

MEDIENANALYSE 2023

MEDIA RELATIONS



10 Jahre ganzheitlich gedachte Kommunikation für Hamburg

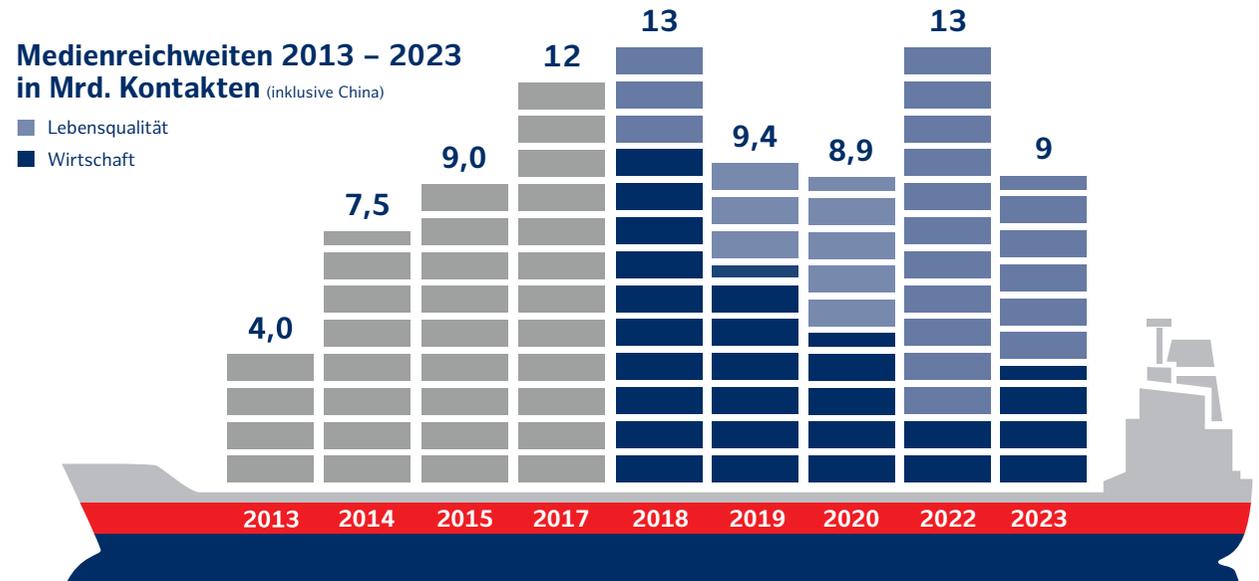
2023 war das zehnte Jahr der Tätigkeit der Hamburg Marketing Media Relations in seiner jetzigen Form für die HMG-Holding und ihre Tochterunternehmen Hamburg Tourismus und Hamburg Invest. Hinter dem Team der Media Relations liegen zehn Jahre einer ganzheitlich gedachten, laufenden Hamburg-Kommunikation, die inzwischen weit über die reine Presse- und Medienarbeit hinausgeht und Influencer- und Socialmedia-Kommunikation, Contententwicklung und Contentmanagement über das Digital Asset Management System der HMG umschließt.

Das „laufende Geschäft“ sowie PR-Kampagnen zur Elbphilharmonie, Kulturstadt Hamburg, maritimen Themen und Wirtschaftsthemen generierten in der letzten Dekade zehntausende Berichterstattungen, Artikel und Posts regional, national und international. Die möglichst markengerechten Themen der Stadt wurden so bei über 86 Milliarden potentiellen Kontakten positioniert. Bei Lesern klassischer Tageszeitungen, Online-User*innen, Radiohörer*innen und TV-Zuschauer*innen, bei Follower*innen der eigenen Socialkanäle und von internationalen Influencer*innen. Angesprochen werden seit zehn Jahren sowohl Endkund*innen und zukünftige Gäste bzw. Produktkäufer*innen als auch potentielle Investor*innen, Startup-Unternehmer*innen, Wirtschafts- und Technologiefachleute und gesellschaftliche Entscheider*innen. Plus natürlich die Partner*innen und Netzwerke in Hamburg und weltweit ...

2023 im Rückblick: Final Draw, Caspar David Friedrich und Innovationsthemen

In seinem zehnten Jahr hat die Media Relations der Holding über ihre Kommunikationsmaßnahmen und weitere Projekte – trotz momentan schwieriger Weltlagen, wegbrechender Märkte und herrschender Informations- und PR-Überflutung – rund 9,2 Milliarden potentielle Kontakte über klassische Medienarbeit im Owned und Earned Media Bereich erreicht – wieder

überwiegend im internationalen Raum (inklusive China, ohne China 6,5 Mrd.). Zuzüglich Social Media Reichweiten über Ahoi von 60 Mio., Influencerreichweiten von 13 Mio. Follower*innen und LinkedIn-Reichweiten für den Wirtschaftsstandort von 3,3 Mio. Impressions. Inhaltliche Treiber waren dabei auf allen Kanälen internationale Events wie der Final Draw zur UEFA EURO 2024 in der Elbphilharmonie (Reichweite 3,3 Mrd. Kontakte) und erneut die Hamburg Cruise Days sowie Kulturjubiläen und -themen wie die bis April 2024



gelaufene Caspar David Friedrich Ausstellung in der Kunsthalle (Kultur gesamt 570 Mio. Reichweite). Die Kommunikation der Hamburger Innovationsthemen mit dem Schwerpunkt auf Aviation, Green Tech (inkl. Erneuerbare Energien / Wasserstoff) und Startupthemen erbrachte einzeln und zunehmend in Kombination rund

1,8 Mrd. mediale Reichweite. Durch das Fehlen von chinabezogenen Veranstaltungen, der weltpolitischen Lage und Zielmarktverschiebungen spielt die Berichterstattung über Hamburg in China quantitativ inzwischen eine erheblich geringere Rolle als noch vor 10 Jahren.

BERICHTE & REICHWEITEN	REGIONAL / NATIONAL		INTERNATIONAL		GESAMT		CHINA (inklusive Social)	
	Reichweite (Kontakte)*	Anzahl Berichte	Reichweite (Kontakte)*	Anzahl Berichte	Reichweite (Kontakte)*	Anzahl Berichte	Reichweite (Kontakte)*	Anzahl Berichte
THEMA / KAMPAGNE								
EURO Lokal	80.946.074	51			80.946.074	51		
UEFA Final Draw	942.664.689	2.134	1.457.804.882	1.171	2.400.469.571	3.305	692.000.000	92
UEFA Final Draw TV Distribution			195.750.000	2.810	195.750.000	2.810		
Gesamt UEFA / EURO	1.023.610.763	2.185	1.653.554.882	3.981	2.596.219.571	6.115	692.000.000	92
Kultur allgemein	3.016.714	12	2.587.373	13	5.604.087	25		
Kulturkampagne	394.840.958	361	166.016.106	125	566.461.151	511		
Gesamt Kultur	397.857.672	373	168.603.479	138	572.065.238	536		
Maritim allgemein	41.265.170	13	2.026.000	7	43.291.170	20		
Hamburg Cruise Days	1.102.377.762	1.272	2.459.676	40	1.104.837.438	1.312	50.085.878	24
Gesamt Maritim	1.143.642.932	1.285	4.485.676	47	1.148.128.608	1.332		
Kulinarik allgemein	534.063	8	1.490.727	11	2.024.790	19		
Open Mouth	311.252.207	181	5.230.000	3	316.482.207	184		
Gesamt Kulinarik	311.786.270	189	6.720.727	14	318.506.997	203		
Sonstiges	6.748.190	28	105.227.898	110	112.026.088	138		
Gesamt Tourismus	1.860.035.064	1.875	285.087.780	309	2.150.726.931	2.209	50.085.878	24
GESAMT PR	2.883.645.827	4.060	1.938.642.662	4.290	4.746.946.502	8.324	742.085.878	116

Hinweis: Zur Berechnung der Reichweite konnten aufgrund der Datenlage nur etwa 75 Prozent der Berichte herangezogen werden, daher liegen die tatsächlichen Werte höher.

Messgrößen: Print: Leser, Online: unique visitors per month/day, Social Media: Follower, TV: Zuschauer, Radio: Hörer

Methodik: Nur Berücksichtigung der Hamburg-Berichte an deren Entstehen die Abteilungen Media Relations / HHT Livekommunikation direkt oder indirekt beteiligt waren.

Dies ist keine Dokumentation der Ergebnisse der jeweiligen Unternehmenskommunikation der Gesellschaften, es handelt sich um reine PR-Berichterstattung für Hamburg.

Medienarbeit Wirtschaft und Innovation

MEDIENARBEIT THEMA / KAMPAGNE	NATIONAL		INTERNATIONAL		GESAMT		CHINA (INKLUSIVE MESSEN, HAFEN & HANDEL)	
	Reichweite (Kontakte)*	Anzahl Berichte	Reichweite (Kontakte)*	Anzahl Berichte	Reichweite (Kontakte)*	Anzahl Berichte	Reichweite (Kontakte)*	Anzahl Berichte
Aviation	22.229	1	1.372.109.332	820	1.372.131.561	821		
Green Tech (inkl. H2 / Erneuerbare Energien)			182.085.695	231	182.085.695	231	1.976.339.590	108
Startup-Standort (inkl. Future HH Award / Landing Pad)	135.846.594	39	105.273.203	126	241.119.797	165		
Gesamt Medien	135.868.823	40	1.659.468.230	1.177	1.795.337.053	1.217	1.976.339.590	108

LinkedIn Wirtschaft und Innovation

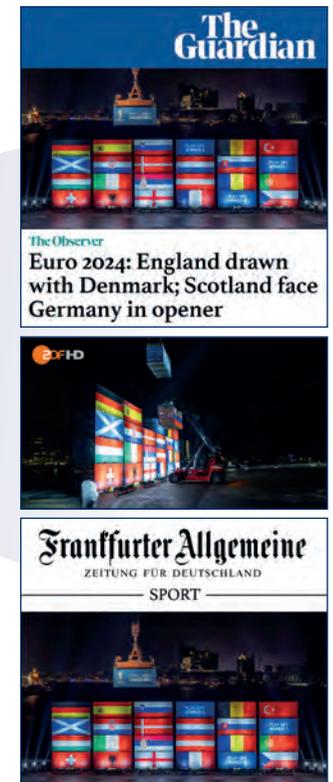
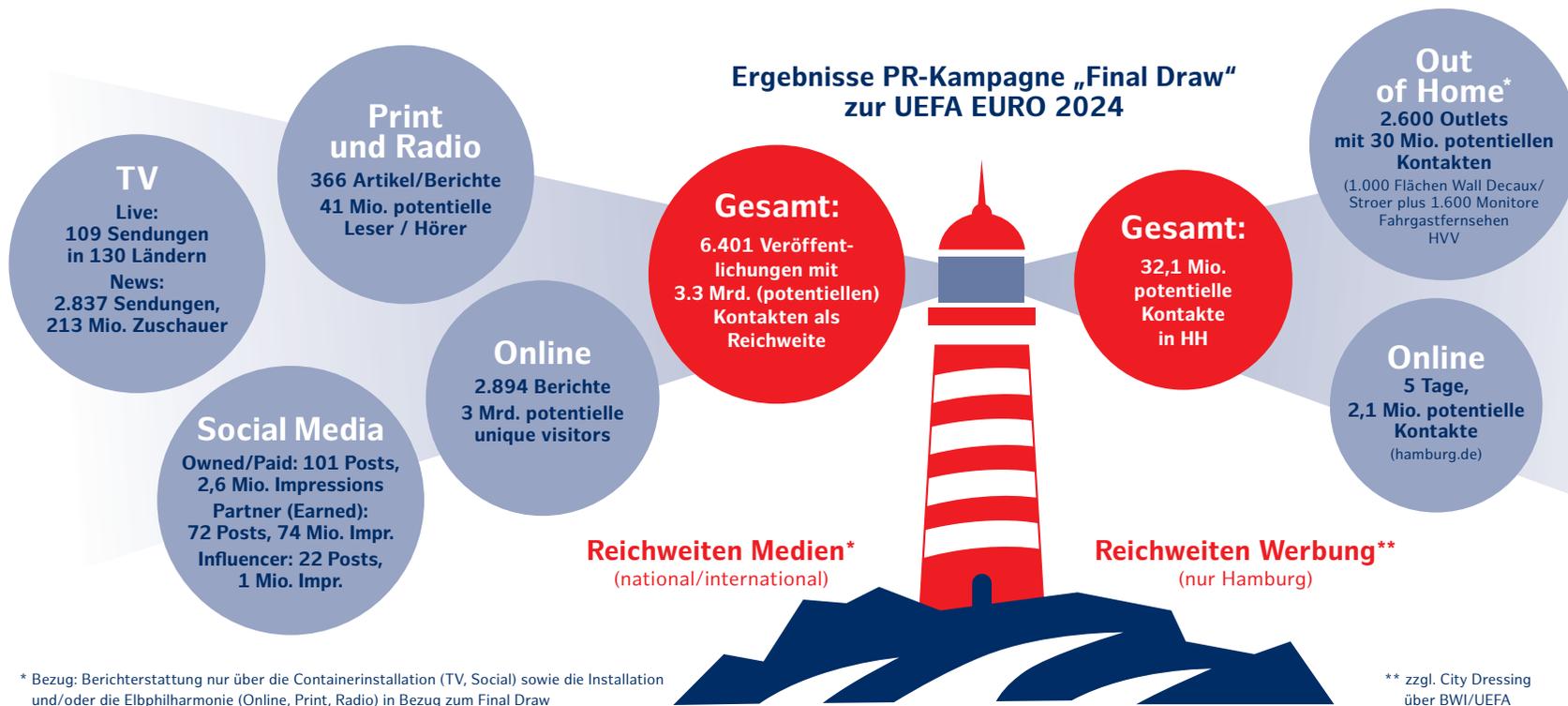
LINKEDIN THEMA / KAMPAGNE	HAMBURG INVEST		STARTUP CITY HAMBURG*		GESAMT	
	Impressions	Anzahl Posts	Impressions	Anzahl Posts	Impressions	Anzahl Posts
Aviation	8.466	8	2.524	3	10.990	11
Green Tech	271.909	57	64.469	8	336.378	65
Startup Standort	281.330	20	133.107	16	414.437	36
Hamburg Invest Aktivitäten	464.462	26	422.899	41	887.361	67
Real Estate	154.674	7	67.195	8	221.869	15
Weitere Themen	716.463	63	676.391	168	1.392.854	231
Gesamt LinkedIn	1.897.304	181	1.366.585	244	3.263.889	425

* Beim Kanal Startup City Hamburg sind alle Themen startupbezogen, hier Aufteilung nach Branchen

Great things start here: Bildstarkes Nutzen der Auslosung zur UEFA EURO 2024

Die Fußball-Europameisterschaft 2024 startete schon im Dezember 2023 in Hamburg. Die HMG nutzte die Aufmerksamkeit zur Turnierauslosung (Final Draw) und präsentierte den Eventort Elbphilharmonie als Norddeutsches Wahrzeichen und mit einer Live-Containerinstallation im Hafen ihr internationales Kampagnenmotto „Great things start here“.

Über eigene PR-Maßnahmen und Partnereinbindung wurden über 3,3 Milliarden potentielle Kontakte erreicht. Die Liveübertragung und Bewegtbild-News-berichterstattung erzeugte die größte TV-Präsenz für Hamburg seit Jahren. Gleiches gilt für die Social Media Durchdringung über eigene Kanäle und mit Hilfe von reichweitenstarken Partnern.



* Bezug: Berichterstattung nur über die Containerinstallation (TV, Social) sowie die Installation und/oder die Elbphilharmonie (Online, Print, Radio) in Bezug zum Final Draw

** zzgl. City Dressing über BWI/UEFA

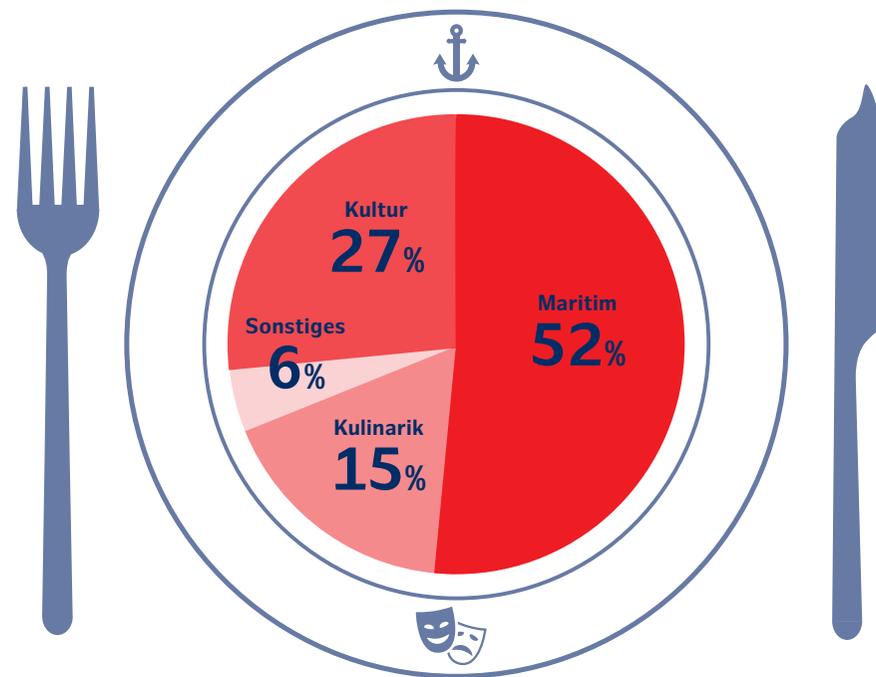
Tourismus PR-Schwerpunkte 2023: Kulinarik, Kultur & Maritim

Die HMG-Media Relations unterstützte auch in 2023 die HHT bei der Kommunikation ihrer touristischen Themen national und international - dort fokussiert auf die Märkte Schweiz, Österreich, Niederlande sowie Dänemark und Schweden. Schwerpunkthemen waren das touristische Metathema „Kulinarik / Food“, die „Kultur-highlights 2023“ und reichweitenmäßig stark durch die Hamburg Cruise Days geprägt: das maritime Hamburg.

Zum Thema „Food“ setzte die Media Relations eine sowohl national als auch international ausgerichtete PR-Kampagne um und kommunizierte das neue Food-Festival „Open Mouth – Hamburg Food Festival“ regional und national. Alleine zum Festival wurde mit Partner*innen eine mediale Reichweite von über 300 Mio. potentiellen Kontakten erreicht, 550.000 Follower*innen wurden über Influencer*innen angesprochen und über die eigenen Social-Media-Kanäle eine Reichweite von 600.000 Kontakten erzielt.

Als „Metropole am Wasser“ spielt für den Tourismus das Thema „Maritim“ für die Stadt natürlich immer noch eine bedeutende Rolle. Neben dem Hafengeburtstag (Kommunikation größtenteils durch die HMC) setzen die Hamburg Cruise Days bei diesem Thema erneut Maßstäbe in Bezug auf die medialen Reichweiten. Durch die größtenteils über den Veranstalter / Agentur erfolgten Maßnahmen würden über 1 Mrd. (Medien-) Kontakte in Deutschland erreicht.

Verteilung der Earned Media Reichweiten in Tourismus/Kultur 2023 nach Themen
(ohne China / UEFA-Kampagne)



Generiert wird die Earned Media Berichterstattung durch Medieninformationen, Agenturarbeit, Medienkooperationen, Pitches / Positionierungen bei Redaktionen, Medienreisen (individuell und Gruppen) und reaktive Rechercheanfragen.

Große Reichweite mit Kulturjubiläen – auch international

Hamburg hat Anfang April 2024 seine erfolgreiche Caspar David Friedrich Ausstellung beendet. Die Media Relations nutzte das Thema, um zusammen mit der Kunsthalle die Stadt als Kulturtourismus-Destination international zu promoten: 150 Berichterstattungen (u.a. in der Times, Financial Times, El Pais, Politiken, ORF) inspirierten fast 200 Mio. potentielle Gäste zu einem Besuch der Kulturstadt. Dazu inszenierte eine Influencer-Kampagne die Begleitaktionen in der Stadt im Social-Web – z.B. das Mural im Portugiesenviertel bzw. die Selfie-Statue auf dem Michel zum „Wanderer“. Das Internationale ausgerichtet Projekt war Abschluss einer PR-Kampagne die die Marketingaktivitäten der HHT zu den Kulturjubiläen in Hamburg begleitete.

Dazu wurde das 20-jährige Jubiläum des Musicals „Heisse Ecke“ als Anlass genutzt, Hamburgs Kiezkultur im deutschsprachigen Raum in den Medien zu positionieren (102 Berichterstattungen im deutschsprachigen Raum). Das 50-jährige Jubiläum der in Hamburg produzierten deutschen Ausgabe der Sesamstrasse wurde medial begleitet und unter dem Titel „Magisches Hamburg“ wurde gemeinsam mit sieben Hamburger Kultur- und Entertainmentinstitutionen eine Kampagne zum familienfreundlichen Entertainmentstandort durchgeführt (52 Mio. Reichweite). Insgesamt 500 Berichterstattungen erreichten in Print-, TV- und Onlinemedien 560 Mio. potentielle Kontakte mit Kulturbotschaften aus Hamburg.

Kampagnen Kultur-Tourismus-PR 2023 nach Themen



Magisches Familien-Wochenende

- Anlass: Kurzversion Harry Potter: 7 Partner
- Zeitraum: Feb – Apr 2023
- Zielmarkt: Deutschland
- Zielgruppe: Übernachtungsgäste, Familien

50 Jahre Sesamstrasse Hamburg

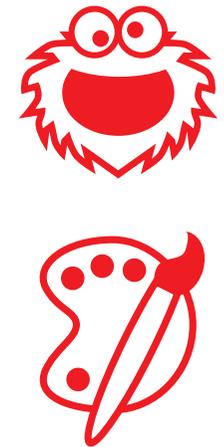
- Anlass 50 Jahre Sesamstrasse in D / aus HH
- Zeitraum: Feb - Mai 2023
- Zielmarkt: Deutschland
- Zielgruppen: Übernachtungsgäste, Familien

20 Jahre Heisse Ecke / Kiezkultur

- Anlass: 20 Jahre Heisse Ecke & Kiezkultur
- Zeitraum: Mai – Sep 2023
- Zielmärkte: Deutschland / Schweiz / Österreich
- Zielgruppe: ÜG, entertainmentinteressierte Gäste

Caspar David Friedrich Ausstellung

- Anlass 1. Ausstellung zu 250 Jahre CDF
- Zeitraum: Okt 2023 – Mar 2024
- Zielmärkte: Deutschland (Reise) und Europa
- Zielgruppe: Übernachtungsgäste, Kulturtouristen





FINANCIAL TIMES
Caspar David Friedrich in Germany
To mark the 250th anniversary of the artist's birth, Germany has designated 2024 the Year of Caspar David Friedrich (Jahreszeitung 2024).



Ein Stimmungsmacher mit Eigenheiten
Ein Wort: Caspar David Friedrich. Ein Gebirgsort: Die Romantik. Einmal der 250. Geburtstag des großen Landschaftsmalers, ein mal ein kleinerer Feiertag: Hamburgs 250. Geburtstag.

Hamburgs „Heiße Ecke“ auf St. Pauli
Theaterwelt und „Heiße Ecke“ auf St. Pauli sind zwei Begriffe, die sich nicht nur in der Stadt, sondern auch in der Kunst begegnen. Ein Artikel über die Verbindung von Kunst und Stadt.

Wie ich 48 Stunden auf der Reeperbahn verbrachte
Bilder, Zeichnungen, Hamburgs legendäres Vergnügungsviertel und ein Malermeister im Gespräch. Ein Bericht über eine 48-Stunden-Verweilung auf der Reeperbahn.

Achterbahn und der Gefühle
Mit Kindern Hamburg erkunden? Das geht ganz wunderbar. Denn die Hofstadter ist so vielseitig, dass weder Alt noch Jung Langeweile greift. Ein Artikel über die Hofstadter Achterbahn.

Popstar der Stille
Kein Künstler ist aktuell so heiß wie Caspar David Friedrich – Zu Besuch in der größten Schau zum 250. Geburtstag in Hamburg. Ein Artikel über die Ausstellung 'Caspar David Friedrich - 250'.

Hoe nietig is de eenzame wandelaar
Hij was vergeten, hij werd geprezen door de nazis en hij liep onderzeten van de heren. Ein Artikel über die Ausstellung 'Caspar David Friedrich - Wandeln'.

Hamburg Ahoi weiterhin reichweitenstarker Social-Media-Kanal



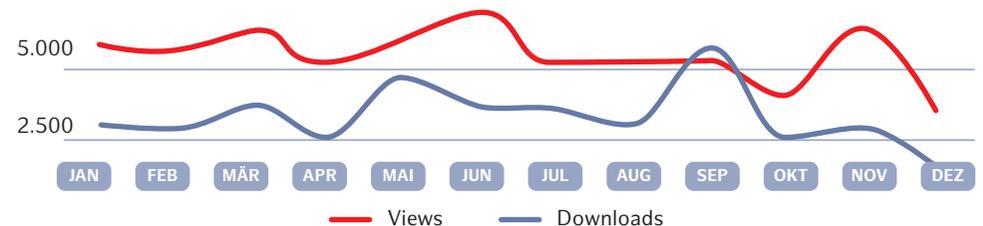
Die HMG betreibt in enger Verzahnung mit der HHT den redaktionellen Part der Social-Media-Kanäle unter Hamburg Ahoi und spielt dort laufend Hamburg-Content aus. Hamburg Ahoi erreicht über seine Kanäle zurzeit knapp 400.000 Follower*innen und erzielt in 2023 eine Reichweite von knapp 60 Mio. Kontakten. Neben einer täglichen Kommunikation werden über die Kanäle sämtliche (Groß-)Events der HHT bzw. Hamburgs promotet. Ebenso finden die Kulturstadt Hamburg und die Social-Media-Aktivitäten zur UEFA EURO 2024 dort ihre Social-Heimat.



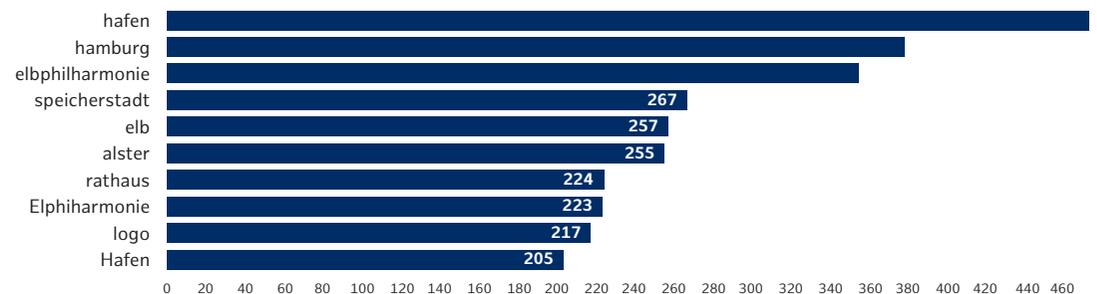
Digital Asset Management System der HMG-Gruppe

Im Digital Asset Management System (DAM) wird allen Mitarbeiter*innen für ihre Marketingzwecke Content (Fotos, Bewegtbild, Texte, Präsentationen etc.) zur Verfügung gestellt. Über die gleiche Software-Plattform stellt der Mediaserver unter Federführung des Bereichs Strategie und Markenmanagement einen bedeutenden Teil des Contents in Abhängigkeit der Nutzungsrechte auch für Dritte (Behörden, Institutionen, Medien etc.) bereit. Aktuell werden dort rund 20.000 Fotos, Videos und Dokumente gemanagt. Über 3.400 User*innen haben in 2023 über 40.000 Downloads für Marketingzwecke durchgeführt.

Views vs Downloads 2023



Top 10 Searched Terms

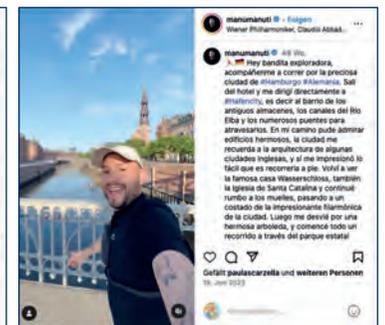
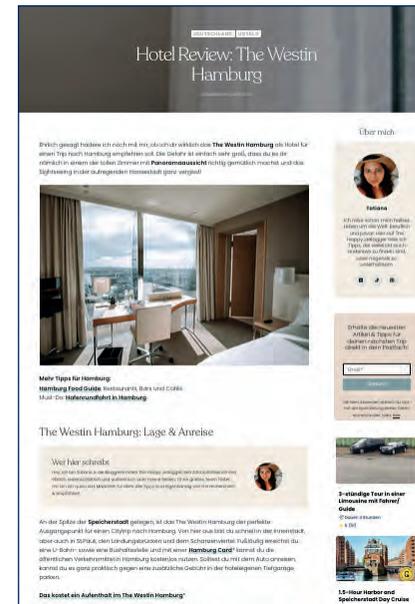
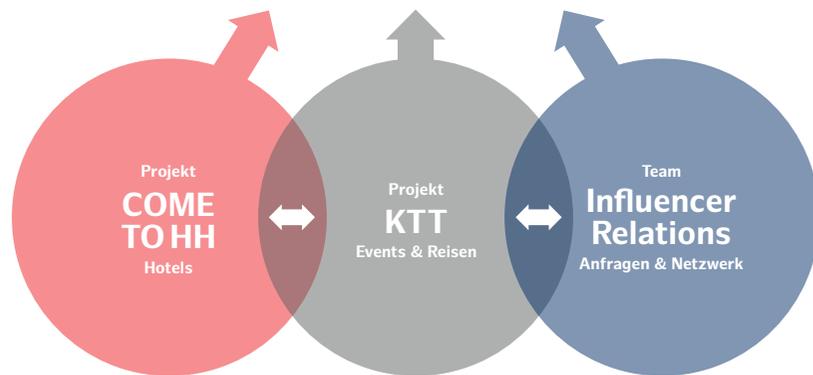


Influencer Relations für Hamburg in Kooperation mit der Hotellerie



Influencer*innen werden seit 2014 als zusätzliche Kommunikatoren neben klassischen Medien, Journalist*innen und redaktionellen Online-Plattformen durch die HMG über Tourismus-, Lifestyle und Musikthemen angesprochen. Seit Mitte 2019 wird zusammen mit dem Promotion-Pool der Hamburger Hotellerie zusätzlich das Blogger-Projekt „Come to Hamburg“ durchgeführt, das zu 100% durch die Hamburger Hotels finanziert wird. Fast 500 Influencer*innen wurden über beide miteinander verzahnte Projekte in 2023 in Hamburg betreut. Social-Posts und Blogbeiträge erreichten weltweit 13,2 Mio. Follower*innen mit Hamburg-Botschaften. Die Influencer Relations ist inzwischen als Marketinginstrument in die Kommunikation fast aller (Groß-)Events der HHT und Hamburgs integriert.

Influencer*innen für Hamburg



Aviation, GreenTech und Startups stehen erneut für den Innovationsstandort 2023

Mit der standortbezogenen Medienarbeit konnten 2023 insgesamt rund 1.200 Veröffentlichungen mit einer potentiellen Reichweite von rund 3,6 Milliarden Kontakten weltweit erreicht werden. Unter anderem berichteten globale News-Plattformen wie CNN, BBC oder MSN über Themen mit Hamburg-Bezug. Die stärksten Themen waren GreenTech (inkl. Erneuerbare Energien und Wasserstoff, 231 Berichte / 182 Mio. potentielle Reichweite), Aviation (820 Berichte / 1,3 Mrd. potentielle Reichweite) sowie im Startup-Bereich (126 Berichte / 106 Mio. potentielle Reichweite).

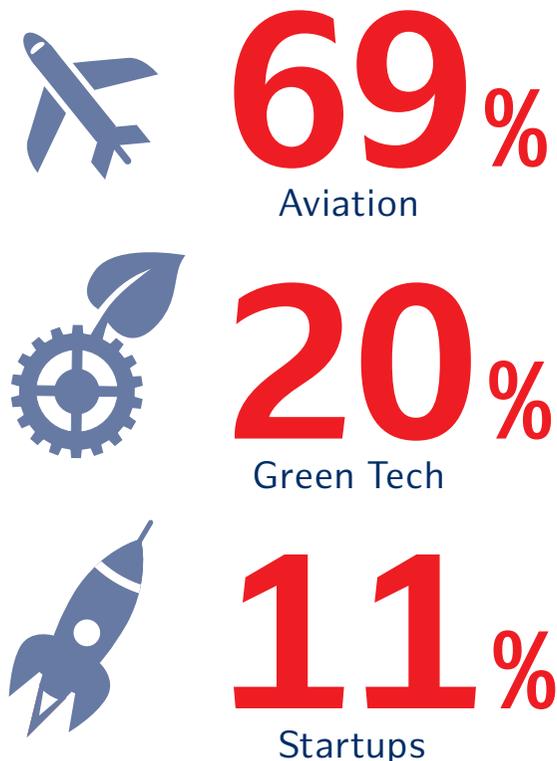
Die erneut guten Ergebnisse wurden in Zusammenarbeit mit den jeweiligen Wirtschaftsklustern Erneuerbare Energien Hamburg und Hamburg Aviation bzw. den HMG und HI-Teams mit Startup-Bezug erzielt.

2023 gab es aufgrund fehlender großer Messen und Events wenige größere Anlässe, an die Medienarbeit anknüpfen konnte. Genutzt wurden aber der reichweitenstarke Crystal Cabin Award, der Staatsbesuch von Charles dem III mit Bezug zu Hamburgs Vorreiterrolle bei grünem Wasserstoff sowie die Kampagnen zum Future Hamburg Award und dem Scaleup Landing Pad Hamburg.

Die Medienarbeit in China wurde im Schwerpunkt mit Unterstützung des Teams Media Relations durch das Hamburg Liaison Office umgesetzt, so dass in China eine Reichweite von 1,9 Mrd. potentielle Kontakten u.a. zur wichtigsten Importveranstaltung CIIE sowie Hafen und Handel erzeugt wurden.

Anteil an der Berichterstattung zum Wirtschafts- und Innovationsstandort 2023

(Anzahl der Berichte)

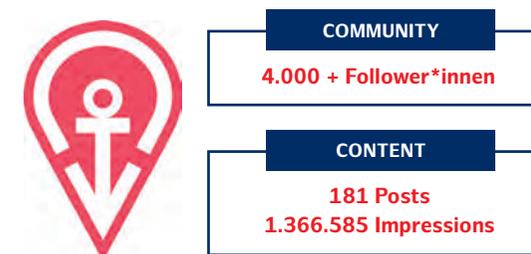
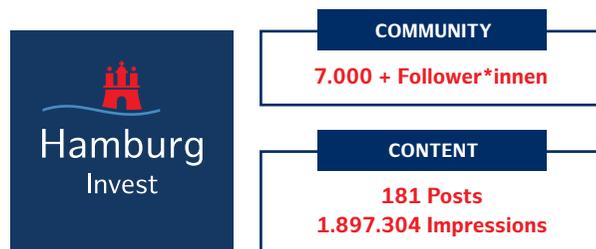


Zentrale B2B-Kommunikation des Wirtschafts- und Innovationsstandortes über LinkedIn

Die Medienkommunikation der HMG ergänzen seit drei Jahren zwei redaktionell geführte LinkedIn-Kanäle mit einer dauerhaften B2B-Kommunikation und Netzwerkarbeit. Inzwischen erreichen die beiden Kanäle „Hamburg Invest“ (7.000 Follower*innen) und „StartupCity Hamburg“ (4.000 Follower*innen, davon 2.000 in 2023 dazugewonnen) über 425 Posts eine Reichweite von jährlich 3,3 Mio. Impressions für Hamburger Wirtschafts- und Innovationsthemen, die Projekte der HMG/HI sowie die Services der Hamburg Invest und ihrer Units. Damit sind die Kanäle inzwischen zentrale B2B-Plattformen für das Wirtschafts-Standortmarketing und mit ihrem Mix aus organischer und gesponserter Reichweite der ideale Ort für internationale Kampagnen. Die Redaktion und das Community Management wirken im engen Zusammenspiel mit anderen Hamburger Kanälen.

Analog zur klassischen Medienarbeit wurden über LinkedIn Themen wie GreenTech, Aviation sowie Startup-Themen kommuniziert. Ein großer Teil (65 Postings / 887 Tsd. Aufrufe) der LinkedIn-Kommunikation hatte Bezug zu den Aktivitäten der Teams der Hamburg Invest. Insbesondere die Beteiligung an Veranstaltungen innerhalb und außerhalb Hamburgs sowie internationale Delegationen wurden hierfür aufgegriffen. Dazu spiegelten Inhalte zu den Themenfeldern Artificial Intelligence, Female Entrepreneurs, Food-Innovation, Impact Business, Investments, Life-Sciences, Logistik, Maritime Industrie, Medien-/Kreativ-/Digitalwirtschaft, Mobility, Real-Estate und der Wissensmetropole Hamburg die Innovationskraft der Stadt.

Seit Anfang 2024 ergänzen eigene Fokussseiten für größere Projekte bzw. Kampagnen das Portfolio und bieten synergetisch mit den Hauptauftritten weitere Darstellungsmöglichkeiten – gestartet wurde mit einer Fokussseite für das Projekt „Landing Pad“ der HI, weitere folgen.



Themenwolke LinkedIn Auftritte Hamburg Invest
(nach Anzahl Posts)

Hamburg Invest

Mobility

Maritime Wirtschaft

Startups

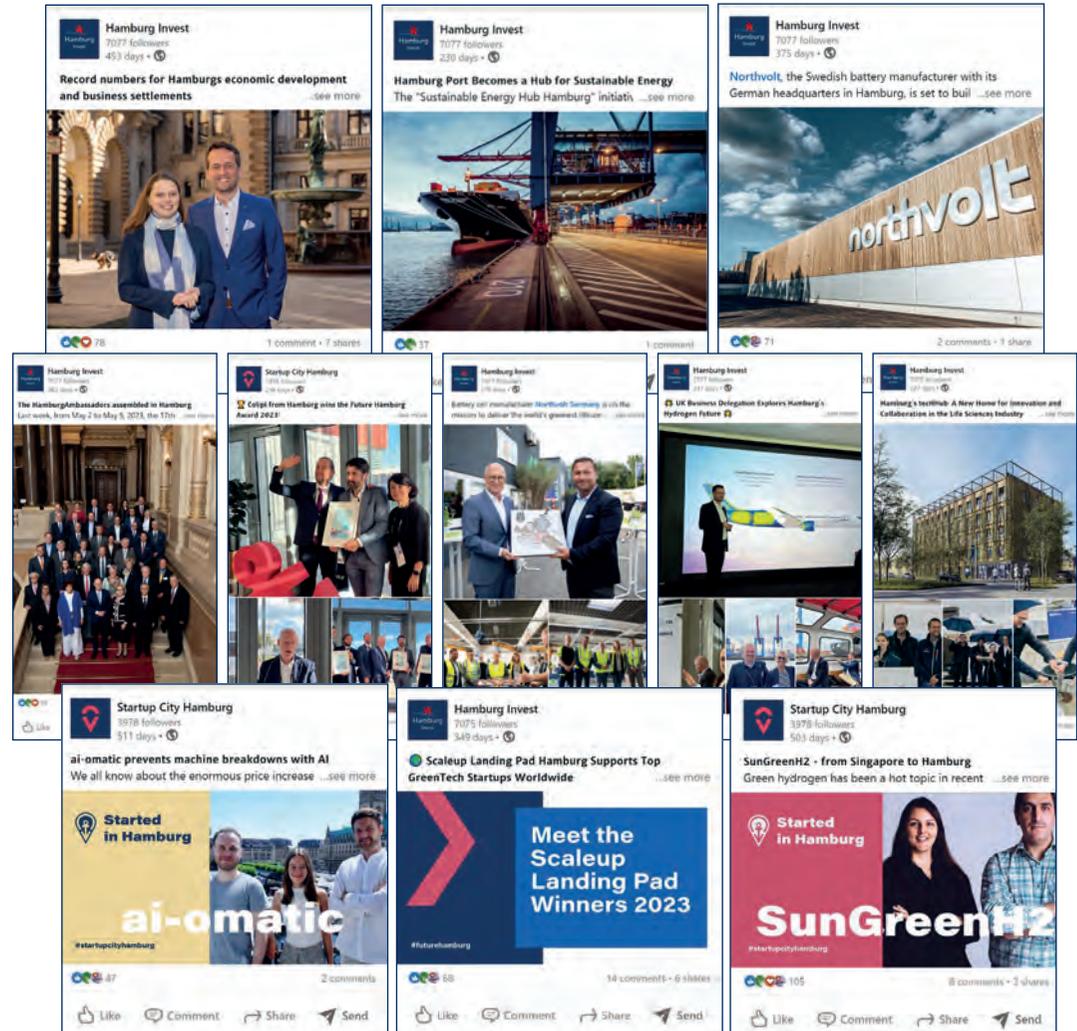


Investments

Real Estate

Green Tech / Energie

Medien & Digitales



Kontakt:

Hamburg Marketing GmbH
Media Relations
Guido Neumann

Tel.: +49 (0) 40-300 51 580
guido.neumann@marketing.hamburg.de
www.mediarelations.hamburg.de

Stand der Drucklegung: Juni 2024
Hamburg Marketing / Jung von Matt