

Vorlage Nr. GA 9/2025		
für die Sitzung des Gesundheitsausschusses.		
Beratung in öffentlicher Sitzung:	ja	Anzahl Anlagen: 0

Online-Informationskampagne zur Förderung der Blut-, Organ- und Stammzellenspende

hier: Vorstellung der Kampagne bezüglich des in der Sitzung des Gesundheitsausschusses am 11.09.2024 beschlossenen Änderungsantrages der SPD, CDU und FDP zum entsprechenden Antrag der Fraktion Bündnis 90/Die Grünen + P

A Problem

Am 11.09.2024 hat der Gesundheitsausschuss mit Tischvorlage Nr. GA/26/2024 den folgenden Änderungsantrag beschlossen:

1. Der Magistrat wird aufgefordert, in Zusammenarbeit mit relevanten Fachorganisationen (z. B. DKMS, DSO, DRK) eine langfristige Kommunikationsstrategie zur Förderung der Blut-, Organ- und Stammzellenspende in Bremerhaven zu entwickeln. Diese Strategie umfasst nicht nur eine einmalige Kampagne, sondern regelmäßige Informations- und Aufklärungsmaßnahmen.
2. Die Strategie wird insbesondere auf digitale Medien und soziale Netzwerke abzielen, um jüngere Zielgruppen effektiv anzusprechen. Bewährte Methoden der digitalen Kommunikation und Social-Media-Kampagnen werden genutzt.
3. Der Magistrat wird gebeten, eine Plattform zu schaffen, auf der alle Kampagneninhalte zentral bereitgestellt werden. Diese Plattform soll auch die Möglichkeit bieten, Erfolge der Kampagne zu messen und Feedback von der Bevölkerung einzuholen.
4. Die Stadtverordnetenversammlung ermutigt den Magistrat, lokale Unternehmen und Organisationen als Partner in die Kampagne einzubinden, um deren Reichweite und Wirkung zu erhöhen.
5. Die Durchführung und Auswertung der Kampagne wird dem Gesundheitsausschuss regelmäßig berichtet, um eine kontinuierliche Verbesserung der Maßnahmen zu ermöglichen.

Seit Jahren besteht bundesweit ein Mangel an Personen mit Blut-, Organ- und Stammzellenspendenbereitschaft. Allein in Deutschland treten jährlich mehr als 11.000 Fälle mit Leukämie oder einer Störung der Blutbildung auf, wie z. B. Anämien oder Immundefekten sowie Lymphomen.

Vielen Patient:innen kann heute durch die Übertragung von gesunden Stammzellen geholfen werden. Wenn in der eigenen Familie keine geeigneten Spender:innen gefunden werden können, sind die Patient:innen auf fremde Stammzellenspende:innen angewiesen. Daher kann die Typisierung und die damit verbundene Eintragung in die Stammzelldatei Leben retten.

Lebensbedrohliche Krankheiten oder der Verlust wichtiger Organfunktionen machen eine Organtransplantation häufig notwendig. Auf den Wartelisten der europäischen Vermittlungsstelle „Eurotransplant“ stehen augenblicklich mehr als 9.000 Patient:innen aus Deutschland. Die derzeitige Spendenbereitschaft (durch Spendenausweis und/oder Eintragung in das Organspende-Register) ist zu gering und muss dringend erhöht werden.

Der Altersdurchschnitt von Blutspender:innen erhöht sich stetig und jährlich fallen tausende von Spender:innen aus Gesundheitsgründen aus. Jeden Tag werden ungefähr 14.000 - 15.000 Blutspenden in Deutschland benötigt: für die Akuthilfe bei Unfällen, in der Krebstherapie, zur Durchführung planbarer Operationen und bei der Therapie von Immunkrankheiten. Die regelmäßige Sicherstellung der Versorgung mit überlebenswichtigen Blutpräparaten wird immer schwieriger und dass, obwohl es seit 2023 keine Altersgrenze für Blutspender:innen mehr gibt. Besonders wichtig erscheint es, jüngere Zielgruppen (18 bis 30-jährige) anzusprechen und für die genannten Problematiken zu sensibilisieren. Für diese Zielgruppe sind Zeitungskampagnen, Fernsehaufklärung und Plakatwerbung eher nicht Adressat:innengerecht.

Eine langfristige Kommunikationsstrategie, die regelmäßige Informations- und Aufklärungsmaßnahmen beinhaltet, soll zukünftig etabliert werden. Unter anderem werden dafür insbesondere die Sozialen Medien (zum Beispiel Instagram, TikTok, YouTube) als zeitgemäß und zielführend eingeschätzt.

B Lösung

Die Pressestelle des Magistrats und das Gesundheitsamt haben eine entsprechende Kommunikationsstrategie für die Informationskampagne erarbeitet. Ziel der Kommunikationsstrategie soll sein, möglichst viele Bremerhavener:innen über die Themen Blut-, Organ- und Stammzellspende und die Möglichkeiten dafür vor Ort aufzuklären. Der Magistrat kann als neutrale Verwaltungsorganisationen allerdings nicht aktiv für eine der drei Spendenformen werben. Zudem handelt es sich um sehr unterschiedliche Spendenformen, die sowohl körperlich, als auch moralisch-ethisch sehr differenziert betrachtet werden müssen. Die Kommunikationsstrategie muss das entsprechend berücksichtigen.

Dies vorangestellt, ist eine dreistufige Kommunikationsstrategie sinnvoll.

Stufe 1

In der ersten Stufe trägt das Gesundheitsamt alle Spendenmöglichkeiten mit den, in Bremerhaven ansässigen externen Anbietern, zusammen. Das Gesundheitsamt sammelt Kontaktmöglichkeiten und eruiert etwaige Zusammenarbeit/Unterstützung mit externen Institutionen sowie dem Klinikum Bremerhaven Reinkenheide und sammelt bereits bestehendes Informationsmaterial. Diese Stufe befindet sich bereits in der Umsetzung.

Stufe 2

In der zweiten Stufe wird eine Kampagne, unter dem Hashtag/Slogan #Bremerhavenklärt aufgesetzt, die auf der Webseite www.bremerhaven.de und über die Social-Media-Kanäle der Stadt kommuniziert werden kann. Auch Pressemitteilungen können verschickt und die Medien über die Kampagne informiert werden. Auch ein Key Visual wird in enger Zusammenarbeit mit dem Gesundheitsamt durch die Pressestelle erarbeitet. Dieses kann dann mit den Kampagneninhalten ebenfalls auf den *Ströer City Lights* in der Innenstadt verwendet werden.

Auf der Webseite werden zunächst alle in Stufe 1 gesammelten Informationen zusammengetragen und zielgruppengerecht inhaltlich und visuell aufbereitet. Dabei kann auch auf bereits bestehende Informationskampagnen von Bund, Land oder anderen öffentlichen Stellen verlinkt werden. Auch für die Social-Media-Kanäle kann zunächst auf bereits bestehendes

Material - etwa von Bundes- oder Landesbehörden - zurückgegriffen werden.

Stufe 2 soll Ende Juni 2025 starten und zunächst das Thema Blutspende in den Fokus nehmen. Hintergrund ist der Umstand, dass die Sommerferien in der Regel einen Engpass bei der Blutspende entstehen lassen, wenn viele Bürger:innen, die sonst regelmäßig spenden, in den Urlaub fahren. Dieser Umstand kann als Aufhänger für den Kampagnenstart genutzt werden.

Stufe 3

In der dritten Stufe werden regelmäßig Informationsbeiträge auf der Webseite und Posts auf den Social-Media-Kanälen veröffentlicht. Diese sollten einmal wöchentlich, mindestens aber mit einer wiederkehrenden Regelmäßigkeit über zwei bis drei Monate erscheinen. Der Übergang von Stufe 2 in Stufe 3 ist fließend, sodass die ersten Social-Media-Beiträge zum Thema Blut spenden bereits Ende Juni veröffentlicht werden sollen. Geplant sind regelmäßige Postings, mindestens zwei Mal im Monat, um die Kampagne sichtbar zu halten.

Kooperationen mit privaten Unternehmen oder Initiativen sind der Verwaltung nicht direkt möglich, um keine verzerrte Wettbewerbssituation zu schaffen. Der Magistrat darf nur mit Gesellschaften und Eigenbetrieben kooperieren, die mindestens zu 51 Prozent in öffentlicher Hand sind. Der Hashtag #Bremerhavenklärtauf kann aber als verbindendes Element genutzt werden, sollten sich beispielsweise Firmen an der Aktion beteiligen wollen, in dem sie zur Blutspende aufrufen oder eine Typisierungsaktion starten wollen. Entsprechende Call-to-Actions (Aufrufe zum Mitmachen) können in den Social-Media-Beiträgen der Stadt platziert werden.

C Alternativen

Keine.

D Auswirkungen des Beschlussvorschlags

Es liegen weder finanzielle noch gender- oder klimaschutzzielrelevanten Auswirkungen vor.

Ausländische Mitbürger:innen oder Menschen mit Behinderung sind von dem Beschlussvorschlag nicht in besonderer Weise betroffen.

Die unmittelbare örtliche Betroffenheit einer zuständigen Stadtteilkonferenz liegt nicht vor.

Die Belange des Sports oder besonderen Belange von Kindern, Jugendlichen und jüngeren Erwachsenen sind von dem Beschlussvorschlag nicht in besonderer Weise betroffen.

E Beteiligung / Abstimmung

Die Vorlage wurde gemeinsam mit der Magistratspressestelle erstellt.

F Öffentlichkeitsarbeit / Veröffentlichung nach dem BremIFG

Keine. / Eine Veröffentlichung nach dem BremIFG wird gewährleistet.

G Beschlussvorschlag

Der Gesundheitsausschuss nimmt die Online-Informationskampagne zur Kenntnis und bittet um regelmäßige Berichterstattung.