

An den
Präsidenten des Südtiroler Landtages
Herrn Sepp Noggler
Bozen, den 12. Februar 2019

ANFRAGE

124/19

Im Bozner Stadtzentrum und an vielen anderen Orten im Land dürfen sich die Bürger seit kurzem über pinkfarbene Schaumstoff-Vorrichtungen wundern, die auf Brusthöhe an Lichtmasten angebracht sind. Darauf zu sehen sind sich in Bewegung befindliche Strichmännchen, welche auf ihr Mobiltelefon schauen. Wer die darunter abgedruckte Internetadresse besucht, versteht um was es sich bei den äußerst unästhetischen, eigenartigen Schaumstoff Konstruktionen handelt: Als Werbeträger und „Schutzvorrichtungen“ sollen sie auf die von der Landesagentur für Umwelt und Klimaschutz in Zusammenarbeit mit verschiedenen anderen Abteilungen des Landes projektierten Kampagne „Staysmart“ für einen „vernünftigen und sinnvollen Gebrauch des Handys“ aufmerksam machen. Die Kampagne will für einen verantwortungsbewussten Umgang mit Mobiltelefonen werben und damit erreichen, dass Bürger „die Vorteile der Geräte optimal nutzen und die Nachteile auf ein Minimum reduzieren“.

Daraus ergeben sich folgende Fragen an die Landesregierung verbunden mit der Bitte um schriftliche Antwort:

- 1) Wer ist der Auftraggeber der „Staysmart“-Kampagne?
- 2) Wie hoch sind die Gesamtkosten für die laufende Sensibilisierungskampagne? Bitte die Kosten nach Maßnahmen aufschlüsseln.
- 3) Welche öffentlichen Körperschaften beteiligen sich bei Finanzierung und zu welchem Anteil tragen sie zur Deckung der Gesamtkosten bei?
- 4) Über welchen Zeitraum soll sich diese Kampagne erstrecken?
- 5) Auf welchen Kanälen und mit welchen Kommunikationsmitteln wird die Sensibilisierungskampagne "Staysmart" der Südtiroler Bevölkerung nähergebracht?
- 6) Nach welchen Kriterien wurden die Orte ausgewählt, in denen die Schutzvorrichtungen an den Lichtmasten angebracht wurden?
- 7) Aus welchen Gründen findet sich keine Beschriftung in den Südtiroler Landessprachen auf den Grafiken und bewertet die Landesregierung dies als zielführende Maßnahme?

- 8) Aus welchen Gründen hält die Landesregierung eine solche Kampagne für notwendig?
Welchen Erfolg verspricht sich die Südtiroler Landesregierung von der „Staysmart“-
Kampagne?

Um eine schriftliche Antwort im Sinne der Geschäftsordnung wird gebeten.

L.Abg. Ulli-Mair





Bozen, 11.03.2019

Bearbeitet von:
Nadia Franzoi
Tel. 0471/417276
Nadia.Franzoi@provinz.bz.it
Flavio Ruffini
Tel. 0471/417100
Flavio.Ruffini@provinz.bz.it

Frau
Ulli Mair
Landtagsabgeordnete
Die Freiheitlichen
Südtiroler Landtag
Silvius-Magnago-Platz 6
39100 Bozen

Zur Kenntnis: Herrn
Josef Nogger
Landtagspräsident
Südtiroler Landtag
Silvius-Magnago-Platz 6
39100 Bozen

Landtagsanfrage Nr. 124/2019 – Sensibilisierungskampagne „Staysmart“

Sehr geehrte Frau Landtagsabgeordnete Mair,

die „Staysmart“-Kampagne „Verwende dein Handy mit Verstand“ behandelt im Rahmen der generellen Sensibilisierungsstrategie drei zentrale Themen im Umgang mit dem Mobiltelefon:

- a) die Sicherheit im **Straßenverkehr**
- b) die Nutzung von **WLAN**-Netzen
- c) das Thema **Abhängigkeit**

Ausgangspunkt der Kampagne ist ein genehmigter Beschlussantrag im Südtiroler Landtag aus dem Jahr 2015. Ferner hat es am 29.04.2015 auch eine öffentliche Anhörung im Landtag gegeben. Im Zuge dieser Anhörung wurde die Notwendigkeit einer Sensibilisierung nochmals betont.

Frage 1: Auftraggeber der „Staysmart“-Kampagne ist die Landesagentur für Umwelt und Klimaschutz, in Zusammenarbeit mit der Agentur für Presse und Kommunikation der Autonomen Provinz Bozen.

Frage 2: Die Gesamtkosten für die „Staysmart“-Kampagne betragen € **89.022,50** (ohne MwSt.) und setzen sich wie folgt zusammen:



- Konzept und Medienplan der Kampagne € 10.100,00
- Out-of-Home-Kampagne € 42.282,50
- Digital-Kampagne € 17.700,00
- Social-Kampagne € 6.500,00
- Video-Kampagne € 12.440,00

Frage 3: Die „*Staysmart*“-Kampagne wird von der Landesagentur für Umwelt und Klimaschutz und von der Agentur für Presse und Kommunikation finanziert. Die Landesagentur trägt mit € 39.300,00 (ohne MwSt.) und die Agentur für Presse und Kommunikation mit € 49.722,50 (ohne MwSt.) bei.

Frage 4: Die „*Staysmart*“-Kampagne soll sich bis in den Spätsommer erstrecken. Die ausgearbeitete Landing-Page wird auch darüber hinaus aktiv sein.

Frage 5: Die „*Staysmart*“-Kampagne bedient sich folgender Werbeträger:

Großplakate im Raum Bozen,

beidseitige Plakate in Bozen und Meran,

Landing-Page www.staysmart.it,

digitale Kampagne Google Ads und Adwords,

Posts auf Facebook und Instagram,

Ausstrahlung animierter Videos und Aushängen von Info-Foldern in den Überlandbussen sowie Citylight-Poster-Aushängen an Südtirols Bushaltestellen.

Das genannte Video wird zudem kostenlos über Monitore in den Flirtzügen, in den Gesundheitssprengeln, in Wartesälen der Krankenhäuser und in Schulen ausgestrahlt. Die Kampagne wird ferner durch alle sonst üblichen Kommunikationskanäle der an der inhaltlichen Ausgestaltung der Kampagne beteiligten Landesabteilungen (Gesundheit, Schulämter, Informatik, Mobilität und Zivilschutz) unterstützt.

Frage 6: Die Schutzvorrichtungen wurden gemäß den Vorgaben und in Abstimmung mit der Stadtgemeinde Bozen im Stadtzentrum angebracht. Dort ist mit den größten Menschenansammlungen und demzufolge mit der größten Publikumswirksamkeit zu rechnen. Durch die Nähe zu Zug- und Busbahnhof und den wichtigsten Institutionen ist zudem garantiert, dass sich dort auch zahlreiche Menschen aus unterschiedlichen Landesteilen bewegen.



Frage 7: Ziel der ersten Phase dieser Sensibilisierungskampagne und damit der Schutzvorrichtungen an den Lichtmasten war es, visuelle Aufmerksamkeit bei der Bevölkerung und den Medien zu erreichen. Alle anderen, weiterführenden Werbemaßnahmen sind zweisprachig.

Die Strategie ist Teil eines strukturierten Mediensplans, welcher gezielt auf die Sensibilisierung der Bevölkerung abgestimmt wurde und damit auf die größtmögliche Wirksamkeit der einzelnen Maßnahmen zielt.

Frage 8: Die Landesregierung wurde mit Beschlussantrag Nr. 378/15 vom Landtag beauftragt, sich mit der Belastung der Bevölkerung durch elektromagnetische Felder zu befassen und die Bevölkerung über den nachhaltigen Umgang mit diesem Medium zu informieren. Daraus ist die „Staysmart“-Kampagne entstanden. Ziel dieser Kampagne ist die Sensibilisierung der Bürger für einen verantwortungsvollen Umgang mit dem Smartphone.

Mit freundlichen Grüßen

Der Landesrat

Giuliano Vettorato