

# **Sachstandsbericht**

---

**Masterplan Stadtmarketing Bremerhaven**

**2018**

Erlebnis Bremerhaven  
Gesellschaft für Touristik, Marketing und Veranstaltungen mbH  
H.-H.-Meier-Straße 6, 27568 Bremerhaven

**31. März 2019**

## **Inhaltsverzeichnis**

### **1. Vorbemerkung**

### **2. Stadtmarketingprojekte 2017/2018**

A3 Stadt der Wissenschaft / Pier der Wissenschaft

A4 Meer Nachhaltigkeit

A6 Sonderbefragung "Nachhaltiger Tourismus"

A7 Unsere Stadt. Euer Wochenende!

Lieber Bremer, bleibt doch mal über Nacht

A8 Bremerhaven+

### **3. Stadtmarketingprojekte 2018**

B1 Meer ausmachen

Gemeinsam Zukunft für ein gutes Bremerhaven gestalten

B2 Projekte MBQ

B3 Unsere Stadt. Unser Wochenende!

B5 MICE-Macher – Die Congress-Initiative-Bremerhaven

B6 Stärkung der Partnerschaft zwischen der Stadt und  
der innerstädtischen Kaufmannschaft

B7 Meer Freiheit

B8 UNESCO Creative City of Gastronomy Bremerhaven -  
FISH at its BEST

B9 DESTI-SMART

### **4. Weitere Aktivitäten im Rahmen der kooperativen Stadtentwicklung**

## **1. Vorbemerkung**

Gemäß dem im „Masterplan Stadtmarketing Bremerhaven“ niedergelegten Arbeitsprozess zu seiner Umsetzung sowie der konkreten Beteiligung des Stadtmarketingbeirats, ist der finale Stadtmarketingplan und dessen Einzelmaßnahmen dem Referat für Wirtschaft jeweils bis zum 30. September eines Jahres für das Folgejahr vorzulegen. Vor dem Hintergrund, dass der Magistrat erst in seiner Sitzung am 02. August 2017 den „Masterplan Stadtmarketing Bremerhaven“ zur Grundlage der zukünftigen Arbeit der Erlebnis Bremerhaven GmbH machte und eine Beteiligung des Stadtmarketingbeirates mangels Konstituierung nicht möglich war, konnte der angestrebte Verfahrensablauf weder zeitlich, noch inhaltlich für das Jahr 2018 eingehalten werden. Die Erlebnis Bremerhaven GmbH hatte gleichwohl versucht, die Ausgestaltung ihrer Arbeit im Sinne des Magistratsbeschlusses auszurichten. So wurde der Entwurf eines Stadtmarketingplans 2017/2018 und der konkreten Einzelmaßnahmen zur Umsetzung des Masterplans erarbeitet und am 30. November 2017 durch internes Verwaltungshandeln sichergestellt, dass zwischen den für die drei Zielgruppen verantwortlichen Akteuren - Magistrat, Wirtschaftsförderungsgesellschaft BIS und Erlebnis Bremerhaven GmbH - eine Abstimmung erfolgte. Der abgestimmte Entwurf des Stadtmarketingplan 2017/2018 wurde dem neuen Stadtmarketingbeirates in seiner ersten Sitzung am 09. Mai 2018 vorgestellt.

In 2018 wurde der Stadtmarketingplan 2019 zunächst zwischen dem Magistrat, der Wirtschaftsförderungsgesellschaft BIS und der Erlebnis Bremerhaven GmbH abgestimmt. Dieser abgestimmte Entwurf ist dann am 20. September 2018 im neuen Stadtmarketingbeirat vorgestellt, erörtert und einstimmig beschlossen worden. Der finale Stadtmarketingplan 2019 und dessen Einzelmaßnahmen wurden dann dem Referat für Wirtschaft fristgerecht zum 30. September 2018 für das Folgejahr 2019 zur weiteren Verwendung gegenüber den kommunalpolitischen Gremien vorgelegt.

In dem Stadtmarketingkonzept Bremerhaven 2017/2018 spiegeln sich zum einen Vorhaben wieder, die parallel zum laufenden Masterplanprozess bereits geplant und zur Umsetzung gebracht, in 2018 abgeschlossen, oder aber über 2018 hinaus fortgeführt werden sollen. Zum anderen finden sich dort große Tei-

le des 10-Punkte Programms wieder, von denen erste Schritte zu deren Umsetzung bereits in 2017 eingeleitet werden sollen.

Die Darstellung des Sachstandsberichts orientiert sich an der projektbezogenen Struktur des Stadtmarketingplans 2017/2018.

## **2. Stadtmarketingprojekte 2017/2018**

Die nachfolgenden Vorhaben wurden parallel zum laufenden Masterplanprozess Stadtmarketing bereits geplant und zur Umsetzung gebracht, sollen in 2018 abgeschlossen, oder aber über 2018 hinaus fortgeführt werden.

### **A3 Stadt der Wissenschaft / Pier der Wissenschaft**

Als Geschäftsstelle des **Netzwerks Pier der Wissenschaft** stellte das Stadtmarketing auch in 2018 insbesondere die kommunikative Umsetzung der Programm- und Marketingaktivitäten in Kooperation mit dem Team Marketing und Kommunikation (Online-Marketing und Pressearbeit) der Erlebnis Bremerhaven GmbH sicher. Das bewährte Veranstaltungsformat „**SCIENCE GOES PUBLIC!**“ fand erneut im Frühjahr und im Herbst 2018 statt. Angesichts der eigenen begrenzten personellen Ressourcen, aber auch um einen dramaturgisch-inszenierten Einstieg in den Abend zu ermöglichen, wurde ein **Jingle** produziert, der jetzt regelmäßig zum Einsatz kommt. Hervorzuheben ist, dass das Bremerhavener Netzwerk „Pier der Wissenschaft“ durch die von ihm alleinverantwortete Wissenschaftskommunikation des seit Herbst 2017 als Landesinitiative durchgeführten Formats über die **Sozialen Medien** deutlich Zuwächse an Freunden und Followers auf ihren Kanälen (insbesondere Facebook, Twitter) erzielen konnte. Eingebunden in die SCIENCE GOES PUBLIC! Reihe wurde im Herbst 2018 einmal mehr der „**Science Slam Bremerhaven**“ durchgeführt. Ebenfalls erneut umgesetzt wurden die 2017 erstmalig als neue Formate durchgeführten Veranstaltungen der sog. „**Scavenger Hunt Bremerhaven**“ und „**Hinter den Kulissen – Science!**“. Die Teilnehmerzahl an der Scavenger Hunt (Scavenger = Lumpensammler) - am ehesten mit „Schnitzeljagd“ zu übersetzen – konnte gegenüber dem Vorjahr gesteigert werden. Die Siegerehrung fand am 27. Mai 2018 im Rahmen des SEESTADTFESTES statt. Die Resonanz der Teilnehmer über die Sozialen Medien zeigte einmal mehr, dass die Zielsetzung erreicht wurde, die

(Hochschul)Stadt (neu) zu erleben und wahrzunehmen. Im Rahmen der Veranstaltungsreihe Hinter den Kulissen – Science! wurde erneut mit eher bescheidenem Zuspruch der Versuch unternommen, der Stadtbevölkerung das Angebot zu unterbreiten, abseits der allgemein öffentlich zugänglichen Bereiche „hinter die Kulissen“ einzelner Einrichtungen schauen zu können. In 2018 wurden die Ergebnisse der beim Deutschen Schifffahrtsmuseum (Konzept zur Umsetzung einer Wissensstation) und beim TTZ Bremerhaven (Virtuelle Geschmackslandkarte) von BWL-Studenten im Rahmen der Lehrveranstaltung Projektmanagement erarbeitete konzeptionelle Ausgestaltung zweier **Citizen Science** Projekte präsentiert bzw. erörtert. Beide Projekte wurden erfolgreich abgeschlossen bzw. finden über die Einrichtungen eine Fortsetzung, Ansatzpunkte für eine weitere Umsetzung in Bremerhaven durch die Pier der Wissenschaft bieten sie aber nicht.

#### **A4 Meer Nachhaltigkeit**

Das Stadtmarketing leitet den Arbeitskreis Nachhaltiger Tourismus der Klimastadt Bremerhaven. Bereits Ende 2017 wurde anlässlich des von den Vereinten Nationen erklärten internationalen Jahres des nachhaltigen Tourismus konzeptionelle Überlegungen für die Durchführung einer **Veranstaltungsreihe** (orientiert am Praxisleitfaden des DTV mit 4 Dimensionen und 8 Handlungsfeldern) angestellt. Für das Vorhaben konnte das Interesse des DEHOGA Fachverbandes Bremerhaven, des Tourismusausschusses der Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven sowie des energiekonsens – die Klimaschützer - geweckt werden. Eine außerordentlich geringe Beteiligung der touristischen Leistungsträger einschließlich Einzelhandel an einer digital durchgeführte Umfrage in 2018, um den Status und das unternehmerische Selbstverständnis zu erfassen, führte zu der Entscheidung, das Vorhaben abzubrechen. Im Dialog mit dem Umweltschutzamt / Klimastadtbüro wurde überlegt, mit dem Thema „**weniger Plastik in der Gastronomie**“ einen sehr konkreten Anlass zu schaffen, um im Rahmen einer Veranstaltungsreihe in 2019 mit den touristischen Leistungsträgern in einen Dialog eintreten zu können.

## **A6 Sonderbefragung "Nachhaltiger Tourismus"**

Über die Klimastadt Bremerhaven konnte in **2017 und 2018** eine **Sonderbefragung** im Rahmen der jährlichen „Gästabefragung Bremerhaven“ zum Thema nachhaltiger Tourismus durchgeführt werden, um Hinweise darauf zu bekommen, inwieweit nachhaltige touristische Leistungen und Angebote für den Standort Bremerhaven geeignet bzw. benötigt werden, oder bei bereits vorhandenen Leistungen und Angeboten eine Optimierung / Weiterentwicklung sinnvoll / notwendig ist. Die mit der Durchführung und Auswertung beauftragten ITF Research GmbH kommt zu dem Fazit, dass **Nachhaltigkeit kein Reisemotiv** ist. Sie wird die Reiseentscheidung nicht primär prägen. Als Label ist Nachhaltigkeit daher nicht geeignet. Es fehlt die emotionale Aufladung. Aber, so die ITF Research GmbH, **nachhaltige Angebote sind die besseren Angebote**, weil Sie für die Kunden bzw. Gäste zusätzlichen Nutzen bringen und überzeugender sind. Der zusätzliche Nutzen wird beim Verkehr (Shuttles, Rad- und Fußwege, örtlicher ÖPNV, aber auch schon bei der Anreise mit der Bahn) am unmittelbarsten spürbar und damit wirksam sein. Nachhaltige Produkte kommen dem Bedürfnis nach verantwortungsvollem Handeln entgegen. Der Gast kann durch den Konsum des nachhaltigen Produkts seinen persönlichen Beitrag leisten und verspürt Befriedigung. Dadurch schaffen nachhaltige touristische Angebote dauerhafte Wettbewerbsvorteile und für Gast und Anbieter einen Mehrwert.

Vor diesem Hintergrund werden als **allgemeine Handlungsfelder**, die in Bremerhaven Priorität haben sollten, der Verkehr, die Verbesserung der Information und Kommunikation und das Impulse setzen durch Engagement für Nachhaltigkeit identifiziert. Als **konkrete Handlungsfelder**, die in Bremerhaven Priorität haben sollten, werden vom ITF Research GmbH eine günstige alternative Verkehrsverbindung zwischen den Havenwelten und dem Schaufenster Fischereihafen, attraktivere / komfortablere Radwege sowie die Weiterentwicklung und Pflege von Fahrradrouten in Bremerhaven, das ermitteln und bekanntmachen bereits bestehender Anstrengungen zugunsten von Nachhaltigkeit bei den touristischen Leistungsträgern, regionale Produkte sowie die Vermittlung an die Gästen, was ortstypisch (Traditionen, Persönlichkeiten, historischen Faktoren etc.) für Bremerhaven ist, empfohlen.

## **A7 Unsere Stadt. Euer Wochenende!**

### **Lieber Bremer, bleibt doch mal über Nacht**

Anlässlich des 70-jährigen Jubiläums des Bundeslandes Bremen wurden die Bürgerinnen und Bürger aus Bremen im Herbst 2017 für ein Wochenende mit attraktiven Angeboten für Hotellerie, Gastronomie und touristischen Einrichtungen nach Bremerhaven unter dem Kampagnentitel „Unsere Stadt. Euer Wochenende. Liebe Bremer, bleibt doch mal über Nacht ...“ eingeladen. Es handelte sich dabei um eine Adaption der seit 2014 durchgeführten Binnenmarketingaktion **„Unsere Stadt. Unser Wochenende!“**, die seit 2014 in Kooperation mit dem Tourismusausschuss der Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven und dem DEHOGA Fachverband Bremerhaven durchgeführt wird. Im Herbst 2018 wurden die Bürgerinnen und Bürger aus dem Umland unter dem Motto: **„Unsere Stadt. Euer Wochenende! Liebe Nachbarn, bleibt doch mal über Nacht ...“** erfolgreich eingeladen.

## **A8 Bremerhaven+**

Aus Sicht des Stadtmarketing ist klar, dass die Lebensqualität der Stadt Bremerhaven als Gradmesser für ihre Attraktivität und Anziehungskraft immer stärker auch durch das digitale städtische Angebot respektive ihrer städtischen Plattform bestimmt wird. Mit Bremerhaven+ wurde ein konzeptioneller Ansatz entwickelt, beim dem es nicht nur um eine technologisch getriebene Entwicklung im Sinne einer SMART CITY (Stadt 4.0), sondern um eine Erweiterung geht. Die Schnittstelle zwischen dem realen und digitalen Stadt-Erlebnis-Raum soll um die Möglichkeiten von ortsbasierten Diensten und Mixed-Reality-Konzepten erweitert wird. Der Impuls der Bewerbung der Stadt an der Ausschreibung „Digitale Stadt“ des Digitalverbands BITKOM und des Deutschen Städte- und Gemeindebundes (DStGB) fand unter konzeptionell-strategischen Überlegungen Eingang in das 10-Punkte-Programm.

Ende 2017 wurde vom Stadtmarketing eine Ausschreibung durchgeführt und eine Agentur beauftragt, eine digitale Plattform – zunächst für den Bereich Tourismus und Kultur - zu erstellen. Zu Projektbeginn im Frühjahr 2018 wurde die Entscheidung getroffen, keine klassische native App, sondern eine neue Entwicklung aufzugreifen und eine Progressive Web App als technologischen Lösungs-

ansatz zu wählen. Im Projektverlauf zeigte sich, dass die Ausgestaltung einer permanent sich aktualisierenden Schnittstelle zwischen [www.bremerhaven.de](http://www.bremerhaven.de) (als sog. Quelle der Wahrheit) und der **Progressive Web App „Seestadtlotse – Dein Begleiter durch Bremerhaven“** nur für den Veranstaltungsbereich gelingt. Durch die eingeschränkte Funktionalität der Schnittstelle muss sehr vieles umgestellt werden, was zu einer erheblichen zeitlichen Verzögerung bei der beauftragten Agentur führte und eine Fertigstellung in 2018 unmöglich machte. Anfang 2018 wurde die Interessenbekundung des Stadtmarketing für Bremerhaven an der **EU Ausschreibung „Digital Cities Challenge“** im Evaluation Summary Report positiv bewertet, aufgrund der großen Zahl an Bewerbungen jedoch letztlich nicht ausgewählt. Das Angebot des „Digital Cities Challenge Team“, dass Bremerhaven bei Interesse als Partnerstadt an der Digital Cities Challenge teilnehmen könnte, konnte mangels finanzieller Ressourcen nicht angenommen werden.

Das Stadtmarketing hat im Sommer 2018 an dem von der **EU-Kommission** ausgelobten Wettbewerb **„European Capital of Smart Tourism“** beteiligt. Die Initiative zeichnet europäische Städte für ihre herausragenden, innovativen und nachhaltigen Praktiken im Tourismus aus. In der Bewerbung galt es innovative Maßnahmen in den Bereichen Zugänglichkeit, Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Kulturerbe und Kreativität aufzuzeigen. Bremerhaven kam nicht in die Short-List.

Über den Jahreswechsel 2018 / 2019 wurde zudem am Förderprogramm zur **Leistungssteigerung & Innovationsförderung im Tourismus (LIFT)** des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie teilgenommen. Unter den 162 Einreichungen wurden 13 Bewerber zur Abgabe eines Förderantrags aufgefordert – Bremerhaven gehörte leider nicht dazu.

### **3. Stadtmarketingprojekte 2018**

In 2018 sollten wichtige Teile des 10-Punkte Programms erste Ansätze einer Umsetzung erfahren, wobei mit einigen Vorhaben bereits in 2017 begonnen worden ist.

## **B1 Meer ausmachen**

### **Gemeinsam Zukunft für ein gutes Bremerhaven gestalten**

Zur Einrichtung einer Microsite mit eigener Domain für das Stadtmarketing auf [www.bremerhaven.de](http://www.bremerhaven.de) sind noch entsprechende Finanzmittel einzuwerben. Vor diesem Hintergrund konnte noch keine Plattform des für eine erfolgreiche Zukunftsgestaltung wichtigen zivilgesellschaftlichen Engagements zusammen mit Wissenschaft und Wirtschaft unter dem Titel **Meer ausmachen – Gemeinsam Zukunft für ein gutes Bremerhaven gestalten** ausgebildet werden.

## **B2 Projekte MBQ**

Die Erlebnis Bremerhaven GmbH ist seit 2008 als Geschäftsstelle der Marketinginitiative Bremerhavener Quartiere (MBQ) tätig, dem freiwilligen Zusammenschluss aller Werbegemeinschaften in den Stadtteilen. Seit 2014 arbeitet das Stadtmarketing sehr intensiv an Konzepten und Projekten, um die Digitalisierungskompetenz der Kaufmannschaft zu stärken. Aufgrund der für die MBQ erworbenen und nachgewiesenen Expertise in Sachen Digitalisierung wurde das Stadtmarketing an einem Arbeitskreis der Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven beteiligt, um an der Entwicklung einer Landesinitiative zur Stärkung der Digitalisierungskompetenz des Einzelhandels mitzuwirken. Gemeinschaftlich wurde ein Antrag „**Lebendige Quartiere – Stärkung der Digitalisierungskompetenz des Einzelhandels, Gastgewerbe und Tourismus im Land Bremen**“ erarbeitet, der seit Ende 2018 mit dem Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen (SWAH) – Referat „Innovation, Digitalisierung und neue Themen“ sowie „Einzelhandel, Marketing, Tourismus und Veranstaltungen“ abgestimmt ist. Eine Umsetzung, insbesondere die Einstellung eines **Digital-Lotsen** für zwei Jahre in Bremerhaven (0,4 VZ) und Bremen (0,8 VZ) kann frühestens im Frühjahr 2019 erfolgen, da immer noch die Gespräche andauern, ob und wie die WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH für das Land Bremen die Federführung übernimmt und beim SWAH Antrag einreichen wird.

Bereits Ende Mai hatte die Geschäftsstelle im Namen der MBQ die Kaufmannschaft aufgerufen, einen „**Online-Präsenz-Check**“ durchzuführen, um ihre digitale Wahrnehmung und Sichtbarkeit überprüfen zu lassen. Dank einer Kooperation mit der Wirtschaftsförderungsgesellschaft BIS, der swb Bremerhaven GmbH,

der Erlebnis Bremerhaven GmbH, der Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven sowie der Nordsee-Zeitung kam ein kostengünstiges Angebot zustande. Am Ende haben es 81 Betriebe genutzt. Die Ergebnisse wurden öffentlich – ohne individuelle Daten zu nennen – am 22. August in der Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven auf dem MBQ Forum „Stadt + Handel“ präsentiert und erörtert (in Bremen wurde das gleiche Angebot in Zusammenarbeit mit dem Weser Kurier gestartet, am Ende nahmen 30 Unternehmen teil).

Das Stadtmarketing hat an der Entwicklung und Erstellung eines **Einzelhandelsreport Bremerhavener Quartiere** durch die Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven mitgewirkt, dessen Veröffentlichung vor den Bürgerschaftswahlen geplant ist.

Angesichts der Tatsache, dass sich die Anzeichen mehren, dass unsere Innenstädte und Stadtteilzentren als Orte lokaler und regionaler Marktplätze und Beziehungsorte schwächeln, hat die Geschäftsstelle der MBQ in den Sommermonaten eine **Online-Umfrage** durchgeführt. Es ging darum herausfinden, wie es um die **Bedeutung und Funktion des Einzelhandels für die Bremerhavener Stadtquartiere** steht. Die Online-Umfrage richtete sich sowohl an die Besucher und Kunden, als auch an die Kaufmannschaft des Oberzentrums Bremerhaven. Besucher und Kunden wurden im Kern dazu befragt, aus welchem Anlass und wie häufig sie die Stadtteilzentren aufsuchen und ob sich daran in den letzten Jahren etwas geändert hat. Parallel wurde die Kaufmannschaft über ihre Einschätzung zu den Motiven der Menschen in Stadt und Land für den Besuch der Stadtteilzentren befragt.

### **B3 Unsere Stadt. Unser Wochenende!**

Die für die Bestärkung der Bürger in ihrer Stadtkultur und ihrem Stadtgefühl so wichtige Binnenmarketingaktion „**Unsere Stadt. Unser Wochenende!**“ wurde im Frühjahr 2018 einmal mehr erfolgreich in Kooperation mit dem Tourismusausschuss der Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven und dem DEHOGA Fachverband Bremerhaven durchgeführt.

## **B5 MICE-Macher – Die Congress-Initiative-Bremerhaven**

Im Tourismuskonzept Bremerhaven 2025 ist MICE eines der vier prägenden Profithemen für Bremerhaven und insoweit als Geschäftsfeld in der Erarbeitung. Durch die Wirtschaftsförderungsgesellschaft BIS sind mit finanzieller Unterstützung des Referates für Wirtschaft die konzeptionellen Grundlagen und Maßnahmen für die Profilierung von Bremerhaven im Kongress- und Tagungsmarkt erarbeitet worden. Das Geschäftsfeld wird durch eine Projektgruppe bestehend aus Wirtschaftsförderungsgesellschaft BIS, Erlebnis Bremerhaven GmbH, Stadthalle, Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven, DEHOGA Fachverband Bremerhaven und dem Referat für Wirtschaft begleitet. Das Projektmanagement obliegt der Wirtschaftsförderungsgesellschaft BIS in Zusammenarbeit mit der Erlebnis Bremerhaven GmbH.

## **B6 Stärkung der Partnerschaft zwischen der Stadt und der innerstädtischen Kaufmannschaft**

Zur Stärkung dieser Partnerschaft ist das Stadtmarketing der Erlebnis Bremerhaven GmbH als Geschäftsstelle für die Marketinginitiative Bremerhavener Quartiere (MBQ) tätig und wirkt im Vorstand des Innenstadtmanagement CITY SKIPPER Bremerhaven e.V. mit.

## **B7 Meer Freiheit**

Ein Gutachten zeigt auf, dass die Weiterentwicklung des barrierefreien touristischen Angebotes für Bremerhaven eine potenzial- und ertragreiche Strategie darstellt und die Stadt eine starke Rolle im barrierefreien Deutschlandtourismus einnehmen kann. Vor diesem Hintergrund ist das Thema zum Bestandteil der Tourismusstrategie 2025 geworden. Die Abarbeitung des Gutachtens „Barrierefreier Tourismus in der Seestadt Bremerhaven“ wird durch eine Projektgruppe – bestehend aus dem Referat für Wirtschaft, Amt für Menschen mit Behinderung, Erlebnis Bremerhaven GmbH, Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven, DEHOGA Fachverband Bremerhaven - begleitet. Eine **Veranstaltung** zum Thema „**Reisen für alle**“ fand für alle touristischen Leistungsträger am 10. Oktober 2018 im Deutschen Auswandererhaus statt. Hintergrund ist das Ziel, Bremerhaven als „**Musterort – Barrierefreiheit geprüft**“ durch das DSFT zertifi-

zieren zu lassen (Referat für Wirtschaft/Erlebnis Bremerhaven GmbH). In 2018 wurde zudem durch das Amt für Menschen mit Behinderung und das Referat für Wirtschaft gemeinsam mit der Erlebnis Bremerhaven GmbH die Durchführung eines **zweitägigen Kongresses** mit bundesweiter Ausstrahlung zum Thema „Touristische Einrichtungen barrierefrei erleben“ in Bremerhaven geplant.

## **B8 UNESCO Creative City of Gastronomy Bremerhaven - FISH at its BEST**

Im Tourismuskonzept 2025 ist „**Fischerlebnis**“ eines der prägenden Profilt Themen für Bremerhaven. Das Thema Bewerbung UNESCO Creative City of Gastronomy aus dem 10-Punkte Programm des Masterplans Stadtmarketing hat Eingang in den laufenden Workshop-Prozess zur Geschäftsfeldentwicklung gefunden. Das Stadtmarketing ist federführend im Führungs- / Koordinierungsteam zur Geschäftsfeldentwicklung tätig.

Dem Stadtmarketing ist es in Zusammenarbeit mit dem Seefischkochstudio und der Fischereihafen-Betriebsgesellschaft mbH sowie der finanziellen Unterstützung des Referates für Wirtschaft gelungen, mit **KOCH DES JAHRES** einen der renommiertesten Wettbewerbe der Gastronomiebranche in der D-A-CH-Region für Bremerhaven zu gewinnen. Mit einer Interpretation der nordischen Küche als Vorspeise, einem Ganztieransatz aus Fisch - Fleisch ist nicht zugelassen – als Hauptgang und einem Dessert mit Grieß, Alge und weiße Schokolade als wichtige Grundkomponenten standen die Herausforderungen des Wettbewerbs am 17. Juni und 18. Juni 2018 ganz im Zeichen von Fisch und Bremerhaven.

## **B9 DESTI-SMART**

Eine verbesserte Verkehrs- und Tourismuspolitik in Urlaubsgebieten zu etablieren ist das erklärte Ziel des neuen interregionalen Kooperationsprojektes „**DESTI-SMART**“ auf europäischer Ebene, das acht Nationen verbindet. Aus Deutschland engagiert sich die Erlebnis Bremerhaven GmbH für die Stadt. Das Projektmanagement für die Projektlaufzeit von 4,5 Jahren ist beim Stadtmarketing angesiedelt. Das Stadtmarketing verfolgt im Rahmen dieses Projektes insbesondere Entwicklung einer Bike-Mobility-APP sowie die Konzepterstellung einer digitalen "Mobility Card". Ende September 2018 fand die **Launch Conference** in der

Thessaloniki City Hall, Council Chamber statt. Im März 2019 trifft sich das Netzwerk zum **ersten Workshop** „Low-carbon mobility systems for tourism“ in Hastings (GB). Mitte / Ende September 2019 wird **Bremerhaven** mit dem **zweiten Workshop** zum Thema „intermodality“ Gastgeber sein.

#### **4. Weitere Aktivitäten im Rahmen der kooperativen Stadtentwicklung**

Das Stadtmarketing ist Teil eines Bremerhavener Kooperationspartner-Netzwerkes geworden, das sich unter dem Namen „**wunderwerft**“ zur besseren Vernetzung von Arbeit und Handel auf der Hafensstraße im Stadtteil Lehe zusammengefunden hat. In einem typischen Leerstand wie ihn fast jede Stadt hat – einer jahrelang verwaisten Apotheke – ist eine Ideenschmiede zur Wiederbelebung gewerblichen Leerstandes entstanden.

Die Erlebnis Bremerhaven GmbH ist laut Satzung geborenes Vorstandsmitglied im Innenstadtmanagement CITY SKIPPER Bremerhaven. Im Rahmen dieser Beteiligung und Mitwirkung wurde eine **Online-Umfrage** bei der Kaufmannschaft zum Thema „**verkaufsoffene Sonntage & lange Einkaufsnächte in der Innenstadt**“ durchgeführt, deren Ergebnisse Eingang in die Planung für 2019 finden werden. Zudem wurde federführend die **Stellungnahme zum Entwurf des Ortsgesetzes zur gestalterischen Regulierung der privaten Möblierung im öffentlichen Straßenverkehrsraum der Stadtmitte Bremerhaven** erarbeitet. Aus der Partnerschaft zwischen der Erlebnis Bremerhaven GmbH und dem CITY SKIPPER Bremerhaven in Sachen Weihnachtsmarkt resultierte, dass das Stadtmarketing die Ausschreibung und Umsetzung der **neuen Weihnachtsbeleuchtung** für die Stadtmitte Bremerhaven verantwortet hat.