

Anfrage

der Bundesrät*innen Korinna Schumann, Doris Hahn, MEd MA
Genossinnen und Genossen
an den Bundesminister für Bildung, Wissenschaft und Forschung
betreffend **„Klasse-Job“ – Kampagne: Lehrkräfteoffensive auf Kosten der
Elementarpädagogik?**

Der Lehrkräftemangel in Österreich ist enorm: Anfang September 2022, also zu Schulbeginn, waren viele Stellen nach wie vor unbesetzt, beispielsweise 250 Stellen alleine in Oberösterreich oder 142 Stellen in Tirol. Auch in Wien fehlten sechs Wochen nach Schulstart immer noch rund 280 Lehrkräfte. Gleichzeitig werden jährlich rund 4000 Stellen ausgeschrieben, die aufgrund von Pensionierungen, Karenz oder Umzügen frei werden.¹ Es sind also dringend kurzfristige und langfristige politische Eingriffe notwendig, um die Schulbildung von Kindern und Jugendlichen mit dem dafür notwendigen Personal auszustatten.

In diesem Sinne hat das Bildungsministerium eine Lehrkräfteoffensive gestartet, mit der der Beruf beworben werden soll. Konkret handelt es sich hier um eine 600.000 Euro schwere Marketing Kampagne, die Quereinsteiger*innen für den Job als Lehrer*in begeistern soll. Diese beinhaltet sowohl eine Homepage wie auch Inserat Schaltungen. Ein Inserat hat hier besonders für Aufruhr gesorgt, auf dem folgender Text zu lesen ist: „Bisher: Kindergarten. Jetzt: Volksschule.“²

Den Lehrer*innenmangel mit dem Umstieg von Elementarpädagog*innen decken zu wollen, ist jedoch keine langfristige Lösung. Denn vor allem in der Elementarpädagogik gibt es ebenso einen Personalmangel, der gedeckt werden muss. Warum hier eine Berufsgruppe gegen eine andere ausgespielt wird, scheint auf allen Ebenen widersprüchlich.

Aus diesem Grund stellen die unterfertigten Bundesrätinnen und Bundesräte folgende

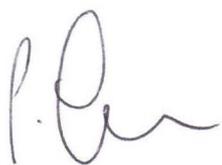
Anfrage

1. Welche konkreten Ziele hat die „Klasse-Job“ Kampagne des BMBWF?
 - a. Wie und bis wann sollen diese Ziele erreicht werden?
2. Wie lange ist der Kampagnenzeitraum?
3. Mit wie vielen zusätzlichen Lehrer*innen rechnet man aufgrund der Kampagne?
4. Wie wird das Kampagnenbudget von 600.000 € aufgeteilt?

¹ <https://www.derstandard.at/story/2000139967726/laender-fordern-mehr-massnahmen-gegen-lehrermangel>
<https://oesterreich.orf.at/stories/3171789/>
<https://klassejob.at/wie/>

² <https://www.krone.at/2850215>

5. In welchen Medien wird konkret im Rahmen der Kampagne inseriert?
6. In welchen Zeitungen werden im Rahmen der Kampagne Inserate veröffentlicht?
7. Nach welchen Kriterien werden die Inserate im Rahmen der Kampagne vergeben?
 - a. Wie wurden diese Kriterien festgelegt?
8. Auf welchen Social Media Plattformen wird im Rahmen der Kampagne Werbung geschaltet?
 - a. Inwiefern wurde Social Media als Medium von verschiedenen Altersgruppen im Rahmen der Kampagne Rechnung getragen?
9. Welche konkreten Zielgruppen sollen auf welchen Kanälen erreicht werden?
10. Wurde für die Kampagne eine Agentur beauftragt?
 - a. Wenn ja: Welche?
 - b. Wenn ja: Wie kam es zur Auswahl der Agentur?
 - c. Wenn ja: Welche Leistungen umfasst der Vertrag mit der Agentur?
 - d. Wenn ja: Wie hoch ist der Betrag, den die Agentur für die Leistungen im Zusammenhang mit der Kampagne bekommt?
 - e. Wenn nein: Warum nicht?
11. Wie kam es zu dem Inserat mit dem Text „Bisher: Kindergarten. Jetzt: Volksschule.“?
 - a. Inwiefern ist Ihnen der Personalmangel in der Elementarpädagogik bewusst?
 - b. Wo und wann wurde besagtes Inserat veröffentlicht?
 - c. Sind weitere Veröffentlichungen des Sujets geplant?
12. Wie viele Elementarpädagog*innen wurden im vergangenen Schuljahr als Lehrer*innen in Volksschulen aufgenommen?
13. Welche Initiativen werden Sie setzen, um die Arbeitsbedingungen von Elementarpädagog*innen zu verbessern?
14. Welche Initiativen werden Sie setzen, um die Arbeitsbedingungen von Lehrer*innen an Volksschulen zu verbessern?
15. Wie wollen Sie langfristig gegen den Lehrer*innenmangel vorgehen?
 - a. Welche konkreten Ziele sollen jeweils bis 2025, bis 2030 und bis 2035 erreicht werden?


(GERHARD ITSCH)


(SCHUMANN)


(HAHN)

