



Lehrer: innen-Gewinnung

Kampagnenbericht

gemäß Medienkooperations- und -förderungs-Transparenzgesetz § 2 Abs. 1b

Stand: Juli 2024

Inhalt

1. Inhalt, Laufzeit und Budget	3
1.1. Inhalt.....	3
1.2. Laufzeit.....	3
1.3. Budget	3
2. Definition der Ziele und Zielgruppen	3
2.1. Ziele.....	3
2.2. Zielgruppen.....	3
3. Begründung über den Beitrag zur Deckung des Informationsbedürfnisses	3
4. Beurteilung der Relevanz des von der Werbekampagne behandelten Themas im Hinblick auf den Zeitpunkt und die Zielgruppe der Kampagne.....	4
5. Durchführende Organisationseinheit(en) und hinzugezogene externe Dienstleister	4
6. Begründung über die im Hinblick auf die Zielgruppen getroffene Auswahl und die Gewichtung bei den für die Werbekampagne eingesetzten Medien.....	4
7. Darstellung der Gründe für die konkrete Auswahl aller für die Werbekampagne tatsächlich eingesetzten Medien und deren Medieninhaber	5
7.1. Hörfunk.....	5
7.2. Print.....	5
7.3. OOH (Out-of-Home / Außenwerbung)	5
7.4. Online	6
7.5. SEA (Search Engine Advertising / Suchmaschinen-Werbung).....	6
7.6. Social Media	7
7.7. TV.....	7
8. Darstellung der zum Einsatz gelangten Sujets	9

1. Inhalt, Laufzeit und Budget

1.1. Inhalt

Um den aktuellen und zukünftigen Bedarf an qualifizierten Lehrkräften decken zu können, bedarf es einer zeitgemäßen und kreativen Darstellung des Berufsbildes. Aufgrund des steigenden Bedarfes an Pädagoginnen und Pädagogen, lenkt das Land OÖ das Augenmerk von angehenden Student:innen und potentiellen Umsteiger:innen auf das Berufsbild „Lehrer:in“ in den unterschiedlichen Ausprägungen (Fächern, Schulstufen – mit Schwerpunkt APS).

1.2. Laufzeit

Jänner 2024 bis April 2024

1.3. Budget

Das Gesamtbudget inklusive sämtlicher Agentur- und Produktionskosten beträgt 332.647,50 Euro exkl. Steuern.

2. Definition der Ziele und Zielgruppen

2.1. Ziele

Ziel der geplanten Kampagne war es, das Berufsbild „Lehrer und Lehrerin“ (vorrangig Pflichtschullehrer, aber nicht ausschließlich) jünger und cooler zu positionieren, um so das Interesse verantwortungsvoller, junger Menschen für diesen interessanten und erfüllenden Beruf sowie für die Ausbildung zur Pädagogin/Pädagogen zu wecken.

2.2. Zielgruppen

Junge Menschen bereits vor der Matura, um Interesse an einem Lehramtsstudium zu wecken.

Menschen im Berufsleben mit passender Ausbildung, um sie zum Umsteigen auf den Lehrer/innen-Beruf zu motivieren.

Breite Öffentlichkeit, um das Berufsbild Lehrer/in zu verbessern.

3. Begründung über den Beitrag zur Deckung des Informationsbedürfnisses

Lehrerinnen und Lehrer sind entscheidend für eine gute Bildung in unserem Land. Sie begleiten Kinder und Jugendliche auf ihrem Bildungsweg und haben einen oftmals prägenden Einfluss auf

deren Persönlichkeit. Der verantwortungsvolle Beruf Lehrer:in erfordert Kompetenz, Kreativität und Engagement und verdient eine hohe Wertschätzung. Die Aufgabe bringt aber auch viel Freude und Erfüllung. Diese Information soll jungen Menschen bei der Berufsentscheidung sowie potenziellen Umsteiger:innen vermittelt werden. Ebenso wichtig ist es, in der breiten Öffentlichkeit ein positives Bild des Lehrerberufs zu entwerfen.

4. Beurteilung der Relevanz des von der Werbekampagne behandelten Themas im Hinblick auf den Zeitpunkt und die Zielgruppe der Kampagne

Aufgrund des akuten Mangels an Lehrer:innen erschien eine entsprechende Informationskampagne als möglichst rasch erforderlich. Der Zeitraum war auch so gewählt, dass bis zu einer endgültigen Berufsentscheidung (z.B. nach der Matura) noch ausreichend Zeit gegeben war, um selbst weitere Informationen einzuholen. Die Zielgruppen ergeben sich aus den potenziellen Interessenten für den Lehrerberuf. Die Relevanz ist daher aus unserer Sicht gegeben.

5. Durchführende Organisationseinheit(en) und hinzugezogene externe Dienstleister

Amt der Oö. Landesregierung, Abteilung Gesellschaft (Auftraggeber)

Bildungsdirektion OÖ (Abstimmung Inhalte)

Abteilung Kommunikation und Medien (Vergabe)

Werbeagentur Reichl und Partner (Umsetzung)

6. Begründung über die im Hinblick auf die Zielgruppen getroffene Auswahl und die Gewichtung bei den für die Werbekampagne eingesetzten Medien

Bei der Auswahl der Medien wurde im Speziellen auf die Zielgruppe der Personen in Ausbildung und potenzielle Berufsumsteiger:innen geachtet, ebenso auf eine breite Information der Bevölkerung für die beabsichtigte Imagekorrektur des Berufsbildes. Neben den klassischen Medien Print, Hörfunk und TV wurde daher auch speziell in Online- und Social Media geworben.

7. Darstellung der Gründe für die konkrete Auswahl aller für die Werbekampagne tatsächlich eingesetzten Medien und deren Medieninhaber

7.1. Hörfunk

Tabelle 1 Begründung für die Auswahl von Hörfunk-Medien

Name des Mediums	Begründung
Life Radio	Breite Abdeckung einer mittleren Zielgruppe in OÖ; Aufmerksamkeit generieren
Krone Hit Radio	Breite Abdeckung einer jüngeren Zielgruppe in OÖ; Aufmerksamkeit generieren

7.2. Print

Tabelle 2 Begründung für die Auswahl von Print-Medien

Name des Mediums	Begründung
OÖNachrichten	Hohe Reichweite.in OÖ
OÖ Kronen Zeitung	Hohe Reichweite.in OÖ
Tageszeitung ÖSTERREICH	Hohe Reichweite.in OÖ
HEUTE	Hohe Reichweite.in der jungen Zielgruppe in OÖ
TIPS	Hohe Reichweite.in OÖ
BezirksRundschau	Hohe Reichweite.in OÖ
Weekend Magazin	Attraktives, modernes Umfeld zur Positionierung des Lehrerberufs; hohe Auflage im urbanen Raum
LINZA Stadtmagazin	Ansprache urbaner Zielgruppe in Linz
Woman Magazin	Attraktives, modernes Umfeld zur Positionierung des Lehrerberufs; hohe Auflage im urbanen Raum
Name des Mediums	Begründung der Wahl des Mediums
Trend Premium	Information im "Oberösterreich Magazin" als Beilage

Name des Mediums	Begründung
NEWS	Information im "Oberösterreich Magazin" als Beilage
GUSTO	Attraktives Lifestyle-Umfeld zur Positionierung des Lehrerberufs
Autorevue	Information im "Oberösterreich Magazin" als Beilage
yachtrevue	Information im "Oberösterreich Magazin" als Beilage
Woman BALANCE	Information im "Oberösterreich Magazin" als Beilage

7.3. OOH (Out-of-Home / Außenwerbung)

Tabelle 3 Begründung für die Auswahl von OOH-Medien

Name des Mediums	Begründung
Kinowerbung	Ansprache einer jungen Zielgruppe
Veranstaltung "Supercoach"	Präsentation des Lehrerberufs vor Ort

7.4. Online

Tabelle 4 Begründung für die Auswahl von Online-Medien

Name des Mediums	Begründung
derstandard.at	Hohe Reichweite, sehr intensive Interaktion, bildungsaffin
gemeinsamerleben.at	Börse für Kontakte zu Menschen mit gemeinsamen Interessen
gutekueche.at	Attraktives Lifestyle-Umfeld zur Positionierung des Lehrerberufs
heute.at	Hohe Reichweite, Ansprache der jungen Zielgruppe
krone.at	Hohe Reichweite
nachrichten.at	Hohe Reichweite
noen.at	Abdeckung des Grenzgebiets zwischen OÖ und NÖ

Name des Mediums	Begründung
oe24.at	Hohe Reichweite
orf.at	Sehr hohe Reichweite, bildungsaffin
puls24.at	bildungsaffin
salzburg24.at	Abdeckung des Grenzgebiets zwischen OÖ und Sbg
tele.at	Breite Nutzung
tvheute.at	Breite Nutzung
tv-media.at	Breite Nutzung
weekend.at	Attraktives Lifestyle-Umfeld zur Positionierung des Lehrerberufs
Programmatische Werbung	Breite Streuung in den Zielgruppen

7.5. SEA (Search Engine Advertising / Suchmaschinen-Werbung)

Tabelle 5 Begründung für die Auswahl von SEA-Medien

Name des Mediums	Begründung
Name des Mediums	Begründung der Wahl des Mediums

7.6. Social Media

Tabelle 6 Begründung für die Auswahl von Sozialen-Medien

Name des Mediums	Begründung
Facebook	Hohe Reichweite in der mittleren Zielgruppe
Instagram	Hohe Reichweite in der jungen Zielgruppe
Youtube	Hohe Reichweite; Darstellung des Lehrerberufs im Bewegtbild

7.7. TV

Tabelle 7 Begründung für die Auswahl von TV-Medien

Name des Mediums	Begründung
LT1	Hohe Reichweite in OÖ, entsprechende Bildungsformate

8. Darstellung der zum Einsatz gelangten Sujets

Abbildung 1: Hauptsujet 1



REICHLUNDPARTNER

Lias, Volksschullehrin

**Zeige Kindern das Zählen.
Und alles, was sonst noch zählt.**

Engeltliche Einschaltung



Kompetenzen fördern und Zukunft gestalten –
Lehrer:in ist ein Beruf mit Perspektive, der nie langweilig wird.
Mehr Infos unter www.bildung-ooe.gv.at

Bildungsdirektion
Oberösterreich



Abbildung 1: Hauptsujet 1



REICHLUNDPARTNER

Christian R., Querspielsieger

**Bereite Kinder auf die Welt
von morgen vor. Als Lehrer:in.**

Engeltliche Einschaltung



Kompetenzen fördern und Zukunft gestalten –
Lehrer:in ist ein Beruf mit Perspektive, der nie langweilig wird.
Mehr Infos unter www.bildung-ooe.gv.at

Bildungsdirektion
Oberösterreich



Abbildung 1: Hauptsujet 1

REICHSPARTNER



Dieter A., Mittelschullehrer

**JETZT
LEHRER:IN
WERDEN.**

Schlage ein neues Kapitel auf. Als Lehrer:in.

Engeltliche Eineschaltung



Kompetenzen fördern und Zukunft gestalten –
Lehrer:in ist ein Beruf mit Perspektive, der nie langweilig wird.
Mehr Infos unter www.bildung-ooe.gv.at

Bildungsdirektion
Oberösterreich




Abbildung 1: Hauptsujet 1

REICHSPARTNER



Lara L., Mittelschullehrerin

**JETZT
LEHRER:IN
WERDEN.**

Bewege was als Lehrer:in.

Engeltliche Eineschaltung



Kompetenzen fördern und Zukunft gestalten –
Lehrer:in ist ein Beruf mit Perspektive, der nie langweilig wird.
Mehr Infos unter www.bildung-ooe.gv.at

Bildungsdirektion
Oberösterreich




Abbildung 1: Hauptsujet 1



Christoph W., Berufsschullehrer



**JETZT
LEHRER:IN
WERDEN.**

Lehrer:innen geben die Werkzeuge fürs Leben mit.

Engeltliche-Einschaltung



Kompetenzen fördern und Zukunft gestalten –
Lehrer:in ist ein Beruf mit Perspektive, der nie langweilig wird.
Mehr Infos unter www.bildung-ooe.gv.at

 **Bildungsdirektion**
Oberösterreich

