

Nutzen der Kampagne „FAHRRADja! 2024“

Anfrage der Abgeordneten Theresa Gröninger, Michael Jonitz, Frank Imhoff und Fraktion der CDU

Wir fragen den Senat:

1. Wie lauten das Ziel und die Zielgruppe der Kampagne „FAHRRADja! 2024“ und welche Kosten fallen dafür an (letztere bitte aufschlüsseln nach Plakatkampagne, Marketingberatung, Social-Media-Werbung, Personalkosten und Sonstiges)?
2. Wie viele und welche Art von Veranstaltungen werden daraus finanziert, wie viele finden durch das Themenjahr zusätzlich statt, und wie viele finden auch ohne Themenjahr statt?
3. Wie bewertet der Senat Umsetzung und Erfolg der Kampagne (zum Beispiel Name des Instagram-Accounts, Teilnehmeranzahl bei den Veranstaltungen, neugewonnene Follower seit Kampagnenstart bei Instagram), durchschnittliche Reaktionen und Impressionen bei Instagram auf Beiträge)?

Zu Frage 1:

Die Kampagne „FAHRRADja! 2024. Bremen bewegt Dich“ hat das Ziel, im Rahmen der Umsetzung der Tourismusstrategie 2025 ein für Bremen wichtiges Thema im Stadtmarketing gebündelt darzustellen. Das Stadtmarketing umfasst hierbei das Identitäts-, das Standort- und das Tourismusmarketing.

Als Zielgruppen werden mit den jährlichen Themenjahren im Identitätsmarketing die Bremerinnen und Bremer, im Standortmarketing die Wirtschaft und im Tourismusmarketing die Tages- und Übernachtungsgäste angesprochen.

Die WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH setzt im Geschäftsbereich Marketing und Tourismus die jährlichen Themenjahre um. Für das Fahrrad-Themenjahr sind rund 62.000 Euro Kosten angefallen. Diese teilen sich wie folgt auf:

- 15.000 Euro Plakatkampagne,
- 10.000 Euro Marketingberatung,
- 2.000 Euro Social Media und Online-Werbung,
- 22.000 Euro Personalkosten,
- 13.000 Euro für Sonstiges wie Print-Anzeigen und Merchandising.

Zu Frage 2:

61 Veranstaltungen werden im Jahr 2024 mit der Kampagne „FAHRRADja! 2024“ durch die WFB beworben.

Auf Grund des Themenjahres „FAHRRADja!“ finden 23 Veranstaltungen zusätzlich in Bremen statt bzw. werden zusätzlich im Jahr 2024 durch die WFB vermarktet, z. B. diverse touristische Fahrrad-Angebote wie die „Lokalrunde, eine Bremer Erlebnis-Fahrrad-Rallye“ oder eine „Bremer Welterbetour“ vom Allgemeinen Deutschen Fahrrad-Club e. V. (ADFC) anlässlich der Welterbetage.

Rund 30 Veranstaltungen finden unabhängig von dem Fahrrad-Themenjahr 2024 hierzu in Bremen statt, beispielsweise das große Hallenradrennen „Sixdays Bremen“ oder die Aktion „Mit dem Rad zur Arbeit“. Diese werden 2024 durch das Themenjahr gezielter und somit stärker in den Fokus gesetzt.

Es werden keine Veranstaltungen der WFB aus Mitteln der Themenjahre finanziert. Vielmehr geht es um die Bündelung und um die Vermarktung bestehender sowie kreativer neuer Angebote, um diesen eine gemeinsame thematische Grundlage und damit mehr Kraft im Marketing zu verleihen. Dies gilt sowohl regional als auch überregional.

Zu Frage 3:

Die Bewerbung der Kampagne zum Themenjahr erfolgt im Stadtmarketing mit einem breiten Marketing-Mix und auf mehreren Social-Media-Plattformen. Der Instagram-Account lautet „@themenjahr.bremen“, er hat Ende August insgesamt 1.631 Follower:innen sowie 439 Beiträge, davon 124 bislang im Jahr 2024. Seit Kampagnenstart bei Instagram wurden 611 Follower:innen neu hinzugewonnen. Die durchschnittlichen Reaktionen bei Instagram auf Beiträge betragen 7 Prozent. Die Gesamtbeitragsreichweite liegt bei 51.300. Es gibt 271.314 Impressionen, pro Tag durchschnittlich circa 917.

Die Umsetzung und der Erfolg der Kampagne „FAHRRADja! 2024. Bremen bewegt Dich“ wird positiv bewertet, da unterschiedlichste Themen und Zielgruppen sowie eine Vielzahl von Festivals und Veranstaltungen mit dem Fahrrad-Themenjahr 2024 im Stadtmarketing berücksichtigt werden. Durch die thematische Bündelung werden die Marketingkraft und das positive Image als Fahrradstadt gestärkt. Bremen ist mit kurzen Wegen, flachen und grünen Strecken beliebt bei Radfahrenden. Deutschlands wichtigste Fahrradorganisation hat Bremen in einer Umfrage als fahrradfreundlichste deutsche Großstadt ermittelt. Der Radverkehrsanteil liegt in Bremen mit rund 25 Prozent so hoch wie in keiner anderen deutschen Stadt mit mehr als 500.000 Einwohnenden. Mit den Themenjahren werden die Besonderheiten der Hansestadt in den Fokus gerückt. Das Fahrrad ist für Bremen ein besonderes Thema, denn Fahrrad und Bremen, das gehört zusammen. Daher passt das diesjährige Themenjahr sehr gut zu unserer Stadt.