

Antrag

des Abg. Nikolai Reith u. a. FDP/DVP

und

Stellungnahme

des Staatsministerium

Kampagne „Gemeinsam für Gesünder“ des Forums Gesundheitsstandort Baden-Württemberg

Antrag

Der Landtag wolle beschließen,
die Landesregierung zu ersuchen
zu berichten,

1. welche Ziele die Kampagne „Gemeinsam für Gesünder“ des Forums Gesundheitsstandort Baden-Württemberg hat;
2. was genau Start- und (voraussichtliches) Enddatum der Kampagne sind;
3. wie die Zielerreichung und Wirksamkeit der Kampagne überprüft wird;
4. wie viele der ca. 500 Akteure des Forums Gesundheitsstandort Baden-Württemberg sich an der Kampagne „Gemeinsam für Gesünder“ in irgendeiner Form bereits beteiligt haben oder voraussichtlich beteiligen werden bzw. ihre Beteiligung angekündigt haben (möglichst nach Einrichtungstypen differenziert, bspw. Wissenschaftseinrichtungen, Unternehmen, Vereine/Verbände etc.);
5. wie viele Unternehmen und Einrichtungen an den landesweiten Tagen der offenen Türen am 8./9. Juli 2022 insgesamt wie viele Besucherinnen und Besucher empfangen haben (möglichst nach Einrichtungstypen differenziert);
6. welche Mitglieder der Landesregierung und Staatssekretäre an den Tagen der offenen Türen Termine für die Kampagne „Gemeinsam für Gesünder“ wahrgenommen haben;
7. welche Erwartungen sie hinsichtlich der Besucherzahl an die Wanderausstellung im Rahmen dieser Kampagne hat;

8. welche Kosten im Zusammenhang mit der Kampagne „Gemeinsam für Gesünder“ entstanden sind bzw. noch entstehen werden bzw. vorgesehen sind für die Bereiche Werbung (differenziert nach Anzeigen in Druckmedien, Plakatschaltungen, Rundfunkspots, Internet/Soziale Onlinemedien), Erstellung der Wanderausstellung, Informationsmaterialien und Give Aways sowie für externe Agenturen (wie die Kommunikationsagentur, welche das Redaktionsbüro für die Kampagne betreibt);
9. welche weiteren, in den obenstehenden Ziffern noch nicht genannten Maßnahmen im Rahmen der Kampagne „Gemeinsam für Gesünder“ noch geplant sind (inkl. Zeitplan, Umfang der Maßnahmen und Kosten);
10. aus welchen Haushaltsmitteln diese Kosten finanziert werden (Angabe in Jahren);
11. wie die Aufgabenteilung von einer oder mehreren externen Agenturen, BioPro Baden-Württemberg GmbH und Landesministerien bei der Konzeptionierung und Umsetzung der Kampagne ausgesehen hat bzw. aussieht;
12. was die Hintergründe der angekündigten Umbenennung des Branchentreffs für die Gesundheitsindustrie von „Forum Gesundheitsindustrie Baden-Württemberg“ zu „TREFFpunkt Gesundheitsindustrie“ ist.

10.8.2022

Reith, Scheerer, Dr. Schweickert, Bonath, Brauer, Fischer, Haag, Haußmann, Heitlinger, Dr. Jung, Karrais, Trauschel, Weinmann FDP/DVP

Begründung

Das Forum Gesundheitsstandort Baden-Württemberg hat die Kampagne „Gemeinsam für Gesünder“ gestartet. Der Antrag erkundigt sich nach dem Hintergrund, den Zielen und den Kosten der Kampagne sowie den weiteren Plänen für diese Kampagne. Außerdem soll ermittelt werden, inwiefern diese Kampagne positiv für das Land Baden-Württemberg ist.

Stellungnahme

Mit Schreiben vom 30. August 2022 Nr. 32-0141.5-11/9/1 nimmt das Staatsministerium im Einvernehmen mit dem Ministerium für Finanzen, dem Ministerium für Wissenschaft, Forschung und Kunst, dem Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus und dem Ministerium für Soziales, Gesundheit und Integration zu dem Antrag wie folgt Stellung:

1. welche Ziele die Kampagne „Gemeinsam für Gesünder“ des Forums Gesundheitsstandort Baden-Württemberg hat;

Mit der Kampagne „Gemeinsam für Gesünder“ soll über die Aktivitäten des Forums Gesundheitsstandort Baden-Württemberg und die Bedeutung des Gesundheitssektors in Baden-Württemberg informiert werden. Dadurch soll Baden-Württemberg als Standort für Wertschöpfung, Innovation, eine bessere Patientenversorgung, hochwertige Arbeitsplätze und als Land der Gesundheit stärker ins öffentliche Bewusstsein gerückt werden. So ist die Gesundheitswirtschaft in Baden-Württemberg mit über 1 Million Beschäftigten der bedeutendste Wirtschaftszweig – mit entsprechenden Chancen für Wissenschaft, Wirtschaft und Versorgung. Die ressort- und bereichsübergreifende Arbeit des Forums Gesundheitsstandort mit über 500 Akteurinnen und Akteuren soll als zentraler Standortfaktor und Alleinstellungsmerkmal in der Öffentlichkeit wahrgenommen werden.

Baden-Württemberg nimmt eine Spitzenposition in den Bereichen Medizintechnik, Pharmazeutische Industrie und Biotechnologie ein. Die Bevölkerung kann und soll von der Vielfalt und dem Leistungsspektrum am Standort profitieren. Um die Chancen von innovativer Gesundheitsforschung bis hin zu Technologiesprüngen für die Gesundheitsversorgung zu vermitteln, gilt es, die Komplexität der Themen im Gesundheitsbereich anhand einzelner Themenfelder in einfachen Botschaften darzustellen, die Themen greifbar zu machen und mit anschaulichen Beispielen zu hinterlegen. Die Themenschwerpunkte orientieren sich dabei an den im Forum entwickelten strategischen Handlungsfeldern (z. B. Nutzung von Gesundheitsdaten, Diagnostik, personalisierte Therapie). Dies soll über kreative Formate in Online- und sozialen Medien, Pressearbeit sowie Veranstaltungen und Werbeschaltungen (Plakate, Print, Radio) gelingen.

2. was genau Start- und (voraussichtliches) Enddatum der Kampagne sind;

Im letzten Quartal 2021 fand die Kampagnenplanung statt. Im Januar 2022 wurde mit der operativen Phase der Kampagne begonnen. Der für die Öffentlichkeit sichtbare Kampagnenstart war im April 2022. Enddatum der Kampagne ist der 31. Dezember 2022. Die im Rahmen der Kampagne produzierten Inhalte, wie z. B. die Kampagnenmotive und Ausstellungsflächen, können jedoch über 2022 hinaus Anwendung finden.

3. wie die Zielerreichung und Wirksamkeit der Kampagne überprüft wird;

Die produzierten Kampagneninhalte werden bzw. wurden über diverse Kampagnenmedien ausgespielt, über deren Zugriffszahlen sich Rückschlüsse auf die Performance der einzelnen Maßnahmen ziehen lassen. So wurde in Vorbereitung auf die Tage der offenen Türen/Start der Wanderausstellung die Aktivität durch gezielte Außenwerbung (Großflächen/Megalights) an die breite Öffentlichkeit (18 bis 65 Jahre) gestreut. An ICE-, IC- und Regional-Bahnhöfen in über 30 Städten in Baden-Württemberg wurden zwei Kampagnenmotive geschaltet und waren zehn Tage lang für Bahnreisende und Pendler sichtbar – hierbei ist von einer theoretischen Reichweite von über 3 Millionen Kontakten auszugehen. Durch die Schaltung eines Radiospots auf SWR1 konnte zudem eine breite Aufmerksamkeit in Baden-Württemberg geschaffen werden – mit schätzungsweise über 16 Millionen Zuhörenden über den Zeitraum der 10-tägigen Liveschaltung (Zielgruppe Ü30). Über Printanzeigen in auflagenstarken baden-württembergischen Tageszeitungen konnten darüber hinaus schätzungsweise 2,5 Millionen Kontakte erreicht werden.

Durch einen durchgängigen Themenservice über das Redaktionsbüro zu Projekten, aktuellen Themen und eigenen Kommunikationsanlässen sowie über Pressearbeit und die Einbindung von reichweitenstarken Partnerakteurinnen und -akteuren wird die Bekanntheit und Zielerreichung der Kampagne gewährleistet. Über eine gezielte Pressearbeit zu den Ergebnissen einer Umfrage zum Gesundheitsstandort Baden-Württemberg mit 1 169 befragten Bürgerinnen und Bürgern (869) sowie Fachkräften des Gesundheitsbereichs (300), wurden zudem diverse Medien in ganz Deutschland auf den Gesundheitsstandort Baden-Württemberg aufmerksam.

Mittels einer durchgängigen Bewerbung der Kampagnen-Inhalte auf den Social-Media-Kanälen des Forums (Twitter, LinkedIn, YouTube) werden stetig sämtliche Altersklassen/Zielgruppen adressiert, die sich für Gesundheitsthemen interessieren. Über seinen Twitterkanal, der im Zuge der Kampagne Ende Januar 2022 eingerichtet wurde, erreicht das Forum Gesundheitsstandort pro Beitrag zum Teil fünfstellige Impressions-Zahlen. Die Gesamtzahl der Impressionen lag bis Mitte August bei ca. 1,4 Millionen. Die Interaktionsrate ist sehr gut, zum Teil gibt es mehrere hundert Interaktionen. Über die Ausspielung via LinkedIn (950 Follower, Start im November 2021) wird das Fachpublikum angesprochen. Bis Mitte August lag die Gesamtzahl der Impressionen bei ca. 160 000. Die Webseite zum Forum Gesundheitsstandort (www.forum-gesundheitsstandort-bw.de) verbucht bis zum 1. August 2022 ca. 13 000 Besuche, das Kampagnenvideo, das über den YouTube-Kanal des Forums Gesundheitsstandort BW zur Verfügung gestellt wird, wurde mehr als 20 000-mal aufgerufen.

4. *wie viele der ca. 500 Akteure des Forums Gesundheitsstandort Baden-Württemberg sich an der Kampagne „Gemeinsam für Gesünder“ in irgendeiner Form bereits beteiligt haben oder voraussichtlich beteiligen werden bzw. ihre Beteiligung angekündigt haben (möglichst nach Einrichtungstypen differenziert, bspw. Wissenschaftseinrichtungen, Unternehmen, Vereine/Verbände etc.);*

Bereits vor dem Start der Kampagne, im Juli 2021, wurden alle Akteurinnen und Akteure über das Vorhaben der Kommunikationskampagne informiert und gebeten, sich mit ihren bestehenden, etablierten Kommunikationskanälen wie (Online-) Magazine, Newsletter, Social-Media-Kanäle etc. an der Kampagne zu beteiligen und ihre Kanäle für das Kommunikationsprojekt zu nutzen – sofern die erarbeiteten Themen und Formate zum Schwerpunkt der Einrichtung passend sind. Im Rahmen einer von der Geschäftsstelle des Forums durchgeführten Abfrage haben sich ca. 60 interessierte Akteurinnen und Akteure zurückgemeldet und geeignete Ansprechpartnerinnen und -partner benannt, welche im Anschluss im Rahmen eines Kick-offs Ende 2021 über die Kampagnenmaßnahmen informiert wurden. Mit dem genannten Akteurskreis sowie den neun Sprecherinnen und Sprechern des Forums wurde die initiale Aktionsplanung (Grob- und Feinkonzeption) abgestimmt und gestartet (Onboarding).

Insgesamt haben sich bis August 2022 rund 45 Institutionen bzw. Projektakteure (4,5 % Unternehmen, 29,5 % wissenschaftliche Einrichtungen, 52,3 % Versorgungseinrichtungen, 11,4 % Verbände/Netzwerke, 2,3 % Sonstige) in Bezug auf redaktionelle Beiträge engagiert, die entweder bereits veröffentlicht wurden oder noch publiziert werden. Weitere Beteiligungs-/Unterstützungsanfragen hinsichtlich der Content-Produktion können fortwährend eingereicht werden. Hinzu kommt die Akteursbeteiligung im Rahmen der Tage der offenen Türen (siehe Frage 5) sowie die Interaktionen auf den Social-Media-Kanälen des Forums (siehe Frage 3).

5. *wie viele Unternehmen und Einrichtungen an den landesweiten Tagen der offenen Türen am 8./9. Juli 2022 insgesamt wie viele Besucherinnen und Besucher empfangen haben (möglichst nach Einrichtungstypen differenziert);*

An den Tagen der offenen Türen am 8. und 9. Juli 2022 haben sich ca. 30 Institutionen mit ihren Projektpartnern an unterschiedlichen Standorten beteiligt (13 % Unternehmen, 13 % wissenschaftliche Einrichtungen, 13 % Verbände/Netzwerke und 61 % Versorgungseinrichtungen). Insbesondere Unternehmen aus der Pharma-/Medtech-Branche konnten ihre Beteiligung – trotz großem Interesse – aufgrund der geopolitischen und pandemischen Lage nicht realisieren. Die jeweiligen Besucherzahlen variierten von Einrichtung zu Einrichtung und können mit ca. 20 bis mehrere tausend Personen (Tag der offenen Tür in Verbindung mit dem 100-jährigen Jubiläum des Mannheimer Klinikums) angegeben werden. Detaillierte einrichtungsbezogene Besucherzahlen wurden nicht erhoben.

6. *welche Mitglieder der Landesregierung und Staatssekretäre an den Tagen der offenen Türen Termine für die Kampagne „Gemeinsam für Gesünder“ wahrgenommen haben;*

Mitglieder der Landesregierung und Staatssekretäre haben an den Tagen der offenen Türen keine Termine wahrgenommen.

An der Eröffnung der Wanderausstellung mit begleitendem Netzwerk-Event zum Thema „Gesundheitsversorgung im ländlichen Raum“, die zeitgleich mit den Tagen der offenen Türen am 9. Juli 2022 in Bad Wildbad stattfand, hat Herr Ministerialdirektor Michael Kleiner, Ministerium für Wirtschaft, Arbeit und Tourismus Baden-Württemberg teilgenommen und ein Grußwort gesprochen.

7. welche Erwartungen sie hinsichtlich der Besucherzahl an die Wanderausstellung im Rahmen dieser Kampagne hat;

Die Wanderausstellung macht im Jahr 2022 nach dem Auftakt in Bad Wildbad noch an insgesamt sieben Stationen Halt: Heidelberg, Stuttgart, Tübingen, Tuttlingen, Freiburg, Ulm und Heilbronn. Da die Wanderausstellungen erst begonnen haben und die Besucherzahlen auch von der Größe der Standort abhängen, ist eine genaue Abschätzung derzeit nicht möglich. Die genaue Besucherzahl wird auch nicht erhoben, da die Ausstellung frei zugänglich und eine durchgängige personelle Betreuung nicht vorgesehen ist.

8. welche Kosten im Zusammenhang mit der Kampagne „Gemeinsam für Gesünder“ entstanden sind bzw. noch entstehen werden bzw. vorgesehen sind für die Bereiche Werbung (differenziert nach Anzeigen in Druckmedien, Plakatschaltungen, Rundfunkspots, Internet/Soziale Onlinemedien), Erstellung der Wanderausstellung, Informationsmaterialien und Give Aways sowie für externe Agenturen (wie die Kommunikationsagentur, welche das Redaktionsbüro für die Kampagne betreibt);

Für die Konzeption und Umsetzung der Kampagne „Gemeinsam für Gesünder“ (Agenturleistung, Fremdleistung und Mediaschaltung) ist ein Gesamtbudget von 830 000 Euro über den Kampagnenzeitraum bis zum 31. Dezember 2022 veranschlagt zuzüglich bis zu weiterer 70 000 Euro (35 000 Euro jeweils in 2021 und 2022) für die Geschäftsstelle des Forums bei der BIOPRO zur Abwicklung und Verwaltung des Kommunikationsprojektes. Davon entfielen im Jahr 2021 ca. 108 000 Euro auf die vorbereitenden Maßnahmen, die Konzeption und Projektsteuerung. Für die Projektsteuerung im Jahr 2022 sind insgesamt ca. 44 000 Euro vorgesehen, für die redaktionellen Maßnahmen 290 000 Euro. Circa 12 000 Euro entfallen auf das Starterkit (eine Zusammenstellung aus Print- bzw. Infomaterialien zur Kommunikationskampagne, die an die Akteurinnen und Akteure des Forums verschickt wurde), etwa 28 000 Euro auf die Umfrage zum Gesundheitsstandort Baden-Württemberg. Für die Wanderausstellung und die Tage der offenen Türen wurden etwa 108 000 Euro veranschlagt. Das Mediabudget liegt bei ca. 240 000 Euro – aufgliedert nach: Großflächen/Megalights: 30 000 Euro, Radiospot: 42 000 Euro, Social Media und Google Display: 66 000 Euro, Print: 102 000 Euro. Die genannten Beträge sind jeweils vorbehaltlich der noch zu erfolgenden Endabrechnung.

9. welche weiteren, in den obenstehenden Ziffern noch nicht genannten Maßnahmen im Rahmen der Kampagne „Gemeinsam für Gesünder“ noch geplant sind (inkl. Zeitplan, Umfang der Maßnahmen und Kosten);

Neben den bereits erwähnten weiteren Stationen der Wanderausstellung und dem durchgängigen Themenservice bzw. der Pressearbeit des Redaktionsbüros bis Ende des Jahres, inklusive der Auspielung der Inhalte auf den Social-Media-Kanälen des Forums Gesundheitsstandort, sind keine weiteren Maßnahmen im Rahmen der Kampagne vorgesehen. Somit entstehen auch keine zusätzlichen Kosten.

10. aus welchen Haushaltsmitteln diese Kosten finanziert werden (Angabe in Jahren);

Die Kampagne „Gemeinsam für Gesünder“ ist Teil des ressortübergreifenden Kommunikationsprojektes des Forums Gesundheitsstandort Baden-Württemberg, welches vom Sozialministerium im Rahmen der zweiten Förderrunde des Forums Gesundheitsstandort finanziert wird. Die Finanzierung erfolgt aus Kap. 0922 Tit. 684 81 gegen Deckung aus der Rücklage „Zukunftsland BW – Stärker aus der Krise“ (Kap. 1212 Tit. 359 12). Für die Kampagne stehen insgesamt 900 000 Euro (davon 300 000 Euro in 2021 und 600 000 Euro in 2022 zur Verfügung, wobei ein Teil der Mittel in 2021 nicht mehr abgerufen werden konnte und die Ausgabermächtigung im Jahr 2022 entsprechend um diesen Betrag nachträglich erhöht wurde).

11. wie die Aufgabenteilung von einer oder mehreren externen Agenturen, BioPro Baden-Württemberg GmbH und Landesministerien bei der Konzeptionierung und Umsetzung der Kampagne ausgesehen hat bzw. aussieht;

Bereits in der Planungsphase der EU-Ausschreibung zum Kommunikationsprojekt wurden die Ziele, die Themen und Terminierung der Kampagne mit der im Forum Gesundheitsstandort befassten interministeriellen Arbeitsgruppe (IMA) aus Staats-, Wirtschafts-, Wissenschafts-, Sozial-, Innen- und Finanzministerium sowie dem Ministerium für Ländlichen Raum gemeinsam mit der BIOPRO als Geschäftsstelle des Forums erarbeitet und in der Folge eine entsprechende Leistungsbeschreibung abgestimmt. Nach Auswahl der Agentur ressourcenmangel a/d panke GmbH durch die IMA im Rahmen eines Pitch-Workshops und dem Start der Kampagnenplanung, wurde die Konzeption der Kampagne mit den Ressorts in einer Kick-off-Sitzung abgestimmt. Das Kommunikationsteam von ressourcenmangel ist für die Steuerung der Kampagne sowie die Erarbeitung und Umsetzung von Kommunikationsmaßnahmen bzw. die Content-Produktion zuständig. Es befindet sich in sehr engem, täglichen bis wöchentlichen Austausch (Jour fixe) mit der BIOPRO, die federführend die organisatorische Umsetzung und Begleitung der Kampagne übernimmt – in enger inhaltlicher und strategischer Abstimmung mit dem Staatsministerium und den in der IMA vertretenen Ressorts.

12. was die Hintergründe der angekündigten Umbenennung des Branchentreffs für die Gesundheitsindustrie von „Forum Gesundheitsindustrie Baden-Württemberg“ zu „TREFFpunkt Gesundheitsindustrie“ ist.

Das Forum Gesundheitsindustrie Baden-Württemberg/der TREFFpunkt Gesundheitsindustrie ist die große Netzwerkveranstaltung der BIOPRO Baden-Württemberg GmbH für die Gesundheitsindustrie (das sind die Branchen Medizintechnik, Pharmazeutische Industrie und Biotechnologie) in Baden-Württemberg. Sie wird seit dem Jahr 2004 von der BIOPRO Baden-Württemberg organisiert, anfänglich als Forum Biotechnologie Baden-Württemberg und später, ab dem Jahr 2014, als Forum Gesundheitsindustrie Baden-Württemberg – im Rahmen einer alle zwei Jahre stattfindenden Netzwerkveranstaltung. Aufgrund der Verwechslungsgefahr mit dem seit dem Jahr 2018 existierenden Forum Gesundheitsstandort Baden-Württemberg, hat sich die BIOPRO entschieden, die eigene Netzwerkveranstaltung, mit dem speziellen Fokus auf die Gesundheitsindustrie, in „TREFFpunkt Gesundheitsindustrie“ umzubenennen.

In Vertretung

Hoogvliet

Staatssekretär