



Ministerium für Arbeit, Soziales, Transformation und Digitalisierung  
Postfach 31 80 | 55021 Mainz

Vorsitzender des  
Ausschusses für Arbeit, Soziales, Pflege  
und Transformation  
Herrn Michael Hüttner, MdL  
Landtag Rheinland-Pfalz  
55116 Mainz

LANDTAG  
Rheinland-Pfalz  
**18/8463**  
VORLAGE

**DIE MINISTERIN**

Bauhofstraße 9  
55116 Mainz  
Telefon 06131 16-0  
Telefax 06131 16-2452  
Mail: [poststelle@mastd.rlp.de](mailto:poststelle@mastd.rlp.de)  
[www.mastd.rlp.de](http://www.mastd.rlp.de)

19. Januar 2026

<b>Mein Aktenzeichen</b> PuK	<b>Ihr Schreiben vom</b>	<b>Ansprechpartner/-in / E-Mail</b> Dagmar Rhein-Schwabenbauer <a href="mailto:Dagmar.Rhein@mastd.rlp.de">Dagmar.Rhein@mastd.rlp.de</a>	<b>Telefon / Fax</b> 06131 16-2415
---------------------------------	--------------------------	---	---------------------------------------

**40. Sitzung des Ausschusses für Arbeit, Soziales, Pflege und Transformation am  
14. Januar 2026**

**hier: TOP 9**

**Sachstand zur Umsetzung einer Online-Kampagne zur finanziellen  
Bildung**

**Antrag der Fraktion der FDP, Vorlage 18/8401**

Sehr geehrter Herr Vorsitzender Hüttner,

anlässlich der Erörterung des oben genannten Tagesordnungspunktes in der  
40. Sitzung des Ausschusses für Arbeit, Soziales, Pflege und Transformation am  
14. Januar 2026 habe ich zugesagt, den Mitgliedern des Ausschusses meinen  
Sprechvermerk zur Verfügung zu stellen.

Eine entsprechende Ausfertigung ist als Anlage beigefügt.

Mit freundlichen Grüßen

Dörte Schall



641

Mainz, den 8. Januar 2026  
Bearbeiterin: Jenna Grundmann  
☎ 06131 16-5043

## Sprechvermerk

### **40. Sitzung des Ausschusses für Arbeit, Soziales, Pflege und Transformation am 14. Januar 2026**

hier: TOP 9

**Sachstand zur Umsetzung einer Online-Kampagne zur finanziellen  
Bildung**

**Antrag der Fraktion der FDP, Vorlage 18/8401**

Sehr geehrter Herr Vorsitzender Hüttner,  
sehr geehrte Damen und Herren Abgeordnete,

gerne berichte ich über den aktuellen Umsetzungsstand der Online-Kampagne zur finanziellen Bildung von und für junge Menschen, für die im Doppelhaushalt 2025/2026 entsprechende Mittel vorgesehen sind. Das Ziel der Kampagne ist es, junge Menschen niedrigschwellig zu erreichen und ihre finanzielle Bildung sowie ihre ökonomische Handlungskompetenz zu stärken.

Vor diesem Hintergrund wurde entschieden, dem Projekt einen Ideenwettbewerb vorzuschalten. Ziel ist es, frühzeitig unterschiedliche kreative Ansätze für eine zielgruppengerechte Ansprache zu gewinnen und zugleich die Perspektiven junger Menschen selbst in die Konzeption einzubeziehen. Gerade bei digitalen Formaten und Social-Media-Angeboten ist es entscheidend, Sprache, Tonalität und Bildwelten passgenau an den Lebensrealitäten der Zielgruppe auszurichten. Durch den Wettbewerb wird sichergestellt, dass die spätere Kampagne nicht „für“, sondern möglichst „mit“ jungen Menschen entwickelt wird und eine hohe Akzeptanz sowie Reichweite erzielt.



Dem entsprechend wurde im Frühjahr 2025 eine Zusammenarbeit mit der Hochschule Mainz, Fachbereich Gestaltung und Mediendesign, angebahnt. In einem intensiven fachlichen Austausch zwischen dem Ministerium und den betreffenden Professorinnen und Professoren der Hochschule bestand inhaltlich und konzeptionell Einigkeit über Zielsetzung und Grundstruktur des Projekts.

Seitens der Hochschule wurde im Sommer 2025 ein erstes inhaltliches Konzept vorgelegt, das die Durchführung eines studentischen Ideenwettbewerbs vorsieht.

Die Studierenden sollen im Rahmen des Ideenwettbewerbs unter anderem darstellen, welche Zielgruppen konkret erreicht werden sollen und über welche Formate dies am besten gelingt, welche inhaltlichen Schwerpunkte der finanziellen Bildung gesetzt werden, welche Tonalität und welches gestalterische Erscheinungsbild geeignet sind und über welche Plattformen - etwa kurze Videoformate, Social-Media-Reihen oder Gamification-Ansätze - die Inhalte vermittelt werden können.

Die Bewertung der eingereichten Konzepte soll anhand klarer Kriterien, wie Zielgruppenpassung, Verständlichkeit, Machbarkeit und Medienadäquanz, erfolgen.

Die besten drei Einreichungen sind nach gemeinsamer Auswahl durch das Ministerium und die Hochschule Mainz zur Prämierung vorgesehen und das überzeugendste Konzept soll gemeinsam mit der Hochschule im weiteren Verlauf umgesetzt werden.

Ursprünglich war geplant, den Wettbewerb nach Start des Wintersemesters ab November 2025 durchzuführen, um im Anschluss an die Prämierung ab dem Frühjahr 2026 ein ausgewähltes Konzept gemeinsam mit der Hochschule Mainz umzusetzen.

Kurz vor dem geplanten Beginn des Vorhabens kam es jedoch auf Seiten der Hochschulverwaltung zu einer Neubewertung vergabe- und zuwendungsrechtlicher Fragestellungen. Vor diesem Hintergrund erklärte die Hochschule, zunächst die Durchführung des Ideenwettbewerbs als erste, eigenständige Projektstufe übernehmen zu wollen. Seitens der Hochschule wird angeregt, die mögliche Umsetzung des Siegerkonzepts in einem gesonderten, klar abgegrenzten zweiten Schritt weiterzuverfolgen.



Trotz des damit verbundenen Risikos, dass zunächst „nur“ konzeptionelle Ergebnisse vorliegen, hat sich das Ministerium nach interner Klärung dafür entschieden, den vorgeschlagenen Weg zur Fortführung des Projekts zu gehen. Aktuell ergaben sich zeitliche Verzögerungen durch einen Cyberangriff auf die Hochschule Mainz.

Derzeit warten wir auf die Vorlage des aktualisierten Projektantrags der Hochschule zur Durchführung des Ideenwettbewerbs. Nach Eingang und Prüfung des Antrags soll der Wettbewerb zeitnah gestartet werden. Parallel wird geprüft, wie auf Grundlage der Wettbewerbsergebnisse perspektivisch die entsprechende Umsetzung der Online-Kampagne ermöglicht werden kann.

Nicht verbrauchte Haushaltsmittel können bei Bedarf in die folgenden Haushaltsjahre übertragen werden, sodass der zeitliche Verzug keine nachteiligen Auswirkungen auf die grundsätzliche Umsetzung und die Verwendung der bereitgestellten Mittel hat.

Trotz der zeitlichen Verschiebungen bietet der eingeschlagene Weg weiterhin gute Voraussetzungen, um gemeinsam mit der Hochschule Mainz auf einer soliden konzeptionellen Grundlage eine wirksame und zielgruppengerechte Online-Kampagne zur Schuldenprävention bei jungen Menschen umzusetzen.

Vielen Dank.