

Florian Kraus
Stadtschulrat

An

CSU-Freie Wähler-Fraktion
Rathaus
80331 München

Datum
01.03.2023

„So faszinierend sind Münchens neue Schulen“ – Fragen zum neuen Multimedia-Angebot

Schriftliche Anfrage gemäß § 68 GeschO
Anfrage Nr. 20-26 / F 00645
von Herrn StR Fabian Ewald, Herrn StR Jens Luther
vom 31.01.2023, eingegangen am 01.02.2023

Sehr geehrter Herr Stadtrat Ewald,
sehr geehrter Herr Stadtrat Luther,

auf Ihre Anfrage vom 31.01.2023 nehme ich Bezug.

Sie haben Ihrer Anfrage folgenden Text vorausgeschickt:

„Unter dem Titel „So faszinierend sind Münchens neue Schulen“ (muenchen.de/neue-schulen) hat das Referat für Bildung und Sport Mitte Januar vier umfangreiche Multimedia-Reportagen veröffentlicht, mit denen vier ausgewählte Schulgebäude virtuell „erlebbar“ gemacht werden sollen. Es handelt sich um drei Grundschulen und die Willy-Brandt-Gesamtschule. Neben zahlreichen Videoaufnahmen, hochqualitativen Fotos, Interviews mit Eltern, Schulleitern, Schülern und Ehrenamtlichen, Tonaufnahmen und Werbung für die Schulbauoffensive finden sich auch Videointerviews mit der Dritten Bürgermeisterin, dem Stadtschulrat und der Baureferentin. Diese sind auf dem Youtube-Kanal des Referats für Bildung und Sport veröffentlicht und haben zwei Wochen nach Veröffentlichung (Stand: 25.01.) zwischen 94 (Stadtschulrat) und 216 (Baureferentin) Aufrufe.“

Zu den von Ihnen gestellten Fragen kann ich Ihnen Folgendes mitteilen:

Frage 1: „Wurden diese Inhalte vom Referat für Bildung und Sport selbst erstellt oder (ggf. teilweise) extern beauftragt?“

Antwort: Die Inhalte wurden von der Portalgesellschaft muenchen.de im Auftrag des RBS erstellt. Das Projekt ist in Kooperation zwischen RBS-ZIM und der Stabsstelle Presse und Kommunikation des RBS entstanden.

Frage 2: „Welche Kosten und wie viel Arbeitszeit bei allen Beteiligten sind für die Erstellung der umfangreichen Inhalte angefallen?“

Antwort: Die Reportagen wurden von Herbst 2021 bis Herbst 2022 produziert. Die Mittel dafür stammen aus einer Rückstellung aus dem Jahr 2021. Das grundsätzlich im Haushalt eingestellte Budget für die Organisation und Durchführung von Einweihungsveranstaltungen stand auch in den Jahren 2020 und 2021 zur Verfügung. Da pandemiebedingt jedoch keine Veranstaltungen durchgeführt werden konnten, wurde der Großteil des Budgets für die Konsolidierung des Haushalts eingesetzt. Der verbliebene Teil wurde für die Reportagen eingesetzt.

Bei einer Einweihung fallen Kosten für Catering, Fotografie, Veranstaltungsleitung, Blumenschmuck und ggf. externes Equipment an, die je nach Größe der Veranstaltung variieren. Die Reportagen konnten mit einem deutlich geringeren Budget umgesetzt werden.

Frage 3: „Welches Ziel verfolgt diese Kampagne und wer genau ist die Zielgruppe?“

Antwort: In den Jahren 2019 und 2020 wurden u.a. die oben genannten Schulen fertig gestellt. Durch die Corona-Pandemie konnten jedoch in 2020 und 2021 keinerlei Veranstaltungen durchgeführt und damit keine Einweihungen organisiert werden. Das Referat für Bildung und Sport hatte es sich zum Ziel gesetzt, dennoch die Investitionen des Stadtrats in den Schulbau sichtbar zu machen und die wertschätzende Geste einer Einweihung an die Schulfamilie weiter zu geben. So entstand die Idee einer digitalen Umsetzung, die sich im Rahmen der für die Einweihung noch vorhandenen Budgetmittel bewegen sollte.

Mit dem daraufhin entwickelten Format einer Multimedia-Reportage auf muenchen.de bot sich zudem die Chance, über die bei einer gewöhnlichen Einweihungsveranstaltung angesprochene Schulfamilie hinaus eine breitere Öffentlichkeit zu erreichen und zudem neue, innovative Wege in der Kommunikation an die Zielgruppen zu beschreiten. Der Wunsch nach mehr aktiver Kommunikation der Errungenschaften aus der Schulbauoffensive wurde bereits explizit geäußert in der Beschlussvorlage "Bauen aus einer Hand – Das Zentrale Immobilienmanagement des Referats für Bildung und Sport neu aufstellen; Ergebnisse der Prüfung durch das POR" Nr. 20-26 /V 07545 vom 19.10.2022.

Zielgruppen waren demgemäß die jeweiligen Schulfamilien der vier Schulen, die am Schulbau und am Schulleben interessiertere breitere Öffentlichkeit sowie die Mitglieder des Stadtrates und der Bezirksausschüsse, die an den Schulbauprogrammen der Landeshauptstadt München mitwirken oder daran interessiert sind.

Frage 4: „Sind angesichts der offensichtlich geringen Abrufzahlen aus Sicht des Referats für Bildung und Sport diese Ziele bzw. die Zielgruppen ausreichend erreicht worden?“

Antwort: Die angesprochenen Youtube-Zugriffe für die Grußworte bzw. Interviews sind für die Zielerreichung nicht relevant. Ziel waren vor allem möglichst viele Abrufe der Multimedia-Reportagen zu den vier Schulen bzw. aktive Besuche der Landing Page/Überblickseite, auf der die erwähnten Grußworte zusätzlich eingebunden waren, bei denen aber ebenfalls die Informationen zu den neuen Schulen und zum Schulbau insgesamt im Vordergrund standen.

Die Reporting-Ergebnisse hierzu sind bereits nach der ersten Phase der Kommunikation sehr erfreulich (Reichweiten Stand von 15. Februar 2023):

- 4.700 aktive Abrufe der Überblicksseite / Landingpage muenchen.de/neue-schulen
- 10.400 Abrufe der 4 Reportagen, davon:
- Grundschule Ravensburger Ring: 2.500 Besuche
- Grundschule Pfanzeltplatz: 2.200 Besuche
- Grundschule Fröttmaninger Straße: 1.600 Besuche
- Willy-Brandt-Gesamtschule: 4.100 Besuche

In Summe bis Mitte Februar bereits ca. 15.000 aktive Abrufe für die Inhalte insgesamt.

Hinzu kommen ca. 1,1 Millionen Kontakte durch die begleitenden Social Media Kanäle von muenchen.de (2/3 bei Instagram, 1/3 bei Facebook), so dass insbesondere auf diesem Weg auch Zielgruppen erreicht werden konnten, die weit über die Schulfamilien hinaus mit den für die Stadtgesellschaft zentralen Themen des Schulbaus und der Bildungsgerechtigkeit in Berührung gekommen sind.

Frage 5: „Nach welchen Kriterien wurden die vorgestellten („faszinierenden“) Schulen ausgewählt?“

Antwort: Es wurden Schulen ausgewählt, die in den Jahren 2019 - 2020 fertig gestellt wurden und daher nicht zeitnah eingeweiht werden konnten.

Frage 6: „Ist es aus Sicht des Referats für Bildung und Sport erforderlich, Werbung für einzelne Schulen zu machen, deren Schüler anhand des Sprengels zugeteilt werden?“

Antwort: Es ist nicht erforderlich, Werbung für einzelne Schulen zu machen, deren Schüler anhand des Sprengels zugeteilt werden. Dies war daher auch nicht das Ziel der Kampagne. Auf die Ausführungen zu Frage 3 wird verwiesen.

Frage 7: „Wie beurteilt das Referat das Verhältnis von Aufwand zu Nutzen der Kampagne?

Antwort: Aufgrund der auch im Vergleich zu ähnlichen Projekten bereits zu diesem Zeitpunkt schon hohen Zugriffszahlen sowie aufgrund des positiven individuellen Feedbacks direkt aus den Schulfamilien beurteilt das RBS den Aufwand im Vergleich zum Nutzen als äußerst positiv. Daher wird – zudem vor dem Hintergrund der Stadtratsbeschlusses "Bauen aus einer Hand – Das Zentrale Immobilienmanagement des Referats für Bildung und Sport neu aufstellen; Ergebnisse der Prüfung durch das POR" Nr. 20-26 /V 07545 die Finanzierung und Umsetzung weiterer Multimedia-Reportagen für zwischenzeitlich eingeweihte oder zukünftig einzuweihende Schulen geprüft.

Mit freundlichen Grüßen

gez.

Florian Kraus
Stadtschulrat