

Der Oberbürgermeister

Landeshauptstadt Erfurt . Der Oberbürgermeister . 99111 Erfurt

Fraktion der CDU
Herrn Vothknecht
Fischmarkt 1
99084 Erfurt

**DS 0578/14 -Wirkung und Kosten der Werbekampagne 100 % Bildung-
Ihre Anfrage nach § 9 Abs. 2 GeschO - öffentlich-**

Journal-Nr.:

Sehr geehrter Herr Vothknecht,

Erfurt,

recht herzlichen Dank für Ihre Anfrage vom 25.03.2014.

In den Zwischenberichten des Teams der Bildungsstadt Erfurt, welche alle zwei Monate im Ausschuss Bildung und Sport vorgestellt werden, wurde über die Kampagne informiert (DS0108/13).

Nun zu Ihren Fragen im Einzelnen:

1. Welche Gründe und welche konkreten Ziele gab es für die Schaltung dieser Kampagne?

Am 17.12.2013 gründete sich auf Initiative des Oberbürgermeisters und des Bundesmodellprojekts "Lernen vor Ort" das Steuerungsgremium für die Bildungsstadt Erfurt. Das Gremium, in dem die Stadtverwaltung, die Hochschulen, das staatliche Schulamt, die Kammern, Stiftungen und die Arbeitsagentur vertreten sind, hat die Aufgabe, gemeinsame strategische Schwerpunkte für den Bildungsbereich abzustimmen und damit die Bildungsstadt Erfurt weiterzuentwickeln. Das Steuerungsgremium legt halbjährlich einen Themenschwerpunkt fest, auf den die Mitglieder des Gremiums ihre Aktivitäten ausrichten und diese miteinander verzahnen. Das Thema des ersten Halbjahrs 2014 ist "Bildungsstadt Erfurt: Chancen nutzen!" und wurde im November 2013 einstimmig beschlossen. Konkret soll vor allem darauf hingewirkt werden, soziale Segregation zu vermindern, die Durchlässigkeit des Bildungssystems besser zu vermitteln, aber auch Jugendliche und deren Eltern stärker für die Beschäftigung mit der Bildungswegplanung zu motivieren. Das Thema wurde insbesondere aus den Ergebnissen des ersten Erfurter Bildungsberichtes "Bildung in Erfurt 2012" abgeleitet.

Das Konzept der Kampagne "100% Bildung" entstand in diesem Zusammenhang. Auf acht Plakatmotiven werden Erfurter Vereine mit ihren Akteuren und ihrer Bildungsarbeit exemplarisch vorgestellt, die insbesondere Kinder und Jugendliche aus benachteiligten Familien darin unterstützen, den eigenen Bildungsweg selbst zu gestalten.

Seite 1 von 3

Sie erreichen uns:

E-Mail: oberbuergemeister@erfurt.de
Internet: www.erfurt.de

Rathaus
Fischmarkt 1
99084 Erfurt

Stadtbahn 3, 4, 6
Haltestelle:
Fischmarkt

Die Kampagne zielt auf die Stärkung des non-formalen Bildungssektors außerhalb der klassischen schulischen Bildungsinstitutionen – und verfolgt damit ein Kernziel des Programms "Lernen vor Ort". In dem Angebote aus den Bereichen Kultur, Sport und Soziales als wichtige Bildungsangebote in den Fokus gerückt werden ("100% Bildung"), sensibilisiert die Kampagne auch für ein breit gefasstes Bildungsverständnis, wie es im Bildungsleitbild der Landeshauptstadt Erfurt verankert ist und vom Stadtrat beschlossen wurde.

Ein weiteres Ziel der Kampagne ist – im Gegensatz zu einer abstrakten und allgemeinen Werbekampagne für Bildung –, die konkreten Akteure (und Nutzer) zu zeigen, die mit ihrer Bildungsarbeit benachteiligte Bevölkerungsgruppen unterstützen und an einer Aufwertung der Stadt(-teile) mitwirken. So sensibilisiert die Kampagne nicht nur für das Thema, sie würdigt und unterstützt auch das oft ehrenamtliche Engagement der Akteure.

Für die Kampagne wurden acht Erfurter Vereine und Projekte ausgewählt. Die Auswahlkriterien waren: (1) sie sind nicht "marktaktiv" und werden hauptsächlich von ehrenamtlichem Engagement getragen; (2) sie sind (noch nicht) sehr etabliert, aber eine Bereicherung für die Bildungsstadt; (3) sie verfügen selbst über wenig bzw. gar keine Mittel für Öffentlichkeitsarbeit.

Um bei der Auswahl der Vereine möglichst viele Instanzen einzubeziehen, wurden die Mitglieder des Steuerungsgremiums und der verwaltungsinternen AG Bildung sowie der Ehrenamtsbeirat der Stadt um Vorschläge gebeten. Außerdem hat "Lernen vor Ort" selbst Vorschläge eingebracht, die sich aus den Erfahrungen im Projektverlauf und den Netzwerkkonferenzen ergaben. Aus den eingegangenen Vorschlägen wurden folgende acht Vereine/Projekte ausgewählt und bestätigt: Aidshilfe Thüringen e.V., Basement e.V., Domino e.V., Projekt "Gewaltlos macht Schule", Kindervisionen e.V., KuNo e.V., Move it e.V., Selbsthilfegruppe "Chronischer Schmerz".

2. Wie wird das beabsichtigte Ziel dieser Maßnahme abgerechnet?

Die Kampagne "100% Bildung" ist keine "Produktkampagne", sie wirbt für ein breites Bildungsverständnis und ein stärkeres Bewusstsein für die Bildungsstadt Erfurt und die vielfältigen Angebote, die Kindern und Jugendlichen offenstehen. Dementsprechend ist die Wirkung der Kampagne nur schwer messbar.

Die Rückmeldungen aus der Bildungslandschaft der Stadt auf die Kampagne sind bisher durchweg überaus positiv. Drei Wochen nach Ende der Kampagnenlaufzeit, also Mitte April, werden die konkreten Wirkungen der Kampagne bei den acht Vereinen und Projekten abgefragt (z. B. höherer Zuspruch der Angebote).

Das Team der Bildungsstadt verzeichnete seit dem Beginn der Kampagne eine starke Zunahme der telefonischen, schriftlichen und persönlichen Kontaktaufnahme zum Bildungskatalog, zur Bildungsberatung und zu individuellen Fragen der Bildungsübergänge.

3. Wer trägt die Kosten und in welcher Höhe?

Die Kampagne wird zu 100% aus Projektmitteln des Bundesprogramms "Lernen vor Ort" finanziert; für die Stadt Erfurt entstehen somit keine zusätzlichen Kosten. Der geplante inhaltliche und finanzielle Umfang der Kampagne wurde im Vorfeld mit dem zuständigen Projektträger auf Bundesebene sowie mit der Stadtkämmerei abgestimmt.

Für die Umsetzung der Kampagne wurden folgende kostenrelevanten Medien eingesetzt: Plakate in Wechselrahmen und an Litfaßsäulen (500 Stk.), Postkarten in Auslagestellen (10.000 Stk.), Anzeigen in Tages- und Wochenzeitungen (10 Stk.). Die Kosten für die Kampagne beliefen sich dabei insgesamt auf rund 18.700 Euro.

Die eingesetzten Mittel sind für "Bildungsmarketing" im Rahmen von "Lernen vor Ort" eingeplant gewesen und konnten ausschließlich dafür verwendet werden. Eine Übertragung oder Umwidmung der Mittel, etwa an andere Einrichtungen oder für andere Zwecke, ist laut Förderrichtlinie ausgeschlossen.

Mit freundlichen Grüßen

Andreas Bausewein