

Vorlage Nr. I/252/2018
für den Magistrat

Anzahl Anlagen: 0

Tourismusstrategie Bremerhaven 2025

Hier: Externe Begleitung der Geschäftsfeld- / Profilhemenentwicklung

A Problem

Im März 2017 beauftragte der Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen die Agentur PROJECT M, eine Landesstrategie für die Tourismusedwicklung bis zum Jahr 2025 im Rahmen eines Beteiligungsverfahrens zu erarbeiten. Ein zentraler Aspekt bei der Neuaufstellung der Landestourismusstrategie war die integrierte, konzeptionell aufeinander abgestimmte und zeitlich synchronisierte Ausarbeitung der kommunalen Tourismusstrategien für die Städte Bremen und Bremerhaven, deren Bearbeitung jedoch nicht Gegenstand des durchgeführten Verfahrens war.

Um die umfangreichen Erkenntnisse für die Seestadt Bremerhaven, die aus dem Beteiligungsverfahren gewonnen und herausgearbeitet wurden, zu nutzen, wurde deshalb ebenfalls PROJECT M beauftragt, das bestehende Tourismuskonzept Bremerhaven 2020 zu überarbeiten und eine kommunale Tourismusstrategie 2025 zu entwickeln. Gemeinsam mit einer Prozess begleitenden Projektgruppe – bestehend aus Handelskammer Bremen, DeHoGa Bremerhaven, Schaufenster Fischereihafen Werbe- u. Veranstaltungs-GmbH, Stadtmarketingbeirat, Fischereihafen-Betriebsgesellschaft mbH, BIS Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung mbH, Erlebnis Bremerhaven Gesellschaft für Touristik, Marketing und Veranstaltungen mbH (EBG) und Referat für Wirtschaft sowie unter Einbindung ausgewählter Schlüsselpersonen (CCCB, DSM, DAH, Klimahaus und Zoo) – wurde die Tourismusstrategie Bremerhaven 2025 entwickelt, die als Arbeitsgrundlage und Richtlinie für die inhaltliche und organisatorische Weiterentwicklung des Tourismus in der Seestadt Bremerhaven dienen soll.

Als Kernergebnisse aus dem Erarbeitungsprozess sind unter dem Leitmotiv „maritimes Erlebnis“ eine neue Positionierungsstrategie mit vier Bremerhaven prägenden Profilhemen und Leitzielgruppen, prioritäre Quell- und Potenzialmärkte für das Marketing sowie im Rahmen der Umsetzungsstrategie 24 zentrale Maßnahmen und zehn Schlüsselprojekte als konkrete Entwicklungs- und Prüfaufträge herausgearbeitet worden.

Kernbotschaft:

Bremerhaven – „Maritimes Erlebnis“

Profilhemen:

- Wissens- und Erlebniswelten
- Hafenerlebnis
- Fischerlebnis
- Tagungen und Kongresse

Schlüsselprojekte:

- Profilhemenübergreifend:
 - Tourismusnetzwerk
 - Marktforschung und Monitoring
 - Tourismusmarke, -leitbild, -management

- Strategischer Marketingplan
- Besucherinformations- u. Leitsystem
- Veranstaltungsplanung/- architektur
- Profilt Themenbezogen:
 - Konzeptentwicklung Wissens- und Erlebniswelten
 - Konzeptentwicklung Hafenerlebnis
 - Konzeptentwicklung Fischerlebnis
 - MICE Kompetenz- und Koordinierungsstelle

In seiner Sitzung am 13.06.2018 hat sich der Finanz- und Wirtschaftsausschuss dafür ausgesprochen, die touristische Profilbildung für die Destination Bremerhaven auf die herausgearbeiteten Profilt Themen zu konzentrieren und die ausgewählten zehn Schlüsselprojekte für den Umsetzungsstart des Tourismuskonzeptes Stadt Bremerhaven 2025 weiterzuverfolgen.

B Lösung

Die Handlungs- und Umsetzungsempfehlungen der Tourismusstrategie sehen einen engen Schulterschluss zwischen Stadt, Touristikern und Tourismuswirtschaft und eine gemeinsame Umsetzung der Positionierungsstrategie vor. Das Zusammenspiel der Akteure und die sich gegenseitig stärkende Marktbearbeitung sind Voraussetzung für das Erreichen der gemeinsam entwickelten Tourismusziele.

In diesem Zusammenhang wurden in der Tourismusstrategie bereits Empfehlungen für die Umsetzungsplanung und das Umsetzungsmanagement der Profilt Themen und der Schlüsselprojekte und außerdem ein Zeitplan formuliert. Für fünf Schlüsselprojekte wurde der Start des Umsetzungsprozesses mit einem fünf Punkte-Plan stärker ausdifferenziert.

Für den geschäftsfeldübergreifenden, strategischen Austausch und die Sicherstellung einer gemeinsamen Tourismusedwicklung soll die Projektgruppe aus dem Erarbeitungsprozess als beratendes und vernetzendes Gremium fortgeführt werden (Schlüsselprojekt: Tourismusnetzwerk). Sie wird zwei Mal im Jahr auf Einladung des Referates für Wirtschaft zusammenkommen und den Fortschritt der Umsetzung monitoren und vorantreiben. Grundlage dafür ist eine von der EBG zu erarbeitende fortschreibbare Umsetzungs- und Wirkungsbilanz und der Aufbau einer detaillierten Maßnahmenplanung. Darüber hinaus sollen in diesem Gremium auch übergreifende Trends und gezielte Innovationsimpulse eingebracht und diskutiert werden, von denen Bremerhaven insgesamt oder auch nur einzelne Geschäftsbereiche profitieren können. Federführend für das übergeordnete Umsetzungsmanagement ist das Referat für Wirtschaft.

Das Referat für Wirtschaft und die EBG bereiten derzeit die erste Sitzung der Projektgruppe mit entsprechenden Verfahrensvorschlägen für die Umsetzung der Schlüsselprojekte und die fachliche Besetzung der Profilt Themen vor. In einigen Schlüsselprojekten wurden erste (Teil-)Maßnahmen bereits eingeleitet bzw. umgesetzt. Sie gilt es jetzt in die Umsetzungsstrategie für die jeweiligen Schlüsselprojekte einzubinden.

Als Unterstützung für den systematischen Aufbau der Profilt Themen und zur Rückkopplung der Umsetzung der Gesamtprozesse ist es aus Sicht des Referates für Wirtschaft und der EBG allerdings anzuraten, die Arbeitskreise im Bereich Freizeit¹ im ersten Jahr noch über PROJECT M führen und durch Fachimpulse für die Geschäftsfeldentwicklung begleiten zu lassen sowie ergänzend ein regelmäßiges Abstimmungsmanagement zwischen PROJECT M, Referat für Wirtschaft und EBG zu etablieren. Über die fortlaufenden Abstimmungen zu Prozess- und Zeitplanung und Innovationsthemen sowie Weiterentwicklungsschritten kann ggf. ein frühzeitiges Korrigieren von Umsetzungsschritten und die Einbringung neuer Impulse für den Weiterentwicklungsprozess und die Vorbereitung von Projektgruppensitzungen sichergestellt werden.

Um die Entwicklungsdynamik und Impulswirkung auf die Leistungsanbieter auf einem hohen

¹ Für das Geschäftsfeld „Tagungen und Kongresse“ das federführend von der BIS und der EBG bearbeitet wird, wurde der Umsetzungsprozess mit der Erarbeitung einer Vermarktungsstrategie schon gestartet.

Niveau halten zu können schlägt PROJECT M vor, den Entwicklungsstand der Geschäftsfelder nach einer einheitlichen Systematik festzuhalten und fortzuschreiben. Die Systematik sollte nach der Empfehlung von PROJECT M vom Referat für Wirtschaft und der EBG auch auf die Gesamtstrategie angewendet werden. Um Synergien zwischen den Geschäftsfeldern zu ermöglichen und Schnittstellen u. a. in der Angebotsentwicklung oder im Tourismusmarketing zu identifizieren, sollen von PROJECT M Impulse passgenau eingestreut und in enger Abstimmung mit dem Referat für Wirtschaft und der EBG eine gemeinsame Umsetzungsstrategie und gemeinsames Monitoring etabliert werden.

Die Kosten für die oben beschriebene externe Begleitung durch PROJECT M belaufen sich auf 42.000 € netto zzgl. MwSt. und sollen aus Mitteln der Tourismusabgabe bereitgestellt werden. Eine Wirtschaftlichkeitsberechnung kann nicht durchgeführt werden, da der Nutzen nicht quantifizierbar ist.

C Alternativen

Es findet keine Begleitung durch PROJECT M statt. Der Umsetzungsprozess verzögert sich und Fehlentwicklungen sind möglich.

D Auswirkungen des Beschlussvorschlages

Es sind keine Auswirkungen nach § 8 Abs. 3 GOMag ersichtlich.

E Beteiligung

EBG.

F Öffentlichkeitsarbeit / Veröffentlichung nach dem BremIFG

Gegen eine Veröffentlichung nach dem BremIFG bestehen keine Bedenken.

G Beschlussvorschlag

Der Magistrat stimmt der Begleitung der Tourismusstrategie Bremerhaven 2025 (Geschäftsfeldentwicklung und laufende Abstimmung des Umsetzungsprozesses) zu. Die Finanzierung erfolgt aus Mitteln der Tourismusabgabe.

Grantz
Oberbürgermeister