



Landesfachhochschule für Gesundheitsberufe

Scuola Provinciale Superiore di Sanità

Beschluss der
LandesfachhochschuleDelibera della Scuola
Provinciale Superiore di SanitàNr. **19**

n.

Sitzung vom

Seduta del

09.08.2022Mitglieder 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 2022**Oggetto:**
Approvazione del piano della
comunicazione per il 2022

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;

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;

nachdem die nötigen Leistungen zur Gewährleistung einer guten Orientierungskampagne und institutionellen Kommunikation, wie im beigelegten Dokument festgelegt (Anlage);

aufgrund der Erfahrung der letzten Jahre und der festen Absicht zukünftig die Studiengänge und die Forschungsprojekte auszuweiten und hinsichtlich des Bedürfnisses der Bevölkerung, vor allem der Jugend, von den offenen Studienstellen zu informieren und nachdem der tatsächliche Aufwand für die obengenannten Informationstätigkeiten mit ca. 360 Arbeitsstunden im Jahr einkalkuliert wurde;

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;

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, formulate nel documento allegato;

stabilita, in base all'esperienza degli ultimi anni ed in previsione dell'incremento dei corsi di laurea e dei progetti di ricerca, la necessità di informare la popolazione ed in particolare i giovani della disponibilità di posti di studio e considerato che il monte ore di impegno presunto per lo svolgimento delle attività sopra descritte è calcolato in ca. 360 ore di lavoro l'anno;

sichergestellt, dass man die Beauftragung für die Dauer von 36 Monaten einleiten wird, mit einem Gesamtaufwand von 1.100 Stunden;

festgestellt dass eine Initiative im deutschsprachigen Gebiet notwendig ist, um das Einzugsgebiet der Studiengänge zu erweitern;

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 2022" für einen Höchstbetrag von € 240.200,00 + 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 2022 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 si intende dare continuità alle attività e quindi procedere all'affidamento dell'incarico per la durata di 36 mesi, per un totale quindi di 1.100 ore di collaborazione;

stabilito che risulta necessaria un'iniziativa di comunicazione nell'area di lingua tedesca per allargare il bacino di utenza dei corsi di laurea;

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 2022" con le attività in esso contenute, per un importo massimo pari a € 240.200,00 + 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 2022;
- 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 2022

1. Allgemeiner Ansatz

Der Kommunikationsplan 2022 zielt darauf ab, das Universitäre Ausbildungszentrum für Gesundheitsberufe Claudiana der Öffentlichkeit zu präsentieren. Über die qualitativ hochwertigen und vielfältigen Ausbildungsmöglichkeiten an der Claudiana aufzuklären und über die vielversprechenden Arbeitschancen nach Studienabschluss zu informieren.

Der Plan richtet sich an die Gesamtbevölkerung im Umkreis von Südtirol, insbesondere an Familien von potenziellen Studierenden, Schulen und Schülern der vorletzten und letzten Oberschulklassen in Südtirol, im Trentino und über die Landesgrenzen hinaus bis in den deutschsprachigen Raum (siehe Vorhaben Kampagne).

2. Medienpräsenz

Die Medienpräsenz sollte 2022 weiterentwickelt und zeitlich ausgedehnt werden. Sinnvoll ist eine regelmäßige Berichterstattung anhand einer ansprechenden Informationsverbreitung in unterschiedlichen Medien. Im Frühjahr und während der Voreinschreibungen im Sommer sollte die Medienpräsenz intensiviert werden.

2.1 Onlinemedien

Online bieten sich in den führenden Medien diverse Möglichkeiten an: Informationsbanner, Berichte mit Bildern, Videos zur Beschreibung der neu startenden Laureat Studiengänge.

2.2 Printmedien

In Tageszeitungen, sowie verschiedenen Bezirksblättern bieten sich ausführliche PR-Beiträge, sowie Interviews an, um auf das Studienangebot der Claudiana und deren Vorzüge aufmerksam zu machen.

2.3 Radio

In den wichtigsten Radiosendern ist die Informationskampagne kurz vor und während der Voreinschreibungen sinnvoll, durch Spots und PR-Beiträge mit Interviews.

2.4 Kino

Die vielseitige Welt der Gesundheitsberufe lässt sich sehr gut bildlich darstellen. Außerdem soll die Zielgruppe direkt erreicht werden. Junge Menschen gehen in die Kinos, deshalb laufen im Rahmen der Informationskampagne im Sommer 2 Kino-Spots in allen Südtiroler Kinos, sowie in Trient und Rovereto.

2.5. 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, italienisch- und deutschsprachiger Raum), sind gezielte Kampagnen in den Sozialen Netzwerken sinnvoll. Die Kanäle facebook und Instagram werden seit Juni 2021 kontinuierlich befüllt und betreut und die Follower-Zahlen steigen.

Seit Juni 2022 gibt es auch einen eignen LinkedIn-Kanal.

3. Werbeauftritt

3.1. Homepage

Das Internet ist der zentrale Kommunikations- und Informationskanal für Studierende, Dozenten und andere Interessierte. Für 2022 ist die komplette Überarbeitung des Webdesigns vorgesehen. Rechtzeitig zum neuen akademischen Jahr 2022/23 soll die neue Webseite in zwei Sprachen (deutsch, italienisch) online gehen.

3.2 Videos

2021 ist eine umfangreiche Videoproduktion gestartet, um die Claudiana modern, attraktiv und multimedial der Öffentlichkeit präsentieren zu können. In Ausarbeitung für die mediale Verbreitung 2022 sind Präsentations-Videos zu jedem einzelnen Studiengang, zur Claudiana allgemein, sowie Testimonial-Videos für die Sozialen Netzwerke und den youtube-Kanal. Gezeigt werden die Videos auf der neuen Webseite, sowie im Multimedia-System der Flirt Züge (STA), welche auf den Hauptverbindungen Burggrafenamt, Unterland, Wipp- und Pustertal, sowie Innsbruck, Lienz und Trient verkehren. Auf diesen Verbindungen können 9.000 Personen täglich erreicht werden.

3.3. Fotos

Für den neuen Internet-Auftritt aber auch für Plakate, Roll-Up Banner und diverse Medienauftritte braucht es aktuelle Fotos von den Personen und dem Studienangebot an der Claudiana

Geplant ist hierfür ein mehrtägiges professionelles Foto-Shooting 2022.

4. Schulen

Wichtig ist eine moderne, attraktive und zugleich informative Präsentation bei der Hauptzielgruppe direkt. Das geschieht durch Präsentationen und dem Austausch mit Studiengangleitern und Dozenten direkt in den Oberschulen des Landes oder bei Besuchen von Oberschulen an der Claudiana. Hierfür müssen die Präsentationsmittel aktualisiert bzw. neugestaltet werden.

4.1 Fact Sheets

Die Informationsblätter zu den einzelnen Studiengängen enthalten die wichtigsten Informationen zu den Studiengängen und dem Studium allgemein an der Claudiana. Mit Hilfe eines Grafikers werden die Layouts erneuert und Texte, sowie Grafiken aktualisiert und anschließend gedruckt. Bei Präsentationen und Informationsveranstaltungen werden sie potenziellen Studierenden (Oberschülern) ausgehändigt.

4.2 PowerPoint Präsentationen

Die Präsentationen finden erneut in Präsenz und anhand PowerPoint-Präsentationen statt, auch diese werden komplett erneuert und vereinheitlicht.

4.3 Newsletter

Auch hier ist ein neues Layout geplant.

4.5 Tag der offenen Tür

2022 findet der Tag der offenen Tür am 18. März statt. Für diesen Tag und die Präsentationen im Allgemeinen möchten wir diverse Gadgets anfertigen lassen, also Werbeartikel mit Claudiana-Logo.

4.6 Gadget-Store

Der neue Dienst für Studienorientierung plant einen Gadget-Store mit verschiedenen Artikeln, die für Studierende sinnvoll sein können und sichtbar das neue Claudiana-Logo aufweisen. Die Artikel, wie Rucksäcke, Taschen, Kugelschreiber, ecc. werden an Studierende verteilt und/oder können an der Claudiana bzw. Online über die neue Internetseite erworben werden.

4.7 Messeauftritt

Ende 2022 wird die Claudiana ihr Ausbildungsangebot auf zwei angesehenen Bildungsmessen präsentieren: Job & Orienta in Verona und BeSt in Innsbruck.

4.8. Infostand

Um die neue Außenstelle in Bruneck für Krankenpflege-Studierende im ersten Ausbildungsjahr vor Ort vorzustellen und in den direkten Kontakt mit Interessierten zu treten, finden an zwei Tagen Informationsstände in den Krankenhäusern Brixen und Bruneck statt.

5. Plakat-Aktion auf Landesebene

In allen Landesteilen ist über mehrere Wochen eine Plakat-Aktion mit Studierenden als Testimonials vorgesehen. An Bushaltestellen, Zugunterführungen, Durchgängen, um die Sichtbarkeit der Claudiana zu erhöhen und auf das Studienangebot aufmerksam zu machen.

6. Werbekampagne Deutschland

Zur speziellen Anwerbung von Studierenden aus Deutschland planen wir Hochschulportraits im Traumberuf-Magazin in den Sonderzeiten „Medizin-Gesundheit-Soziales“ mit zusätzlichem Booklet über die Claudiana auf dem Cover. Das Traumberuf-Magazin wird anlässlich des Open Days zusätzlich an allen deutschsprachigen Oberschulen des Landes verteilt.

7. Gezieltes Marketing & neues Logo

Um ein stimmiges kreatives Marketing-Konzept zu entwerfen, das nachhaltig Erfolg verspricht, startet die Claudiana die Zusammenarbeit mit einer Kreativagentur. Auch das Logo der Claudiana erhält ein Re-Design von der Kreativagentur (mit neuer Bezeichnung: Universitäres Ausbildungszentrum für Gesundheitsberufe) und muss entsprechend auf Briefblättern, Dokumenten, Online und auf Schildern bzw. dem Gebäude ausgetauscht werden.

Budget Tag der Offenen Tür 2022

Print-Kampagne

Dolomiten

Alto Adige

ff-Spezial-Ausgabe „Studium und berufliche Weiterbildung“

Pustertaler Zeitung (Sonderseite Thema Gesundheit)

Qui Media (Bolzano, Merano, Bassa Atesina)

Bezirksmediengruppe: Vinschger, PLUS, Wir & Puschtra, BAZ

Insgesamt**€ 11.000,00**

Social-Media-Kampagne

facebook

Instagram

Insgesamt**€ 1.500,00**

Imagekampagne rund um die Vorinskription Budget 2022

Radio PR-Interviews & Spots:

Südtirol Journal

5.101,67

Radio NBC

2.025

Insgesamt**€ 7.500,00**

Onlinemedien – Banner & Advertorial

Alto Adige online**4.000**

stol

5.960

Tageszeitung ONLINE

2.950

barfuss - Das Südtiroler Online Magazin**2.466****salto.bz****1.960****Insgesamt****€ 18.000,00**

Mediabudget Online/Digitalkampagne

Social Media & Google Ads

€ 4.200,00

Printmedien Tagesmedien

Dolomiten / zett / Magazin

9.124

Alto Adige (2 Veröffentlichungen)

5.545

Insgesamt**€ 14.800,00**

Printmedien Bezirksblätter

Bezirksmedien-Gruppe (alle Bezirke)

5075

Pustertaler Zeitung (2 Seiten)

1250

Weinstrasse

930

La usc di Landins	785
Qui Media (Cover & 1/2 Seite)	3.564
Brixner Anzeige & PR & Video	1.749
Insgesamt	€ 13.500,00

KINO

Südtirol (12 Wochen Paket)	10.660
Trient (4 Wochen)	4.800
Insgesamt	€ 15.500,00

Plakat-Aktion

landesweit	€ 34.000,00
------------	--------------------

Webseite

<u>Texte exlibris</u> deutsch & italienisch	7.800
<u>Foto-Shooting Oskar Da Riz</u>	5.850
Mitarbeiter, Studenten, Studiengänge	
Nachbestellung Fotos	2.450
Insgesamt	€ 16.100,00

Weiteres Budget 2022**Werbekampagne Deutschland**

Portraits im Traumberuf-Magazin	
Winter-Frühling 22 & Winter-Frühling 23	
Insgesamt	€ 15.800,00

Kreativagentur tincx.

Neues Logo	
Konzepte, Kampagnen, Gestaltung,	
Agenturkosten, Projektbegleitung	
insgesamt	€ 39.300

Gadgets	€ 27.000
----------------	-----------------

Weitere Kommunikationsinitiativen	€ 10.000,00
(Veranstaltungen, Messen, Grafiken, Druckkosten)	

Überarbeitung neue WebSeite	€ 12.000,00
------------------------------------	--------------------

GESAMTSUMME € 240.200,00 + 22% Mwst