

**Herbert Kickl**  
Bundesminister

Herr  
Präsident des Nationalrates  
Mag. Wolfgang Sobotka  
Parlament  
1017 Wien

Geschäftszahl: BMI-LR2220/0187-I/5/2019

Wien, am 29. April 2019

Sehr geehrter Herr Präsident,

die Nationalrätin Dr. Stephanie Krisper, Kolleginnen und Kollegen haben am 4. März 2019 unter der Nr. **3017/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Polizeirekrutierung: BMI wirbt mit absurdem Gehalt und Luxusauto“ gerichtet.

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

**Zu den Fragen 1 bis 3:**

- *Wie viele Autos der Marke "Mercedes G" betreibt das BMI derzeit bundesweit in seinem Fuhrpark?*
- *Welche Aufgaben der Sicherheitsexekutive werden mit dieser Autotype derzeit wahrgenommen?*
- *Wie viele Exekutivbeamt\_innen verwenden solch ein Auto im gewöhnlichen Exekutivdienst?*

Derzeit gibt es bundesweit kein Auto der Marke „Mercedes G“ im Fuhrpark des BMI.

Zur Frage 4:

- *Weshalb wurde für die Werbekampagne ein Auto der Marke "Mercedes G" verwendet und kein gewöhnlicher Streifenwagen?*

Für Marketingzwecke. Vorbild war der erfolgreiche Einsatz des Porsche 911. Gewählt wurde ein Produkt mit starkem Österreich-Bezug; die G-Klasse wird seit über 40 Jahren in Österreich produziert. Zudem erfolgte im Vorjahr die Vorstellung des neuen Modells. Das Fahrzeug steht somit für österreichische Qualität und Beständigkeit und verkörpert Eigenschaften, die auch auf den Polizeiberuf umgelegt werden können. So wie der Polizeiberuf nicht alltäglich ist, ist auch der Geländewagen nicht alltäglich.

Das Fahrzeug erzielte die gewünschte Aufmerksamkeit in der dafür vorgesehenen Zielgruppe. Die Marketing-Strategie konnte damit erfolgreich umgesetzt werden.

**Zur Frage 5:**

- *Inwiefern vermittelt dieses Auto ein realistisches Bild vom Polizeidienst?*

Die Kooperation mit Mercedes-Benz Österreich hatte ausschließlich Marketing-Zwecke im Fokus, siehe Antwort zu Frage 4. Zudem wurde auf den damaligen Werbeslogan von Mercedes-Benz Bezug genommen: Das Beste oder nichts. Auch die Polizei sucht die Besten der Besten.

**Zur Frage 6:**

- *Welche Abteilung des Ministeriums hatte die Verantwortung für die inhaltliche Gestaltung der Werbekampagne und traf die Entscheidung zur Verwendung des gebrandeten "Mercedes G"?*

Die für Kommunikation zuständige Abteilung der Sektion I.

**Zur Frage 7:**

- *Denkt der Herr Bundesminister, dass solch ein Auto irreführend auf potenzielle Bewerber\_innen wirken kann?*
  - a. Wenn nein, weshalb hält der Herr Bundesminister es für nicht irreführend?*
  - b. Wenn ja, weshalb wird dann mit solch einem Auto geworben?*

Meinungen und Einschätzungen sind nicht Gegenstand des parlamentarischen Interpellationsrechtes.

**Zur Frage 8:**

- *Welche Kosten waren mit der Verwendung des "Mercedes G" 2017, 2018 und 2019 verbunden (Beschaffung, Miete, Branding, etc)?*

2017: keine Kosten

2018 betragen die Kosten für das Branding des „Mercedes G“ € 4.567,56 inkl. Steuern.

2019: keine Kosten

**Zur Frage 9:**

- *Bei welchen Veranstaltungen wurde der "Mercedes G" 2017, 2018 und 2019 zur Schau gestellt?*

2017 war der „Mercedes G“ bei keiner Veranstaltung im Einsatz.

2018:

- Formel 1, 29. Juni bis 1. Juli, Übergabe des Fahrzeugs durch Niki Lauda und Toto Wolff (Spielberg)
- Österreichische Radrundfahrt, 7. Juli und 14. Juli (Feldkirch, Wels)
- Ennstal Classic, 22. Juli (kein bestimmter Ort, da es sich um einen Rundkurs handelt)
- Villacher Kirtag auf Ersuchen der LPD Kärnten, 4. bis 6. August (Villach)
- Moto GP, 10. - 12. August (Spielberg)
- Heißluftballon WM 18., 24. und 25. August (Groß-Siegharts)
- Polizeiveranstaltung Heeresgeschichtliches Museum, 26. August (Wien)
- Polizeitag Steiermark auf Ersuchen der LPD Steiermark, 6. September (Graz)
- Spartan Race Oberndorf, 7. bis 9. September (Oberndorf in Tirol)
- Red Bull Air Race, 15. bis 16. September (Wiener Neustadt)
- Rettermesse auf Ersuchen der LPD Oberösterreich, 20. bis 22. September (Wels)
- Veranstaltung mit der Tageszeitung HEUTE am Red Bull Ring, 24. September (Spielberg)

2019 war der „Mercedes G“ bei keiner Veranstaltung im Einsatz.

**Zur Frage 10:**

- *Welche Informationen wurden Interessierten im Zusammenhang und in Bezug mit dem Auto gegeben?*

Informationen zum Polizeiberuf.

**Zur Frage 11:**

- *Waren am Gestaltungsprozess dieser Werbekampagne private Unternehmen/ Werbeagenturen beteiligt?  
a. Wenn ja, welche, mit welchem Auftrag und zu welchen Kosten?*

Nicht am Gestaltungsprozess der G-Klassen-Kampagne, sondern lediglich am Design des Fahrzeugs. Dieses wurde bereits im Jahr 2017 von einer externen Werbefirma entwickelt. Unter Entsprechung der verfassungs- und haushaltsrechtlichen Grundsätze der Sparsamkeit, Wirtschaftlichkeit und Zweckmäßigkeit wurde das bereits vorliegende Design als Vorlage für das G-Klassen-Branding verwendet.

Die GPK Event- und Kommunikationsmanagement GmbH gestaltete 2017 das Design für die grafische Werbelinie. Aus dieser Linie entstammt das Branding-Design für das Fahrzeug, weshalb 2018 keine expliziten Kosten für das Design angefallen sind.

**Zu den Fragen 12 und 13:**

- *Mit welcher Intention wurde am oben dargestellten Flyer die Gehaltsangabe von monatlich € 3.600,- in die Werbung aufgenommen?*
- *Wie gelangt das Bundesministerium in seiner Werbeaktion zur angesprochenen Gehaltsangabe von monatlich € 3600,- brutto? (Bitte um genaue Herleitung der Gehaltsangabe in Grundbezug, Zulagen, Überstunden etc.)*

Der Betrag von € 3.600,- ist ein von der Personalabteilung des BMI ermittelter Richtwert. Eine Aufschlüsselung dieses Betrags findet sich unter [www.polizeikarriere.gv.at](http://www.polizeikarriere.gv.at).

Der Wert von € 3.600,- beruht auf folgender Berechnung, die von monatlich 25 Überstunden (unterschiedlicher Wertigkeit) und 28 Journaldienststunden ausgeht. Darüber hinaus sind auch alle sonstigen, einzeln zu verrechnenden Nebengebühren inkludiert, die nicht bloß für Mehrdienstleistungen, sondern auch für dienstplanmäßige Leistungen vor allem zur Nachtzeit und an Wochenenden gebühren (z.B. Nachtdienstzulage und Sonn- und Feiertagszulage).

Daraus ergibt sich folgende Kalkulation:

<u>Grundbezug:</u>		
Verwendungsgruppe E2b; Gehaltsstufe 2	§ 72 Gehaltsgesetz	<b>1.827,00</b>
<u>Zulagen/Nebengebühren:</u>		
Wachdienstzulage	§ 81 Gehaltsgesetz	97,20
Vergütung für Beamte Exekutivdienst	§ 83 Gehaltsgesetz	116,50
Gefahrenzulage (Verordnung)	§ 82 Abs. 1,3 Gehaltsgesetz	317,66
Aufwandsentschädigung (Verordnung)	§ 20 Gehaltsgesetz	21,10
Reisegebührenpauschale	§ 39 Reisegebührenvorschrift	45,80
		598,26
<u>Stundenweise Abrechnung:</u>		
Journaldienstzulage (Verordnung)	§ 17a Gehaltsgesetz	368,83
Überstundenvergütung	§ 16 Gehaltsgesetz	494,32
Nachtdienstgeld	§ 82a Gehaltsgesetz	151,20
Gefahrenzulage	§ 82 Abs. 5 Gehaltsgesetz	50,05
Wochenend-/Nachtdienstzulage	§ 20 Gehaltsgesetz	48,00
Sonn-/Feiertagszulage	§ 17 Abs. 4 Gehaltsgesetz	63,22
		1.175,62
<b>Gesamt</b>		<b>3.600,88</b>

**Zur Frage 14:**

- *Beabsichtigt das Bundesministerium den Grundbezug für Exekutivwachebeamte\_innen nach dem ersten Ausbildungsjahr auf € 3600,- zu erhöhen?*

Nein.

**Zur Frage 15:**

- *Erachtet der Herr Bundesminister solch eine Gehaltsangabe auf dem Flyer für transparent?*

Ja. Wie bereits erwähnt, findet sich unter dem direkt auf der Karte angegebenen Link [www.polizeikarriere.gv.at](http://www.polizeikarriere.gv.at) eine detaillierte Darstellung der Zusammensetzung des Betrages.

**Zur Frage 16:**

- *Inwiefern vermittelt diese Werbeaktion ein realistisches Bild von den Verdienstmöglichkeiten im Polizeidienst?*

Das angeführte mögliche Gehalt ist ein realistischer Richtwert, der sich aus dem Grundbezug und einer Reihe von Zulagen/Nebengebühren zusammensetzt, deren Ausmaß stark vom Arbeits- und damit vom Mehrleistungsanfall an der jeweiligen Dienststelle abhängt.

**Zu den Fragen 17 und 18:**

- *Denkt der Herr Bundesminister, dass solch eine Gehaltsangabe irreführend auf potentielle Bewerber\_innen wirken kann?*
  - a. Wenn nein, weshalb sieht der Herr Bundesminister solch eine Gehaltsangabe für nicht irreführend?*
  - b. Wenn ja, weshalb wird dann mit solch einem Gehalt geworben?*
- *Denkt der Herr Bundesminister, dass solch eine Gehaltsangabe falsche Vorstellungen über die realen Verdienstmöglichkeiten bei potentielle Bewerber\_innen bewirken kann?*
  - a. Wenn nein, weshalb sieht der Herr Bundesminister solch eine Gehaltsangabe für nicht irreführend?*
  - b. Wenn ja, weshalb wird dann mit solch einem Gehalt geworben?*

Von Bewerberinnen und Bewerbern der Polizei wird erwartet, dass sie sich weitere Informationen über ihren künftigen Arbeitgeber einholen. Zu diesem Zweck wurde unter [www.polizeikarriere.gv.at](http://www.polizeikarriere.gv.at) – neben zahlreichen anderen wichtigen Informationen zum Polizeiberuf – die Zusammensetzung des Betrags im Detail aufgelistet. Die Seite wird vom zuständigen Aufnahmereferrat der Personalabteilung betreut.

Im Übrigen sind Meinungen und Einschätzungen nicht Gegenstand des parlamentarischen Interpellationsrechtes.

**Zur Frage 19:**

- *Welche Abteilung des Ministeriums hatte die Verantwortung für die inhaltliche Gestaltung der Werbekampagne?*

Die für Kommunikation zuständige Abteilung der Sektion I.

**Zur Frage 20:**

- *Wurde die genannte Gehaltsangabe auch noch in anderen Medien, als dem angesprochenen Flyer beworben?*
  - a. *Wenn ja, in welchen, wann und zu welchen Kosten?*

Gehaltsangaben finden sich außerdem – wie bereits zuvor erwähnt – in aufgeschlüsselter Form auf der Webseite [www.polizeikarriere.gv.at](http://www.polizeikarriere.gv.at)

**Zu den Frage 21, 21a bis c:**

- *Welche Kosten waren mit der Erstellung der oben dargestellten Werbekampagne verbunden?*
  - a. *Welche Kosten waren mit der Konzeption der Kampagne verbunden?*
  - b. *Welche Kosten waren mit dem Druck verbunden?*
  - c. *Welche Kosten waren mit dem Versand verbunden?*

Keine.

**Zur Frage 21 d:**

- *Welche Kosten waren mit der allfälligen Schaltung von Inseraten verbunden?*

Bei der oben dargestellten Werbekampagne gab es ein Rennfahrtraining mit dem „KTM X-Bow“ zu gewinnen und nicht – wie in der zitierten Anfrage angeführt mit dem „Mercedes G“. Die Gesamtkosten für die angeführte Kampagne in der Tageszeitung „Österreich“ betragen laut Angebot € 109.740,11 inkl. Steuern.

**Zur Frage 22:**

- *Waren am Gestaltungsprozess private Unternehmen/Webeagenturen beteiligt?*
  - a. *Wenn ja, welche, mit welchem Auftrag und zu welchen Kosten für das Ministerium?*

Nein.

**Zur Frage 23:**

- *Wo und wann wurden die Flyer aufgelegt bzw. verteilt?*

In der Tageszeitung „Österreich“.

**Zur Frage 24:**

- *Bei welchen Veranstaltungen wurden die Flyer aufgelegt bzw. verteilt?*

Bei keinen.

**Zur Frage 25:**

- *Wurden die Flyer per Postwurfsendung verschickt?*

Nein. Sie wurden ausschließlich über die Tageszeitung „Österreich“ als „Tip-on-Karten“ an den Erscheinungsterminen 31. Jänner 2019 und 3. Februar 2019 verteilt.

Herbert Kickl





