



Mag. Gerhard Karner
Bundesminister

Herrn
Präsidenten des Nationalrates
Dr. Walter Rosenkranz
Parlament
1017 Wien

Geschäftszahl: 2025-1.018.037

Wien, am 30. Jänner 2026

Sehr geehrter Herr Präsident!

Die Abgeordnete zum Nationalrat Irene Eisenhut hat am 4. Dezember 2025 unter der Nr. **4100/J** an mich eine schriftliche parlamentarische Anfrage betreffend „Mediale Werbemaßnahmen zur Personalgewinnung für die Polizei“ gerichtet.

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

Zu den Fragen 1, 6 und 11:

- *Welche Werbemaßnahmen setzte Ihr Ressort in den Jahren 2020 bis 2025 zur Gewinnung neuer Polizeischüler im Fernsehen?*
 - a. *Auf welchen Sendern wurden diese ausgestrahlt?*
 - b. *In welcher Regelmäßigkeit wurden diese ausgestrahlt?*
 - c. *In welchem Zeitraum wurden diese ausgestrahlt?*
- *Welche Werbemaßnahmen setzte Ihr Ressort in den Jahren 2020 bis 2025 zur Gewinnung neuer Polizeischüler im Radio?*
 - a. *Auf welchen Sendern wurden diese ausgesendet?*
 - b. *In welcher Regelmäßigkeit wurden diese ausgesendet?*
 - c. *In welchem Zeitraum wurden diese ausgesendet?*
- *Welche Werbemaßnahmen setzte Ihr Ressort in den Jahren 2020 bis 2025 zur Gewinnung neuer Polizeischüler im Internet bzw. auf sozialen Netzwerken?*
 - a. *Auf welchen Internetseiten / Plattformen wurden diese ausgesendet?*

- b. In welcher Regelmäßigkeit wurden diese ausgesendet?*
- c. In welchem Zeitraum wurden diese ausgesendet?*

Es darf auf die Beantwortung der parlamentarischen Anfragen Nr. 4821/J vom 4. Jänner 2021 (4768/AB XXVII. GP), Nr. 7239/J vom 7. Juli 2021 (7191/AB XXVII. GP), Nr. 9122/J vom 22. Dezember 2021 (8959/AB XXVII. GP), Nr. 10461/J vom 31. März 2022 (10210/AB XXVII. GP), Nr. 11494/J vom 30. Juni 2022 (11250/AB XXVII. GP), Nr. 12469/J vom 3. Oktober 2022 (12280/AB XXVII. GP), Nr. 13317/J vom 14. Dezember 2022 (13024/AB XXVII. GP), Nr. 14776/J vom 30. März 2023 (14290/AB XXVII. GP), Nr. 15504/J vom 5. Juli 2023 (15073/AB XXVII. GP), Nr. 16458/J vom 4. Oktober 2023 (15938/AB XXVII. GP), Nr. 17165/J vom 14. Dezember 2023 (16698/AB XXVII. GP), Nr. 18256/J vom 27. März 2024 (17681/AB XXVII. GP), Nr. 19142/J vom 5. Juli 2024 (18610/AB XXVII. GP), Nr. 4287/J-BR vom 2. Oktober 2024 (3991/AB XXVII. GP), Nr. 805/J vom 27. März 2025 (842/AB XXVIII), Nr. 1262/J vom 25. April 2025 (1304/ AB XXVIII. GP), Nr. 2979/J vom 15. Juli 2025 (2531/AB XXVIII. GP) sowie Nr. 3672/J vom 15. Oktober 2025 (3191/AB XXVIII. GB) verwiesen werden.

Zu den Fragen 2, 7 und 12:

- *Welche Unternehmen wurden für die Erstellung der jeweiligen Werbemaßnahmen im Fernsehen beauftragt?*
 - a. Fand zur Auftragsvergabe eine Ausschreibung statt?*
 - i. Wenn nein, warum nicht?*
- *Welche Unternehmen wurden für die Erstellung der jeweiligen Werbemaßnahmen im Radio beauftragt?*
 - a. Fand zur Auftragsvergabe eine Ausschreibung statt?*
 - i. Wenn nein, warum nicht?*
- *Welche Unternehmen wurden für die Erstellung der jeweiligen Werbemaßnahmen im Internet bzw. auf sozialen Netzwerken beauftragt?*
 - a. Fand zur Auftragsvergabe eine Ausschreibung statt?*
 - i. Wenn nein: Warum nicht?*

Auf die Beantwortung der Fragen 1, 6 und 11 darf verwiesen werden.

Sämtliche Vergaben des Bundesministeriums für Inneres erfolgten unter Einhaltung der entsprechenden Bestimmungen des Bundesvergabegesetzes 2018 bzw. es handelte sich um Abrufe aus Rahmenvereinbarungen der Bundesbeschaffung GmbH.

Im Bereich der Medienkooperationen ist eine weitgehende Auslagerung an eine Mediaagentur vorgesehen. Diese erfolgt über eine bestehende Rahmenvereinbarung mit der Bundesbeschaffung GmbH (BBG).

Zu den Fragen 3, 8 und 13:

- *Wie hoch waren die für die jeweiligen Werbemaßnahmen im Fernsehen angefallenen Kosten?*
 - a. *Aus welchen Budgetmitteln wurden diese beglichen?*
- *Wie hoch waren die für die jeweiligen Werbemaßnahmen im Radio angefallenen Kosten?*
 - a. *Aus welchen Budgetmitteln wurden diese beglichen?*
- *Wie hoch waren die für die jeweiligen Werbemaßnahmen im Internet bzw. auf sozialen Netzwerken angefallenen Kosten?*
 - a. *Aus welchen Budgetmitteln wurden diese beglichen?*

Auf die Beantwortung der Fragen 1, 6 und 11 darf verwiesen werden.

Auszahlungen im Zusammenhang mit Medienkooperationen werden zentral unter dem Sachkonto „Medienkooperationen“ verrechnet.

Zu den Fragen 4, 9 und 14:

- *Welche Abteilung/Dienststelle Ihres Ressorts war für die jeweiligen Werbemaßnahmen im Fernsehen verantwortlich?*
- *Welche Abteilung/Dienststelle Ihres Ressorts war für die jeweiligen Werbemaßnahmen im Radio verantwortlich?*
- *Welche Abteilung/Dienststelle Ihres Ressorts war für die jeweiligen Werbemaßnahmen im Internet bzw. auf sozialen Netzwerken verantwortlich?*

Die Abwicklung von Medienkooperationen obliegt gemäß der Geschäftseinteilung des Bundesministeriums für Inneres der Abteilung für Öffentlichkeitsarbeit. Die Geschäftseinteilung des Bundesministeriums für Inneres ist unter www.bmi.gv.at abrufbar.

Zu den Fragen 5, 10 und 15:

- *Wurden die von Ihrem Ressort im Fernsehen geschalteten Werbemaßnahmen evaluiert?*
 - a. *Wenn ja, in welchen Zeiträumen?*
 - b. *Wenn ja, nach welchen Gesichtspunkten?*

- c. *Wenn ja, zu welchen Erkenntnissen/Ableitungen gelangte Ihr Ressort?*
 - d. *Wenn ja, konnte einzelnen Werbemaßnahmen eine Steigerung an Bewerbungen für die Polizeiausbildung zugeordnet werden?*
 - e. *Wenn nein, warum nicht?*
- *Wurden die von Ihrem Ressort im Radio geschalteten Werbemaßnahmen evaluiert?*
 - a. *Wenn ja, in welchen Zeiträumen?*
 - b. *Wenn ja, nach welchen Gesichtspunkten?*
 - c. *Wenn ja, zu welchen Erkenntnissen/Ableitungen gelangte Ihr Ressort?*
 - d. *Wenn ja, konnte einzelnen Werbemaßnahmen eine Steigerung an Bewerbungen für die Polizeiausbildung zugeordnet werden?*
 - e. *Wenn nein, warum nicht?*
- *Wurden die von Ihrem Ressort im Internet bzw. auf sozialen Netzwerken geschalteten Werbemaßnahmen evaluiert?*
 - a. *Wenn ja, in welchen Zeiträumen?*
 - b. *Wenn ja, nach welchen Gesichtspunkten?*
 - c. *Wenn ja, zu welchen Erkenntnissen/Ableitungen gelangte Ihr Ressort?*
 - d. *Wenn ja, konnte einzelnen Werbemaßnahmen eine Steigerung an Bewerbungen für die Polizeiausbildung zugeordnet werden?*
 - e. *Wenn nein, warum nicht?*

Gemäß § 2 Absatz 1 b Z 2 Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz (MedKF-TG) erfolgt für Werbekampagnen, die den Betrag von € 1 Mio. übersteigen, eine Wirkungsanalyse, welche unter www.bmi.gv.at abrufbar sind.

Die BBG-Rahmenvereinbarung „Mediaagenturleistung“ sieht überdies ein Reporting nach jeder abgeschlossenen Kampagne vor.

Gerhard Karner

