

Sitzungsvorlage		Vorlage- Nr:	VO/2018/1827-R6
Federführend: 6 Baureferat		Status:	öffentlich
Beteiligt:		Aktenzeichen:	
		Datum:	30.07.2018
		Referent:	Beese Thomas
Fahrradstadt Bamberg: Kommunikationskonzept und Kampagnenplanung Sachstandsbericht			
Beratungsfolge:			
Datum	Gremium	Zuständigkeit	
23.08.2018	Feriensenat 2018	Kenntnisnahme	

I. Sitzungsvortrag:

1. Vorgang

In der Vollsitzung des Stadtrates am 31.01.2018 hat der Stadtrat die Ziele des Bürgerbegehrens „Radentscheid“ beschlossen (VO/2018/1459-R1). Weil nur sieben von zehn rechtlich zulässig waren, hat der Stadtrat darüber hinaus ein „Maßnahmenpaket 2018“ beschlossen, das teilweise auch Ziele aus den drei übrigen Punkten des Bürgerbegehrens aufgreift. Der Beschluss der Vollsitzung vom 31.01.2018 ist dieser Sitzungsvorlage in Anlage 1 beigefügt.

Seit der Vollsitzung am 31.01.2018 wird in jedem Umweltsenat ein Sachstandsbericht zum Thema „Fahrradstadt Bamberg“ gegeben (VO/2018/1476-61 und VO/2018/1616-61). Der nächste umfassende Sachstandsbericht ist für die Sitzung des Umweltsenates am 18.09.2018 fest eingeplant. Die Berichterstattung folgt hierbei jeweils der Buchstabengliederung des Beschlusses der Vollsitzung vom 31.01.2018.

2. Imagekampagne:

Unter Buchstabe a) des Beschlusses über das „Maßnahmen-Paket 2018“ hat der Stadtrat eine „Image-Kampagne“ zur Stärkung des Radverkehrs beschlossen. Dies unter der expliziten Vorgabe der „Umsetzung konkreter Maßnahmen bereits im Haushaltsjahr 2018“.

Insgesamt hat der Stadtrat für die Umsetzung der Maßnahmen entsprechend der Buchstaben a) bis f) und h) 160.000,00 Euro bereitgestellt. Für die Umsetzung der Maßnahme nach Buchstabe g) besteht eine weitere eigene Haushaltsstelle. Hinsichtlich der Finanzierung darf auf die Sitzungsvorlage in der nicht-öffentlichen Sitzung des Feriensenates verwiesen werden.

3. Ausgangslage:

Die Stadt Bamberg kann sich anhand objektiver Kriterien heute bereits als eine der fahrradfreundlichsten Gemeinde in Bayern bezeichnen. 80 % der Menschen fahren regelmäßig Fahrrad. 30 % der

6. Grundanforderung:

Eine Imagekampagne muss starke Präsenz zeigen, um wahrgenommen zu werden. Dabei ist es ziel führend die Erfahrungen von Unternehmen der Marketing-Branche hinsichtlich der Breiten- und Tiefenwirkung von Kampagnen für die städtischen Ziele zu nutzen. Es genügt nicht, lediglich ein Logo auf einzelne Broschüren zu drucken und im Internet zu verwenden. Vielmehr muss die „Marke“ gerade zu Beginn einer Kampagne breit in der Öffentlichkeit präsent sein. Darüber hinaus muss eine Kampagne auch durch wiederholte Verwendung und Präsenz am Leben erhalten werden. Zudem muss durch neue Ideen, Aktionen und Motive auch die Wahrnehmung immer wieder aufgefrischt werden. Die Wiederholung des Kerns der Marke ist dabei wichtig, um diesen breit bekannt zu machen und nachhaltig zu verankern.

Dies hat zur Folge, dass jede Imagekampagne immer mit Mindestkosten und Mindestdauer verknüpft ist. Hinzu kommt in der Anlaufphase der Kampagne, dass es hier wichtig ist, innerhalb eines komprimierten Zeitraumes in besonderer Breite präsent zu sein. Der finanzielle Orientierungswert von 1 € pro Einwohner und Jahr aus dem Nationalen Radverkehrsplan des Bundesministeriums für Verkehr erscheint hier grundsätzlich als realistisch.

7. Einordnung im Jahresverlauf:

Bamberg gehört zu den Städten, die häufig schneearme Winter haben, so dass auch im Winter viel Fahrrad gefahren wird. Dies liegt im Interesse aller Verkehrsteilnehmer, weil es gerade im Winter besonders nützlich ist, wenn öffentliche Verkehrsträger und das Straßennetz des motorisierten Individualverkehrs nicht übermäßig durch zusätzliche Kraftfahrzeuge bzw. Fahrgäste belastet werden. Deswegen wird jede Kampagne sich auch darum bemühen, die Radverkehrsnutzung im Winter zu steigern.

Nichtsdestotrotz gibt es auch so etwas wie eine Hauptjahreszeit für den Radverkehr. Das ist die Zeit von April bis Oktober. Gerade der Start einer Kampagne muss, um wirkungsvoll und glaubwürdig zu sein, immer in diese Hauptjahreszeit fallen. Außerdem muss der Auftrag mit einer breiten Plakatierung gestützt werden. In einer Stadt von der Größenordnung Bambergs sollten auf jeden Fall in der Hauptphase 150 Plakate zeitgleich präsent sein.

Die Plakatierungsstandorte wiederum werden jedoch zwischen Werbekunden und Standortanbietern nach marktwirtschaftlichen Gesetzen belegt und vergeben. Kurzfristige Buchungen in großer Stückzahl sind in der Regel nicht möglich. Daraus ergibt sich, dass auch im Falle einer positiven Beschlussfassung zum Tagesordnungspunkt im nicht öffentlichen Teil der Sitzung über die Beauftragung der Kampagne der Kampagnenauftritt möglicherweise nicht mehr im Jahr 2018 erfolgen kann, sondern in das Frühjahr 2019 verschoben werden muss.

8. Kampagnen zugunsten anderer Verkehrsträger:

Es herrscht Einigkeit und entspricht der Beschlussfassung des Stadtrates zu den Zielen des Verkehrsentwicklungsplanes, dass auch die anderen Verkehrsträger des Umweltverbundes (ÖPNV und Fußgängerverkehr) gestärkt werden sollen. Zudem entspricht es den langjährigen städtebaulichen Absichten, möglichst viel ruhenden Verkehr aus dem öffentlichen Straßenraum in die öffentlichen Parkierungsanlagen zu verlagern. Vor diesem Hintergrund ist es selbstverständlich sinnvoll, auch Werbung für den ÖPNV, die Nutzung öffentlicher Parkhäuser und das Zufußgehen zu machen.

Der ÖPNV und die meisten öffentlichen Parkhäuser werden von der Stadtwerke Bamberg Verkehrs- und Park GmbH betrieben. Die Stadtwerke verfügen über eine eigene Presse- und Marketingabteilung. Die Stadtwerke sprechen seit vielen Jahren mit einem Kundenmagazin alle Haushalte direkt an. Die Stadtwerke machen in vielfältiger Weise umfassend Werbung für den ÖPNV und die Parkhäuser, teilweise auch in enger Zusammenarbeit mit dem Stadtmarketing.

Der Stadtrat hat mit dem Beschluss vom Januar bewusst ein Zeichen gesetzt, dass nach vielen Jahren des Marketings für den ÖPNV und die Parkhäuser nun auch für ein paar Jahre das Radfahren verstärkt öffentlich beworben werden soll. Hinsichtlich des Fußgängerverkehrs gibt es bislang keinen

Beschluss und keine Mittelbereitstellung.

Der Beschluss vom Januar bezog sich ausschließlich auf den Radverkehr. Dies natürlich auch im Zusammenspiel mit anderen Verkehrsträgern, im Sinne sinnvoller Vernetzung und im Sinne höchstmöglicher Verkehrssicherheit.

9. Ausschreibungsvorgang:

Der Ausschreibungsvorgang wurde in der Sitzungsvorlage VO/2018/1820-R6 in der Vollsitzung am 26.07.2018 dargestellt (Anlage 2).

10. Erscheinungsbild des Logos und der Kampagne:

Die Peperoni-Werbe- und PR Agentur GmbH, Potsdam, hat, vertreten durch den geschäftsführenden Gesellschafter, Herrn Jochen Kirch, in der Vollsitzung am 26.07.2018 die Idee, das Logo und das Erscheinungsbild der Kampagne sowie erste Maßnahmen und Ideen vorgestellt. Der Stadtrat hat die Vorstellung zur Kenntnis genommen. Die Folien der Präsentation sind allen Mitgliedern des Stadtrates anschließend per Email zugeleitet worden.

11. Weiteres Vorgehen:

Im Anschluss an die Sitzung des Feriensenates muss im Zuge der Auftragserteilung kurzfristig entschieden werden, inwieweit der Auftakt der Kampagne noch zum Mobilitätstag am 22.09.2018 durchführbar ist oder der große öffentliche Auftakt auf 2019 verschoben werden muss. Nichtsdestotrotz werden alle Maßnahmen, die bereits anlaufen können (z. B. Internetseite und Social Media) anlaufen sowie die Aktionen des Jahres 2019 beauftragt werden, damit diese optimal vorbereitet werden können.

Die Vergabe selbst wird in der nicht-öffentlichen Sitzung des Feriensenates am 23.08.2018 behandelt.

II. Beschlussvorschlag:

Der Feriensenat nimmt den Sachstandsbericht der Stadtverwaltung zur Kenntnis

III. Finanzielle Auswirkungen:

Der unter II. empfohlene Beschlussantrag verursacht

X	1.	keine Kosten
	2.	Kosten in Höhe von für die Deckung im laufenden Haushaltsjahr bzw. im geltenden Finanzplan gegeben ist
	3.	Kosten in Höhe von für die keine Deckung im Haushalt gegeben ist. Im Rahmen der vom Antrag stellenden Amt/Referat zu bewirtschaftenden Mittel wird folgender Deckungsvorschlag gemacht:
	4.	Kosten in künftigen Haushaltsjahren: Personalkosten: Sachkosten:

Falls Alternative 3. und/oder 4. vorliegt:

In das **Finanzreferat** zur Stellungnahme.

Stellungnahme des **Finanzreferates**:

Anlage/n:

- 1. Beschluss des Stadtrates vom 31.01.2018**
- 2. Sitzungsvorlage des Stadtrates vom 26.07.2018**

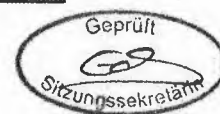
Verteiler:

- **Referat 1**
- **Amt 10 – Pressestelle**
- **Amt 31**
- **Amt 61 – Verkehrsplanung**
- **EBB-SuB**



Bürgerentscheid "Radentscheid"
Beschluss über die Durchführung der mit dem Bürgerbegehren verlangten Maßnahmen gemäß Art. 18a Abs. 14 GO
Sitzungsvorlage: VO/2018/1459-R1

I. BESCHLUSS des Stadtrates der Stadt Bamberg vom 31.01.2018



1. Der Vortrag der Verwaltung dient zur Kenntnis.
2. Der Stadtrat beschließt zur Erledigung des Bürgerbegehrens „Radentscheid“ gemäß Art. 18a Abs. 14 GO die folgenden Zielvorgaben verkehrspolitisch vorrangig zu verfolgen, damit möglichst viel davon umgesetzt werden kann:

Ziel 2: Fahrradgerechte und sichere City- und Schulwegrouten
 (Die Stadt Bamberg entwickelt das Konzept der Fahrrad-City-Routen weiter und stattet ab einschließlich 2018 pro Jahr eine Cityroute mit eindeutiger Wegführung und Wegweisung aus. Die Anlage der Radverkehrsführung soll dabei durchgängig mindestens in Regelbreite, bevorzugt getrennt von anderen Verkehrsarten und nicht zu Lasten des Fußverkehrs erfolgen.)

Ziel 3: Schutz für Rad fahrende an vielbefahrenen Hauptstraßen
 (Die Stadt Bamberg stellt in ihrem Zuständigkeitsbereich an allen Hauptverkehrsstraßen und Hauptsammelstraßen - sofern nicht anderweitig, z. B. als Fahrradstraße, gelöst - ab einschließlich 2018 pro Jahr zwei Kilometer beidseits verlaufende, zwei Meter breite reine Radverkehrsanlagen mit einem Puffer von einem Meter zu parkenden Kraftfahrzeugen her. Die Radverkehrsführung soll dabei getrennt von anderen Verkehrsarten erfolgen. Ist die Radverkehrsführung nur auf Fahrbahnniveau möglich, werden Schutzeinrichtungen nach dem Vorbild der sog. „protected bike lanes“ hergestellt. Die Herstellung der neuen Radverkehrsanlagen erfolgt nicht zu Lasten des ÖPNV oder des Fußverkehrs.)

Ziel 5: Drei Kreuzungen pro Jahr für alle sicherer machen
 (Die Stadt Bamberg baut ab einschließlich 2018 jährlich mindestens drei der gefährlichsten Kreuzungen um und beseitigt Gefahrenquellen für zu Fuß Gehende und Radfahrende. Mittels geeigneter Bürgerbeteiligung werden auch subjektiv unsichere Kreuzungen identifiziert und in den Aktionsplan aufgenommen. Nach jedem schweren Unfall mit Fahrradbeteiligung prüft die Stadt Bamberg, ob die Gestaltung der Kreuzung zu den Ursachen gezählt werden muss.

Falls ja, erfolgt innerhalb von sechs Monaten eine Beseitigung der Gefahren durch bauliche Maßnahmen oder Änderung der Verkehrsführung. Die Stadt Bamberg prüft in diesem Zusammenhang, ob das sogenannte „dutch junction design“ Anwendung finden kann.)

Ziel 6: 5.000 neue Fahrradparkplätze bis 2025

(Die Stadt Bamberg richtet im gesamten Stadtgebiet mindestens 5.000 weitere Fahrradabstellplätze bis zum Jahr 2025 ein. Bis Ende des Jahres 2018 entstehenden die ersten 1.000 neuen Radstellplätze. Die Radabstellplätze werden als Gehwege nicht verengende Fahrradbügel installiert, welche eine Sichtbeziehung zum nächsten Abstellplatz aufweisen. Die Verwaltung prüft die Errichtung von überdachten Radabstellanlagen, insbesondere an ÖPNV-Knotenpunkten. Die steigende Bedeutung von Lastenrädern und E-Bikes wird durch einen barrierefreien Zugang berücksichtigt.)

Ziel 8: Radschnellwege für den Pendlerverkehr

(Die Stadt Bamberg entwickelt mögliche Trassen für Radschnellwege. Die Stadt Bamberg bemüht sich um einen Dialog mit dem Landkreis Bamberg und den Nachbargemeinden, um die Trassen möglichst in die Nachbargemeinden weiterzuführen. Bis Ende des Jahres 2018 soll eine Trassenführung festgelegt sein, deren Umsetzung bis Ende des Jahres 2020 von der Stadt Bamberg in deren Zuständigkeitsbereich realisiert wird.)

Ziel 9: Mehr Effizienz und Effektivität bei Planung und Umsetzung

(Die Stadt Bamberg schafft die organisatorischen und personellen Voraussetzungen dafür, dass die Inhalte der vorliegenden Ziele bestmöglich umgesetzt werden können. Werden von Bund oder Freistaat Förderprogramme für den Radverkehr ausgeschrieben, bewirbt sich die Stadt Bamberg zukünftig konsequent mit innovativen Ideen um diese Fördermittel.)

Ziel 10: Bamberg für mehr Radverkehr sensibilisieren

(Die Stadt Bamberg fördert mit gezielten Kommunikationsmaßnahmen die Einsicht, dass alle von Radverkehrsförderung profitieren, weist mit speziellen Kampagnen auf sicherheitsrelevante Rechte und Pflichten aller Verkehrsteilnehmenden hin und stellt im Dialog mit dem Einzelhandel mittels Durchführung und Vorstellung von regelmäßigen Erhebungen die wirtschaftliche Bedeutung des Verkehrsmittels Fahrrad heraus. Die Stadt Bamberg verzichtet in Zusammenarbeit mit dem Stadtmarketing zukünftig auf das Bewerben von Anreizprogrammen für den motorisierten Individualverkehr wie z. B. eine Parkkostenrückerstattung. Anreizprogramme für die Benutzung der Verkehrsmittel des Umweltverbundes werden neu geschaffen. Der städtische Warentransport soll in Zukunft nach Möglichkeit auf Lastenfahrräder verlegt werden.)

3. Zur Umsetzung konkreter Maßnahmen bereits im Haushaltsjahr 2018 beschließt der Stadtrat - im Rahmen der vorhandenen Haushaltsmittel - folgendes „Maßnahmen-Paket 2018“:
 - a) Image-Kampagne (Ziel 10: „Bamberg für mehr Radverkehr sensibilisieren“).
 - b) Herstellung von zusätzlichen Fahrradbügeln/Fahrradparkplätzen (Ziel 6: „5.000 neue Fahrradparkplätze bis 2025“).
 - c) Ausweisung von neuen Fahrradstraßen (Ziel 2: „Fahrradgerechte und sicher City- und Schulwegrouten“).
 - d) Errichtung einer Radzählanlage (Ziel 9: „Mehr Effizienz und Effektivität bei Planung und Umsetzung“ und Ziel 10: „Bamberg für mehr Radverkehr sensibilisieren“).
 - e) Zusätzliche Sicherungsmaßnahmen an ausgewählten Kreuzungen, z.B. Anbringung von Rotmarkierungen für Radfahrer, Absenkung von Bordsteinen etc. (Ziel 5: „Drei Kreuzungen pro Jahr für alles sicherer machen“).
 - f) Antrag auf Mitgliedschaft in der „Arbeitsgemeinschaft fahrradfreundliche Kommunen in Bayern“ (Ziel 9: „Mehr Effizienz und Effektivität bei Planung und Umsetzung“ und Ziel 10: „Bamberg für mehr Radverkehr sensibilisieren“).
 - g) Umsetzung „Förderprogramm Lasten-Pedelecs“ (Ziel 10: „Bamberg für mehr Radverkehr sensibilisieren“).
 - h) „Runder Tisch“ zur künftigen Verkehrsführung Lange Straße unter besonderer Berücksichtigung des Radverkehrs (Ziel 9: „Mehr Effizienz und Effektivität bei Planung und Umsetzung“).

4. Die Mittel zur Förderung des Radverkehrs werden um 60.000,00 € zu Lasten der Haushaltsstelle 05200.63230 für die Durchführung von Bürgerentscheiden erhöht.
5. Die Verwaltung wird - vorbehaltlich der Klärung der Finanzierbarkeit - beauftragt, Verbesserungsmaßnahmen für den Radverkehr im Rahmen eines noch konkret zu definierenden Projektes ab dem Jahr 2019 zu prüfen. Wünschenswert ist dabei die Durchführung von Verbesserungsmaßnahmen für den Radverkehr auf der Achse Schönleinsplatz - Wilhelmsplatz - Nürnberger Straße.
6. Die Verwaltung wird beauftragt im Rahmen der Haushaltsberatungen zu prüfen, wie für die Jahre 2019 bis zunächst einschließlich 2023 ein, der Höhe nach noch zu definierendes jährliches „Budget“, zur Umsetzung weiterer Maßnahmen im Sinne der Fragestellung und Ziele des Bürgerbegehrens „Radentscheid“ eingerichtet werden kann.
7. Die Verwaltung wird beauftragt zu prüfen, ob und wie die Vertreter der Initiative „Radentscheid Bamberg“ in die Beratungen zur Verwendung des jährlichen „Budgets“ einbezogen werden können.

Ausfertigungen:

II. Herrn Oberbürgermeister: zur Kenntnis

III. Ausfertigungen:

Bamberg, den 31.01.2018


Vorsitzender



Sitzungsvorlage	Vorlage- Nr: VO/2018/1820-R6
Federführend: 6 Baureferat	Status: öffentlich
Beteiligt:	Aktenzeichen: Datum: 10.07.2018 Referent: Beese Thomas
Fahrradstadt Bamberg: Kommunikationskonzept und Kampagnenplanung Ergebnis des Auswahlverfahrens - Sachstandsbericht	
Beratungsfolge:	
Datum	Gremium
26.07.2018	Stadtrat der Stadt Bamberg
	Zuständigkeit
	Kenntnisnahme

I. Sitzungsvortrag:

1. Ausgangslage

In der Vollsitzung des Stadtrates am 31.01.2018 hat der Stadtrat sich die Ziele des Bürgerbegehrens „Radentscheid“ zu Eigen gemacht (VO/2018/1459-R1). Weil aus rechtlichen Gründen nur sieben von zehn Zielen einem Bürgerentscheid zugänglich gewesen wären, hat der Stadtrat darüber hinaus ein „Maßnahmen-Paket 2018“ beschlossen, das auch Ziele aus den drei übrigen Punkten des Bürgerbegehrens aufgreift.

Buchstabe a) des Maßnahmen-Pakt-Beschlusses bzw. Ziel „10“ des Bürgerbegehrens ist eine Image-Kampagne. Im Wesen einer Image-Kampagne liegt es, dass diese mehrjährig angelegt werden muss, um Wirkung zu erzielen. Zudem erfordert eine Image-Kampagne spezielle Qualifikationen und auch Kapazitäten, welche nur über die Beauftragung einer professionellen Agentur erreicht werden können. Die ämterübergreifende Projektgruppe unter Leitung des Baureferates hat hierzu in enger Abstimmung mit der Initiative Radentscheid im April ein Auswahlverfahren zur Beauftragung einer externen Agentur gestartet.

2. „Fahrradstadt Bamberg“ – Kommunikationskonzept und Kampagnenplanung

2.1 Aufgabenstellung und Erwartungen aus Sicht der Stadt

- Gegenstand der beabsichtigten Vergabe ist die Erstellung einer Kommunikationsstrategie bzw. eines Kommunikationskonzeptes und die darauf aufbauende Kampagnenplanung.
- Ziel ist die umfängliche, positive Besetzung des Themas Radverkehr ohne Belehrung und ohne „erhobenen Zeigefinger“.
- Die geplante Imagekampagne soll innerhalb der Stadtgesellschaft eine möglichst hohe Sympathie und Identifikation unter dem neuen Label "Fahrradstadt Bamberg" schaffen.

- Die vielfältigen positiven Effekte des Radverkehrs sowohl für jede/n Einzelne/n als auch für die gesamte Stadtgesellschaft, wie
 - flexibel
 - schnell
 - kostengünstig
 - gesund
 - Immunsystem stärkend
 - stadtverträglich
 - platzsparend
 - investitionsgünstig
 - klima- und umweltfreundlich
 - nachhaltig
 - sozialverträglich
 - ökologisch
 - sportlich
- sollen ebenso im Rahmen der Kampagne kommuniziert werden, wie die Themen
- Ausbau der Fahrradinfrastruktur
 - Verkehrssicherheit
 - gegenseitige Rücksichtnahme
 - nachhaltige und stadtverträgliche Mobilität
 - Lebensqualität
- Die Kampagne soll möglichst breit ausgerichtet sein. Als vorrangige Zielgruppe gilt der Kreis der Interessierten („Möchtegerns“), die Vorteile „für jede/n Einzelne/n“ und „für Bamberg“ sollen herausgestellt werden (Lebensqualität und lebenswerte Stadt), inhaltliche Schwerpunkte (Jahresthemen) sind grundsätzlich denkbar.
 - Konkret werden die Entwicklung einer Wort-Bild-Marke und eine detaillierte Kampagnenplanung erwartet. Hinsichtlich Wort-Bild-Marke/Logo wird ein eigenständiges Corporate Design erwartet.
 - Der Kampagnenzeitraum umfasst einen Zeitraum von drei bis fünf Jahren.
 - Hinsichtlich der Finanzmittelausstattung und des Kampagnenbudgets lassen sich zum aktuellen Zeitpunkt nur vorläufige Aussagen treffen. Im laufenden Haushaltsjahr 2018 stehen für die Öffentlichkeitsarbeit 20.000 Euro und für die Umsetzung von Maßnahmen insgesamt 160.000 Euro zur Verfügung, wobei eine interne Umschichtung zur Aufstockung des Anteils für Kommunikationszwecke grundsätzlich möglich ist. Im Rahmen der Diskussion im Stadtrat und dabei insbesondere bei den jährlichen Haushaltsberatungen wird ein Mindest-Budget für Maßnahmen zur Öffentlichkeitsarbeit von ca. 75.000 Euro pro Jahr (Empfehlung des Nationalen Radverkehrsplans 2020 des Bundesverkehrsministeriums beträgt 1,00 Euro pro Einwohner) angestrebt.
 - Ein weiterer Qualitätsfaktor ist auch die interne Kommunikation (innerhalb der Stadtverwaltung), um die Zielsetzung der Kampagne und Bereitschaft zur Kooperation zwischen den Beteiligten städtischen Akteuren zu stärken. Dieser Belang sollte innerhalb der Kampagnenplanung grundsätzlich berücksichtigt und ggf. auch kalkuliert werden.
 - Ein abschließender Aspekt bezog sich auf das Handlungsfeld „Controlling“ mit Zieldefinition, Erfolgskontrolle und Nachjustierung. Auch hierzu waren erste Anregungen seitens der Agentur erwünscht.
 - Die konkrete Umsetzung von Maßnahmen soll in enger Abstimmung mit der Stadt Bamberg erfolgen. Dazu gehört auch die Festlegung, welche Agenturleistungen wann zur Ausführung kommen sollen bzw. in welchem Umfang Teile der Leistung durch die Stadt Bamberg übernommen werden können.
 - Hinsichtlich der Inhalte und zum Umfang der Konzeptvorlage gab es keine formalen Vorgaben. Erwartet wurden eine Beschreibung der Strategie und Vorgehensweise, erste Gestaltungsansätze (z.B. zur Wort-Bild-Marke oder auch zum Einsatz von Medien) sowie beispielhafte Maßnahmenideen.

2.2 Vorgehensweise

Unter der Vorgabe „Kommunikationskonzept und Kampagnenplanung“ wurde mit Anschreiben vom 26.04.2018 ein detailliertes Leistungsbild an neun ausgewählte Agenturen, davon 4 aus Bamberg, verschickt. Fünf Agenturen haben mit Agenturvorstellung, Referenzlisten und Honorarerwartungen geantwortet. Auf Grundlage dieser Informationen wurden drei Agenturen für das weitere Auswahlverfahren ausgewählt.

Ein maßgebliches Kriterium hierfür war der Nachweis der Kampagnenfähigkeit. Nach Abstimmungsgesprächen am 28., 29. und 30.05.2018 waren die drei Bewerber aufgefordert, bis Ende Juni ein Grobkonzept mit Kostenkalkulation vorzulegen. Zum 05.07.2018 wurden die Agenturen jeweils zu Präsentationsterminen eingeladen. Seitens der Stadt wurde die Vergabeempfehlung durch ein Auswahlgremium von sieben Personen – zwei Vertreter der Initiative Radentscheid, Baureferent, Mitarbeiter des Baureferenten, Stadtplanungsamt/Radverkehrsplanung, Straßenverkehrsamt und Pressestelle – erarbeitet. Am 09.07.2018 wurde der gemeinsame Vorschlag dann Oberbürgermeister Andreas Starke vorgestellt.

2.3 Bewertung und Vergabeempfehlung

Als Kriterien zur Auswahl der Agentur dienen

- 1) die Vorlage eines Grobkonzeptes zur Kommunikation und zur Kampagnenplanung,
- 2) erste Ideen und Alternativen für das Branding der Kampagne,
- 3) eine Übersicht zu vorgesehenen Einzelelementen und Kommunikationsmitteln (Plakate, Videospots, Printmaterialien, Internet, Social Media, Aktionen/Events, etc.) und
- 4) eine Grob-Kostenschätzung zu den Maßnahmen (modular aufgebaut) und zur Gesamtkampagne

Alle drei am Auswahlverfahren beteiligten Agenturen haben die genannte Aufgabenstellung in vollem Umfang erfüllt.

Hinsichtlich Kriterien der Bewertung waren aus Sicht des Auswahlgremiums insbesondere folgende Belange maßgeblich:

- Wort-Bild-Marke und „Look“ der Kampagne
- Kreativität und Vielfalt der Kampagne und der Kampagnenbotschaften
- Sichtbarmachung im öffentlichen Raum
- Aktionen, die Medienwirksamkeit bzw. Multiplikatoreffekte erzeugen
- Baukastenprinzip hinsichtlich der vorgeschlagenen Aktionen und Maßnahmen (bestmögliche Kosten-Nutzen-Relation)
- Kostentransparenz: Unterscheidung hinsichtlich Agentur- und Fremdleistung sowie Differenzierung hinsichtlich Kampagnenbausteinen, optionalen Maßnahmen und begleitenden/dauerhaften Aktionen
- Kommunikationsstrukturen zwischen Agentur und Kommune: mit Workshops den Prozess konstruktiv und kreativ begleiten, um budgetschonende eigene Ressourcen zu nutzen
- Einbindung der Unterstützer der Initiative Radentscheid, von Multiplikatoren sowie bestehenden Aktionen und Akteuren

Im Ergebnis wird die Beauftragung von **Peperoni Werbe- und PR-Agentur GmbH, Potsdam** empfohlen.

3. Strategischer Ansatz und weitere Vorgehensweise

Die Umsetzung erster Maßnahmen zur „Fahrradstadt Bamberg“ läuft bereits (siehe Sachstandberichte im Umweltsenat VO/2018/1616-61 und VO/2018/1476-61). Möglichst rasch sollen alle laufenden und anstehenden Maßnahmen unter Nutzung der neuen Dachmarke gebündelt werden.

In der Vollsitzung am 26.07.2018 ist die öffentliche Vorstellung der Wort-Bild-Marke und der Grundzüge der Kampagne vorgesehen. Im Anschluss daran erfolgt zeitnah die Beauftragung der Agentur.

Erste eigenständige Aktionen der Kampagne sollen bereits im September 2018 öffentlichkeitswirksam werden, insbesondere im Hinblick auf den jährlichen Mobilitätstag, der dieses Jahr am 22.09.2018 stattfinden wird.

Eigentlicher Kampagnenstart ist zum Beginn der Fahrradsaison 2019 beabsichtigt. Bis dahin sollen auch wichtige Akteure wie Fahrradhandel, Multiplikatoren/VIPs/Influencer, etc. für die Kampagne gewonnen werden.

Die konkrete Auswahl und Abfolge der vorgeschlagenen Aktivitäten erfolgt in enger Abstimmung zwischen der Stadtverwaltung bzw. der Projektgruppe „Fahrradstadt Bamberg“ und der Agentur.

Dabei gilt grundsätzlich, dass die Kampagnenbausteine – Wort-Bild-Marke, Plakate und Werbemittel, PR und Öffentlichkeitsarbeit sowie Aktionen und Maßnahmen – im Rahmen der bereitgestellten Haushaltsmittel abgebildet werden können.

Die **Peperoni Werbe- und PR-Agentur GmbH, Potsdam** wird ihr Kommunikationskonzept und die Kampagnenplanung in der Vollsitzung am 26.07.2018 in seinen bzw. ihren Grundzügen vorstellen.

Peperoni versteht sich als eine Full-Service-Agentur und bietet dabei u. a. Marketing- und PR-Beratung, Strategie und Planung, Konzeption, Text, Redaktion, Artdirection, Grafik, Illustration, Media-Planung, Projektmanagement, Produktion, Internet und Social Media. Das Projektteam wird vertreten durch Herrn **Jochen Kirch**, Geschäftsführender Gesellschafter und zuständig für Projektleitung, Strategie, Beratung und Konzeption. Dieser steht in der Stadtratssitzung für Fragen zur Verfügung.

II. Beschlussvorschlag:

Der Stadtrat nimmt den Bericht der Stadtverwaltung und die Vorstellung der Peperoni Werbe- und PR-Agentur GmbH zur Kenntnis.

III. Finanzielle Auswirkungen:

Der unter II. empfohlene Beschlussantrag verursacht

<input checked="" type="checkbox"/>	1.	keine Kosten
<input type="checkbox"/>	2.	Kosten in Höhe von für die Deckung im laufenden Haushaltsjahr bzw. im geltenden Finanzplan gegeben ist
<input type="checkbox"/>	3.	Kosten in Höhe von für die keine Deckung im Haushalt gegeben ist. Im Rahmen der vom Antrag stellenden Amt/Referat zu bewirtschaftenden Mittel wird folgender Deckungsvorschlag gemacht:
<input type="checkbox"/>	4.	Kosten in künftigen Haushaltsjahren: Personalkosten: Sachkosten:

Falls Alternative 3. und/oder 4. vorliegt:

In das **Finanzreferat** zur Stellungnahme.

Stellungnahme des **Finanzreferates**:

Verteiler:

- **Referat 1**
- **Amt 10 – Pressestelle**
- **Amt 31**
- **Amt 61 – Verkehrsplanung**
- **EBB – SuB**
- **Initiative Radentscheid**