

Bericht Auswertung Social Media-Aktivitäten und -Reichweiten Weihnachtsaktionen

Gremium:	Finanz- und Wirtschaftsausschuss	Öffentlichkeitsstatus:	öffentlich
Tagesordnungspunkt:	4	Zuständigkeit:	Referat 2
Sitzungsdatum:	09.02.2021	Stadt Landshut, den	21.01.2021
Sitzungsnummer:	2	Ersteller:	Referat 1 Herr Luger Michael

Vormerkung:

Sachverhalt

Im Zuge der Vorbereitung für die „Adventsstadt Landshut“ wurden vom Amt für Wirtschaft, Marketing und Tourismus folgende Marketingaktivitäten umgesetzt:

1. Verlängertes Weihnachtsshopping
2. Landshuter Adventskalender

Vor dem Hintergrund des erneuten Lock-downs am 16.12.20 und dessen Auswirkungen auf den Einzelhandel hat sich vor allem das „Verlängerte Weihnachtsshopping“ als richtige Marketingmaßnahme herausgestellt. Für den Landshuter Adventskalender – geplant als Lichtprojektion am Rathaus – musste dagegen kurzfristig eine Online-Lösung entwickelt werden.

Im Nachgang wurden die Social-Media Aktivitäten ausgewertet, um eine Erfolgsmessung für die Aktivitäten im Hinblick auf Reichweiten und Reaktionszahlen vorzunehmen.

Ergebnisse

- Die Maßnahmen erreichten über den Zeitraum 6. November bis 24. Dezember eine mediale Reichweite von rund 700.000 Empfängern:
 - Print, Radio, TV 500.000
 - Social Media Stadt Landshut 100.000
 - Social Media I.L.I. 50.000
 - Social Media Händler & Gastronomen 50.000
- 1000-prozentige Steigerung der Reichweite der ILI-Facebook-Seite
- Steigerung der Reaktionen auf die Facebook-Postings der ILI mit Faktor 15
- Posting am 30.11. zur Eröffnung des Adventskalenders hat knapp 14.000 Personen erreicht, was für einen lokalen Post einer hervorragenden Zahl entspricht.

Fazit

Viele positive Rückmeldungen von Seiten des Einzelhandels zu den Maßnahmen. Ebenso war ein erfreulich hohes Maß an Engagement und Eigeninitiative des stationären Innenstadthandels im Hinblick auf eigene Social Media Aktivitäten zu sehen.

Beschluss-Vorschlag:

Das Gremium nimmt die Berichte zur Kenntnis.

Anlagen:

