

Schriftliche Kleine Anfrage

des Abgeordneten Ralf Niedmers (CDU) vom 09.01.24

und Antwort des Senats

Betr.: Kommunikationskonzept für die „Active City-Strategie“

Einleitung für die Fragen:

Der Senat hat 2017 die „Active City-Strategie“ verabschiedet. Um die „Active City-Strategie“ bekannter zu machen, hat die Behörde für Inneres und Sport ein kostspieliges Kommunikationskonzept inklusive einer digitalen Plattform zur Aktivierung und Stärkung der Active City ausarbeiten lassen. Seither ist es jedoch recht ruhig um die konkrete Umsetzung und Verwendung der Mittel für das Kommunikationskonzept der „Active City-Strategie“ geblieben.

Vor diesem Hintergrund frage ich den Senat:

Einleitung für die Antworten:

Der Terminus „Active City“ wurde zum Ende der Dekadenstrategie (2011 bis 2021) und parallel zur schließlich erfolgreichen Bewerbung Hamburgs um die Zertifizierung beziehungsweise Auszeichnung als „Global Active City“ in den Jahren 2016 bis 2018 etabliert. Die Active City ist seither nicht allein als Sportentwicklungsstrategie zu verstehen, sondern als Zielstellung für eine lebenswerte und attraktive Großstadt, die durch Sport, Bewegung und körperliche Aktivität im Alltag der Hamburgerinnen und Hamburger geprägt ist. Um die positiven Effekte von Sport und Bewegung für Lebensqualität, Gesundheit, Mobilität oder sozialen Zusammenhalt weiter in die Gesellschaft zu tragen und ein möglichst breites Verständnis für den Mehrwert der Active City für die Bürgerinnen und Bürger herzustellen, wurden in den Jahren 2019 bis 2021 und 2023/2024 zwei Agenturen damit beauftragt, kommunikative Maßnahmen zu entwickeln und umzusetzen.

Die Beantwortung der Fragen erfolgt in Bezug auf diese beiden Aufträge, da eine Darstellung aller kommunikativen Maßnahmen der für Sport zuständigen Behörde, zu denen beispielsweise auch alle einzelnen Marketingmaßnahmen rund um Sportgroßveranstaltungen zu zählen wären, in der für die Beantwortung einer Parlamentarischen Anfrage zu Verfügung stehenden Zeit nicht darstellbar ist.

Die vom Fragesteller in der Einleitung erwähnte Active City-Strategie wurde am 28. Juni 2022 vom Senat beschlossen.

Dies vorausgeschickt, beantwortet der Senat die Fragen wie folgt:

Frage 1: *In welcher Höhe wurden bisher finanzielle Mittel für das Kommunikationskonzept beziehungsweise die Kommunikationsmaßnahmen der „Active City-Strategie“ (im gesamten Zeitablauf von Ausschreibung bis Beendigung) zur Verfügung gestellt?*

Antwort zu Frage 1:

Es wurden im Zeitraum von 2019 bis 2025 Mittel in Höhe von 2.473.408,39 Euro zur Verfügung gestellt.

Frage 2: *Kosten in welcher Höhe sind seit 2020 für das Kommunikationskonzept beziehungsweise die Kommunikationsmaßnahmen entstanden? Bitte pro Jahr und pro Maßnahme einzeln angeben.*

Antwort zu Frage 2:

Tabelle 1

| Maßnahme | Kosten (brutto) |
|--|------------------------|
| Digitale Plattform | 68.073,09 Euro |
| Technische Maintenance | 54.095,43 Euro |
| Laufende Beratungsleistungen | 86.675,54 Euro |
| Challenge | 67.727,94 Euro |
| Sonstige kommunikative Maßnahmen | 33.807,27 Euro |
| Sonstige technische Maßnahmen (z.B. Hosting) | 8.897,45 Euro |
| Sonstige Kosten | 9.116,62 Euro |
| Summe | 328.393,34 Euro |

2021:

Tabelle 2

| Maßnahme | Kosten (brutto) |
|------------------------------|------------------------|
| Laufende Beratungsleistungen | 26.193,11 Euro |
| Active City Bewegungsbus | 92.433,25 Euro |
| Social Media | 7.138,64 Euro |
| Active City Challenges | 45.705,95 Euro |
| Erfolgsmessung | 23.205 Euro |
| Summe | 194.675,96 Euro |

Die Kosten für technische Maintenance und Hosting waren ab 2021 nicht mehr Teil des ursprünglichen Auftrages, sondern wurden separat vergeben.

2023/2024:

Der vergebene Auftrag beinhaltet folgende Maßnahmen/Kernelemente, deren Konzeption, Planung, Vorbereitung und Erstellung zum Großteil im Jahr 2023 erfolgt sind. Im Jahr 2024 kommen diese Maßnahmen zum Einsatz und werden in aufeinander abgestimmten Kampagnenphasen ausgespielt und veröffentlicht. Insofern ist der Großteil der Kosten für die nachfolgenden Maßnahmen im Jahr 2023 angefallen:

Tabelle 3

| Maßnahme | Kosten (brutto) |
|---|------------------------|
| Konzeption und Planung (inkl. Planung und Durchführung eines Stakeholder-Dialogformats) | 258.824,99 Euro |
| Erstellung von Filmmaterial (Imagefilm und personalisierbare Filme) | 196.350 Euro |
| Überarbeitung Active City Website und App inkl. Betreuung und Pflege/Support | 173.978 Euro |
| Social Media (Konzeption, Contenterstellung) | 75.250,84 Euro |
| Hosting | 4.069,80 Euro |

Frage 3: *Mittel in welcher Höhe und aus welcher Quelle sind für das Jahr 2024 für die Kommunikationsmaßnahmen der „Active City-Strategie“ vorgesehen?*

Frage 4: *Wer führt die Kommunikationsmaßnahmen aus?*

Antwort zu Fragen 3 und 4:

Die zur Umsetzung des Gesamtauftrags in den Jahren 2023/2024 zu finanzierenden Mittel in Höhe von 1.010.048,20 Millionen Euro sind in der Produktgruppe 272.03 im Einzelplan 8.1 der Behörde für Inneres und Sport eingeplant. Die Ausführung in den Jahren 2023/2024 liegt bei den beauftragten Agenturen (Bietergemeinschaft).

- Frage 5:** *Wie hoch ist das Budget für*
- a) das Kommunikationskonzept,*
 - b) die digitale Plattform,*
 - c) die mobile App,*
 - d) die groß angelegte Informationsoffensive,*
 - e) kreative Veranstaltungskonzepte,*
 - f) den Aufbau der Active City-Community,*
 - g) die Einbindung von Akteuren der Stadt, wie Vereine und Verbände?*

Antwort zu Fragen 5 a) bis 5 g):

Zu den im Jahr 2023 entstandenen Kosten siehe Antwort zu 2. Die im Rahmen der Beauftragung restlichen zur Verfügung stehenden Mittel für das Jahr 2024 sind nicht einzelnen Positionen entsprechend a) bis g) der Frage 5 zugeordnet, sondern werden nach Bedarf zur Erfüllung der Leistungsanforderungen gemäß Beauftragung verwendet. Da die für Konzeption, Programmierung und Erstellung von Content und Kommunikationsmaterialien erforderlichen Vorarbeiten sehr kostenintensiv sind, wurde im Jahr 2023 ein Großteil des Budgets dafür eingesetzt. Diese erarbeiteten Maßnahmen wie Website-Relaunch, App-Relaunch und Aktivierung und Stärkung der AC-Community werden im Jahr 2024 sichtbar.

- Frage 6:** *Wie ist der aktuelle Stand zu den einzelnen Unterpunkten a) bis g) aus Frage 5?*

Antwort zu Frage 6:

Anfang 2023 wurde ein integriertes Kampagnenkonzept unter Berücksichtigung verschiedener Zielgruppen erstellt, das seitdem stetig umgesetzt wird.

Im April 2023 fand mit dem Active City Dialog ein Veranstaltungsformat statt, zu dem relevante Stakeholder aus dem organisierten Sport und freie Akteure eingeladen wurden, um zu verschiedenen Themenkomplexen der Kommunikation Inhalte zu erarbeiten. Diese Veranstaltung wurde anschließend ausgewertet, und die Ergebnisse wurden bei der Erarbeitung der weiteren Kampagne berücksichtigt.

Im Zentrum der Kampagne stehen die digitalen Plattformen der Active City Website (<https://www.hamburg-activecity.de/>) und der Active City App, die umfassend überarbeitet wurden und werden. Die Plattformen sollen als Anlaufstelle für alle Hamburgerinnen und Hamburger dienen. Hier finden sich sowohl umfassende Inhalte zum aktuellen Sportgeschehen in der Stadt, zu Sportveranstaltungen, Fördermöglichkeiten, aber auch Informationen rund um die Active City-Strategie und Dokumenten-Downloads. Der Website-Relaunch fand im November 2023 statt; der Relaunch der Active City App steht im 1. Quartal 2024 bevor.

Das Herzstück der Website und App ist eine neue Sportangebotskarte. Hier finden alle Hamburgerinnen und Hamburger niedrigschwellig das für sie individuell passende Bewegungsangebot, sei es im Sportverein, im öffentlichen Raum, organisiert oder unorganisiert. Ein wichtiges Merkmal, welches zur Stärkung der Active City Community beitragen soll, ist die Möglichkeit für Nutzende, auch selbst Einträge in die Sportangebotskarte vorzunehmen. Das können sowohl Active Spots (Sport- und Bewegungsorte im öffentlichen Raum) als auch organisierte Kurse und Veranstaltungen sein.

Ab Ende Januar beginnt eine hamburgweite Out-of-Home-Kampagne, bei der die neue Website und das Sportangebot in der Stadt aufmerksamkeitsstark beworben werden. Darüber hinaus werden mit den Social-Media-Auftritten der Hamburg Active City auf verschiedenen Plattformen Informationen rund um die Active City, aber auch Inspirationen und Emotionen rund um die Themen Sport und Bewegung und deren gesellschaftlichen Wert vermittelt. In den sozialen Medien existiert kulminiert eine Community von über 10.000 Followern. Zeitweise werden allein durch Instagram über 50.000 Konten pro Monat erreicht. Diese Zahlen haben sich seit Beginn der Kampagne und den damit

verbundenen Social-Media-Formaten sehr positiv entwickelt, und für 2024 wird erneut ein deutlicher Zuwachs an Followern und App-Nutzenden erwartet.

Im Rahmen der Kampagne sollen aber nicht nur Fakten über die Active City vermittelt, sondern auch eine positive Emotionalisierung mit den Themen Bewegung, Gesundheit und Sport erreicht werden. Dazu wird ein vermehrter Einsatz von Bewegtbild genutzt. Beispielhaft herauszuheben ist hier der Active City-Teaser (Imagefilm), der ab Ende Januar für drei Wochen in vielen Kinos Hamburgs zu sehen sein wird. In diesem Teaser geht es zentral darum, den bereits bestehenden niedrigschwelligen Zugang zu Bewegungsmöglichkeiten und Sport in unserer Stadt darzustellen. Der Teaser und weitere Bewegtbildformate entstanden in Kooperation mit Sportvereinen. Das Social-Media-Format „Active City Heroes“ präsentiert beispielsweise lebensnahe Portraits von Vereinssportlerinnen und -sportlern mit Vorbildcharakter, die im Bereich Sport und Bewegung aktiv sind und ihr Engagement den Zuschauenden darüber näherbringen. Diese sympathischen Video-Portraits sollen Hemmschwellen auf dem Weg zu Sport und Bewegung abbauen, zu einem aktiveren Lebensstil motivieren und den Spaß beim Sport in den Vordergrund stellen.

Auch das Social-Media-Format „Schietwetter Heroes“ folgt dem niedrigschwelligen Ansatz, körperlich aktive Menschen auf der Straße oder im Park bei objektiv schlechtem Wetter zu befragen, was sie vor die Tür treibt und wie sie sich motivieren. Auch hier stehen der lebensnahe Ansatz und eine authentische Tonalität im Vordergrund.