Abgeordnetenhaus BERLIN

Drucksache 17 / 14 660
Schriftliche Anfrage

17. Wahlperiode

Schriftliche Anfrage

des Abgeordneten Heiko Thomas (GRÜNE)

vom 02. Oktober 2014 (Eingang beim Abgeordnetenhaus am 06. Oktober 2014) und **Antwort**

Was kostet die Kampagne „Gepflegt in die Zukunft“

Im Namen des Senats von Berlin beantworte ich Ihre Schriftliche Anfrage wie folgt:

1. Wie viele und welche Agenturen sind an der Kampagne beteiligt und in welcher Höhe werden sie durch die Senatsverwaltung für Gesundheit finanziert?

Zu 1.: Im Dezember 2012 wurde die vom Bund initiierte „Ausbildungs- und Qualifizierungsoffensive Altenpflege 2012-2015“ von Bund, Ländern und Verbänden unterzeichnet. Anliegen der Partner ist es, ausgehend von zehn aktuellen Handlungsfeldern, die für das Ausbildungs-, Berufs- und Beschäftigungsfeld der Pflege älterer Menschen von besonderer Bedeutung sind, die Sicherung der Fachkräftebasis gemeinsam voranzutreiben. Hierzu gehören folgende Ziele und Maßnahmen:

- Verstärkte Ausbildungsanstrengungen und bedarfsorientierte Erhöhung der Ausbildungskapazitäten bei Einrichtungen und Schulen;
- Erschließung des Nachqualifizierungspotenzials in der Altenpflege;
- Weiterbildungsförderung durch die Agenturen für Arbeit und Jobcenter;
- Weiterentwicklung der Pflegeberufe;
- Verbesserte Anerkennung im Ausland erworbener Qualifikationen im Pflegebereich;
- Vereinbarkeit von Familie und Beruf/Vereinbarkeit von Familie und Ausbildung in der Altenpflege;
- Attraktive Arbeitsbedingungen in der Altenpflege;
- Gesellschaftliche Bedeutung des Berufsfeldes Altenpflege durch intensive Öffentlichkeitsarbeit fördern;
- Rahmenbedingungen für die Altenpflege verbessern – Pflegeversicherung reformieren;
- Chancen der Freizügigkeit nutzen.

Zur Umsetzung der Offensive auf Landesebene wurde u. a. im Handlungsfeld „Gesellschaftliche Bedeutung des Berufsfeldes Altenpflege durch intensive Öffentlichkeitsarbeit fördern“ als ein Beitrag Berlins eine Kampagne zur Aufwertung des Altenpflegeberufes und Steigerung der Ausbildungszahlen zur Altenpflegefachkraft in Berlin konzipiert.

Für die Entwicklung und Durchführung der Kampagne wurde die aus folgenden drei Berliner Agenturen bestehende Bietergemeinschaft beauftragt: die Leadagentur Heymann Brandt de Gelmini (Kreation, Werbung), Digramm Media (Webseite, Online-Marketing) und markengold PR (Public Relations). Für die Kampagne stehen insgesamt 500.000 EUR aus zweckgebundenen Einnahmen (s. Antwort zu 2.) zur Verfügung.

2. Aus welchem Kapitel und welchem Titel werden die Gelder bezahlt?

Zu 2.: Zur Finanzierung der Kampagne stehen der Senatsverwaltung für Gesundheit und Soziales zweckgebundene Einnahmen zur Verfügung, die der Verband der Ersatzkassen (vdek) für die Übernahme von Beratungsleistungen durch die landesseitigen Pflegestützpunkte für die Bereiche Pflege, Beratung, Pflegestützpunkte bereitgestellt hat. Die „Kampagne zur Aufwertung des Altenpflegeberufes und Steigerung der Ausbildungszahlen zur Altenpflegefachkraft in Berlin“ wird aus dem Titel 1150/54690 – sonstige sächliche Verwaltungsausgaben aus zweckgebundenen Einnahmen – finanziert.

3. Gab es zur Auswahl der Agenturen eine Ausschreibung. Wenn ja durch wen und wie viele Bewerber haben sich gemeldet? Wenn, warum gab es keine Ausschreibung?

Zu 3.: Die Senatsverwaltung für Gesundheit und Soziales hat mit Bekanntmachung vom 17.07.2013 ein europaweites Verhandlungsverfahren mit vorheriger Aufforderung zur Teilnahme eingeleitet. Insgesamt wurden 23 Teilnehmeranträge beim Auftraggeber eingereicht. Am 02.09.2013 wurden vier Teilnehmer zur Angebotsabgabe und Teilnahme am Verhandlungsverfahren aufgefordert. Nach den Bieterpräsentationen und -verhandlungen wurde der Zu-schlag an die Bietergemeinschaft aus Heymann, Brandt de Gelmini,

Die Drucksachen des Abgeordnetenhauses sind bei der Kulturbuch-Verlag GmbH zu beziehen.
Hausanschrift: Sprosserweg 3, 12351 Berlin-Buckow · Postanschrift: Postfach 47 04 49, 12313 Berlin, Telefon: 6 61 84 84; Telefax: 6 61 78 28.

Digramm Media und Markengold PR am 15.12.2013 erteilt.

4. Über welchen Zeitraum ist die Kampagne geplant und welche Dienstleistungen werden in dieser Zeit weiterhin durch die Agenturen erledigt? Werden dadurch zusätzliche Mittel benötig werden? Wenn ja, in welcher Höhe?

Zu 4.: Öffentlichkeitswirksamer Auftakt war der 28.03.2014. Aktivitäten und Maß-nahmen der Kampagne sind bis Dezember 2014 geplant. Die Website der Kampagne wird noch bis Dezember 2015 betrieben. Vertragsgegenstand zwischen dem Auftraggeber Senatsverwaltung für Gesundheit und Soziales und der Bietergemeinschaft ist die Konzeption und Durchführung der Kampagne zur Aufwertung des Altenpflegeberufes und Steigerung der Ausbildungszahlen. Hierzu gehörte insbesondere die Entwicklung einer kreativen Leitidee und mediale Umsetzung (Werbeplakate, Kinospot, Hörfunkspot, Internet). Der Vertrag wurde am 15.12.2013 geschlossen und endet mit der Abgabe eines Abschlussberichtes durch den Auftragnehmer im 1. Quartal 2015. Zu den obligatorischen Medien und Maßnahmen gehören: Entwicklung eines Webportals für die Kampagne, Erstellung von Infomaterial, Entwicklung einer PR-Strategie und PR-Betreuung der Kampagne.

Auftragsgegenstand der Bietergemeinschaft ist auch die Einbindung von Partnern und das Einwerben von Sponsoren und Sponsorenmitteln. Durch die Bereitstellung von Finanzmitteln oder Dienstleistungen aus Kooperationen und dem Sponsoring konnte das Kampagnenbudget positiv beeinflusst werden.

Berlin, den 23. Oktober 2014

In Vertretung

Dirk G e r s t l e

Senatsverwaltung für
Gesundheit und Soziales

(Eingang beim Abgeordnetenhaus am 24. Okt. 2014)