

Kleine Anfrage

des Abg. Dr. Stefan Fulst-Blei SPD

und

Antwort

des Ministeriums für Kultus, Jugend und Sport

Korrektur von Plakaten der Kampagne #lieberlehamt

Kleine Anfrage

Ich frage die Landesregierung:

1. Wer hat letztendlich die Kurskorrektur bei Plakaten der Werbekampagne #lieberlehamt zur Gewinnung von Quereinsteigerinnen und Quereinsteigern in den Beruf der Lehrkraft entschieden?
2. Ist nach dieser Kurskorrektur seitens der Ministerin auch eine Entschuldigung bei den Lehrkräften geplant?
3. Wenn nicht, warum nicht?
4. Wie viele Plakate der Kampagne #lieberlehamt lässt das Kultusministerium im Zuge der letzten Korrektur überarbeiten und austauschen?
5. Müssen darüber hinaus noch andere Werbematerialien, insbesondere Printprodukte wie Broschüren angepasst werden?
6. Wie heißt die für die Kampagne verantwortliche Agentur?
7. Wurde die Korrektur von der Agentur bearbeitet, die bereits die gesamte Kampagne betreut hat bzw. welche Dritten wurden damit beauftragt?
8. Wie hoch sind die zusätzlichen Kosten, die durch diese Korrektur entstanden sind?

11.8.2023

Dr. Fulst-Blei SPD

Begründung

Nach Kritik an einzelnen Elementen der Werbekampagne #lieberlehtamt zur Gewinnung von Lehrkräften, hat das Kultusministerium nun eine Kurskorrektur bei der Ausrichtung der Kampagne vorgenommen und ändert einzelne Plakate. Diese Kleine Anfrage fragt nach den Begleitumständen und den weiteren Auswirkungen dieser Kurskorrektur und möchte in erster Linie den dadurch entstandenen Aufwand eruieren.

Antwort

Mit Schreiben vom 29. August 2023 Nr. KMZ-0141.5-1/108/1 beantwortet das Ministerium für Kultus, Jugend und Sport die Kleine Anfrage wie folgt:

Ich frage die Landesregierung:

- 1. Wer hat letztendlich die Kurskorrektur bei Plakaten der Werbekampagne #lieberlehtamt zur Gewinnung von Quereinsteigerinnen und Quereinsteigern in den Beruf der Lehrkraft entschieden?*
- 2. Ist nach dieser Kurskorrektur seitens der Ministerin auch eine Entschuldigung bei den Lehrkräften geplant?*
- 3. Wenn nicht, warum nicht?*
- 4. Wie viele Plakate der Kampagne #lieberlehtamt lässt das Kultusministerium im Zuge der letzten Korrektur überarbeiten und austauschen?*
- 5. Müssen darüber hinaus noch andere Werbematerialien, insbesondere Printprodukte wie Broschüren angepasst werden?*

Die Fragen 1 bis 5 werden aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Bei der Werbekampagne #lieberlehtamt handelt es sich um eine Kampagne des Ministeriums für Wissenschaft, Forschung und Kunst mit der für das Lehramtsstudium geworben wird. Die aktuelle Kampagne des Ministeriums für Kultus, Jugend und Sport zur Gewinnung von Quereinsteigerinnen und Quereinsteigern für den Direkt- und den Seiteneinstieg sowie von weiteren Kräften für die Schule ist unabhängig von der Kampagne #lieberlehtamt.

Die Amtsspitze des Ministeriums für Kultus, Jugend und Sport hat entschieden, das öffentlich kontrovers diskutierte Plakat, das lediglich am Flughafen Stuttgart aufgehängt wurde, so anzupassen, dass die intendierte Botschaft deutlicher wird und es weniger Raum für Interpretationen gibt, die der intendierten Lesart nicht entsprechen. Die Werbekampagne ist, abgesehen von den Werbeplakaten, auf Soziale Medien ausgelegt. Weitere Werbematerialien existieren nicht. Im Übrigen wird auf die Pressemitteilung vom 7. August 2023 verwiesen.

6. *Wie heißt die für die Kampagne verantwortliche Agentur?*
7. *Wurde die Korrektur von der Agentur bearbeitet, die bereits die gesamte Kampagne betreut hat bzw. welche Dritten wurden damit beauftragt?*
8. *Wie hoch sind die zusätzlichen Kosten, die durch diese Korrektur entstanden sind?*

Die Fragen 6 bis 8 werden aufgrund des Sachzusammenhangs gemeinsam beantwortet.

Das Kultusministerium arbeitet für diese Kampagne mit der Werbeagentur „thjnk“ zusammen, die bereits für die „The Länd“-Kampagne verantwortlich zeichnet. Indem die Kampagne als „Part of THE LÄND“ läuft, profitiert sie vom Wiedererkennungswert dieser Dachmarke.

Die Kosten für die Anpassung des Plakats belaufen sich insgesamt auf rd. 415 €.

Schopper

Ministerin für Kultus,
Jugend und Sport

30.08.23, 09:54

2023-08-07 Slogan auf Werbeplakat wird erweitert - Kultusministerium



Ministerium für Kultus, Jugend und Sport
Baden-Württemberg

📅 07.08.2023

LEHRER WERDEN

Lehrerkampagne – Slogan auf Werbeplakat wird erweitert

Kultusministerin Theresa Schopper: „Bei uns ist niemand überhaupt nur auf die Idee gekommen, Lehrkräfte mit dem Attribut faul in Verbindung zu bringen.“ – Slogan auf Werbeplakat wird erweitert

Anlässlich der Reaktionen zu einem der acht Plakatslogans der aktuellen Werbekampagne wird dieser eine Slogan erweitert. Er heißt dann: „GELANDET UND GAR KEINEN BOCK AUF DEINE JETZIGE ARBEIT? HURRAAAA! MACH WAS DIR SPAB MACHT UND WERDE LEHRER*IN“. Sobald wie möglich wird ein Aufkleber auf dem Plakat am Flughafen angebracht.

„Es war nie unser Ansinnen, auch nur eine Lehrkraft mit diesem Plakat zu diskreditieren. Bei uns ist niemand überhaupt nur auf die Idee gekommen, Lehrkräfte mit dem Attribut faul in Verbindung zu bringen“, sagt Kultusministerin Theresa Schopper, die dies auch gegenüber der GEW und dem VBE deutlich gemacht hat. Schopper fügt an: „Wir am Kultusministerium wissen ganz genau, wie viel Engagement unsere Lehrkräfte täglich für unsere Kinder und Jugendlichen aufbringen und wie aufreibend gerade auch die vergangenen Jahre waren.“

Die Kampagne verfolgt das Hauptziel, Personen, die derzeit nicht als Lehrerin oder Lehrer arbeiten, darauf aufmerksam zu machen, dass sie auch ohne originäre Lehramtsausbildung in den Lehrerberuf wechseln können. „Wir haben Lehrermangel, und die Kampagne ist eine Maßnahme in unserem Bündel, um mehr Lehrkräfte zu bekommen“, sagt Schopper.

Weitere Informationen

finden Sie alle Plakate, die derzeit im Umlauf sind. Es wird deutlich, dass die jeweiligen Slogans Bezug zum aktuellen Beruf der potentiellen Quereinsteigerinnen und Quereinsteiger aufnehmen. Die Plakate regen zudem an, zu überlegen, in den Lehrerberuf zu wechseln.

[Zur Kampagnen-Seite lehrer-in-bw.de](https://www.km-bw.de/Lehrer-in-bw.de)
