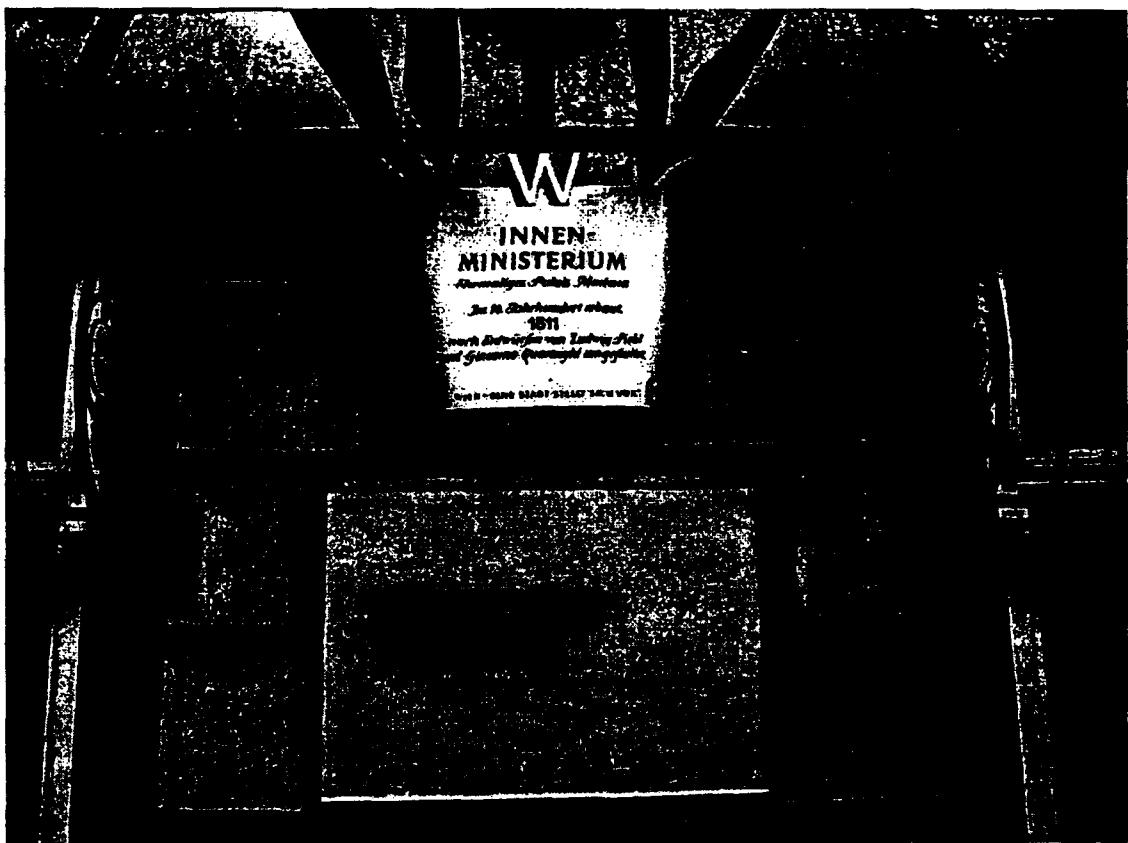
KARNER

KREUTNER

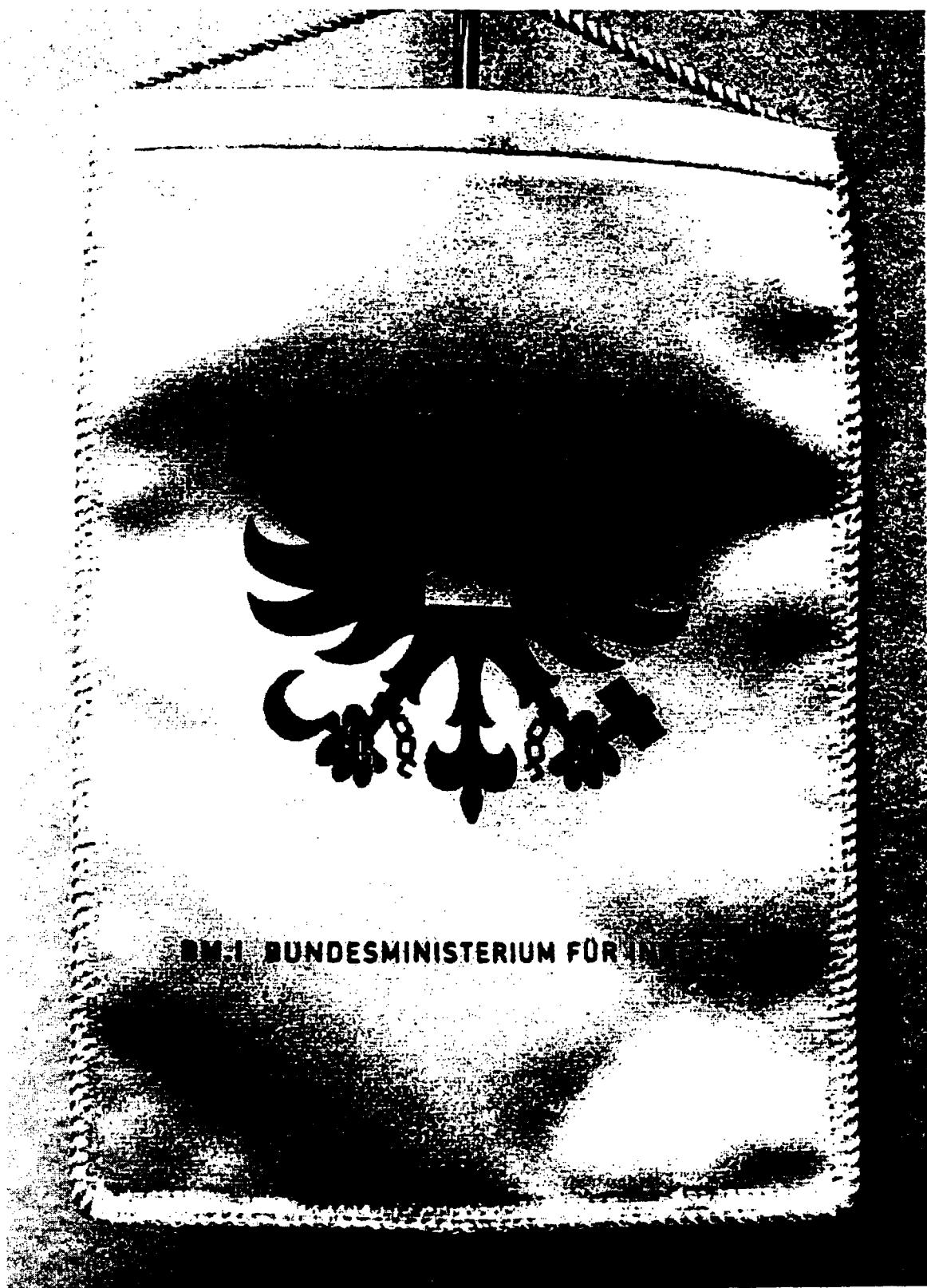


KREUTNER

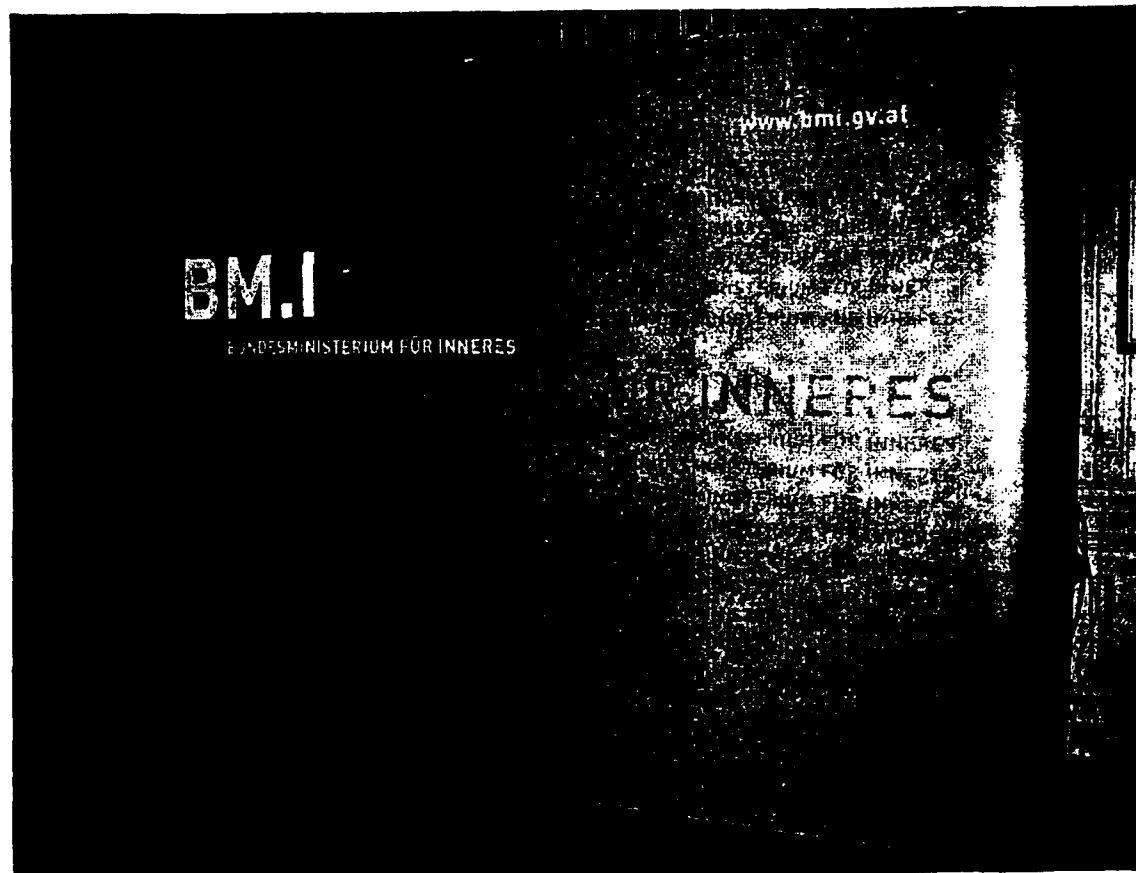
Anhang 14



Anhang 15



Anhang 16



Anhang 17

BM I Innenministerium - Zentralleitung - Microsoft Internet Explorer

http://home.bmi.intra.gv.at/bmi/

Abteilung I/5
Öffentlichkeitsarbeit
Aktenzeichen: I/5

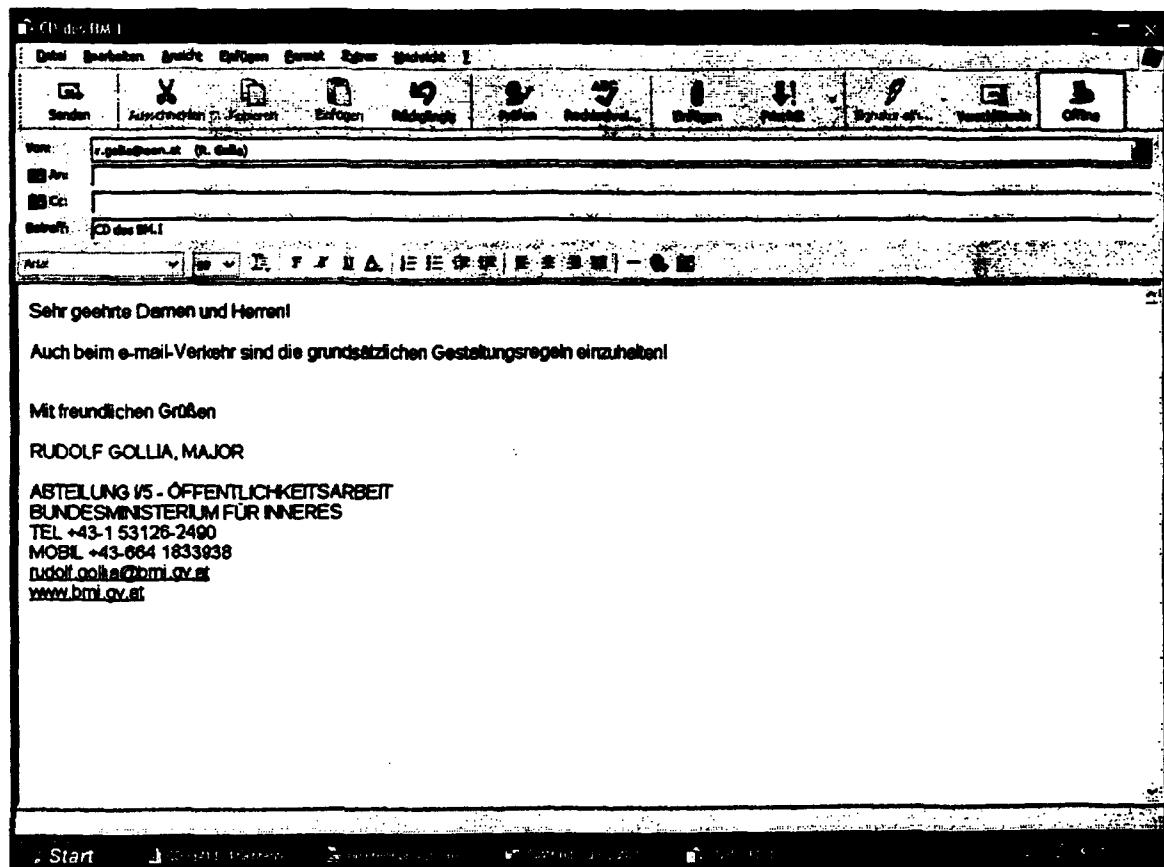
Telefon: 61/33126 - Dax: 2466
eMail an: BMI-I-5@bmi.gv.at

Amtsgebäude: Haynergasse 7, 1014 Wien

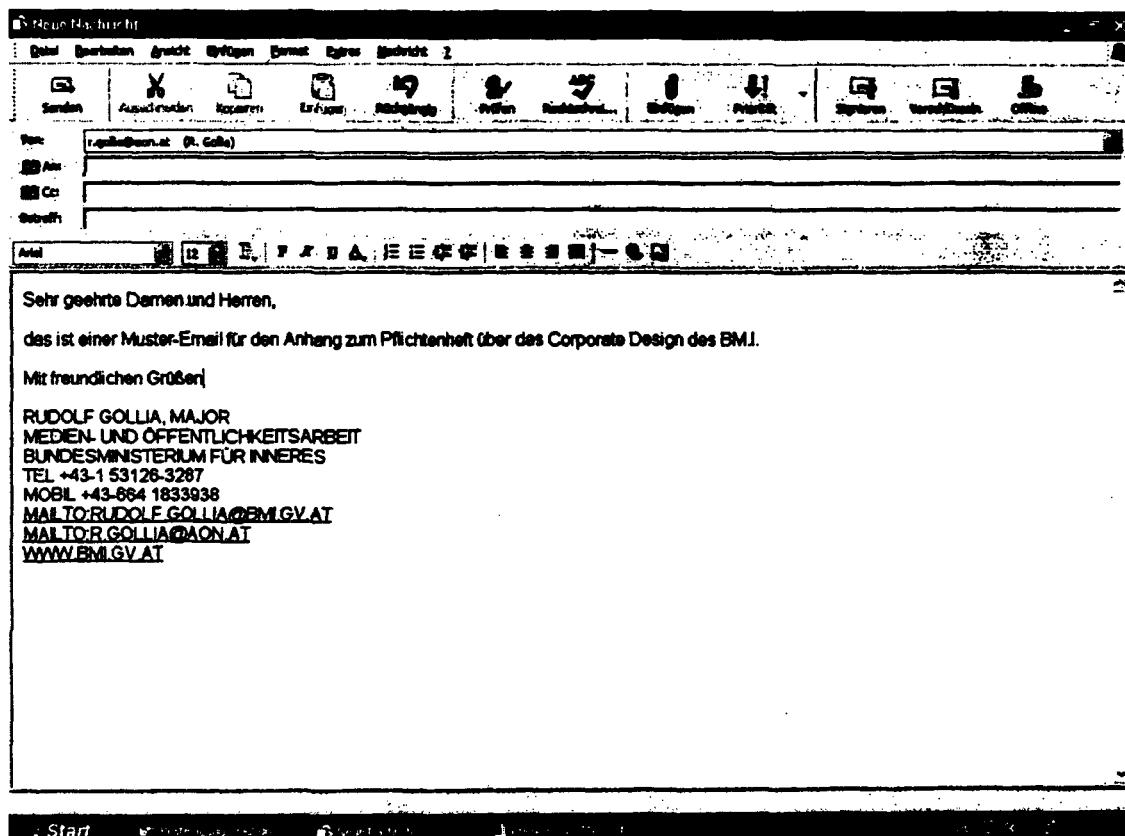
Leiter: Mag. Michael Girardi

Öffentlichkeitsarbeit des Bundesministeriums für Inneres, einschließlich
redaktionelle Angelegenheiten der Homepage und sonstiger
Internetpublikationen; Koordinierung der inhaltlichen Gestaltung des
Behördenintranet des Innenressorts; Presse-, und Informationsdienst;
Bürgerdienst und Servicestelle; Zusammenarbeit mit dem KBÖ und Mitwirkung
an der Geschäftsführung; Dolmetscher und Übersetzungsdiest, insbesondere
Koordination aller Übersetzungsaufträge, sofern sie nicht in die Kompetenz des
BKA fallen; Angelegenheiten der informationsbezogenen Dokumentation für
den Ressortbereich, insbesondere Herausgabe und Evidenzhaltung von
Informationsschriften des Bundesministeriums für Inneres
(Fachinformationsdienst); Bildarchiv; Bibliotheksservice; Redaktion der Zeitschrift
„Öffentliche Sicherheit“.

Anhang 18



Anhang 18



Anhang 19

Jahresarbeitsprogramm 2003
Sektion I - Ressourcen

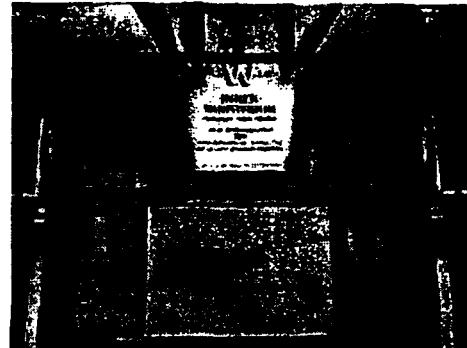
Zwischenbericht des Bereiches I/B/2

- **Abteilung I/4 - Internationales**
- **Abteilung I/5 - Öffentlichkeitsarbeit**
- **Abteilung I/6 – Beschaffung**

Anhang 19a

ABTEILUNG I/5

Corporate Design: Fortsetzung der Umsetzung in allen Dienststellen und nachgeordneten Behörden



Bundesministerium für Inneres, Postfach 100, A-1014 Wien, Telefon: +43-(0)1- 53126-0

Anhang 20/1

.BK 
REPUBLIK ÖSTERREICH
BUNDESMINISTERIUM FÜR INNERES

.BK 
REPUBLIK ÖSTERREICH
BUNDESMINISTERIUM FÜR INNERES

.BK 
REPUBLIK ÖSTERREICH
BUNDESMINISTERIUM FÜR INNERES
BUNDESKRIMINALAMT

.BK 
REPUBLIK ÖSTERREICH
BUNDESMINISTERIUM FÜR INNERES
BUNDESKRIMINALAMT

.BK 
REPUBLIK ÖSTERREICH
BUNDESMINISTERIUM FÜR INNERES
GENERALDIREKTION FÜR DIE ÖFFENTLICHE SICHERHEIT

.BK 
REPUBLIK ÖSTERREICH
BUNDESMINISTERIUM FÜR INNERES
GENERALDIREKTION FÜR DIE ÖFFENTLICHE SICHERHEIT

.BK 
REPUBLIC OF AUSTRIA
FEDERAL MINISTRY OF THE INTERIOR
GENERAL DIRECTORATE FOR PUBLIC SECURITY

.BK 
REPUBLIC OF AUSTRIA
FEDERAL MINISTRY OF THE INTERIOR
GENERAL DIRECTORATE FOR PUBLIC SECURITY

.BK 
REPUBLIC OF AUSTRIA
FEDERAL MINISTRY OF THE INTERIOR
CRIMINAL INTELLIGENCE SERVICE AUSTRIA

BM.I 
REPUBLIK ÖSTERREICH
BUNDESMINISTERIUM FÜR INNERES
BUNDESKRIMINALAMT

BM.I 
REPUBLIK ÖSTERREICH
BUNDESMINISTERIUM FÜR INNERES
BUNDESKRIMINALAMT

BM.I 
REPUBLIC OF AUSTRIA
FEDERAL MINISTRY OF THE INTERIOR
CRIMINAL INTELLIGENCE SERVICE AUSTRIA

Anhang 20/2

.BVT 

REPUBLIK ÖSTERREICH
BUNDESMINISTERIUM FÜR INNERES
BUNDESANT FÜR VERFASSUNGSSCHUTZ UND TERRORISMUSBEKÄMPFUNG

.BVT 

REPUBLIK ÖSTERREICH
BUNDESMINISTERIUM FÜR INNERES
BUNDESANT FÜR VERFASSUNGSSCHUTZ UND TERRORISMUSBEKÄMPFUNG

.BVT 

REPUBLIC OF AUSTRIA
FEDERAL MINISTRY OF THE INTERIOR
FEDERAL AGENCY FOR STATE PROTECTION AND COUNTER TERRORISM

.BVT 

REPUBLIC OF AUSTRIA
FEDERAL MINISTRY OF THE INTERIOR
FEDERAL AGENCY FOR STATE PROTECTION AND COUNTER TERRORISM

BM.I 

REPUBLIK ÖSTERREICH
BUNDESMINISTERIUM FÜR INNERES
BUNDESANT FÜR VERFASSUNGSSCHUTZ UND TERRORISMUSBEKÄMPFUNG

BM.I 

REPUBLIK ÖSTERREICH
BUNDESMINISTERIUM FÜR INNERES
BUNDESANT FÜR VERFASSUNGSSCHUTZ UND TERRORISMUSBEKÄMPFUNG

BM.I 

REPUBLIC OF AUSTRIA
FEDERAL MINISTRY OF THE INTERIOR
FEDERAL AGENCY FOR STATE PROTECTION AND COUNTER TERRORISM

BM.I 

REPUBLIC OF AUSTRIA
FEDERAL MINISTRY OF THE INTERIOR
FEDERAL AGENCY FOR STATE PROTECTION AND COUNTER TERRORISM

.SIAK 

REPUBLIK ÖSTERREICH
BUNDESMINISTERIUM FÜR INNERES
SICHERHEITSAKADEMIE

.SIAK 

REPUBLIK ÖSTERREICH
BUNDESMINISTERIUM FÜR INNERES
SICHERHEITSAKADEMIE

Anhang 21

forum salzburg



sicherheit und erweiterung. dialog der innenminister.

die neue exekutive
team04