

Kleine Anfrage

des Abgeordneten Tischner (CDU)

und

Antwort

des Thüringer Ministeriums für Bildung, Jugend und Sport

Kosten und Nutzen der "100-Tage-Kampagne" des Thüringer Ministeriums für Bildung, Jugend und Sport

Die **Kleine Anfrage 2688** vom 30. November 2017 hat folgenden Wortlaut:

Am 24. November 2017 versandte das Thüringer Ministerium für Bildung, Jugend und Sport einen Newsletter. Thema war unter anderem die 100-Tage-Bilanz des Bildungsministers Helmut Holter. Darin ist ein Imagefilm des Thüringer Ministers für Bildung, Jugend und Sport verlinkt.

Ich frage die Landesregierung:

1. Welche Werbeagentur wurde mit der Erstellung der "100-Tage-Kampagne" beauftragt?
2. Erfolgte eine Ausschreibung der Kampagne und wenn ja, wie viele Unternehmen beteiligten sich daran?
3. Welche Kosten entstanden dem Freistaat Thüringen durch diese "100-Tage-Kampagne" des Thüringer Ministeriums für Bildung, Jugend und Sport?
4. Welche Ziele sollen durch die Kampagne erreicht werden?
5. Welchen Mehrwert hat die Kampagne für die Thüringer Bildungslandschaft?

Das **Thüringer Ministerium für Bildung, Jugend und Sport** hat die Kleine Anfrage namens der Landesregierung mit Schreiben vom 5. Januar 2018 wie folgt beantwortet:

Vorbemerkung:

Unter dem Titel "Interview Minister Helmut Holter: 100 Tage im Amt" wurde ein Video bei YouTube eingestellt. Auf dieses Video wird vom Facebook- und vom Twitter-Profil des Thüringer Ministeriums für Bildung, Jugend und Sport (TMBJS) verwiesen. Weitere Aktionen, die eine Bezeichnung als "Kampagne" nahelegen, gab es zu diesem Thema nicht.

Zu 1.:

Für die Erstellung des Videos wurde die Somengo GmbH aus Jena beauftragt.

Zu 2.:

Das TMBJS hat im Oktober 2017 mit der Somengo GmbH aus Jena einen "Rahmenvertrag zur Unterstützung der Social-Media-Aktivitäten des Thüringer Ministeriums für Bildung, Jugend und Sport" geschlossen. Die Erstellung des 100-Tage-Videos ist Bestandteil dieser Rahmenvereinbarung.

Die Unterstützung der Social-Media-Aktivitäten des Ministeriums wurde im April 2017 im Wege der freihändigen Vergabe mit Teilnahmewettbewerb nach der Vergabe- und Vertragsordnung für Leistungen - Teil A (VOL/A) bundesweit öffentlich ausgeschrieben. Am Leistungswettbewerb haben sich zehn Agenturen aus ganz Deutschland beteiligt.

Zu 3.:

Für die Erstellung des 100-Tage-Videos wurden dem TMBJS Kosten in Höhe von 2.000 Euro netto (2.380 Euro brutto) in Rechnung gestellt.

Zu 4. und 5.:

Es besteht grundsätzlich hohes öffentliches Interesse am Handeln des TMBJS. Dies belegen zahlreiche Presseanfragen, Kleine Anfragen, Anfragen von Lehrerinnen und Lehrern sowie Bürgeranfragen an das TMBJS über den elektronischen Briefkasten, über den Postweg, die sozialen Netzwerke und das Telefon.

Um diesem Informationsbedarf nachzukommen, nutzt das TMBJS verschiedene Kanäle und besondere Anlässe. Die ersten 100 Tage des neuen Ministers im Amt waren ein solcher Anlass. Dabei kamen zum einen klassische Instrumente der Pressearbeit wie ein Zeitungsinterview mit der Zeitungsgruppe Thüringen zum Tragen. Zum anderen wurde das Format eines 100-Tage-Videos genutzt, um über die Online-Medien (Homepage, Newsletter, soziale Medien) umfassend zu informieren. Damit konnte sowohl der Minister als Person vorgestellt werden, als auch die ersten wichtigen Arbeitsergebnisse im Zusammenhang mit dem thüringenweiten Werkstattprozess "Zukunft Schule".

Die im Rahmen dieses Werkstattprozesses erarbeiteten Maßnahmen zur Verringerung des Unterrichtsausfalls sind von maßgeblicher bildungspolitischer Bedeutung für den Freistaat Thüringen sowie seine Bürgerinnen und Bürger. Entsprechende Informationen liegen im erhöhten öffentlichen Interesse.

In Vertretung

Ohler
Staatssekretärin