Universitäres Ausbildungszentrum für Gesundheitsberufe
Landesfachhochschule für Gesundheitsberufe

claudiana

Polo Universitario delle Professioni Sanitarie
Scuola Provinciale Superiore di Sanità

Beschluss der Landesfachhochschule		Delibera della Scuola Provinciale Superiore di Sanità
Nr.	**04**	n.
Sitzung vom		Seduta del

16.02.2026

			A	EA	UA
Mitglieder des Verwaltungsrates:		Membri del Consiglio:			
Präsident	**Prof. DDr. Klaus Eisendle**	Presidente	**X**		
Präsident Institut für die Sonderausbildung in Allgemeinmedizin	**Dr. Doris Hage Prainsack**	Presidente Centro per la formazione specifica in medicina generale	**X**		
Mitglied	**Avv. Chiara Bombardelli**	Membro	**X**		
Mitglieder mit beratender Stimme:		Membri con voto di diritto consultivo			
Direktor	**Dr. Guido Bocchio**	Direttore	**X**		
Mitglieder Rechnungsprüfer:		Membri revisori dei conti:			
	Dr.ssa Giulia Albano		**X**		
	Dr. Enrico Gastaldelli			**X**	
	Dr. David Feichter			**X**	

Die Funktion des Sekretärs wird ausgeführt von: Avv. Chiara Bombardelli — Le funzioni di Segretario sono svolte da:

Landesfachhochschule für Gesundheitsberufe
L.-Böhler-Straße 13 - 39100 Bozen

Scuola Provinciale Superiore di Sanità
Via L. Böhler, 13 - 39100 Bolzano

Legende/Legenda: (A: anwesend/presenti); (EA: entschuldigt abwesend/assenti giustificati); (UA: unentschuldigt abwesend/assenti ingiustificati)

Betreff: Genehmigung des Kommunikationsplans 2026

Im Hinblick auf den Beschluss der Landesregierung Nr. 1178 vom 24.11.2020, mit dem der Landesfachhochschule für Gesundheit der Ausbildungsauftrag für die Aktivierung von Studiengängen in den Gesundheitsberufen und dem Institut für Allgemeinmedizin die Zuständigkeit für die spezifische Ausbildung in der Allgemeinmedizin übertragen wurde;

in Anwendung von Art. 1 Absatz 6 des Statuts, welcher der Landesfachhochschule für Gesundheitsberufe die Aufgabe zuweist, das Bildungsangebot nach außen zu tragen und darüber zu informieren;

Oggetto: Approvazione del piano della comunicazione per il 2026

Vista la delibera della Giunta provinciale n. 1178 del 24.11.2020 che assegna alla Scuola Provinciale Superiore di sanità l'incarico formativo per l'attivazione dei corsi di laurea delle professioni sanitarie e all'Istituto di Medicina generale competenze per la formazione specifica in Medicina generale;

in applicazione dell'art. 1 comma 6 dello Statuto, il quale assegna alla Scuola Provinciale Superiore di sanità compiti di orientamento ed informazione dell'offerta formativa verso l'esterno;

Lorenz-Böhler-Straße 13 39100 Bozen Via Lorenz Böhler 13 39100 Bolzano
Tel. +39 0471 067 300 – Fax 0471 067 310 e-mail: info@claudiana.bz.it - **Direktion** **Direzione** - Tel. +39 0471 067 300 – Fax 0471 067 310 e-mail: info@claudiana.bz.it
Tel. +39 0471 067 200 – Fax 0471 067 240/340 e-mail: secretary@claudiana.bz.it - **Sekretariat** **Segreteria** - Tel. +39 0471 067 200 – Fax 0471 067 240/340 e-mail: secretary@claudiana.bz.it
Internet: www.claudiana.bz.it

festgestellt, dass das Programm der Laureatstudiengänge und der Allgemeinmedizin dem großen Bedarf an Fachpersonal von Seiten der Sanitätsdienste des Landes Südtirol entspricht;

considerato che il programma dei corsi di laurea e della formazione in Medicina generale risponde alla grande richiesta da parte dei servizi sanitari della provincia di Bolzano di professionisti in diversi ambiti;

angemerkt, dass es im Interesse der Landesfachhochschule und des Sanitätsbetriebes ist, Studienplätze mit jungen Menschen zu besetzen und ihnen die Gesundheitsberufe schmackhaft zu machen;

considerato che è interesse della Giunta provinciale, della Scuola e dell' Azienda sanitaria occupare i posti di studio disponibili per avviare i giovani alle varie professioni ed inserirli in futuro all'interno delle strutture socio sanitarie della provincia;

aufgrund des vom zuständigen Landesrat angeforderten und am 01.02.2022 unterzeichneten Protokolls, in dem diese Verwaltung angewiesen wird, durch verschiedene Kommunikationsinitiativen gegenüber potenziellen Nutzern tätig zu werden;

facendo seguito al protocollo sollecitato dall'Assessorato competente e firmato in data 01.02.2022 nel quale questa amministrazione viene incaricata di attivarsi mediante diverse iniziative di comunicazione verso i potenziali utenti;

festgestellt, dass es also wichtig ist, junge Oberschüler über eine Orientierungskampagne zu informieren und vor allem jene im Maturajahr, die über ihren weiteren Ausbildungsweg entscheiden sollen und Medizinabsolventen, die möglicherweise an einer spezifischen Ausbildung interessiert sind;

considerato quanto risulta quindi importante informare tramite attività mirate di orientamento e campagne di informazione i giovani delle scuole superiori, soprattutto del quinto anno, i quali dovranno scegliere il proprio percorso di studi ed i laureati in medicina potenzialmente interessati alla formazione specifica;

angemerkt, dass es entscheidend ist, über alle Medien die für die gesamte Südtiroler Bevölkerung nützlichen Informationen zur Wahl der Studienrichtung zu verbreiten, wie bereits alle Oberschulen und Universitäten das regelmäßig tun;

considerato che risulta inoltre fondamentale utilizzare i vari media disponibili per trasmettere alla popolazione della provincia di Bolzano le informazioni utili alla scelta del percorso di studi, come già tutte le scuole superiori e l'Università regolarmente fanno;

festgestellt, dass in Ermangelung einer solchen Informationskampagne, das Risiko besteht, die freien Studienplätze in den nächsten Jahren nicht zu besetzen und dass damit dem Südtiroler Sanitätsbetrieb für die zuständigen Dienststellen ein großer Schaden angetan wird;

preso atto che in assenza di una tale campagna d'informazione, vi è il rischio che i posti di studio vacanti non vengano occupati nei prossimi anni e che ciò provochi un grande danno all'Azienda Sanitaria dell'Alto Adige e per i relativi servizi;

die notwendigen Maßnahmen eingerichtet, um einen institutionellen Kommunikations- und Beratungsdienst für Claudiana und das Institut für Allgemeinmedizin zu gewährleisten, insbesondere durch Kampagnen in den sozialen Medien, Printmedien, Radiokino, durch die Erstellung neuer Fotos für neue Webseiten, durch Pressekampagnen und Aktionen in Schulen und andere im beigefügten Dokument enthaltene Aktivitäten;

stabilite le attività necessarie al fine di garantire un servizio di comunicazione istituzionale e di orientamento per la Claudiana e per l'Istituto di Medicina generale, nello specifico attraverso campagne sui social media, di stampa, radio cinema, attraverso la produzione di nuove foto per le nuove pagine web, mediante campagne di stampa e azioni nelle scuole e altre attività contenute nel documento allegato;

nach Überprüfung der finanziellen Deckung im Budget;

verificata la disponibilità finanziaria all'interno del Budget;

dies alles vorausgeschickt

tutto ciò premesso il Consiglio della Scuola all'unanimità dei voti

Lorenz-Böhler-Straße 13 39100 Bozen Via Lorenz Böhler 13 39100 Bolzano
Tel. +39 0471 067 300 – Fax 0471 067 310 e-mail: info@claudiana.bz.it **- Direktion** **Direzione** - Tel. +39 0471 067 300 – Fax 0471 067 310 e-mail: info@claudiana.bz.it
Tel. +39 0471 067 200 – Fax 0471 067 240/340 e-mail: secretary@claudiana.bz.it - **Sekretariat** **Segreteria** - Tel. +39 0471 067 200 – Fax 0471 067 240/340 e-mail: secretary@claudiana.bz.it
Internet: www.claudiana.bz.it

b e s c h l i e ß t

der Verwaltungsrat mit Stimmeneinhelligkeit

- den beigefügten "Kommunikationsplan 2026" den für einen Höchstbetrag von voraussichtlich € 240.000,00 + MwSt. für Claudiana, und von € 115.000,00 für das Institut für Allgemeinmedizin, zu genehmigen;

- die Werbespots bei den aufgelisteten Verlagen und bei den Media zu den festgelegten Beträgen einzukaufen;

- die ausgewählten Unternehmen mit der Produktion von Videos, Werbematerial, Informationskampagnen auf spezialisierten Portalen, Kinos und anderen im Kommunikationsplan 2026 genannten Instrumenten zu beauftragen;

- die entsprechenden Kosten dem Konto "Werbung" des Haushaltsplans 2026 zuzuweisen;
- den Direktor und den Präsidenten zu beauftragen, diesen Plan umzusetzen.

Gegenständliche Maßnahme ist mit Rekurs innerhalb der Verfallsfrist von 60 Tagen, ab dem Zeitpunkt, in dem der Betroffene volle Kenntnis davon erlangt hat, vor dem Regionalen Verwaltungsgericht der Autonomen Provinz Bozen anfechtbar.

d e l i b e r a

- di approvare l'allegato "Piano della comunicazione 2026" con le attività in esso contenute, per un importo previsto pari a € 240.000,00 + Iva per la Claudiana e a € 115.000,00 + Iva per l'Istituto di Medicina generale;

-di procedere ad acquistare spazi pubblicitari presso le testate giornalistiche e riviste locali elencate nel piano, unitamente agli importi relativi;

-di procedere agli incarichi delle aziende selezionate per la produzione di video, di materiale pubblicitario, per lo svolgimento delle campagne informative su portali specializzati, cinema e altri strumenti come individuati nel piano della comunicazione 2026;

- di imputare il relativo costo al conto "pubblicità" del Budget 2026;

- di dare mandato al Direttore di dare applicazione al presente piano.

Il presente provvedimento è impugnabile con ricorso da proporsi nel termine perentorio di 60 giorni, decorrenti dalla piena conoscenza del provvedimento medesimo, avanti al Tribunale Amministrativo Regionale della Provincia Autonoma di Bolzano.

Der Präsident / Il Presidente
Prof. Mag. Dr. Dr. Klaus Eisendle, MBA

Die Sekretärin / La Segretaria
Avv. Chiara Bombardelli

CHIARA
BOMBARDELLI
17.05.2026
19:03:52
GMT+02:00

Allegato

Firmatario: Klaus Eisendle
Data: 18/05/2026 14:37:50
CEST

Lorenz-Böhler-Straße 13 39100 Bozen Via Lorenz Böhler 13 39100 Bolzano
Tel. +39 0471 067 300 – Fax 0471 067 310 e-mail: info@claudiana.bz.it **- Direktion** **Direzione** - Tel. +39 0471 067 300 – Fax 0471 067 310 e-mail: info@claudiana.bz.it
Tel. +39 0471 067 200 – Fax 0471 067 240/340 e-mail: secretary@claudiana.bz.it - **Sekretariat** **Segreteria** - Tel. +39 0471 067 200 – Fax 0471 067 240/340 e-mail: secretary@claudiana.bz.it
Internet: www.claudiana.bz.it

Polo Universitario delle Professioni Sanitarie Claudiana
Piano comunicazione 2026

16.02.2026

claudiana
Universitäres Ausbildungszentrum für Gesundheitsberufe
Polo Universitario delle Professioni Sanitarie
University Center for Health Professions

APPROCIO GENERALE

Il Piano di Comunicazione 2026 punta a consolidare i canali esistenti implementando al contempo nuove strategie comunicative in linea con le moderne tendenze digitali, così da promuovere in modo ottimale l'offerta formativa e i servizi a supporto per studenti del Polo Universitario Claudiana.
L'obiettivo è strutturare una comunicazione integrata plurilingue e multicanale capace di informare, suscitare interesse e coinvolgere emotivamente, i futuri studenti e le famiglie non solo in Alto Adige, ma su scala nazionale e internazionale, ma anche di fungere da mezzo strategico per accrescere la visibilità del Polo, presso le istituzioni accademiche italiane ed estere.
Il piano comunicazione 2026 punta a promuovere un'immagine del Polo Universitario che sia al contempo autorevole e positiva, capace di riflettere il solido profilo scientifico che costituisce l'essenza stessa della sua proposta formativa. Attraverso una veste grafica che ne garantisce l'immediata riconoscibilità del brand e di contenuti coordinati, si intende dunque comunicare l'eccellenza della ricerca e della didattica, trasformando ogni attività in un veicolo che consolidi e promuova il Polo universitario Claudiana quale polo accademico di eccellenza e punto di riferimento autorevole nel settore della formazione sanitaria in Alto Adige.

Le campagne pubblicitarie del Polo Universitario Claudiana si articolano strategicamente in tre momenti chiave dell'anno, autunno con le prime attività di orientamento, in primavera e in estate, dedicato al periodo delle iscrizioni, con una diffusione capillare che abbraccia l'intero territorio dell'Alto Adige il resto d'Italia e l'Austria, con l'obiettivo di massimizzare la visibilità della Claudiana e catalizzare l'attenzione sull'offerta formativa. Questa comunicazione multicanale si diffonde capillarmente attraverso interventi diretti nelle scuole, la partecipazione alle principali fiere di settore, integrando una presenza dinamica su radio e stampa tradizionale oltre che su circuiti di stampa digitale , su treni, nei centri commerciali. Per interagire efficacemente con il target primario è fondamentale proiettare un'immagine moderna, accattivante e ad alto valore informativo attraverso il costante aggiornamento degli strumenti di presentazione che riflettono l'eccellenza e l'innovazione del Polo Universitario. Questa strategia si concretizza in una dotazione completa che integra schede tecniche dei corsi di laurea e flyer informativi , segnalibri dotati di codici QR per un accesso immediato e digitale alle informazioni. L'impatto visivo e la riconoscibilità del marchio vengono ulteriormente garantiti dall'impiego di banner e merchandising istituzionale appositamente progettato, oltre gli allestimenti e grafiche dedicate per le fiere (Futurum, Job Orienta di Verona, Best Innsbruck ecc. e gli open day), garantendo in questo modo un'immagine coordinata e di alto profilo durante ogni momento di confronto e contatto diretto con i potenziali iscritti.
Canali di comunicazione: l Piano di Comunicazione 2026 implementa un sistema capillare di attività di divulgazione e campagne promozionali che si sviluppano lungo tutto l'arco dell'anno per garantire una sensibilizzazione costante e un'informazione puntuale verso ogni categoria di stakeholder. Questo approccio strategico integra le iniziative interne al Polo con un solido programma di orientamento sia indoor sia outdoor, che include Open Day e la partecipazione a fiere di settore per promuovere efficacemente l'offerta formativa e l'intero ecosistema di servizi a supporto dello studente. La diffusione dei contenuti avviene attraverso un mix mediatico cross-canale che comprende la presenza su stampa, radio e tv locale e nazionale, affiancata da una comunicazione outdoor di grande impatto visivo su treni, cinema e pensiline pubblicitarie, per massimizzare la visibilità del brand. Parallelamente l'attività digitale viene potenziata tramite l'uso di YouTube e dei principali

Lorenz-Böhler-Straße 13 39100 Bozen Via Lorenz Böhler 13 39100 Bolzano
Tel. +39 0471 067 300 – Fax 0471 067 310 e-mail: info@claudiana.bz.it **- Direktion** **Direzione** - Tel. +39 0471 067 300 – Fax 0471 067 310 e-mail: info@claudiana.bz.it
Tel. +39 0471 067 200 – Fax 0471 067 240/340 e-mail: secretary@claudiana.bz.it - **Sekretariat** **Segreteria** - Tel. +39 0471 067 200 – Fax 0471 067 240/340 e-mail: secretary@claudiana.bz.it
Internet: www.claudiana.bz.it

social network per il coinvolgimento dei giovani, mentre l'utilizzo di piattaforme come Zoom per i webinar assicura un dialogo diretto e multilingue per i futuri studenti anche a livello transfrontaliero.
Infatti**,** un ruolo cruciale e di sviluppo nel Piano di Comunicazione 2026 è affidato ai social media, i quali agiscono come strumenti fondamentali per massimizzare la copertura e interagire direttamente con un target profilato tra i 17 e i 35 anni residente nelle aree di lingua italiana, tedesca e inglese. Attraverso l'implementazione di campagne mirate su Facebook, Instagram, LinkedIn e TikTok, la strategia punta a catturare l'attenzione degli utenti mediante l'uso di contenuti visuali dinamici capaci di supportare i futuri studenti nel loro processo decisionale. Ogni piattaforma viene utilizzata per offrire uno sguardo autentico e costante sulle diverse attività proposte da Claudiana, integrando lo storytelling della vita universitaria su Instagram e TikTok con il consolidamento del profilo scientifico e professionale su LinkedIn e la comunicazione informativa su Facebook. L'obiettivo finale di questa presenza multicanale è consolidare la community digitale, incrementando costantemente il numero di follower e stimolando un coinvolgimento attivo e duraturo degli stessi follower.
La gestione dei canali social: Social media Manager, è affidato a persona esterna tramite incarico treinnale.

Il Piano di Comunicazione 2026 inoltre attribuisce un valore strategico al presidio dei luoghi di aggregazione digitale e fisica frequentati dalle nuove generazioni, consolidando la presenza del Polo Universitario Claudiana all'interno del tessuto associativo e istituzionale giovanile Altoatesino, attraverso il potenziamento delle sinergie con partner chiave come la Südtiroler Hochschülerinnenschaft (sh.asus) e il Movimento Universitario Altoatesino (MUA). Il servizio Orientamento Claudiana punta a una capillarità informativa che parli il linguaggio diretto degli studenti, facilitando l'accesso all'offerta formativa grazie alla stretta collaborazione anche con l'Ufficio Orientamento scolastico e professionale della Provincia Autonoma di Bolzano e a una rete capillare di docenti orientatori in tutte le scuole superiori di lingua italiana e tedesca, sia in Alto Adige sia fuori provincia. Questa attività di orientamento si concretizza in progetti mirati come **"Claudiana entra a scuola"** e i percorsi di **Formazione scuola-lavoro (FSL),** supportati dalla produzione di materiali di divulgazione di alta qualità quali flyer e libretti informativi bilingue che rendono tangibili l'eccellenza della didattica e i servizi di supporto. L'integrazione con strumenti digitali come Youth App e Inside - Events & Culture completa questa strategia, consentendo di intercettare i futuri professionisti della salute in contesti informali e dinamici e trasformando ogni materiale informativo in un veicolo di fiducia che riafferma il profilo scientifico del Polo. Questa architettura di relazioni e strumenti assicura che l'identità di Claudiana sia percepita come una realtà vicina, autorevole e accessibile, rafforzando il legame con i giovani e le famiglie attraverso un dialogo multilingue onnipresente nel panorama formativo.

Il sito istituzionale: il costante sviluppo del sito è fondamentale perché consolida il portale come veicolo di comunicazione imprescindibile per tutti gli stakeholder rendendo la navigazione intuitiva e di alto valore informativo sia per la diffusione degli eventi sia per la conoscenza approfondita dell'intera offerta formativa. Infatti, l'ecosistema digitale della Claudiana non è solo un sito internet ma un ambiente di cooperazione aperto e dinamico che integra servizi amministrativi, didattici e informativi in un'unica architettura fluida e trilingue. Questo sistema permette a tutti gli stakeholder di interagire con il Polo Universitario in modo trasparente attraverso una rete di strumenti ottimizzati che riflettono l'eccellenza scientifica e l'innovazione tecnologica dell'istituzione:

- **Accessibilità e Multilinguismo:** contenuti in italiano, tedesco e inglese che abbattono le barriere d'accesso e supportano il trilinguismo funzionale , richiesto per i test di idoneità e l'ammissione ai corsi di laurea.
- **Servizi Online Integrati:** digitalizzazione dei processi di iscrizione per i corsi di laurea e gestione delle procedure per master e formazione specifica, come il corso in Medicina Generale
- **Supporto alla Comunità Accademica:** risorse dedicate come il portale per gli studenti, l'accesso alle postazioni internet della biblioteca e strumenti di orientamento come per es. i webinar "Time to Ask" e colloqui di orientamento.
- **Comunicazione Strategica:** un hub centrale per la diffusione di eventi e news che garantisce la correttezza e l'attualità delle informazioni, consolidando la Claudiana come punto di riferimento autorevole per il personale sanitario e i futuri professionisti

Lorenz-Böhler-Straße 13 39100 Bozen Via Lorenz Böhler 13 39100 Bolzano
Tel. +39 0471 067 300 – Fax 0471 067 310 e-mail: info@claudiana.bz.it **- Direktion** **Direzione** - Tel. +39 0471 067 300 – Fax 0471 067 310 e-mail: info@claudiana.bz.it
Tel. +39 0471 067 200 – Fax 0471 067 240/340 e-mail: secretary@claudiana.bz.it - **Sekretariat** **Segreteria** - Tel. +39 0471 067 200 – Fax 0471 067 240/340 e-mail: secretary@claudiana.bz.it
Internet: www.claudiana.bz.it

Questo approccio digitale è coerente con la strategia "Alto Adige Digitale 2022-2026" e gli obiettivi nazionali di transizione digitale, puntando a rendere ogni servizio pubblico essenziale fruibile online con la massima efficacia. Lo sviluppo informatico del sito è affidato a ditta esterna tramite incarico

Contenuti video: Nell'attuale panorama digitale, la produzione di **contenuti video e pillole multimediali** è diventata un pilastro indispensabile per garantire il successo di una campagna di comunicazione a 360 gradi. Attraverso interviste e sequenze dinamiche, i futuri studenti possono visualizzare concretamente il percorso che li attende durante il triennio formativo presso il Polo Universitario.
Oltre all'impiego strategico nelle attività di orientamento come fiere di settore e incontri nelle scuole questi contenuti saranno diffusi capillarmente attraverso il nuovo sito web, i social network e il canale YouTube ufficiale. La strategia di distribuzione prevede inoltre un forte impatto territoriale grazie alla programmazione nelle sale cinematografiche e sui sistemi multimediali dei **treni ecc.,** garantendo così una visibilità costante e cross-mediale." "Per mantenere la propria efficacia comunicativa, i contenuti video devono essere sottoposti a un aggiornamento costante, assicurando che il linguaggio visivo e le informazioni fornite siano sempre in linea con le evoluzioni dei vari profili e/o della formazione proposta e le aspettative del target di interesse.

Foto/immagini: un archivio visivo dinamico e aggiornato è fondamentale per rendere le campagne di comunicazione non solo esteticamente efficaci, ma anche specchio fedele dei nostri standard di eccellenza e frammenti autentici di vita universitaria, permettendo di documentare con trasparenza la realtà didattica e della comunità studentesca di Claudiana. Ritrarre i laboratori, le aule e le interazioni effettive permette ai futuri studenti di proiettarsi concretamente nel contesto formativo, superando gli stereotipi comunicativi e offrendo una testimonianza fedele degli standard di eccellenza della struttura.

Merchandising istituzionale: della Claudiana agisce come un potente veicolo di **appartenenza e** un touchpoint fisico capace di estendere la presenza del brand nella quotidianità di studenti e professionisti. L'integrazione di prodotti funzionali come felpe e borracce, insieme a strumenti d'uso comune come penne, matite, lanyard ecc., trasforma ogni utente in un **ambasciatore del Polo Universitario**, brand awareness durante tutti gli eventi/iniziative promosse da Claudiana

Sintesi preventivo

Media Alpi Pubblicità	Alto Adige Adige Altoadige.it l Adige Corriere dell' Alto Adige Corriere del Trentino Corriere Veneto Corriere.it *triveneto **Radio Dolomiti** QuiBolzano QuiMerano QuiBassaAtesina	58.000,0
Athesia Dolomiten	Dolomiten	30.000,0
Comunicare Oltre	**Radio RTT e Radio RTTR**	3.000,0
First Evenue	• Pubblicità cinematografica Cineplex UCI Bolzano Cineplex Algo Odeon cinecenter Brunico Stella Bressanone • Citylight Poster Bolzano	53.000,0

Lorenz-Böhler-Straße 13 39100 Bozen Via Lorenz Böhler 13 39100 Bolzano
Tel. +39 0471 067 300 – Fax 0471 067 310 e-mail: info@claudiana.bz.it **- Direktion** **Direzione** - Tel. +39 0471 067 300 – Fax 0471 067 310 e-mail: info@claudiana.bz.it
Tel. +39 0471 067 200 – Fax 0471 067 240/340 e-mail: secretary@claudiana.bz.it - **Sekretariat** **Segreteria** - Tel. +39 0471 067 200 – Fax 0471 067 240/340 e-mail: secretary@claudiana.bz.it
Internet: www.claudiana.bz.it

	Bressanone Brunico Alta Pusteria Alta Val Venosta Merano Bassa Atesina Val Gardena Alta Valle Isarco • Centro commerciale Dez Innsbruck • Pubblicità dinamica in Alto Adige Treni Flirt	
Stampa Locale	Vinschger La Usc Di Ladins Brixner FF Media Isarco Osstiroler Bote Pustertaler Zeitung Barfuss Inside Isarco .	40.000,0
Funkhaus Südtirol	**Radio Südtirol 1** **Radio Tirol** **Radio Holiday** **Stadtradio Meran** **Radio Grunden** **radio Grune Welle**	14.000,0
Movie.mento	produzione contenuti video	7.000,0
Merchandising istituzionale	Borracce, Felpe, penne, matite, libretti informativi	15.000,0
Fiere orientamento	Innsbruck, Verona, ecc.	10.000.0
Social	Pubblicazioni sponsorizzate (non organiche)	10.000,0
	Totale	240.000,00

Lorenz-Böhler-Straße 13 39100 Bozen Via Lorenz Böhler 13 39100 Bolzano
Tel. +39 0471 067 300 – Fax 0471 067 310 e-mail: info@claudiana.bz.it **- Direktion** **Direzione** - Tel. +39 0471 067 300 – Fax 0471 067 310 e-mail: info@claudiana.bz.it
Tel. +39 0471 067 200 – Fax 0471 067 240/340 e-mail: secretary@claudiana.bz.it - **Sekretariat** **Segreteria** - Tel. +39 0471 067 200 – Fax 0471 067 240/340 e-mail: secretary@claudiana.bz.it
Internet: www.claudiana.bz.it

INSTITUT FÜR ALLGEMEINMEDIZIN
ISTITUTO DI MEDICINA GENERALE
ISTITUT DE MEDEJINA GENERELA

Institut für Allgemeinmedizin und *Public Health* Bozen (IAM)

Kommunikationsplan 2026

1. State of the Art

Im Jahr 2025 konnte das Institut für Allgemeinmedizin und *Public Health* Bozen (IAM) seine öffentliche Sichtbarkeit durch eine breit angelegte und strategisch aufgebaute Kommunikationsarbeit ausbauen. Die Aktivitäten erstreckten sich sowohl auf etablierte Medienformate – vornehmlich die Tagespresse – als auch auf eine Präsenz im öffentlichen und digitalen Raum. Die Kommunikationsstrategie umfasste 15 Pressemitteilungen, die Organisation einer Medienkonferenz an der „Claudiana" in Bozen sowie eine Reihe eigenrecherchierter *Blog*-Beiträge, die überwiegend in enger und fruchtbarer Kooperation mit dem Forschungskoordinator des IAM, Ex-Primar Univ.-Prof. Dr. Christian Wiedermann, entstanden. Ergänzt wurden diese Inhalte durch *Posts* auf *Social Media* sowie durch verlinkte *Blog*-Artikel. Diese vielfältigen Tätigkeiten trugen dazu bei, die mediale Wahrnehmung der „Marke" IAM zu stärken und dergestalt das Institut als kompetenten *Player* im Bereich der Gesundheitsinformation in Südtirol weiter zu etablieren.[1]

2. Zielsetzung des Kommunikationsplans 2026

Die Tätigkeit des IAM ist wesentlich darauf ausgerichtet, die Zusammenarbeit zwischen Allgemeinmediziner:innen und ihren Patient:innen zu stärken sowie die Gesundheits-kompetenz der Südtiroler Bevölkerung zu fördern. Ärztinnen und Ärzte für Allgemein-medizin sind für viele Menschen die erste medizinische Anlaufstelle, ja nachgerade „Wegweiser auf dem Weg zur Genesung".2 Sie genießen ein besonderes Vertrauen, das eine zentrale Voraussetzung für erfolgreiche Prävention, Aufklärung und Therapie darstellt. Damit Patient:innen gesundheitliche Entscheidungen verantwortungsbewusst treffen können, benötigen sie Zugang zu verlässlichen, wissenschaftlich fundierten und verständlich vermittelten Informationen. Eine gut entwickelte Gesundheitskompetenz entsteht dort, wo medizinisches Wissen nicht nur verfügbar ist, sondern im Alltag nachvollziehbar eingeordnet werden kann. Doch viele Bürger:innen sind just mit dem Einordnen von Informationen und dem Treffen von Entscheidungen überfordert.3

Ärztinnen und Ärzten für Allgemeinmedizin kommt hierbei eine Schlüsselrolle zu, da sie medizinische Information in den individuellen Lebenskontext ihrer Patient:innen einbetten. Die Kommunikationsstrategie des IAM für das Jahr 2026 setzt daher gezielt auf Maßnahmen, die diese ärztliche Vermittlungsfunktion unterstützen und ergänzen. Neben dem Aufbau eines eigenen *Instagram*-Auftritts werden neue Formate der Gesundheits-kommunikation erprobt, darunter das bereits 2025 initiierte Pilotprojekt „Praxis-TV". Die in den Wartesälen von 20 Praxen für Allgemeinmedizin montierten *Infoscreens* werden mit Videos in deutscher und italienischer Sprache (Untertitel, kein Ton) bespielt. Alltagsnah und niedrigschwellig können medizinisch geprüfte Inhalte kontinuierlich bereitgestellt werden. Ziel ist es, Patient:innen bereits vor dem Arztgespräch mit Informationen zu erreichen und somit die ärztliche Beratung zu unterstützen, aber keinesfalls zu ersetzen. Ein solcher Ansatz gewinnt vor der Folie der raschen Verbreitung von medizinischen *Fake News* an großer Bedeutung. Qualitativ gesicherte Inhalte, die im Kontext der allgemein-medizinischen Praxis vermittelt werden, können Orientierung bieten und dazu beitragen, Vertrauen in die evidenzbasierte Medizin zu stärken. Der Kommunikationsplan für 2026 sieht darüber hinaus die Umsetzung einer Kampagne im öffentlichen Raum und

[1] Vgl. hierzu das Pressearchiv des IAM-Kommunikationsreferenten und dessen Quartalsberichte vom 01.03.2025, 02.06.2025, 31.08.2025 und 05.12.2025.

[2] https://www.who.int/europe/de/news-room/feature-stories/item/care--trust--rescue--how-a-modern-family-doctor-works, 22.01.2025, [27.02.2026].

[3] Vgl. hierzu: https://www.rki.de/DE/Themen/Forschung-und-Forschungsdaten/Sentinels-Surveillance-Panel/Panel/faktenblaetter.html?nn=16776990 , 05.12.2025, [27.02.2026].

Lorenz-Böhler-Straße 13 39100 Bozen Via Lorenz Böhler 13 39100 Bolzano
Tel. +39 0471 067 300 – Fax 0471 067 310 e-mail: info@claudiana.bz.it **- Direktion** **Direzione** - Tel. +39 0471 067 300 – Fax 0471 067 310 e-mail: info@claudiana.bz.it
Tel. +39 0471 067 200 – Fax 0471 067 240/340 e-mail: secretary@claudiana.bz.it - **Sekretariat** **Segreteria** - Tel. +39 0471 067 200 – Fax 0471 067 240/340 e-mail: secretary@claudiana.bz.it
Internet: www.claudiana.bz.it

in der Tagespresse vor. Dadurch soll die zentrale Rolle der Allgemeinmedizin als langfristig angelegte medizinische Versorgung für die gesamte Bevölkerung stärker ins öffentliche Bewusstsein gerückt werden. Die Imagekampagne soll dabei bewusst an konkrete, alltagsnahe Handlungsempfehlungen für Bürger:innen geknüpft werden. Im Mittelpunkt steht ergo nicht einzig die „werbliche" Sichtbarkeit der Allgemeinmedizin und des IAM, sondern die Vermittlung praxisorientierter Gesundheitsinformation. Durch verständlich aufbereitete Inhalte sollen Menschen dazu angeregt werden, präventive Angebote wahrzunehmen und gesundheitliche Fragen frühzeitig ärztlich abklären zu lassen. Im Zuge besagter Kampagne bietet sich zugleich die Möglichkeit, auf die am IAM angesiedelte Ausbildung in Allgemeinmedizin hinzuweisen und deren Bedeutung für die künftige Sicherstellung der medizinischen Grundversorgung hervorzuheben. Die Ausbildung soll dabei als moderner und praxisnaher Qualifizierungsweg sichtbar gemacht werden. Zur Unterstützung dieser Zielsetzung ist die Ausarbeitung eines Faltprospektes vorgesehen.

2.1 Fortführung des IAM-Pilotprojektes „Praxis-TV"[4]

Prävention, Gesundheitsaufklärung und verständliche Vermittlung medizinischer Inhalte gehören zu den zentralen Aufgaben des IAM. In der alltäglichen Praxis zeigt sich jedoch zunehmend, dass bestehende Kommunikationswege – etwa Flugblätter, Plakate oder Broschüren – ihre Reichweite und Wirksamkeit nur begrenzt entfalten können. Zugleich bleibt im ärztlichen Alltag oft wenig Zeit, um Präventionsthemen im Austausch mit den Patient:innen ausführlich zu erläutern. Digitale Informationssysteme können hier eine sinnvolle Ergänzung zum bewährten und unverzichtbaren Arzt-Patienten-Gespräch darstellen.[5] Ein *Infoscreen* im Warteraum einer Ordination ermöglicht es, Patient:innen während der Wartezeit gezielt mit qualitätsgesicherten Gesundheitsinformationen zu beliefern. Ziel ist dabei ausdrücklich nicht die Ersetzung des ärztlichen Gesprächs, sondern dessen Vorbereitung und Unterstützung.

In Deutschland installiert „**TV-Wartezimmer"** jährlich 1.200 neue Bildschirme in Arztpraxen und medizinischen Versorgungszentren. Allein im Jahr 2023 stieg die Zahl der *Infoscreens* bei unseren nördlichen Nachbarn von 7.050 auf 7.460 Geräte. Das entspricht einem Wachstum von sechs Prozent.[6] Diese Entwicklung veranschaulicht, dass digitale Informationsangebote im medizinischen Umfeld zunehmend akzeptiert werden und sich bewähren. Ausgehend von diesen Erfahrungswerten wurde vom IAM im Jahr 2025 das Südtiroler Pilotprojekt **„Praxis-TV" ins Leben gerufen.** Es befindet sich bereits in der Umsetzung: Die Pilotphase umfasst 20 Praxen für Allgemeinmedizin in ganz Südtirol. Der Großteil der Bildschirme wurde mit Ende Februar 2026 installiert. Der offizielle Start des Projektes ist für März/April 2026 vorgesehen. Zuvor erfolgt eine Online-Schulung aller beteiligten Ordinationen zur Einführung in das System und dessen Anwendung.

Das von Prof. Wiedermann wissenschaftlich begleitete Projekt verfolgt mehrere Ziele:

- Vermittlung evidenzbasierter Gesundheitsinformationen bereits vor der Visite
- Unterstützung von *Public-Health*-Kampagnen
- Gesundheitsaufklärung in alltagsnaher Sprache
- Ergänzung bestehender Kommunikationsmittel ohne Zeitaufwand für Praxisteams
- Direkter Informationskanal zwischen IAM und Südtiroler Bevölkerung

Seit Herbst 2025 wurden erste Videos für die *Infoscreens* konzipiert und gestaltet. Gemeinsam mit Prof. Wiedermann wurde das Augenmerk auf die medizinische und sprachliche Qualität der Inhalte gelegt. Der Video-*Content* wird auch in Hinkunft von Prof. Wiedermann und dem Referenten für Kommunikation erstellt. Sprachlich wird dabei bewusst auf nachstehende Aspekte geachtet:

---

[4] Um das für Südtirol einzigartige Pilotprojekt **„Praxis TV"** nachhaltig zu positionieren und in eine längerfristige strategische Planung einzubetten, wird gegenständlichem Kommunikationsplan – nach erfolgter Rücksprache mit „Claudiana"-Direktor Dr. Guido Bocchio am 26.01.2026 – ergänzend der Kostenvoranschlag für das Jahr 2027 beigefügt. Dies betrifft ebenso die Maßnahmen in den Bereichen „**Monitorwerbung"** und ***Social Media***, die als zentrale Bestandteile einer integrierten Kommunikationsstrategie verstanden werden. Ziel ist es, in den Jahren **2026 und 2027** die crossmediale Vernetzung zwischen obgenannten Kommunikationskanälen systematisch auszubauen.

[5] Vgl. Becker C./Hunziker S., *Die Wichtigkeit der Kommunikation in der Arzt-Patienten-Beziehung*, „Therapeutische Umschau", 2019;76(5):231-238, doi: 10.1024/0040-5930/a001095, PMID: 31577188, https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/31577188/ [27.02.2026].

[6] https://news.samsung.com/de/gegen-langeweile-in-arztpraxen, 21.10.2025 [27.02.2026].

Lorenz-Böhler-Straße 13 39100 Bozen Via Lorenz Böhler 13 39100 Bolzano
Tel. +39 0471 067 300 – Fax 0471 067 310 e-mail: info@claudiana.bz.it **- Direktion** **Direzione** - Tel. +39 0471 067 300 – Fax 0471 067 310 e-mail: info@claudiana.bz.it
Tel. +39 0471 067 200 – Fax 0471 067 240/340 e-mail: secretary@claudiana.bz.it - **Sekretariat** **Segreteria** - Tel. +39 0471 067 200 – Fax 0471 067 240/340 e-mail: secretary@claudiana.bz.it
Internet: www.claudiana.bz.it

- einheitliche Du-Ansprache;
- Verzicht auf ungeklärte Fachbegriffe;
- kurze und klar strukturierte Sätze.

Die Videos beziehen sich auf folgende Rubriken und Themenbereiche („Formate"):

- Frühlingstipps;
- Sommertipps;
- Herbsttipps;
- Wintertipps;
- Medizinisches Vokabular;
- Tipps für Schwangere;
- Tipps für Menschen mit Allergien;
- Tipps für das richtige Verwenden von Medikamenten;
- Tipps für das tägliche Wohlbefinden;
- Tipps für die Vorbereitung auf den Arztbesuch.

Die Bildschirme verstehen sich nicht als zusätzliche mediale Reizquelle im Wartezimmer, sondern als Informationsplattform im Dienst der Prävention. Für Allgemeinmediziner:innen kann ein Monitor in der Ordination zudem organisatorische Vorteile bieten: Auskünfte zu Praxisabläufen und zu Urlaubszeiten, aber auch organisatorische Hinweise und saisonale Gesundheitstipps lassen sich bequem kommunizieren. Dadurch können wiederkehrende Fragen reduziert werden.

2.2 Fortführung der Zusammenarbeit mit „Monitorwerbung Südtirol"[7]

Im Rahmen der Kooperation mit „**Monitorwerbung Südtirol"** werden Inhalte des IAM – z.B. *Blog*-Beiträge und Informationen zu laufenden Forschungsvorhaben – als Videoclips auf *Infoscreens* südtirolweit in Restaurants, Ausspeisungen und Supermärkten ausgespielt. Diese Videos laufen automatisch im täglichen *Screen*-Programm und erreichen Menschen direkt in ihrem Alltag auf unkomplizierte Weise. Die geplanten **400.000 Ausspielungen pro Jahr** bedeuten eine kontinuierliche Präsenz des IAM im öffentlichen Raum: Inhalte werden regelmäßig gesehen, wiedererkannt und langfristig mit der „Marke" IAM verbunden. Durch die hohe Frequenz der *Screens* entsteht folglich keine einmalige Werbung, sondern eine dauerhafte Sichtbarkeit mit wiederkehrenden Kontakten. Da das Netzwerk täglich mehr als 20.000 Personen erreicht, ermöglicht diese Form der Kommunikation eine besonders effiziente und zielgruppennahe Ansprache bei gleichzeitig hoher Reichweite.

2.3 Neugestaltung und qualitative Weiterentwicklung des IAM-*Blogs*

Das Gesundheitsportal (*Blog*) des IAM soll im Frühjahr 2026 grafisch, strukturell und inhaltlich grundlegend überarbeitet und zu einer modernen, wissenschaftlich orientierten Informationsplattform weiterentwickelt werden. Ziel ist eine deutlich verbesserte Benutzer-freundlichkeit sowie eine transparente Darstellung der vielfältigen Tätigkeitsbereiche des IAM. Im Zuge des allgemeinen *Updates* entstehen eigenständige Bereiche für die Südtiroler Ausbildung in Allgemeinmedizin, für die Forschung sowie für das Ausbildungs- und Forschungsteam. Forschungsprojekte werden vollständig abrufbar und über leistungs-fähige Such- und Filterfunktionen – nach dem Vorbild universitärer Zentren – gezielt recherchierbar. Ergänzend wird ein strukturierter Publikationsbereich eingerichtet, der alle wissenschaftlichen Veröffentlichungen des IAM systematisch und durchsuchbar nach Jahren ordnet. Die Umsetzung des *Updates* bzw. Des qualitativen *Upgrades* umfasst die Schulung und technische Begleitung, damit der IAM-Kommunikationsreferent die Plattform künftig eigenständig effizient verwalten kann. Regelmäßige Systempflege sichert zudem Stabilität und Zukunftsfähigkeit. Mit diesem *Upgrade* wird der *Blog* zu einem zeitgemäßen digitalen Wissens- und Kommunikationsraum ausgebaut, der Ausbildung, Forschung und Gesundheitsinformation verbindet und Fachpublikum wie Öffentlichkeit einen schnellen und klar strukturierten Zugang zu qualitätsgesichertem *Content* ermöglicht.

7 Vgl. Hinweis in Fußnote 4.

Lorenz-Böhler-Straße 13 39100 Bozen Via Lorenz Böhler 13 39100 Bolzano
Tel. +39 0471 067 300 – Fax 0471 067 310 e-mail: info@claudiana.bz.it **- Direktion** **Direzione** - Tel. +39 0471 067 300 – Fax 0471 067 310 e-mail: info@claudiana.bz.it
Tel. +39 0471 067 200 – Fax 0471 067 240/340 e-mail: secretary@claudiana.bz.it - **Sekretariat** **Segreteria** - Tel. +39 0471 067 200 – Fax 0471 067 240/340 e-mail: secretary@claudiana.bz.it
Internet: www.claudiana.bz.it

2.4 Ausbau der *Social-Media*-Präsenz des IAM[8]

Social Media sind für viele Bürger:innen zu einer zentralen Wissensquelle in Gesundheits-angelegenheiten geworden. Gleichzeitig verbreiten sich auf solchen Plattformen ungesicherte und irreführende Inhalte, da aufmerksamkeitsstarke Beiträge häufig größere Reichweiten erzielen als wissenschaftlich fundierte Informationen. Fehlende Orientierung kann zu falschen Einschätzungen gesundheitlicher Risiken, problematischen Selbst-behandlungen und wachsendem Misstrauen gegenüber Institutionen führen.[9] Vor diesem Hintergrund gewinnt eine verlässliche medizinische Präsenz auf *Social Media* an Bedeutung. Der Kommunikationsplan 2026 sieht daher den Aufbau eines eigenen *Instagram*-Auftritts vor, der das IAM als seriöse Informationsquelle positionieren soll. Die Inhalte werden gemeinsam mit Prof. Christian Wiedermann entwickelt und orientieren sich an aktuellen Fragestellungen, Präventionsfragen und saisonalen Themenschwerpunkten. Geplant sind dauerhaft abrufbare Beiträge in Form von Grafiken, *Posts* und erklärenden Karussell-Formaten sowie *Reels*, die komplexe Inhalte verständlich vermitteln.

Die visuelle Gestaltung des *Instagram*-Auftritts wurde bereits in Zusammen-arbeit mit dem Mediendesigner **Stephan Kofler („Pfossygraph") ausgearbeitet.** Der reguläre Start der *Social-Media*-Aktivitäten ist für das Frühjahr 2026 vorgesehen. Für die Umsetzung arbeitet das IAM künftig mit der Agentur „**Monitorwerbung Südtirol"** zusammen. Das vereinbarte Basispaket beinhaltet:

- mindestens zwei garantierte Beiträge pro Woche;
- crossmediale Nutzung der Inhalte von „Praxis-TV" und „Monitorwerbung";
- Erstellung eines Redaktionskalenders mit internationalen Gesundheitstagen und institutsspezifischen Themen.

2.5 Imagekampagne für Südtirols Allgemeinmedizin

Für das Jahr 2026 plant das IAM eine Kampagne im öffentlichen Raum mit dem Ziel, Gesundheitsinformation bewusst außerhalb klassischer medizinischer und institutioneller *Settings* zugänglich zu machen. Gesundheitsbezogene Orientierung soll dort stattfinden, wo Menschen ihren Alltag verbringen – im öffentlichen Raum, auf dem Weg zur Arbeit oder beim Einkaufen. Die geplante Kampagne verfolgt daher einen niedrigschwelligen Ansatz, der qualitätsgesicherte Information mit konkreten, verständlichen Handlungsempfehlungen für Patient:innen verbindet und zugleich Vertrauen in die medizinische Grundversorgung stärkt. Im Mittelpunkt steht die Vermittlung zentraler Gesundheitsbotschaften, die Bürger:innen dazu anregen sollen, präventive Angebote stärker wahrzunehmen, Warnsignale frühzeitig ernst zu nehmen und gesundheitliche Anliegen rechtzeitig ärztlich abklären zu lassen. Gleichzeitig wird verdeutlicht, dass Ärztinnen und Ärzte für Allgemeinmedizin die erste Anlaufstelle im Gesundheitssystem darstellen. Die Kampagne verbindet somit individuelle Gesundheitskompetenz mit einem besseren Verständnis der Versorgungsstrukturen und macht offenbar, welche orientierende und koordinierende Rolle die Allgemeinmedizin im komplexer werdenden Sanitätswesen einnimmt.

- Zur Umsetzung der Kampagne sind großflächige Plakate an Bushaltestellen in ganz Südtirol vorgesehen. Durch ihre Präsenz im öffentlichen Raum erreichen sie Menschen unabhängig von Alter, sozialem Hintergrund oder Mediennutzung und ermöglichen wiederholte Kontaktmomente mit den vermittelten Inhalten. Diese Form der Kommunikation schafft Aufmerksamkeit ohne Zugangshürden und hilft, Gesundheitsinformation als selbstverständlichen Bestandteil des Alltags wahrzunehmen.
- Inhaltlich orientiert sich die Kampagne am „Baum-Modell" der **WONCA (*World Organization of Family Doctors*).** Dieses Modell beschreibt die Allgemeinmedizin als ganzheitliche und patient:innenzentrierte Versorgungsform.[10] Ergänzend zu den Plakatflächen werden eigens gestaltete Postkarten produziert, die den auflagenstarken Samstagsausgaben der meistgelesenen Südtiroler Tages-zeitungen „**Dolomiten"** und „**Alto Adige"** beigelegt bzw. als *Eye-Catcher* auf den Titelseiten

[8] Vgl. Ebenda.

[9] Vgl. hierzu: https://www.zeit.de/news/2025-09/28/fake-tipps-auf-tiktok-aerzte-warnen-vor-gefaehrlichen-trends, 28.09.2025, [27.02.2026].

[10] Die *WONCA-Europe-Definition 2023* der Allgemein- und Familienmedizin vereint Effizienz, patient:innen-zentrierte Versorgung, kontinuierliche Betreuung und Ganzheitlichkeit. Zentrale Kompetenzen wie Management, Problemlösung und Gemeinschaftsorientierung prägen Klinik, Kommunikation und Praxis-management. Drei Schlüsselmerkmale sind wichtig: Kontext, ärztliche Haltung und Wissenschaftlichkeit. Zum WONCA-Baummodell s. https://www.woncaeurope.org/page/wonca-tree, [27.02.2026].

Lorenz-Böhler-Straße 13 39100 Bozen Via Lorenz Böhler 13 39100 Bolzano
Tel. +39 0471 067 300 – Fax 0471 067 310 e-mail: info@claudiana.bz.it **- Direktion** **Direzione** - Tel. +39 0471 067 300 – Fax 0471 067 310 e-mail: info@claudiana.bz.it
Tel. +39 0471 067 200 – Fax 0471 067 240/340 e-mail: secretary@claudiana.bz.it - **Sekretariat** **Segreteria** - Tel. +39 0471 067 200 – Fax 0471 067 240/340 e-mail: secretary@claudiana.bz.it
Internet: www.claudiana.bz.it

besagter Tagblätter platziert werden. Mit einer Gesamtauflage von rund 60.000 Exemplaren wird eine zusätzliche Reichweite erzielt, die den Transfer der Kampagnenbotschaft in den privaten Alltag unterstützt und eine vertiefte Auseinandersetzung mit den Inhalten ermöglicht. Die Kampagne verbindet damit Gesundheitsorientierung und Imagearbeit und soll Bürger:innen zu informierten Gesundheitsentscheidungen animieren.

2.6 Faltprospekt und Flyer zur Südtiroler Ausbildung in Allgemeinmedizin

Geplant ist die Erstellung eines Faltprospekts und eines Flyers zur Ausbildung zur Ärztin bzw. zum Arzt für Allgemeinmedizin am IAM in Bozen. Diese Drucksachen sollen einen übersichtlichen Einblick in Aufbau, Inhalte und organisatorische Rahmenbedingungen der Ausbildung geben. Vorgestellt werden Ausbildungsstruktur, Zugangsvoraussetzungen, Ablauf und Dauer des Lehrgangs. Darüber hinaus informieren Prospekt und Flyer über die finanziellen Rahmenbedingungen (Stipendium des Landes Südtirol). Beide Drucksachen können für die Verteilung an Medizinischen Fakultäten bzw. Universitäten im In- und Ausland verwendet werden.

3. Kosten der einzelnen Vorhaben in der Übersicht

Alle Preisangaben (ohne Mehrwertsteuer) in nachstehender Tabelle beziehen sich auf Kostenvoranschläge, die im Februar 2026 – nach einer Bedarfserhebung mit IAM-Präsidentin Dr.in Doris Hager-Prainsack – vom Referenten für Kommunikation des IAM eingeholt wurden.

Anpassung/*Update*/*Upgrade Blog*	€ 7.000,00.- (ohne MwSt.)
Grafik Plakat/Faltprospekt/Flyer/Postkarten	€ 1.000,00.- (ohne MwSt.)
Pilotprojekt „Praxis-TV" (2026)	€ 16.000,00.- (ohne MwSt.)
Pilotprojekt „Praxis-TV" (2027)	€ 18.000,00.- (ohne MwSt.)
Content und Management *Social Media* (2026)	€ 6.000,00.- (ohne MwSt.)
Content und Management *Social Media* (2027)	€ 6.000,00.- (ohne MwSt.)
Infoscreens „Monitorwerbung Südtirol" (2026)	€ 16.000,00.- (ohne MwSt.)
Infoscreens „Monitorwerbung Südtirol" (2027)	€ 15.000,00.- (ohne MwSt.)
Kampagne mit „First Avenue"	€ 16.000,00.- (ohne MwSt.)
Postkarten in „Dolomiten" und „Alto Adige"	€ 14.000,00.- (ohne MwSt.)
Gesamtkosten	€ 115.000,00.- (ohne MwSt.)

Lorenz-Böhler-Straße 13 39100 Bozen Via Lorenz Böhler 13 39100 Bolzano
Tel. +39 0471 067 300 – Fax 0471 067 310 e-mail: info@claudiana.bz.it **- Direktion** **Direzione** - Tel. +39 0471 067 300 – Fax 0471 067 310 e-mail: info@claudiana.bz.it
Tel. +39 0471 067 200 – Fax 0471 067 240/340 e-mail: secretary@claudiana.bz.it - **Sekretariat** **Segreteria** - Tel. +39 0471 067 200 – Fax 0471 067 240/340 e-mail: secretary@claudiana.bz.it
Internet: www.claudiana.bz.it