

KLEINE ANFRAGE

des Abgeordneten Enrico Schult, Fraktion der AfD

**Plakataktion des Ministeriums für Bildung und Kindertagesförderung:
Kampagne #DankeSagenRespektZeigen**

und

ANTWORT

der Landesregierung

Vorbemerkung

Mit der Kampagne #DankeSagenRespektZeigen möchte die Landesregierung die Wertschätzung für den Lehrkräfteberuf steigern, die wichtige Bildungsaufgabe und große gesellschaftliche Verantwortung von Lehrerinnen und Lehrern in den Fokus stellen und das Bewusstsein für ihre Leistung schärfen. Die Kampagne richtet sich somit an die breite Bevölkerung und bedankt sich in deren Namen bei den Lehrerinnen und Lehrern, die seit Jahren und mit großem Engagement ihre Arbeit leisten.

In einer Zeit des bundesweiten Wettbewerbs um Nachwuchslehrkräfte und des hohen Bedarfs in allen Bundesländern sieht die Landesregierung es als genauso wichtig an, bestehende Lehrkräfte im Schulwesen zu halten, sie zu motivieren und die Rahmenbedingungen für ihre Arbeit zu verbessern. Neben der einheitlichen Eingruppierung und dem gleichen Gehalt unabhängig von der Schulart arbeitet das Land laufend weiter daran: Ältere Lehrkräfte erhalten bis zu vier Anrechnungsstunden und unterrichten dadurch weniger. Klassenleitungen erteilen eine Unterrichtsstunde weniger. Verwaltungskräfte, Alltagshelferinnen und Alltagshelfer sorgen für zusätzliche Entlastung, sodass sich Lehrkräfte verstärkt auf ihre Kernaufgaben konzentrieren können.

Die öffentlich geäußerte Wertschätzung für diese Kernaufgabe ist somit die logische Schlussfolgerung aus der aktuellen Markt- und Bedarfslage. Das Bildungsministerium setzt 2023 einen Teil des geplanten Budgets der Lehrerwerbekampagne zielgerichtet für die Motivation und Danksagung an die Bestandslehrkräfte ein.

Die Kampagne erreicht eine klar definierte, hohe Zahl derzeit beschäftigter Lehrkräfte. Sie spricht gleichzeitig auch potenzielle Bewerberinnen und Bewerber an, weil sie zeigt, dass der mögliche Dienstherr die Arbeit und die Tätigkeit von Lehrkräften in Mecklenburg-Vorpommern wertschätzt. Die Kampagne #DankeSagenRespektZeigen trägt somit mittelbar zur Lehrkräftewerbung bei und unterscheidet Mecklenburg-Vorpommern von anderen Bundesländern. Dies ist im bundesweiten Wettbewerb ein nicht zu vernachlässigender Aspekt.

Mit Plakaten im öffentlichen Raum, mit Postkarten, im Fernsehen, bei Social Media und online macht das Land in einer umfassenden Werbemaßnahme auf den Lehrkräfteberuf aufmerksam.

1. Welche Kosten sind der Landesregierung durch die Kampagne #DankeSagenRespektZeigen entstanden (bitte spezifizieren nach einzelnen Werbeträgern sowie Aufwendungen für Gestaltung und Realisierung der einzelnen Werbemaßnahmen)?
2. Welche Firmen sind Aufträge für die Kampagne #DankeSagenRespektZeigen mit jeweils welchen Honoraren erteilt worden (bitte aufschlüsseln nach beauftragten Firmen und jeweils erbrachten Leistungen sowie dafür geleisteten Honorarzahlungen)?

Die Fragen 1 und 2 werden zusammenhängend beantwortet.

Die Kampagne #DankeSagenRespektZeigen ist als Maßnahmenpaket in die Lehrerwerbekampagne des Landes Mecklenburg-Vorpommern eingebettet und erfolgt aus deren Etat. Sie wird im Rahmen des Generalauftrags an die Werbeagentur Werk3 in Rostock umgesetzt, die für einzelne Maßnahmen Dienstleister beauftragt. In der Regel fallen dabei keine Honorare an, sondern es werden Medialeistungen eingekauft und abgerechnet.

Folgende Kosten (in Euro, brutto) sind bis einschließlich 5. Juli 2023 abgerechnet worden:

Konzeptkosten (Werk3)	21 705,60
Foto- und Videoproduktion (Timo Roth)	26 981,62
City Cards (PINAX)	4 879,00 (davon Gestaltung 595,00)
Großflächen und City Light Poster (Ströer)	22 961,80 (davon Gestaltung 1 428,00)
Digitale Mediakampagne (Nordscreen)	53 911,17 (davon Gestaltung 1 523,20).

3. Welchem Haushaltstitel wurden die Finanzmittel für die Kampagne entnommen?

Die Ausgaben für die Wertschätzungskampagne werden in voller Höhe aus dem zur Verfügung stehenden Haushaltsansatz des Titels 0750, 531.02 Lehrerwerbekampagne finanziert.

4. Welche Werbemaßnahmen sind konkret geplant?

- a) Wie werden diese wann umgesetzt?
- b) Welche Personen des öffentlichen Lebens sind, etwa als Plakats motive oder Auskunftgeber, in diese Kampagne eingebunden?

In Planung:

- Printanzeige in der Gesamtauflage des BLITZ am Sonntag am 27. August 2023,
- 25 Großflächen an Bundesstraßen in Mecklenburg-Vorpommern zum Sommerferienhöhepunkt Ende August,
- City Cards MV-weit Ende August.

Zu a)**In Umsetzung:****1. Plakatkampagne:**

- 36 Großflächen in der Dekade vom 30. Juni bis 13. Juli 2023
- jeweils 25 Flächen pro Woche, insgesamt 50 Standorte in der gesamten Laufzeit an City Light Postern vom 27. Juni bis 10. Juli 2023
- an touristischen beziehungsweise Pendel-Verkehrs-Knotenpunkten in den Bereichen Bahnhof, öffentlicher Personennahverkehr und Parkhäusern in den Städten Greifswald, Rostock, Schwerin, Stralsund, Wismar und Neubrandenburg (hier nur Großflächen).

2. Postkartenverteilung:

- Laufzeit: vom 29. Juni bis 13. Juli 2023
- in den Städten Rostock (120 Standorte), Schwerin (40), Wismar (20), Stralsund (30) und Greifswald (30).

3. Digitale Mediakampagne:

- Laufzeit: vier Wochen ab 29. Juni 2023
- Adressable TV: 20-Sekunden-Spots Live TV PRO7/Sat1 sowie Live TV RTL-Group
- Core Audience Video und Instream VideoAd Display
- Social-Media-Kampagne auf Meta (Facebook/Instagram)
- Digital OutofHome Kampagne (Einkaufscenter, Fitnessstudios, Tankstellen).

Zu b)**Plakats motive/Testimonial-Geber/Video-Protagonisten:**

- Kay Czerwinski, Vorsitzender des Landeselternrates Mecklenburg-Vorpommern
- Mika Freitag, Basketballer der Rostock Seawolves,
- Catharina Haenning, Vorsitzende des Bauernverbandes Ludwigslust e. V.
- Doreen Hartwig, Stellvertretende Vorsitzende des Landeselternrats Mecklenburg-Vorpommern,
- Axel Hochschild, Präsident der Handwerkskammer Ostmecklenburg-Vorpommern
- Anneli Ihde, Geschäftsführerin des Bauernverbandes Ludwigslust e. V.
- André Jürgens, Vereinsvorsitzender der Rostock Seawolves
- Simone Oldenburg, Ministerin für Bildung und Kindertagesförderung Mecklenburg-Vorpommern.