



Landesfachhochschule für Gesundheitsberufe

Scuola Provinciale Superiore di Sanità

Beschluss der
LandesfachhochschuleDelibera della Scuola
Provinciale Superiore di SanitàNr. **09**

n.

Sitzung vom

Seduta del

23.03.2021

Mitglieder 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 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 2021

Oggetto:
Approvazione del piano della
comunicazione per il 2021

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;

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 auch die Qualität der veröffentlichten Texte auf der Internetseite der Landesfachhochschule von wesentlicher Bedeutung ist;

aus einer Erkundung des Personals an der Schule wurde ein Mangel an Fachpersonal und Kompetenzen im Bereich der Kommunikation festgestellt, um eine Informationskampagne über die Medien, in den Schulen und in den Familien zu starten;

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);

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;

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 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;

preso atto che, in mancanza di tali attività, si rischia di non coprire i posti di studio disponibili presso la Scuola nei prossimi anni creando un grave danno al sistema sanitario provinciale;

da una ricognizione del personale della scuola è stata identificata una mancanza di personale specializzato e di competenze nel campo della comunicazione per lanciare una campagna di informazione attraverso i media nelle scuole e nelle famiglie;

preso atto che, in assenza di una tale campagna d'informazione, c'è il rischio che i posti di studio vacanti non vengano occupati nei prossimi anni e che questo 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;

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;

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

Festgestellt vom Verwaltungsrat einen zusätzlichen Betrag von € 20.000,00 für Orientierungstätigkeiten im Bereich social media;

nach Überprüfung der finanziellen Deckung im Budget 2021-2023 der Landesfachhochschule;

dies alles vorausgeschickt

b e s c h l i e ß t

der Verwaltungsrat mit Stimmeneinhelligkeit

- den beigefügten "Kommunikationsplan 2021" für einen Höchstbetrag von € 168.000,00 + 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 2021 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

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;

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 dal Consiglio di amministrazione un ulteriore Budget pari a € 20.000,00 per attività di orientamento sui social media;

verificata la disponibilità finanziaria all'interno del Budget 2021-2023 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 2021" con le attività in esso contenute, per un importo massimo pari a € 168.000,00 + 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 2021
- 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

Kommunikationsplan 2021

1. Allgemeiner Ansatz 2021

Der Kommunikationsplan 2021 zielt darauf ab, das Studium an der Landesfachhochschule für Gesundheitsberufe attraktiv zu machen und sollte für die außerordentlich guten Arbeitschancen in Südtirol bei Studienabschluss werben.

Der Plan richtet sich an Familien, Schulen und Schüler der vorletzten und letzten Oberschulklassen in Südtirol im Trentino und im Bundesland Tirol.

Aufgrund des wachsenden Bedarfs an Studiengänge und an Studienplätze, ist eine größere Medienpräsenz erforderlich und zwar sowohl in quantitativer als auch in qualitativer Hinsicht. Diese Medienpräsenz soll 2021 verbessert und weiterentwickelt werden. Die Landesfachhochschule genießt einen hohen Bekanntheitsgrad im Land, allerdings gilt sie für eine große Mehrheit der Bevölkerung eher als eine schwierige zweisprachige Fachhochschule, als jene akademische Ausbildungsstätte, das sie im Grunde ist. Der richtige Ansatz für die Kommunikation 2021 im regionalen Einzugsgebiet liegt daher insbesondere in der Vermittlung des Studiums an der Landesfachhochschule als ein für Jugendliche hochwertiges Fachlaureat, mit besonderem Augenmerk auf die gute Qualität des Unterrichts und der wissenschaftlichen Forschung. Dies hat positive Auswirkungen auf den Südtiroler Sanitätsbetrieb und ist von Vorteil für die Studienabgänger.

Freie Mitarbeit für Pressemitteilungen und Informationskampagne

Um den Kommunikationsplan abzuwickeln und die enthaltenen Ziele zu erreichen, auf dass mehr Interesse für das Studium der Gesundheitsberufe erweckt wird, beabsichtigt die Claudiana einen freien, journalistisch tätigen Mitarbeiter/In zu beauftragen. Der/die Mitarbeiter/In soll regelmäßig und zeitnah Ereignisse, Studentenanwerbung, Veranstaltungen an der Fachhochschule, die von öffentlichem Interesse sind, in den lokalen Medien präsentieren.

Bereich Kommunikation:

- Kontaktpflege zu lokalen Medien zur Verbreitung von Informationen zur Claudiana;
- Regelmäßige Sammlung von Artikeln, die für die Claudiana von Interesse sind;
- Veröffentlichung von Artikeln zu Projekten und Forschungsarbeiten;
- Erstellung von Newslettern;
- Entwicklung und Umsetzung der jährlichen Informationskampagne zur Studentenanwerbung entsprechend dem verfügbaren Budget;
- Mitarbeit bei der Organisation des Open Day;

Web:

- Überprüfung der Texte für die Webseiten (News, Foto, Inhalte) in den Sprachen Deutsch und Italienisch;
- Koordinierung des Projekts „neue Webseiten“ der Landesfachhochschule;

Social Media:

- In Zusammenarbeit mit allen Studiengangsleiter: Betreuung der Facebook und Instagram Seite.

2. Medienpräsenz

2.1 Onlinemedien

Online wird in den führenden Medien das Informationsbanner über die Vorinskriptionen und die laufenden Laureatstudiengänge veröffentlicht (Näheres in der Budgetauflistung). In der Zeit zwischen Mai und Juli jede zweite Woche.

2.2 Printmedien

Das Studienangebot 2021-2022 wird in den lokalen Medien, und in verschiedenen Bezirksblätter veröffentlicht werden (Genauerer in der Budgetauflistung).

2.2 Radio

Jährlich startet eine Informationskampagne über die wichtigsten Radiosender des Landes, um die Jugendlichen anzusprechen und sie über die vielen Berufschancen bei einem Studium der Gesundheitsberufe zu informieren.

2.4. Fernsehen

Über die TV Sender TCA Alto Adige und TCA Trentino wurde der Claudiana die Möglichkeit geboten jeweils dreimal die Woche im Zeitraum Mai-Juli die neue Filmpräsentation der Landesfachhochschule auszustrahlen. Dabei wird das qualitativ hohe universitäre Hochschulstudium und die faszinierende Welt der Gesundheitsberufe im Vordergrund stehen. Um diese Aktion auf regionaler Ebene auszuweiten werden derzeit auch andere TV-Sender kontaktiert (deutsche Sprache ?)

3. Webauftritt

3.1. Homepage

Das Internet ist der zentraler Kommunikations- und Informationskanal für Studierende, Dozenten und andere Interessierte. Es ist für 2021 die Überarbeitung des Webdesigns vorgesehen.

3.2 Web Seiten der Studiengänge

Innerhalb Ende April werden die Inhalte der Studiengänge überarbeitet

3.3 Videos

Für jeden Studiengang wird ein Kurzvideo über die Inhalte der jeweiligen Ausbildung und des zukünftigen Berufs zusammengestellt.

4. Schulen

4.1. Gesamtbroschüre der Claudiana

Die Gesamtbroschüre gibt einen Überblick über das komplette Studienangebot der Claudiana und enthält die wichtigsten allgemeinen Informationen zu Einschreibung und Aufnahme. Die größte Zielgruppe sind Oberschüler der 4. und 5. Klassen. 2021 wird die Gesamtbroschüre mit aktualisierten Texten, neuen Fotos und mit einem neuen Layout vorgestellt. Die Studiengangsleiter passen dazu die Texte und Fotos an, während die Neugestaltung des Layouts von der beauftragten Druckerei unterstützt wird.

3.2. Newsletter

Bisher wurde der Newsletter gedruckt und lag im Foyé der Claudiana auf bzw. wurde bei Veranstaltungen verteilt. Der Newsletter erzählt vom Alltag an der Claudiana, Bilder und kurze Texte veranschaulichen den Tagesablauf an der Fachhochschule, d.h. verschiedene Ereignisse, Termine und Veranstaltungen, Informationen zum Studium, Erfahrungsberichte von Studenten u. ä.

Ziel für das Jahr 2021 ist es, die Anzahl der Empfänger erhöhen und auf das gesamte Gesundheits- und Sozialwesen auszuweiten, wenn möglich auch auf andere Interessensgruppen. Dafür müsste der Newsletter nun in elektronischem Format herausgegeben werden sowie Verteilerlisten erstellt werden.

4.2. Tag der offenen Tür

Dieses Jahr findet an der Claudiana am 19. März der Tag der offenen Tür statt, dabei werden alle Lehrgänge im nächsten Studienjahr 2021-2022 in Form einer Live Übertragung vorgestellt. Besuche am Sitz der Claudiana von Seiten der interessierten Schulen werden ab Mai nach Vereinbarung möglich sein.

4.3 Webseminare

Jeder Studiengang organisiert an 3 Terminen zwischen April und Juni Webinars zur Vorstellung des Studienganges und zukünftigen Berufschancen. Insgesamt werden 18 Termine festgelegt. Die Anmeldung erfolgt online auf der Home Page.

5. Social Media

Claudiana hat bereits folgendes aktiviert:

Facebook und Instagram

beides wird von der Kommunikationsbeauftragten mit Hilfe der Studiengangsleiter fortlaufend ajourniert.

6. Busse und Bushaltestellen

Auch ist an den Bushaltestellen in allen Landesteilen eine Informationskampagne in Form von großen Plakaten vorgesehen, die ebenso darauf abzielt, die Jugend für das Studium der Gesundheitsberufe zu gewinnen

Die Kampagne startet im Mai und endet Ende Juli, insgesamt 6 Wochen lang auf 150 Bushaltestellen des Landes verteilt.

Imagekampagne rund um die Vorinskription Budget 2021

Radiowerbung/PR-Radio-Spots:

Südtirol Journal (über 45 Spots über 7 Sender Südtirols)

Radio 2000 & die Antenne

Radio Holiday

Radio NBC

Insgesamt

€ 12.000,00

Onlinemedien – Banner für 4 Wochen

Alto Adige online (3 Wochen)

Alto Adige Innovazione

Südtirol News

Tageszeitung ONLINE

Buongiorno Südtirol

barfuss - Das Südtiroler Online Magazin

Brixen online

franzmagazine.com

salto.bz

VOX NEWS SÜDTIROL

Insgesamt

€ 36.000,00

Printmedien Tagesmedien (2 x halbe PR-Seite)

Dolomiten

Alto Adige

Insgesamt

€ 14.000,00

Printmedien Bezirksblätter (2 x 1 PR-Seite)

Bezirksblatt Insaconews

Brixner

Pustertaler Zeitung (+ 1 Seite geschenkt)

Erker (Wipptaler Bezirksblatt)

La usc di Landins

Insgesamt

€ 10.000,00

Büsse und Bushaltestellen

€ 60.000,00

Bozen, Meran, Brixen, Bruneck

6 settimane (maggio giugno luglio) x 25 impianti/settimana = 150 uscite

€ 12.000 + Iva = 15.000,00

Video - 12 Studiengänge

€ 16.000,00

(Dreharbeiten, Sprachaufnahme, Musik)

Werbeposter Social Media

€ 20.000,00

Gesamtsumme

€ 168.000,00