

19. Wahlperiode

Schriftliche Anfrage

des Abgeordneten Tommy Tabor (AfD)

vom 30. September 2025 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 30. September 2025)

zum Thema:

Senatskampagne „Berlin macht Schule“

und **Antwort** vom 13. Oktober 2025 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 13. Oktober 2025)

Senatsverwaltung für Wissenschaft,
Gesundheit und Pflege

Herrn Abgeordneten Tommy Tabor (AfD)

über

die Präsidentin des Abgeordnetenhauses von Berlin

über Senatskanzlei - G Sen -

A n t w o r t

auf die Schriftliche Anfrage Nr. 19/23997

vom 30. September 2025

über Senatskampagne „Berlin macht Schule“

Im Namen des Senats von Berlin beantworte ich Ihre Schriftliche Anfrage wie folgt:

1. Im Haushaltsjahr 2024 wurden fünf verschiedene Dienstleistungen aus dem Titel 0910/54010 beglichen, darunter die Beauftragung einer Werbeagentur mit der Konzipierung und Durchführung der Senatskampagne "Berlin macht Schule" (493.000 €). Wie gestaltete sich die Ausschreibung dafür?

Zu 1.:

Die Senatskampagne wurde 2023 in einem offenen Vergabeverfahren mit der Option der zweimaligen Verlängerung für jeweils ein Jahr ausgeschrieben. Dabei wurden Qualitäts- und Preiskriterien geprüft.

2. Welches Unternehmen wurde mit der Durchführung beauftragt?

Zu 2.:

Der Auftrag erging an CONNEX Werbeagentur GmbH.

3. Wofür genau wurden die Mittel verausgabt?

Zu 3.:

Die Mittel wurden für die Konzeption und Durchführung einer Out of Home-Kampagne verwendet (z.B. Plakatierung im ÖPNV, City Light Säulen und Boards) sowie zur Konzeption und Erstellung einer Landing Page im Jahr 2023, die in 2024 weiterentwickelt und gepflegt wurde. Weiterhin wurde auf Social Media für das Lehramtsstudium geworben und ein Werbefilm erstellt.

4. Inwieweit und anhand welcher Kriterien lässt sich der Erfolg dieser Senatskampagne messen?

Zu 4.:

Die Kampagne „Berlin macht Schule“ ist ein Baustein eines Maßnahmenpakets des Berliner Senats zur Erhöhung der Anzahl der Studienanfängerinnen und Studienanfänger im Lehramt an den Berliner Universitäten. Die Anzahl der Studienanfängerinnen und -anfänger im Lehramt steigt seit 2021 trotz erhöhter bundesweiter Konkurrenz an (2021: 2.568; 2024: 2.905).

Im Zeitraum der Out of Home-Kampagne vom 30.05. bis 15.07.2024 wurden durch Werbung im öffentlichen Raum rd. 16 Millionen Kontakte generiert. Auf Social Media und durch Google-Werbeanzeigen wurden rund 9 Millionen Impressionen erreicht. Bestandteile der Werbung im öffentlichen Raum (Out-of-home) waren 274 digitale Poster & City Säulen, 100 U-Bahn-Aufkleber, 197 Displays an Spätis, 1 Doppeldecker-Bus, 53 Zukunftssäulen an Gymnasien.

Darüber hinaus gab es Kooperationen mit den Plattformen „MitVergnügen“ „Zum Glück Berliner“ und „Notes of Berlin“, die für zusätzliche Reichweite gesorgt haben.

Die Landingpage www.berlin.de/macht-schule wurde von 01/2024 bis 09/2025 rund 120.000 Mal aufgerufen. Damit ist jedoch nicht der gesamte generierte Traffic auf der Landingpage abgebildet, da es hier auch auf die Verweildauer und etwa die Cookie-Einstellungen ankommt.

5. In welcher Form ist eine Fortsetzung geplant?

Zu 5.:

Die Kampagne „Berlin macht Schule“ wird noch bis Ende 2025 fortgesetzt.

Die Senatsverwaltung für Bildung, Jugend und Familie führt weiter Informationsmaßnahmen für das Lehramtsstudium durch. So wird beispielsweise über den Berlin-Tag (Deutschlands größte Berufs- und Informationsmesse im Bildungsbereich), Stände bei weiteren Berufsmessen, Webseiten, die Servicestelle für pädagogische Berufe (persönliche Beratung) und Publikationen informiert.

Berlin, den 13. Oktober 2025

In Vertretung

Dr. Henry Marx

Senatsverwaltung für Wissenschaft,
Gesundheit und Pflege