

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-LR2220/0264-I/5/2018

Wien, am 27. Juni 2018

Die Abgeordnete zum Nationalrat Alma Zadic, Freundinnen und Freunde haben am 4. Mai 2018 unter der Zahl 762/J an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Antisemitismus auf Staatskosten – Ist das die Polizei, die Sie sich wünschen, Herr Innenminister?“ gerichtet.

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

Frage 1:

Wie hoch waren Ihre Aufwendungen für die oben abgebildete Werbeschaltung in der Mai Ausgabe von „alles roger?“

Netto: € 2.400,00 Brutto: € 3.024,00

Frage 2:

Aus welchem Detailbudget wurde die in Frage 1) genannte Werbeschaltung finanziert?

Aus dem DB 11.01.01.00.

Frage 3:

Wann wurde der Vertrag bzgl. In Frage 1) genannter Werbeschaltung eingegangen?

Im April 2018.

Frage 4:

Welche Leistungen umfasst der in Frage 3) genannte Vertrag?

Eine halbe Seite Insertion (300 dpi Querformat, ½ A4-Seite mit 3 mm Überlauf).

Frage 5:

Für welchen Zeitraum wurde der in Frage 3) genannte Vertrag abgeschlossen?

Für eine Ausgabe im Monat Mai.

Frage 6:

Welche monetären und nicht monetären Verbindlichkeiten entstehen Ihnen aus dem in Frage 3) genannten Vertrag?

Es wird auf die Beantwortung der Frage 1 verwiesen. Nicht monetäre Verbindlichkeiten wurden keine getroffen.

Frage 7:

Wer ist für die Entscheidung, in „alles roger?“ zu inserieren, verantwortlich?

Die Kommunikationsverantwortlichen des BMI.

Frage 8:

In wessen Zuständigkeitsbereich fällt o.g. Werbeschaltung innerhalb Ihres Kabinetts?

Die Entscheidung obliegt den Kommunikationsverantwortlichen des Ressorts.

Frage 9:

Waren Sie in die Entscheidung, in „alles roger?“ zu inserieren, eingebunden?

a. Falls ja, wann und in welcher Form?

b. Falls nein, weshalb nicht?

Nein.

Die Auswahl obliegt den für die Kommunikation verantwortlichen Mitarbeitern.

Frage 10:

Wurden Sie über die Werbeschaltung informiert?

a. Falls ja, wann und von wem?

b. Falls nein, weshalb nicht?

Nein.

Bei Beträgen dieser Größenordnung (unabhängig der Art der Kooperation) sehe ich generell keine Notwendigkeit einer Befassung.

Frage 11:

Wie kam der Kontakt mit „alles roger?“ zustande? Sind Sie an „alles roger?“ herangetreten oder „alles roger?“ an Sie?

Das Medium ist an das Bundesministerium für Inneres herangetreten.

Frage 12:

Wann kam der Kontakt zustande?

Im April 2018.

Frage 13:

Wurden weitere Vertragsverhältnisse mit „alles roger?“ eingegangen? (aufgeschlüsselt nach Datum, Vertragsinhalt, Vertragsdauer, beidseitigem Leistungsinhalt inkl. finanziellen Aufwendungen)

Nein.

Frage 14:

Planen Sie in Zukunft, weitere Vertragsverhältnisse / weitere Werbeeinschaltungen mit „alles roger?“ einzugehen? (aufgeschlüsselt nach Datum, Vertragsinhalt, Vertragsdauer, beidseitigem Leistungsinhalt inkl. finanziellen Aufwendungen)

Die Entscheidung obliegt den Kommunikationsverantwortlichen und wird aufgrund objektiver Kriterien getroffen.

Frage 15:

In welchen anderen Medien hat das BMI Werbeschaltungen zur Einstellungsoffensive der Polizei inseriert?

Ich verweise auf die vierteljährlichen Offenlegungen im Rahmen der Medientransparenz-Datenbank.

Frage 16:

Nach welchen Kriterien werden diese Medien ausgewählt?

Die Auswahl erfolgt nach den Kriterien Reichweite, Zielgruppe und Leserschaft.

Frage 17:

Welche Kriterien lagen der Entscheidung für die in Frage 1) genannte Werbeschaltung zugrunde?

Auch diese Entscheidung erfolgte nach den Kriterien Reichweite, Zielgruppe und Leserschaft.

Frage 18:

Das Berufsbild Polizist/in ist von besonderer gesellschaftlicher Verantwortung geprägt. Objektivität und Faktentreue gehören zu den Kerneigenschaften qualifizierter Polizist/inn/en. Welche Überlegungen liegen der Annahme zugrunde, gerade in der Leserschaft von „alles roger?“ sei eine größere Anzahl von Personen zu finden, die sich für den Beruf des/r Polizisten/Polizistin eignen?

a. Falls Sie diese Annahme nicht getroffen haben, weshalb haben Sie die in Frage 1) genannte Werbeschaltung dann inseriert?

Das BMI legt Wert auf eine ausgewogene Medienvielfalt bei der Vermittlung von Sachinformation. Für die Auswahl eines Mediums werden stets mehrere Kriterien herangezogen, bevor eine Kooperation als zweckmäßig erachtet wird. So auch in diesem Fall.

Frage 19:

Halten Sie es für angebracht, dass mit Steuergeldern Textpassagen, wie sie in der Begründung beispielhaft angeführt sind, mitfinanziert werden?

Für die redaktionellen Inhalte des Mediums ist das Bundesministerium für Inneres nicht verantwortlich.

Frage 20:

Wollen Sie auch für Ihre geplante polizeiliche Reiterstaffel in „alles roger“ werben?

Die Entscheidung obliegt den Kommunikationsverantwortlichen und wird aufgrund objektiver Kriterien getroffen.

Herbert Kickl

