

„Anzahl der Bewerber steigt“

Das Innenministerium hat heuer seinen erfolgreichen „Rekrutierungsweg“ fortgesetzt. Generalsekretär Mag. Peter Goldgruber über den bisherigen Erfolg, Sinn und Zweck der Kampagne sowie über Kritik.

Herr Generalsekretär, wie zufrieden sind Sie mit dem aktuellen Bewerberzulauf in den Bundesländern?

Ich bin äußerst zufrieden. Wir haben heuer mit über 6.000 Bewerbungen bis Mitte Oktober mehr Bewerbungen als das gesamte Jahr 2017. Wenn der Trend anhält, erwarten wir gegen Ende 2018 etwa 7.000 bis 7.500 Bewerbungen. Noch zufriedener bin ich, wenn nach den Aufnahmeverfahren genügend geeignete Bewerberinnen und Bewerber zur Verfügung stehen. Wichtig ist, dass wir uns als Arbeitgeber attraktiv machen, dass wir uns dementsprechend positionieren und Interesse erwecken bei den möglichen Bewerberinnen und Bewerbern.

Die von Ihnen angesprochene Rekrutierungsstatistik zeigt, dass die Zahl der Bewerberinnen und Bewerber gegenüber dem Vorjahr stark zugenommen hat. Worauf führen Sie diesen Umstand zurück?

Wir haben uns in einigen Bereichen gut positioniert und auf uns aufmerksam gemacht. Viele Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sind permanent unterwegs bei allen möglichen Veranstaltungen, um für die Polizei zu werben. Dieser Einsatz hat sich bezahlt gemacht.

In den 1970- und 1990er-Jahren hat die Wiener Polizei auch über Direktwerbung nach Nachwuchs gesucht. Polizisten sind in die Bundesländer gefahren und haben in Schulen, Kasernen, in den AMS-Stellen den Polizeiberuf vorgestellt. Könnten Sie sich derartige Maßnahmen auch heute vorstellen?

Es ist jede Maßnahme sinnvoll, die dazu führt, dass wir gute Bewerberinnen und Bewerber bekommen. Wenn Direktwerbung eine Maßnahme ist, die uns zur Zielgruppe führt, die uns inter-



Peter Goldgruber: „Mehr als 900 Polizistinnen und Polizisten wechseln in den Ruhestand, dafür brauchen wir Ersatz.“

essiert, dann ist diese Maßnahmen zu überlegen.

Es gab heuer erstmals auch die eine oder andere Kritik an der Auswahl der Rekrutierungsveranstaltungen, obwohl die meisten davon auch schon im Vorjahr gemacht wurden. Haben Sie eine Erklärung dafür?

Wir setzen viele Akzente in der Umsetzung des Regierungsprogramms. Das gefällt nicht immer allen, daher werden Dinge kritisch gesehen, die früher unkritisch gesehen wurden. Das sollte uns nicht weiter stören und uns vom erfolgreichen Weg abbringen lassen.

Besonders viel Kritik musste man einstecken, weil sich das BMI heuer zum zweiten Mal entschlossen hat, die Polizei bei einer Maturareise zu präsentieren? Verstehen Sie diese Kritik?

Es ist uns hier primär darum gegangen, die Zielgruppe zu erreichen, die

uns interessiert. Der Anschein, dass sich hier BMI-Mitarbeiter ein angenehmes Wochenende gegönnt haben, stimmt nicht. Wir müssen mit unseren Maßnahmen dort ansetzen und präsent sein, wo Menschen sind, die vor der Entscheidung stehen, wie sie ihr berufliches Leben gestalten wollen. Wir wollen uns jungen Frauen und Männern als attraktiver Arbeitgeber präsentieren.

Die Maturareise wurde als Partyreise bezeichnet, gleichzeitig wurde Kritik geübt, dass man nicht am Donauinseldorf teilgenommen hat. Ist dieses Fest keine Partyveranstaltung?

Die Wiener Polizei nimmt immer mit einem Stand am Donauinseldorf teil. Der Fokus liegt in der sicherheitspolizeilichen Beratung und im Kontakt mit den Bürgerinnen und Bürgern. Das Publikum

dort ist bunt gemischt und entspricht nur zum Teil unserer Zielgruppe. Man könnte überlegen, ob es sinnvoll ist, beim Donauinseldorf auch Rekrutierungsmaßnahmen zu setzen.

Wie weit darf oder muss die Polizei im Bereich Rekrutierung gehen, um einerseits das Ziel zu erreichen, potenzielle Bewerber anzusprechen, ohne dabei das Image der Polizei „anzuputzen“?

Im Bereich der Rekrutierung ist alles zulässig, was gesetzlich erlaubt und was ethisch und werbetechnisch vertretbar ist, um auf sich aufmerksam zu machen. Es geht um die Sicherheit der Bürgerinnen und Bürger in unserem Land. Es gibt mehr als 900 Abgänge in den Ruhestand, dafür brauchen wir Ersatz. Und in Zeiten, in denen es der Wirtschaft gut geht, müssen wir uns als attraktiver Mitbewerber auf dem Arbeitsmarkt mit Maßnahmen präsentieren, die Aufmerksamkeit erregen.

Gibt es Überlegungen, den Polizeiberuf attraktiver zu machen?

Die Polizei muss immer attraktiver werden. Wir dürfen uns nicht auf irgendwelchen Lorbeeren ausruhen. Das Argument sicherer Arbeitsplatz alleine zählt nicht mehr. Die jungen Leute sind sehr flexibel, schauen sich Dinge für einige Zeit an und geben auch einen sicheren Arbeitsplatz auf, weil sie etwas Neues beginnen. Wichtig ist, dass wir den Polizeiberuf attraktiv gestalten, das hat nicht immer mit Geld zu tun. Da geht es um die Gesamtarbeitsbedingungen, um Möglichkeiten, die ich habe, um das Betriebsklima, die Betriebskultur. Wir sind dabei, ein Exekutivdienstgesetz zu überlegen und dass wir von der Seite der dienstrechtlichen Gestaltung eine Methode finden, um uns noch attraktiver zu machen.

Niki Lauda, Österreichs Dakar-Sieger Matthias Walkner, der 13-fache Paris-Dakar-Sieger Stephané Peterhansel und viele andere stellten sich im Rahmen der Rekrutierungskampagne für medienöffentliche Termine kostenlos zur Verfügung. Andere Unternehmen müssen tief in die Tasche greifen, um solche „Werbeträger“ zu bekommen. Ist die Polizei auch im Marketingbereich in der „Jetztzeit“ angekommen?

Ich denke, dass wir da sehr gut dabei sind, und dass wir auch in unseren Reihen viele gute Werbeträger haben. Ich denke da an unsere Spitzensportlerinnen und -sportler, die als Testimonials für unsere Rekrutierungskampagne fungieren. Wir haben viel kreatives Potenzial in den eigenen Reihen und sind nicht davon abhängig, teure Unternehmen für Werbemaßnahmen zu beschäftigen.

Mittlerweile haben auch die Mitbewerber und die Privatwirtschaft erkannt, dass die Polizei mit ihren Rekrutierungsmaßnahmen und Kooperationen wie mit KTM oder Mercedes-Benz erfolgreich ist – und zwar aus eigener Kraft, ohne Beraterleistungen etc. Ist das nicht auch ein schöner Beweis dafür, dass die Motivation in der Mannschaft passt?

Wenn das Betriebsklima passt und wenn man sinnvolle Beiträge zum Ganzen liefert, dann wird das auch gelingen. Unsere Aufgabe ist es, die Rahmenbedingungen so zu gestalten, dass jeder gerne in die Arbeit kommt. Wenn



Peter Goldgruber: „Unsere Aufgabe ist es, die Rahmenbedingungen so zu gestalten, dass jede und jeder gerne in die Arbeit kommt.“

uns das gelingt, dann werden die Aufgaben in allen Bereichen gut erledigt. Die wichtigste Aufgabe einer Führungskraft ist es, für ein gutes Betriebsklima zu sorgen. Wenn das passt, dann kommt die Mitarbeiterzufriedenheit und alle kreativen Ideen werden mitgeliefert.

Es wird sich künftig in der Aufnahme von Polizeiwirbern einiges ändern? Was können Sie uns dazu jetzt schon sagen?

Wir wollen uns als Polizei schon im Aufnahmeverfahren als modern, unkompliziert, mit wenig Bürokratismus behaftet präsentieren. Im Zeitalter der Digitalisierung halte ich es nicht mehr für angebracht, wenn ich mich bei der Polizei bewerbe und erst nach sechs Monaten eine Antwort bekomme. Wenn ich eine Onlinebewerbung anbiete, muss ich diese auch online aus-

füllen und abschicken können und rasch eine Antwort bekommen. Bewerberinnen und Bewerber können besser planen, weil sie den Aufnahmetermin wissen, für den sie sich bewerben. Die Auswahlprüfung soll innerhalb von zwei Tagen abgelegt werden können. Sie erfolgt in Modulen und man kommt nur weiter, wenn man die jeweiligen Module hintereinander positiv absolviert hat. Es gibt eine transparente Rückmeldung. Jeder Bewerber weiß, in welchen Bereichen er Schwächen gehabt hat und kann daran arbeiten, sich zu verbessern und sich neuerlich bewerben. Nach positiver Absolvierung der Aufnahmeprüfung weiß jede und jeder seine Punkteanzahl und ob sie oder er es für einen bestimmten Aufnahmetermin geschafft hat. Wer die Aufnahme in der Landespolizeidirektion A nicht schafft, kann sich für die Landespolizeidirektion B bewerben.

FOTO: EUGENIE BERGER