

Werbebotschaften der Polizei unter die Lupe genommen

Das Projekt WiWePol hat Mitarbeiter*innen der Berliner Polizei zur Werbekampagne "110 Prozent Berlin" befragt. Die Umfrage zeigt Verbesserungspotenziale für die Öffentlichkeitsarbeit der Behörde auf.

20.08.2021 — Sven Lüders

Das Projekt "Wirkung der Werbekampagne der Polizei Berlin" (WiWePol) hat kürzlich seinen zweiten Zwischenbericht vorgelegt. In dem Projekt wird die organisationsinterne Wirkung der aktuellen Werbekampagne der Berliner Polizei ("110 Prozent Berlin") untersucht. Der Zwischenbericht fasst die Ergebnisse einer quantitativen Befragung zusammen, an der insgesamt 1.738 Beschäftigte der Berliner Polizei teilnahmen. Unter anderem wurden die Mitarbeiter*innen befragt, ob sie die in den Werbemotiven formulierten Werte (etwa: Gleichberechtigung, Vielfalt, Meinungsfreiheit, ...) persönlich teilen - und inwiefern sich diese Werte nach ihrer Einschätzung im Alltag der Behörde wiederfinden. Das spielt auch für die Frage, inwiefern die Werbekampagne nachhaltig wirken kann, eine entscheidende Rolle. Mit der Kampagne "110 Prozent Berlin" wirbt die Berliner Polizei um mehr Nachwuchs für die Behörde. Ob die geworbenen Polizeischüler*innen letztlich mit ihrer Berufswahl zufrieden sind, hängt unter anderem davon ab, ob ihre (etwa durch die Werbung geweckten) Erwartungen an den Arbeitsalltag später auch erfüllt werden.

Wie die Auswertung des Projektes zeigt, stößt die Werbekampagne unter den Beschäftigten auf ein geteiltes Echo. Einerseits teilte die Mehrheit der Befragten die meisten der mit der Werbekampagne vermittelten Botschaften als persönliche Wertevorstellungen. Allerdings ergab die Umfrage für einige Werte (etwa: Vielfalt, Fehlerkultur oder Gleichberechtigung der Geschlechter) erhebliche Abweichungen zwischen den Werbebotschaften und ihren persönlichen Erfahrungen mit dem Arbeitsalltag in der Behörde. Diesen Differenzen werden die Forscher*innen im letzten Projektabschnitt durch qualitative Gruppendiskussionen weiter auf den Grund gehen und daraus Empfehlungen für die weitere Öffentlichkeitsarbeit ableiten.

Den vollständigen 2. Zwischenbericht des Projektes WiWePol können Sie [hier nachlesen \(PDF-Datei\)](#).

Das Projekt WiWePol wird von Prof. Dr. Birgitta Sticher geleitet und von der Polizei Berlin finanziert. Wissenschaftliche Mitarbeiterin ist die Psychologin Caroline Schnelle.