

An den
Präsidenten des Südtiroler Landtages
Frau Rita Mattei
Bozen

Bozen, den 5. Juli 2021

ANFRAGE

Impfbus-Kampagne

Ab Morgen sollen zwei Impfbusse in den Südtiroler Gemeinden unterwegs sein, um die ins Stocken geratene Impfkampagne zu beleben. Der Einsatz der Impfbusse soll von einer Werbekampagne begleitet werden.

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

1. Wie viel sieht die Landesregierung insgesamt für die Impfbus-Kampagne an bezahlter Werbung, unterschiedlichen Inseraten in den Medien sowie für die Öffentlichkeitsarbeit vor? Es wird um eine detaillierte Aufschlüsselung gebeten.
2. Wie werden sich die Ausgaben, wie sie aus Frage 1 hervorgehen, auf die unterschiedlichen Medien (Rundfunk, Print, Onlinemedien, soziale Medien) verteilen? Er wird um eine genaue Aufschlüsselung gebeten.
3. Welche Unternehmen werden mit dem Erstellen der Grafiken, Inserate, Rundfunkbeiträge usw. der Impfbus-Kampagne betraut? Es wird wiederum um die Nennung der Unternehmen und die anfallenden Kosten gebeten.
4. Erhält auch die Agentur für Strategie und Kommunikation „zukunft GmbH“ einen entsprechenden Auftrag für die Impfbus-Kampagne? Wenn Ja, in welchem Ausmaß?
5. Welche Medien haben bereits einen Auftrag für die Impfbus-Kampagne erhalten? Er wird um die Nennung der Medien und der anfallenden Kosten für Inserate, Rundfunkbeiträge usw. gebeten.
6. Welche Rollen werden bei der Impfbus-Kampagne die Aufklärung und die Information rund um die Impfstoffe spielen?
7. Wie viel hat die Landesregierung im Jahr 2021 bereits für die unterschiedlichen Werbekampagnen im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie ausgegeben und welche Kampagnen sind für welche Ressorts noch vorgesehen?
8. Werden auch die Gemeinden im Zuge der Impfbus-Kampagne zur Kasse gebeten? Wenn Ja, in welchem Ausmaß?


L. Abg. Ulli Mair



Bozen / Bolzano, 14.09.2021

Bearbeitet von / redatto da:

An die
Landtagsabgeordnete
Ulli Mair

Zur Kenntnis: An die
Per conoscenza: Präsidentin des Südtiroler Landtages
Rita Mattei

Anfrage Nr. 1726/21 – Impfbus-Kampagne

Ad 1:

„Wie viel sieht die Landesregierung insgesamt für die Impfbus-Kampagne an bezahlter Werbung, unterschiedlichen Inseraten in den Medien sowie für die Öffentlichkeitsarbeit vor? Es wird um eine detaillierte Aufschlüsselung gebeten?“

Die Erfahrung der letzten Monate hat gezeigt, dass gerade Angebote, die die Impfung näher zum Bürger/zur Bürgerin bringen, sehr gut funktionieren. Der Südtiroler Sanitätsbetrieb hat im Frühjahr die Impfkampagne neu ausgerichtet und war damit im Vergleich zu unseren nördlichen und südlichen Nachbarn Vorreiter. Innerhalb eine Woche wurde Ende Juni das Konzept der Impfbusse auf die Beine gestellt und nach und nach auf 4 aufgestockt. Bis zum 20.08.2021 wurden über 200 "Haltestellen" angefahren; das Projekt ist aktuell noch voll am Laufen; gleichzeitig gibt es „Open Vax Days“ und Impfungen in den Schulen. Die Marketing-Kampagne zielte demnach darauf ab, die Bevölkerung kapillar und zeitnah über Ort und Öffnungszeiten zu informieren, wobei die Impfbusse gemeinsam mit den „Open-Vax-Days“ und anderen Impfangeboten kommuniziert wurden. Aufgrund der vielen Termine wurde folgende Kommunikationsstrategie und Kostenplanung gewählt wurde: wöchentliche Überblicksinserate in den 4 Tageszeitungen sowie den Wochenzeitschriften FF und SWZ. Zusätzlich Schaltungen kleineren Formats an allen Tagen unter der Woche. Unterstützt wird diese Kampagne durch die intensive Zusammenarbeit mit dem Gemeindenverband; dadurch wird zusätzliche kostenlose Information vor Ort erzielt (z.B. Webseiten der Gemeinden; Info-Blätter). Zusätzlich werden die Impftermine über "Sponsored posts" auf den institutionellen Facebook-Seiten des Sanitätsbetriebes bekannt gemacht.

Folgende Ausgaben wurden getätigt (die Planung umfasst den Zeitraum bis Mitte/Ende September): Dolomiten: € 77.924; Alto Adige: € 71.843,50, Neue Südtiroler Tageszeitung: € 15.570; Corriere dell'Alto Adige: € 18.530; Wochenzeitschrift FF: € 10.950; Südtiroler Wirtschaftszeitung: € 8.200; RMI: € 12.896,16; NBC € 5.400; MCS: € 6.048; Radio Italia: € 2.028; Radio Sonnenschein: € 1.664; VB33/SDF: € 3.300. Die Impfbusse sollten laut ursprünglicher Planung zunächst im Monat Juli durch Südtirol fahren, aufgrund er äußerst guten Resonanz wurde das Projekt aber verlängert und sogar aufgestockt; gleichzeitig wurden auch die „Open-Vax-Days“ (Impfmöglichkeiten ohne Vormerkung) weiter verstärkt. Auch die Medienplanung wurde dementsprechend erweitert. Hinsichtlich der Ausgaben ist zu betonen, dass alle Medienhäuser große Abschläge auf die Standardtarife eingeräumt haben.

Ad 2:

„Wie werden sich die Ausgaben, wie sie aus Frage 1 hervorgehen, auf die unterschiedlichen Medien (Rundfunk, Print, Onlinemedien, soziale Medien) verteilen? Es wird um eine genaue Aufschlüsselung gebeten?“

Wie in Frage 1 mitgeteilt, werden derzeit vor allem die Termine der Impfbus-Haltestellen, der Open Vax-Days und der Impfmöglichkeiten in den Bezirken (inkl. Schulen) mitgeteilt, weshalb auf Inserate in den Printmedien und "Sponsored-posts" in den Sozialen Medien gesetzt wird. Im Monat Juli wurden auch Radiospots gesendet, da sich die Zusammenarbeit mit den Gemeinden und die kostenlose Berichterstattung



in den Medien aber so erfolgreich erwies, gleichzeitig die Durchgabe der vielen Termine via Radio sich schwierig bis unmöglich gestaltete, wurde im August darauf verzichtet.

Ad 3:

„Welche Unternehmen werden mit dem Erstellen der Grafiken, Inserate, Rundfunkbeiträge usw. der Impfbus-Kampagne betraut? Es wird wiederum um die Nennung der Unternehmen und die anfallenden Kosten gebeten?“

Die Grafiken werden von der Agentur Succus erstellt, die die diesbezügliche Vergabe im Mai dieses Jahres für sich entscheiden konnte. Die Ausschreibung wurde über das Vergabeportal des Landes veröffentlicht; es haben sich mehrere Agenturen beteiligt. Es handelt sich um einen Auftrag über 12 Monate. Die einzelnen Leistungen werden monatlich abgerechnet; die Radiospots wurden von der Firma RMI als Teil des bestehenden Auftrages aufgenommen.

Ad 4:

„Erhält auch die Agentur für Strategie und Kommunikation „zukunvt GmbH“ einen entsprechenden Auftrag für die Impfbus-Kampagne? Wenn Ja, in welchem Ausmaß?“

Nein.

Ad 5:

„Welche Medien haben bereits einen Auftrag für die Impfbus-Kampagne erhalten? Er wird um die Nennung der Medien und der anfallenden Kosten für Inserate, Rundfunkbeiträge usw. gebeten?“

siehe Antwort auf Frage 1

Ad 6:

„Welche Rollen werden bei der Impfbus-Kampagne die Aufklärung und die Information rund um die Impfstoffe spielen?“

Die Information und Aufklärung spielen eine sehr große Rolle. Die internen Fachkräfte des Betriebes stehen den Medien für Interviews und Auskünfte zur Verfügung. Auch wurden Anfang des Jahres Experten-Interviews produziert, die über die Kampagnen-Seite www.coronaschutzimpfung.it, auf YouTube und Facebook abgerufen werden können. Auf der genannten Webseite finden sich auch eine große Anzahl von häufig gestellten Fragen und die dazugehörigen Antworten. Wenn gewünscht, werden auch Webinare für Gemeinden oder spezielle Zielgruppen angeboten. Nicht zu vergessen ist das Anamnese-Gespräch mit den impfenden Ärztinnen und Ärzten, wo die Bürgerinnen und Bürger ihren eigenen Gesundheitszustand besprechen können. Die Fachleute sind auch für Zweifel und Ängste offen und in der Lage sind, kompetent auf die einzelnen Informationsbedürfnisse der Bürgerinnen und Bürger einzugehen.

Ad 7:

„Wie viel hat die Landesregierung im Jahr 2021 bereits für die unterschiedlichen Werbekampagnen im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie ausgegeben und welche Kampagnen sind für welche Ressorts noch vorgesehen?“

Nach Auskunft der Agentur für Presse und Kommunikation hat die Landesregierung im Jahr 2021 für Werbekampagnen in Zusammenhang mit der Corona-Pandemie 258.117 Euro ausgegeben; die Ausgaben bezogen sich vorwiegend auf Werbemaßnahmen in Zusammenhang mit dem Coronapass. Aktuell sind keine weiteren Kampagnen geplant.

Ad 8:

„Werden auch die Gemeinden im Zuge der Impfbus-Kampagne zur Kasse gebeten? Wenn Ja, in welchem Ausmaß?“

Den Gemeinden wurden kostenlos Informationsmaterialien zur Verfügung gestellt. Zu den hinausgehenden Initiativen der Gemeinden liegt uns nichts vor.

Mit freundlichen Grüßen.

Thomas Widmann
Landesrat