



Landesfachhochschule für Gesundheitsberufe

Scuola Provinciale Superiore di Sanità

Beschluss der
LandesfachhochschuleDelibera della Scuola
Provinciale Superiore di SanitàNr. **31**

n.

Sitzung vom

Seduta del

29.11.2021Mitglieder des Verwaltungsrates:
Präsident
Präsident Institut für die
Sonderausbildung in
Allgemeinmedizin
Mitglied**Prof. DDr. Klaus Eisendle****Dr. Adolf Engl****Avv. Chiara Bombardelli**Membri del Consiglio:
Presidente
Presidente Centro per la
formazione specifica in
medicina generale
Membro

A	EA	UA
X		
X		
X		

Mitglieder mit beratender Stimme:
Direktor**Dr. Guido Bocchio**Membri con voto di diritto consultivo
Direttore

X		
---	--	--

Mitglieder Rechnungsprüfer:

Dr. David Feichter
Dr.ssa Giulia Albano
Dr.ssa Verena Komar

Membri revisori dei conti:

X		
X		
	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 BozenScuola 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 2023**Oggetto:**
Approvazione del piano della
comunicazione per il 2023

Angesichts der Tatsache, dass die Landesregierung mit dem Beschluss Nr. 1178 vom 24.11.2020, der Landesfachhochschule den Bildungsauftrag für die Studiengänge der Gesundheitsberufe erteilt;

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

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

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

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

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;

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;

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 ein großer Schaden angetan wird;

die notwendigen Dienste eingerichtet, um einen institutionellen Kommunikations- und Beratungsdienst 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;

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;

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;

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

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;

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;

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;

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;

ha osservato che in assenza di una tale campagna d'informazione, ci sia 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;

stabilite le prestazioni necessarie al fine di garantire un servizio di comunicazione istituzionale e di orientamento, 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;

festgestellt, dass diese Initiativen die Kommunikation von Claudiana betreffen, sollen die Kommunikationsmaßnahmen des Instituts für Allgemeinmedizin im Laufe des Jahres 2023 festgelegt werden;

nach Überprüfung der finanziellen Deckung im Budget 2022 der Landesfachhochschule;

dies alles vorausgeschickt

b e s c h l i e ß t

der Verwaltungsrat mit Stimmeneinhelligkeit

- den beigefügten "Kommunikationsplan 2023" für einen Höchstbetrag von € 205.000,00 + MwSt., sofern erforderlich, zu genehmigen;
- die Werbespots bei den aufgelisteten Verlagen und bei den Media zu den festgelegten Beträgen einzukaufen;
- die entsprechenden Kosten dem Konto "Werbung" des Haushaltsplans 2023 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.

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

considerato che tali iniziative riguardano la comunicazione della Claudiana, rimanendo da definire nel corso del 2023 le azioni di comunicazione dell'Istituto di medicina generale;

verificata la disponibilità finanziaria all'interno del Budget 2022 della Scuola;

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

d e l i b e r a

- di approvare l'allegato "Kommunikationsplan 2023" con le attività in esso contenute, per un importo massimo pari a € 205.000,00 + Iva ove richiesta;
- di procedere ad acquistare spazi pubblicitari presso le testate giornalistiche elencate nel piano, unitamente agli importi relativi;
- di imputare il relativo costo al conto "pubblicità" del Budget 2023;
- di dare mandato al Direttore e al Presidente 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.

Die Sekretärin / La Segretaria
Avv. Chiara Bombardelli

Allegato

Kommunikationsplan 2023

1. Allgemeiner Ansatz

Der Kommunikationsplan 2023 zielt darauf ab, die bisherigen Formen der Kommunikation weiterzuentwickeln, um das Universitäre Ausbildungszentrum für Gesundheitsberufe Claudiana bestmöglich der Öffentlichkeit zu präsentieren.

So soll der Kommunikationsplan die Bedürfnisse der Zielgruppen direkt ansprechen und das qualitativ hochwertige Studium an der Claudiana als einen attraktiven und zukunftssicheren Ausbildungsweg positionieren. Es geht darum die Hochschule noch bekannter zu machen und Inhalte gezielt zu kommunizieren.

Der Plan richtet sich an die Gesamtbevölkerung im Umkreis von Südtirol, insbesondere an Familien von potenziellen Studierenden, Schulen und Schüler:innen der vorletzten und letzten Oberschulklassen in Südtirol, im Trentino und über die Landesgrenzen hinaus.

Ziel der Kommunikation ist es das Image zu stärken und für alle Studiengänge ausreichend Bewerbungen zu generieren.

2. Medienpräsenz

Der regelmäßige Austausch mit Medienvertretern ist sehr wichtig. Die Claudiana sollte der Ansprechpartner werden in Sachen „Ausbildung im Gesundheitssektor“. Laufend wird über Aktionen, Veranstaltungen, Treffen usw. anhand von Pressemitteilungen berichtet. Anlässlich dem Open Day und der Voreinschreibungen im Sommer sollte die Medienpräsenz anhand gezielter Inserate und Artikel intensiviert werden.

Vorgesehen ist die Präsenz in folgenden Medien:

- Online
- Print
- Radio
- TV

2.1. Soziale Medien

Um die Reichweite zu erhöhen und direkt die Zielgruppe anzusprechen, für welche ein Studium an der Claudiana in Frage kommt (17-35 Jahre, italienischer, deutschsprachiger und ladinischer Raum), sind gezielte Kampagnen in den Sozialen Netzwerken sinnvoll. Gewählte Inhalte in bildlicher Darstellung generieren Aufmerksamkeit, können beim Entscheidungsprozess unterstützen und konkrete Einblicke in den Studienalltag an der Claudiana gewähren.

Die Kanäle *facebook* und *Instagram* werden seit 2021 mehrmals wöchentlich befüllt. 2022 kam ein eigener *LinkedIn*-Kanal hinzu.

2023 ist ein *tik tok* Kanal mit eigener Kampagne in Planung.

2.2. „InSide events & culture“

Angestrebt wird eine Zusammenarbeit mit dem kulturellen Veranstaltungsmagazin, das mit 10.000 Kopien in ganz Südtirol verteilt wird und in öffentlichen Lokalen wie Bars, Geschäfte, Bibliotheken, Theater, Jugendzentren, Kinos, Sportanlagen usw. aufliegen.

3. Werbeauftritt

3.1. Homepage

Das Internet ist der zentrale Kommunikations- und Informationskanal für Studierende, Dozenten und andere Interessierte. Nach dem Relaunch soll die neue Webseite als aktives und interaktives Kommunikationsmedium dienen.

3.2 Videos

Nach der erfolgreichen ersten sehr umfangreichen Videoproduktion zur Vorstellung der unterschiedlichen Bachelor-Studiengänge ist eine weitere kleinere Videoproduktion geplant. Die Filme sollen konkrete Einblicke in den Studienalltag der Claudiana gewähren und die hochmodernen Labore im Haus präsentieren.

Damit zukünftige Studierende ein noch besseres Bild davon erhalten, was sie während ihrer 3-jährigen Ausbildung am Universitären Ausbildungszentrum für Gesundheitsberufe erwartet. Genutzt werden die Videos in erster Linie vom Dienst für Studienorientierung, bei Messen und in Schulen, eine Verbreitung ist auch auf der neuen Webseite, in den sozialen Netzwerken, auf dem Claudiana-youtube-Kanal, für die Kino-Werbung und im Multimedia-System der Flirt Züge (STA) geplant.

3.3. Fotos

Anlässlich der Informationskampagne im Sommer und nach Ausarbeitung eines neuen Kreativkonzeptes für das Jahr 2023/24 ist ein eintägiges professionelles Foto-Shooting 2023 geplant.

4. Schulen/Bildungsmessen

Wichtig ist eine moderne, attraktive und zugleich informative Präsentation bei der Hauptzielgruppe direkt. Hierfür müssen die Präsentationsmittel stets aktualisiert bzw. neugestaltet werden. Dazu gehören:

- Fact Sheets/Informationsblätter zum Studienangebot
- Newsletter
- Tag der offenen Tür (Flyer, Banner, Gadgets & Co.)

5. Plakat-Aktion auf Landesebene

In allen Landesteilen ist wiederum eine mehrwöchige Plakat-Aktion entsprechend einem einheitlichen neuen Kreativkonzept vorgesehen. An Bushaltestellen, Zugunterführungen, Durchgängen, usw. um die Sichtbarkeit der Claudiana zu erhöhen und auf das Studienangebot aufmerksam zu machen.

5.1.

Dauerhafte Sichtbarkeit an Orten, wo die Jugend verkehrt: Sportstätten, Lidos, Veranstaltungsorte... Wir wollen dauerhaft Präsenz zeigen, wo die Zielgruppe direkt angesprochen wird. Entsprechende Möglichkeiten werden evaluiert.

2.1 Kino

Auch in Kinos gehen junge Menschen – mit Spots wollen wir auf die vielseitige Welt der Gesundheitsberufe aufmerksam machen.

6. Gezieltes Marketing & neues Logo

Die Zusammenarbeit mit der Kreativagentur tincx. wird ein weiteres Jahr fortgesetzt, um weiterhin ein stimmiges kreatives Marketing-Konzept zu entwerfen, das nachhaltig Erfolg verspricht.

Budget 2023

Tag der Offenen Tür

Print-Kampagne

Online-Kampagne

Social-Media-Kampagne

Insgesamt

€ 15.000

Imagekampagne rund um die Vorinskription

Radio PR-Interviews & Spots:

Insgesamt

€ 10.000

Onlinemedien – Banner & Advertorial Insgesamt

€ 22.000

Mediabudget Online/Digitalkampagne

Social Media & Google Ads

€ 10.000

Printmedien Tagesmedien

Insgesamt

€ 15.000

Printmedien Bezirksblätter

Insgesamt

€ 15.000

KINO

Insgesamt

€ 12.000

TV

Insgesamt

€ 5.000

Plakat-Aktion

landesweit

€ 36.000

Video-Produktion&

Foto-Shooting

Insgesamt

€ 9.000

Weiteres Budget 2023

Kreativagentur tincx. Konzepte, Kampagnen, Gestaltung, Agenturkosten, Projektbegleitung insgesamt	€ 38.000
Weitere Kommunikationsinitiativen (Veranstaltungen, Messen, Grafiken, Druckkosten)	€ 18.000
<u>GESAMTSUMME</u>	<u>€ 205.000</u>