



Verleihung des Werbe-Amor: Innenminister Gerhard Karner und das Siegerteam aus dem Innenministerium



Polizeirekrutierungs-Kampagne: Die Gesichter der Kampagne waren „echte“ Polizistinnen und Polizisten

Starkes Team mit starkem Job

Die Kampagne „Ich kann's werden“ ist laut Kurier-Umfrage die beliebteste Werbekampagne des Jahres 2023. Doch wie ist sie entstanden und was macht die Kampagne so erfolgreich? Ein Blick hinter die Kulissen zeigt das Erfolgskonzept.

Bis zur österreichweiten Ausrollung der Polizei-Recruiting-Kampagne „Ich kann's werden“, die am 1. September 2022 im feierlichen Rahmen im Wiener Rathaus präsentiert wurde, war es ein weiter Weg. Gemeinsam mit einer Agentur entstanden die sogenannten Claims, die Werbesprüche. „Ich kann's werden“ zeigt: Wer etwas kann, der kann auch etwas werden – egal, wer man ist und woher man kommt. Bei uns, bei der Polizei, kannst du Karriere machen. Die Gesichter der Kampagne mussten „echte“ Polizistinnen und Polizisten sein. Nur so konnte der Polizeiberuf glaubhaft präsentiert werden. So kam es, dass vier Polizistinnen und Polizisten die Gesichter der Wiener Polizei wurden. Doch ein und dieselben Sujets, ein und dieselben Videos, ein und dieselben Ideen reichten nicht für neun Bundesländer. Die Polizei ist vom Neusiedlersee bis zum Bodensee eine große Familie – eine Familie, die viele Geschichten zu erzählen hat.

Es entstand die Idee, für jedes Bundesland eigene Recruiting-Beiträge unter der Marke „Ich kann's werden“ zu kreieren – und zwar von den „eigenen Leuten“ umgesetzt. Pro Bundesland wurden vier „Testimonials“, vier Werbegesichter, auf freiwilliger Basis gesucht. Fotografen der Öffentlichkeitsarbeit machten Fotos der Polizeibediensetzten. Dabei war nicht nur Kreativität,

sondern auch Fantasie gefragt. Denn die Gegenstände, die auf den Sujets die Polizistinnen und Polizisten umrunden, fügten die Grafikerinnen und Grafiker des BMI erst im Nachhinein ein. Nach dem Foto-Shooting lernten sie das Social-Media-Team des BMI kennen. Jede Polizistin, jeder Polizist wurde über die eigene Motivation, die einen zur Polizei brachte, über die schönsten Erfahrungen während des Streifendienstes, über Zukunftspläne, aber auch über persönliche Hobbies gefragt.

Videokonzepte. Für jedes Bundesland entstanden individuelle Videokonzepte. Danach mussten Drehbücher freigegeben, Drehorte gefunden und genehmigt werden. Dann ging es für das Drehteam in die jeweiligen Bundesländer. Einige Tage später kehrte das Team mit mehreren Stunden Rohmaterial wieder nach Wien zurück. Das Video-Team des Innenministeriums sortierte die Aufnahmen, wählte die besten „Takes“ aus und schnitt sie zu ansprechenden Videos zusammen. Kaum waren die Arbeiten in einem Bundesland abgeschlossen, starteten jene für das nächste Bundesland. Währenddessen arbeitete man im Innenministerium an einer neuen Recruiting-Webseite, es wurden Medien-Kooperationen abgeschlossen und Advertorials geschrieben, in denen die Gesichter der Kampagne vorgestellt wurden.

Die Botschaft der Kampagne „Ich kann's werden“ zielte auf die Rekrutierung fachlich und körperlich geeigneter Bewerberinnen und Bewerber ab. Werte wie Freundschaft, Familie und Hilfsbereitschaft wurden mit dem Slogan „Starkes Team, starker Job“ kommuniziert, um gezielt junge Menschen anzusprechen.

Am Ende machte sich die harte Arbeit bezahlt: Mit den steigenden Zahlen der Polizeibewerbungen und dem Gewinn des Kurier-Werbe-Amors am 30. November 2023. „Ich kann's werden“ ist die erste Kampagne des Öffentlichen Dienstes, die diesen Preis erhielt. Ein Beweis dafür, dass hinter dem „starken Team mit starkem Job“ ein mindestens genauso starkes Öffentlichkeitsarbeitsteam steckt, das einen starken Job leistet.

Innenminister Gerhard Karner sagte bei der Verleihung der Auszeichnung: „Wir haben an vielen Schrauben gedreht, wir haben den Einstiegstest für Bewerberinnen und Bewerber modernisiert, die Einstiegsgehälter erhöht und die Ausbildung attraktiver gemacht. Gleichzeitig haben wir eine Kampagne mit Polizistinnen und Polizisten gestartet, die zeigt, dass der Polizeiberuf herausfordernd, spannend und erfüllend ist. Damit ist es gelungen, die Zahl der Anfänger in der Polizeischule mehr als zu verdoppeln.“

Lisa-Maria Unterberger