



Antwort zur Anfrage Nr. 1742/2019 der Stadtratsfraktion DIE LINKE. betreffend **Werbung zur Gewinnung männlicher Erzieher (DIE LINKE)**

Die Anfrage wird wie folgt beantwortet:

1. Wie viel gibt die Stadt Mainz für die Werbeschaltung aus?

Im laufenden Haushaltsjahr wurden folgende Werbemaßnahmen mit den angegebenen Kosten durchgeführt:

Werbemaßnahme	Kosten
Öffentlichkeitsarbeit Kinowerbespot	2.259,08 €
Schaltung Kinowerbespot Mai	8.486,49 €
Schaltung Kinowerbespot Dezember	9.194,43 €
Radiowerbung Radio FFH	9.615,20 €
Plakatierung City-Light Poster über Ströer	706,86 €
Summe	30.262,06 €

Der Restbetrag der bisher noch nicht verausgabten Mittel wurde folgendermaßen verplant bzw. für weitere Personalgewinnungsmaßnahmen vorgesehen:

Werbemaßnahme	Kosten
Schaltung Kinowerbespot 2020	ca. 10.000 €
Projekte zur Personalgewinnung (Projekt Willkommenskultur, Merchandising-Artikel, Entwicklung eines Key-Visuals)	ca. 40.000 €
Summe	50.000 €

2. Was hat die Produktion dieses Werbefilms gekostet?

Die Kosten für die Produktion des Spots, bestehend aus Leistungen wie Vorproduktion (u. a. Ideenfindung, Konzeptionierung, Storyboard, Drehbuch, Drehplanung etc.), Produktion (u. a. Drehtage, Regie, Kameramann, Beleuchter, Kameraequipment, Schauspielergagen etc.) und Postproduktion (u. a. Schnitt, Compositing, Audio Schnitt, Sprachaufnahme, Sprechergage, Mastering etc.) belaufen sich auf insgesamt 15.370 €.

3. In welchen Kinos lief/läuft die Werbeschaltung?

Der Spot lief bis jetzt ausschließlich im Mainzer „CineStar“ Kino, da davon auszugehen ist, dass hier am ehesten die gewünschte Zielgruppe angesprochen wird. Bei der Ausstrahlung wurden entsprechende Zeiträume und Filme ausgewählt, die den größtmöglichen Verbreitungsgrad versprechen. Darüber hinaus wird der Film über soziale Medien beworben und ist auf YouTube zu sehen.

4. Wie oft wurde/wird die Werbung in welchen Kinos geschaltet?

Der Kinowerbespot ging im April 2019 zum ersten Mal an die Öffentlichkeit. Er wurde für einen Monat im Mainzer „CineStar“ ausgestrahlt und wird erneut im Dezember 2019/Anfang Januar 2020 dort zu sehen sein.

5. Läuft die Bewerbung dieses Werbefilms noch?

Siehe Antwort zu Frage 4.

Auch für die Zukunft soll in unregelmäßigen Abständen eine erneute Ausstrahlung erfolgen.

6. Findet ein Monitoring der Werbemaßnahme statt?

Wenn ja: mit welchem Ergebnis?

Wenn nein: wieso nicht?

Während der Zeit der Ausstrahlung des Kinowerbespots wurde eine Abfrage in den Bewerbungsgesprächen durchgeführt und nachgefragt, ob Bewerber/innen den Kinospot gesehen haben.

Ein Viertel der Befragten kannte den Spot und wurde u. a. somit auf unsere Stellenangebote aufmerksam.

Da die Ausstrahlung zeitlich begrenzt war, wurde die Abfrage nicht weiter durchgeführt. Diese wird allerdings zum Zeitpunkt der nächsten Ausstrahlung (Dezember 2019) erneut erfolgen. Mit verstärkter Präsenz in den Sozialen Medien wird auch das Monitoring ausgeweitet.

Mainz, 20. November 2019

gez.
Michael Ebling
Oberbürgermeister