

Frage der / des Abgeordneten Sahhanim Görgü-Philipp, Björn Fecker und Fraktion Bündnis 90/Die Grünen

**„Informationskampagnen für Jugendliche während der Pandemie?“**

Für den Senat beantworte ich die Fragen wie folgt:

**Zu Frage 1:**

Der Senat nutzt die von ihm betriebenen Social-Media-Kanäle, um die Bevölkerung insgesamt und auch um Jugendliche über die Coronapandemie und die A-H-A-Schutzmaßnahmen zu informieren. Er unterstreicht an dieser Stelle ausdrücklich und nachdrücklich noch einmal die Wichtigkeit der sozialen Netzwerke für Krisenkommunikation und Informationsverbreitung, für eine zeitgemäße Regierungskommunikation und das Stadtmarketing. Vor dem Hintergrund eines geänderten Mediennutzungsverhaltens der Bevölkerung ist es für staatliche Einrichtungen unumgänglich in den sozialen Medien aktiv zu sein.

Für die Kommunikation zur Corona-Pandemie werden die Angebote des von der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH betriebenen Stadtportals Bremen.de und die Angebote der Senatskanzlei sowie der Senatorin für Gesundheit genutzt. Besonders zu erwähnen ist in diesem Zusammenhang die für junge Menschen gestartete Influencer-Kampagne #fürBremen, bei der vier Influencer\*innen ihre Instagram-Reichweite genutzt haben, um auf die Wichtigkeit von Maske, Abstand und das Zuhausebleiben hinzuweisen. Diese Kommunikation „auf Augenhöhe“ mit den jüngeren Zielgruppen hat sehr gut funktioniert und viele Menschen dazu bewogen, ebenfalls Fotos von sich mit dem Hashtag #fürBremen zu teilen. Zur Ergänzung ist ein Film erstellt worden, in dem ein Schild mit dem Hashtag von ganz unterschiedlichen Personen weitergereicht worden ist. Neben Polizei, Feuerwehr, BSAG und Passanten haben zahlreiche weitere Akteure aus Pflege, Kinderbetreuung, Politik und Verwaltung mitgewirkt. Der Film ist allein über Instagram fast 10 000 Mal aufgerufen worden. Die vom Senat ergriffenen Maßnahmen der klassischen Informationsarbeit – wie Plakataktionen, Großflächen, City Light Poster, elektronische Werbeflächen, eine Fahrrad-Werbeaktion und Website-Angebote – werden natürlich auch von Jugendlichen wahrgenommen, die Maßnahmen werden durch die sozialen Medien flankiert.

**Zu Frage 2:**

Der Senat plant eine Fortsetzung seiner gestarteten Informationsaktivitäten.

**Zu Frage 3:**

Die WFB prüft, inwieweit TikTok oder Snapchat geeignet sind, dort bezahlte Inhalte zu platzieren und auf diesem Wege jüngere und andere Zielgruppen als auf Instagram zu erreichen.