

Mitteilung Nr. MIT-FS 15/2022		
zur Anfrage Nr. nach § 39 GOSTVV des Stadtverordneten der Fraktion vom Thema:	FS 15/2022 Claudius Kaminiarz DIE GRÜNEN PP 16.05.2022 Freie Werbevolumen Bremerhavens bei der Deutsche Städte Medien GmbH (GRÜNE PP)	
Beratung in öffentlicher Sitzung:	ja	Anzahl Anlagen: 0

I. Die Anfrage lautet:

Wir fragen wir den Magistrat:

1. Bei der Deutsche Städte Medien GmbH stehen Bremerhaven kostenlose Werbe-Volumina zur Verfügung. Welche Bremerhavener Attraktionen werden im Rahmen dieser freien Werbe-Volumina beworben?
 - A) Wer entscheidet, für welche Attraktionen die freien Werbe-Volumina in Anspruch genommen werden?
 - B) Nach welchen Kriterien werden diese Entscheidungen getroffen?

II. Der Magistrat hat am 08.06.2022 beschlossen, die obige Anfrage wie folgt zu beantworten:

A) Die Entscheidung bzw. Koordination liegt im Zuständigkeitsbereich der Erlebnis Bremerhaven, Gesellschaft für Touristik, Marketing und Veranstaltungen GmbH (EBG).

B) Die freien Werbe-Volumina werden für überregionale Plakatierungen auf Großflächen genutzt, um Werbung für wichtige Attraktionen in Bremerhaven zu schalten. Die Werbung erfolgt in für die Stadt Bremerhaven relevanten Quellgebieten zur Impulsgabe für den Bremerhaven-Tourismus. Sie sind ein wichtiges Instrument, um außerhalb Bremerhavens für eigene Großveranstaltungen, wie z.B. Maritime Tage, Sail Bremerhaven oder den Bremerhavener Weihnachtsmarkt zu werben. Die Aufteilung und Planung erfolgt im Hause der EBG und teilweise auch in Abstimmung mit anderen touristischen Attraktionen, wie z.B. dem Zoo am Meer, dem Klimahaus, dem Deutschen Auswandererhaus oder dem Deutschen Schifffahrtsmuseum.
Da es sich um für das Tourismusmarketing wichtige Möglichkeiten handelt, außerhalb der

Seestadt für das Angebot der Stadt Bremerhaven zu werben, wird eine Aufteilung des Mediavolumens einerseits anhand der Kenntnisse aus repräsentativen Analysen über den Markt, andererseits anhand relevanter Quellgebiete sowie auf Grundlage der produkt- oder kampagnenspezifischen Ziele vorgenommen und abgestimmt.

Vorüberlegungen zum digitalen Stadtinformationssystem

Darüber hinaus laufen zu den in der Fußgängerzone zu installierenden digitalen Informationsanlagen (sogenannte City-Light-Poster) bereits Vorüberlegungen, dass dort neben dem Präsentieren touristisch relevanter Informationen auch die Möglichkeit besteht, wichtige Hinweise zur digitalen Besucherlenkung zu platzieren.

In den digitalen Werbeträgern kann die Stadt unabhängig von der Vermarktungslage mindestens 10 Sekunden pro Content-Schleife (180 sec.) für Eigenwerbung, aktuelle Mitteilungen etc. nutzen. In besonderen Situationen wie Gefahrenlagen, Wetterkatastrophen u. Ä. ist diese Zeit situationsgerecht zu erweitern. Bei regulären Buchungen durch die Stadt (dies gilt auch für Buchungen außerhalb der Stadt Bremerhaven) gewährt der Konzessionsnehmer einen Nachlass in Höhe von 50 % von den jeweils geltenden Listenpreisen.

Konkret könnten wichtige touristische Informationen wie z.B. Hinweise zu Veranstaltungen (Sport- oder Kulturveranstaltungen) und zu den am Kreuzfahrt-Terminal Bremerhaven zu erwartenden Schiffsbewegungen präsentiert werden. In diesem Zusammenhang sollen durch eine digitale Besucherlenkung die Besucherströme entzerrt und – unter enger Zusammenarbeit mit den touristischen Attraktionen - eine Optimierung der zu besuchenden Einrichtungen in der Innenstadt erreicht werden.

Neuhoff
Bürgermeister