

Ausschusssitzung vom 8. September 2022

Frage Nr. 1105 von Herrn Kraft (CSP)

Thema: Werbeaktivität zur Schuleinschreibung

Es gilt das gesprochene Wort!

Sommerzeit ist Einschreibzeit in den ostbelgischen Schulen. Es gehört traditionell auch dazu, dass die Schulen ihr Bildungsangebot z.B. in den ostbelgischen kostenlosen Printmedien veröffentlichen. In den letzten Jahren kann man jedoch feststellen, dass die Werbeaktionen der verschiedenen Schulen deutlich zunehmen. Online-Werbebanner, Präsente, spektakuläre Tombola-Preise und sogar kostenintensive Radiowerbung beim BRF gehörten dieses Jahr zu den ergriffenen Mitteln. In den sozialen Netzwerken war schon von einer „Werbeschlacht“ die Rede.

Da der Finanzierungsschlüssel der Schulen und das Stundenkapital an die Schülerzahlen gebunden sind, haben die Schulen sicherlich auch ein finanzielles Interesse möglichst viele SchülerInnen aktiv für sich zu gewinnen.

Dadurch kann der Eindruck bei den Familien entstehen, dass die Priorität der Schulen auf den Einschreibbezahlen und nicht auf der Qualität des Bildungsangebots liegt.

Dazu meine Frage:

1. Werden den Schulen finanzielle Mittel gewährt, um Werbeaktionen zu finanzieren?
2. Welche Summen haben die Sekundarschulen des GUW im Frühjahr 2022 jeweils in die Werbung Formen investiert?
3. Hat die Regierung Interesse daran, dass sich die Familien neutral und ausgewogen über die Angebote aller Schulen in der DG informieren können?

Antwort

Sehr geehrte Frau Vorsitzende,
sehr geehrte Kolleginnen und Kollegen,

die Schulen können die Mittel, die sie in Form der Funktionssubvention bzw. der Dotation erhalten, für Werbezwecke verwenden. Zusätzliche Mittel stehen dafür nicht zur Verfügung, jedoch weise ich erneut darauf hin, dass die Funktionssubventionen für die Sekundarschulen, die das freie subventionierte Unterrichtswesen erhält, erst im vergangenen Jahr um 15% angehoben wurden.

Die G UW-Sekundarschulen haben im Frühjahr 2022 folgende Mittel in die Bewerbung ihrer Schule investiert:

- César-Franck-Athenäum Kelmis: 2.508,64€ €
- Königliches Athenäum Eupen: 4.751,67€
- Robert-Schuman-Institut: 2.878,20€
- Königliches Athenäum St. Vith: 4.778,90€

Herr Kraft, Sie fragen lediglich nach den Ausgaben der G UW-Schulen. Die Beträge, die die freien Sekundarschulen für die Bewerbung ihrer Schulen ausgeben, sind uns nicht bekannt. Eine Vergleichbarkeit der Ausgaben ist daher nicht möglich, sodass diese Zahlen allein wenig aussagekräftig sind.

Der Regierung ist natürlich daran gelegen, dass die Schulen den Eltern korrekte und sachdienliche Informationen erteilen und sich in ihrer Vielfalt und Einzigartigkeit präsentieren können, damit die Eltern die richtige Entscheidung für ihr Kind treffen

können. Das setzt voraus, dass jede einzelne Schule das Recht hat, Werbung in eigener Sache zu machen. Der dekretale Rahmen zu Werbemaßnahmen von Schulen gibt ledig an, dass der unlautere Wettbewerb zwischen den Schulen und politische Propaganda verboten sind. Wenn also Schulen Werbung machen, ohne Unwahrheiten zu verbreiten oder andere in ein schlechtes Licht zu rücken, ist das Teil der Autonomie der Schulen und in meinen Augen nicht verwerflich.

Die Eltern haben das Recht auf freie Schulwahl. Dazu gehört auch die Verantwortung, sich zu informieren. Auf welchem Wege sie das tun, ist ihnen überlassen. Ich habe aber Vertrauen in die Eltern, dass sie die Schule für ihre Kinder nicht wegen Tombola-Preisen wählen, sondern anhand anderer Kriterien entscheiden wie zum Beispiel Übereinstimmung mit dem Schulprojekt, Wahlmöglichkeiten und Qualität der Bildungsangebote.

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.