

XXIV. GP.-NR

4919 /J

24. März 2010

ANFRAGE

der Abgeordneten Herbert
und weiterer Abgeordneter
an die Bundesministerin für Inneres
betreffend Werbeoffensive der Polizei

Die Werbeoffensive der Polizei verblüfft, da an der Basis bzw. bei den PIs drastische Einsparungen zu bemerken sind und kaum Geld vorhanden ist, um den laufenden Polizeibetrieb logistisch zu gewährleisten, aber offenbar genug Geld für die Werbung von Polizeischülern vorhanden zu sein scheint.



In diesem Zusammenhang stellen die unterfertigten Abgeordneten an die Bundesministerin für Inneres folgende

Anfrage

1. Warum war diese Werbeoffensive erforderlich?
2. Wie viel Geld kostet die aktuelle Werbekampagne für die Bewerbung neuer Polizistinnen und Polizisten zur Polizei?
3. Wie schlüsseln sich diese Kosten auf die einzelnen Werbebereiche (Printmedien, Rundfunk, TVs, Folder/Prospekte, Streuartikel, sonstige Werbemaßnahmen) auf?
4. Wer bezahlt diese Werbeoffensive unter Aufschlüsselung einer etwaigen Kostenaufteilung?
5. Mussten dafür finanzielle Mittel in anderen Bereichen der (Wiener) Polizei eingespart oder gekürzt werden?
6. Wenn ja, bei welchen Bereichen war dies der Fall und wie hoch waren die dortigen Einsparungen?
7. Von wem wurde diese Werbelinie erstellt und wie hoch waren die Kosten dafür?
8. Für welchen Zeitraum ist diese Werbeoffensive angesetzt bzw. wie lange soll sie dauern?

9. Wie viele Bewerber bewarben sich im Jahr 2007, 2008 und 2009 bei der Wiener Polizei?
10. Wie viele dieser Bewerber wurden zu einer Auswahlprüfung für die Wiener Polizei zugelassen?
11. Wie viele dieser Bewerber, die eine solche Auswahlprüfung absolviert haben, wurden in den Dienst der Wiener Polizei aufgenommen?
12. Gab es durch die gegenständliche Werbeoffensive eine Steigerung der Bewerbungen für die Wiener Polizei?
13. Wenn ja, in welchem Ausmaß?

Pauli
St. J.
A. Müller

Andreas
St. J.

24/3/10