

# **Sachstandsbericht**

---

**Masterplan Stadtmarketing Bremerhaven**

**2019**

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

**31. März 2020**

## **Inhaltsverzeichnis**

### **1. Vorbemerkung**

### **2. Projekte & Themen Stadtmarketing 2019**

#### **Kooperationsprojekte durch Netzwerke**

- K1 Pier der Wissenschaft / Stadt der Wissenschaft
- K2 MBQ / Stärkung der Digitalisierungskompetenz
- K3 MBQ / Stadtweiter Servicewettbewerb
- K4 Unsere Stadt. Unser Wochenende.
- K5 Unsere Stadt. Euer Wochenende.
- K6 AK Nachhaltiger Tourismus / Meer Nachhaltigkeit
- K7 Kooperation mit BIS und EBG – Imagebroschüre
- K8 INTERREG EUROPE Projekt DESTI-SMART

#### **Vorhaben des 10-Punkte Programms**

- P1 Gemeinsames touristisches Kommunikationskonzept
- P3 Partnerschaft Stadt & Kaufmannschaft
- P5 MICE-Macher – Die Congress-Initiative-Bremerhaven
- P7 Meer Freiheit
- P8 Bremerhaven +
- P10 UNESCO Creative City of Gastronomy Bremerhaven

#### **Kommunikation & Beteiligungsformate Stadtmarketing**

- B1 Kommunikationsplattform
- B2 Meer ausmachen
- B3 Dein Projekt
- B4 Meer Perspektive / Meer ausmachen
- B5 European Capital of smart tourism

### **3. 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. Die Abstimmung zwischen den, für die drei Zielgruppen verantwortlichen Akteuren - Magistrat, Wirtschaftsförderungsgesellschaft BIS und Erlebnis Bremerhaven GmbH – erfolgte durch verwaltungsinterne Abstimmung im Vorfeld des Stadtmarketingbeirats. Der abgestimmte Entwurf des Stadtmarketingplans 2019 wurde dem Stadtmarketingbeirat in der Sitzung am 20. September 2018 vorgestellt. Der finale Stadtmarketingplan 2019 wurde dem Referat für Wirtschaft fristgerecht zur weiteren Verwendung gegenüber den kommunalpolitischen Gremien vorgelegt.

In dem Stadtmarketingkonzept Bremerhaven 2019 spiegeln sich zum einen Vorhaben wieder, die parallel zum laufenden Masterplanprozess bereits in den Vorjahren geplant und umgesetzt wurden oder darüber hinaus fortgeführt werden sollen. Zum anderen finden sich dort große Teile des 10-Punkte Programms wieder, von denen erste Schritte zur Umsetzung bereits in 2017 eingeleitet wurden. Die Darstellung des Sachstandsberichts orientiert sich an der projektbezogenen Struktur des Stadtmarketingplans 2019.

## **2. Projekte & Themen Stadtmarketing 2019**

Die nachfolgenden Vorhaben wurden in 2019 geplant, zur Umsetzung gebracht und abgeschlossen, oder aber über 2019 hinaus fortgeführt.

### **Kooperationsprojekte durch Netzwerke**

#### **K1 Pier der Wissenschaft / Stadt der Wissenschaft**

Als Geschäftsstelle des **Netzwerks Pier der Wissenschaft** hat die Erlebnis Bremerhaven in 2019 wieder regelmäßig zu den Netzwerktreffen eingeladen. Die Pier der Wissenschaft ist ein Zusammenschluss der wissenschaftlichen Einrichtungen Bremerhavens, der anlässlich der Bewerbung zur Stadt der Wissenschaft 2005 gegründet wurde. Unter diesem Namen finden seither immer wieder Ko-

operationsprojekte und Veranstaltungsprogramme für die Öffentlichkeit statt. Erstmals hat sich das Netzwerk in 2019 gemeinsam als **Wissenschaftsmeile auf dem SeeStadtFest** präsentiert. Die Planung und Organisation dafür hat das Stadtmarketing übernommen.

Das bewährte Veranstaltungsformat „**SCIENCE GOES PUBLIC!**“ fand erneut im Frühjahr und im Herbst 2019 statt. Das Bremerhavener Netzwerk „Pier der Wissenschaft“ mit dem Veranstaltungsformat „SCIENCE GOES PUBLIC!“ wird seit Herbst 2017 als Landesinitiative gemeinsam mit Bremen durchgeführt. Die Werbemittel werden seitdem koordiniert und gemeinsam finanziert. Die Zusammenarbeit ist durchweg kollegial und für beide Städte von Vorteil. Durch die gemeinsame Vermarktung des Formats über die Sozialen Medien ist ein deutlicher Zuwachs an Followern auf den Kanälen zu verzeichnen. Eingebunden in die SCIENCE GOES PUBLIC! Reihe wurde im Herbst 2019 einmal mehr der „**Science Slam Bremerhaven**“ erfolgreich durchgeführt. Die kommunikative Umsetzung der Programm- und Marketingaktivitäten wurden in 2019 wieder mit den Kollegen aus dem Bereich Marketing und Kommunikation (Online-Marketing und Pressearbeit) der Erlebnis Bremerhaven GmbH professionell sichergestellt.

Nach dem Auslaufen der Finanzierung über den Sponsor BEG und dem Fehlen alternativer Finanzierungsmöglichkeiten konnte der Scavenger Hunt Bremerhaven in 2019 leider nicht durchgeführt werden. Die Aktionen „Hinter den Kulissen – Science“ und Wasserakademie (Sek II) wurden aufgrund des mangelnden Interesses der Netzwerkpartner und fehlender Personalressource im Stadtmarketing in 2019 nicht durchgeführt.

In 2019 hat das Netzwerk der Pier der Wissenschaft beschlossen sich für den **Nord West Award** in 2020, eine Auszeichnung der Nord West Metropolen für Initiative Projekte, zu bewerben. Die Bewerbung wurde vom Stadtmarketing in Zusammenarbeit mit dem Referat für Wirtschaft vorbereitet. Das Preisgeld beträgt 10.000 € und der Award wird 2020 in Bremerhaven verliehen. Mit der Gewinnsumme sollen Werbemittel, wie Flyer, Beachflags oder Aufkleber, für das Netzwerk angeschafft werden. Auch eine Intensivierung der Social Media Aktivitäten oder die Anschaffung einer „Forscher Toolbox“, die sich die Mitglieder für eigene Veranstaltungen ausleihen können, wurde überlegt.

Mit dem „MINTforum Bremen“ soll in 2020 ein **Clusterantrag „MINT-Bildung für Jugendliche“** beim Bundesministerium für Bildung und Forschung eingereicht werden. Die mögliche Förderung soll sowohl in Bremen als auch in Bremerhaven die MINT-Strukturen im Bereich der außerschulischen Lernorte verbessern und professionalisieren. Für Bremerhaven liegt die Federführung bei der „Phänomena“, die die Netzwerkpartner einbindet und informiert.

Von den Bewerbungen als Austragungsort des Forums Wissenschaftskommunikation und dem Fast Forward Science Wettbewerb wurde Abstand genommen.

## **K2 MBQ / Stärkung der Digitalisierungskompetenz**

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. Der in 2019 gestellte Antrag „Lebendige Quartiere - Stärkung der Digitalisierungskompetenz des Einzelhandels, Gastgewerbes und Tourismus im Land Bremen“ wurde im Mai 2019 positiv beschieden und vom Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen unterstützt. Die WFB hat für das Land die Koordinierung und Mittelverteilung zwischen Bremen und Bremerhaven übernommen. Die Stelle des **„Digital-Lotsen“ für Bremerhaven** ist seit Juni 2019 bei der Erlebnis Bremerhaven mit einer 0,4 VZ Stelle angesiedelt. Das Projekt hat sich in den ersten sechs Monaten bereits gut entwickelt. Gemeinsam mit dem Digital-Lotsen aus Bremen, wurde in den ersten Monaten ein Flyer und eine Web-Präsenz konzipiert und umgesetzt. In der Kick-Off Veranstaltung am 14. November 2019 in Bremen wurde das Projekt erstmals offiziell vorgestellt. Damit einhergehend wurde das neu konzipierte „DigitalMobil“ des Mittelstandskompetenzzentrums Handel nach Bremerhaven eingeladen. Neuste, im Einzelhandel einsetzbare, Digitalanwendungen wurden in den Räumen der Hochschule präsentiert, Händler und Gewerbetreibende hatten Gelegenheit zum Austausch mit Experten der Branche. Während einer gemeinsam mit der Quartiersmeisterei Lehe zum Jahresausklang durchgeführten Themenwoche „Digitalisierung“, hat der Digital-Lotse eine Woche lang die entlang der

Hafenstraße ansässigen Geschäfte besucht und vor Ort über die aktuellen Möglichkeiten im Bereich der Digitalisierung informiert.

Das Stadtmarketing hat an der Entwicklung und Erstellung des **Bremerhavener Einzelhandelsreports** –Bedeutung und Funktion des Handels für die Stadtquartiere durch die Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven mitgewirkt, dieser wurde im April 2019 veröffentlicht.

### **K3 MBQ / stadtweiter Servicewettbewerb**

Aufgrund fehlender finanzieller Mittel konnte der stadtweite Servicewettbewerb für Handel, Gastronomie und Hotellerie in 2019 nicht durchgeführt werden. Mit entsprechender finanzieller Ausstattung kann das Projekt in 2020 neu aufgelegt werden.

### **K4 Unsere Stadt. Unser Wochenende.**

Die Anfang Februar 2019 erneut durchgeführte Aktion „Unsere Stadt. Unser Wochenende!“ fand sehr guten Zuspruch. Es gab eine begleitende Berichterstattung in den örtlichen Medien und in den sozialen Netzwerken. Allein über die Social Media Kanäle wurden über 110.000 Menschen erreicht, so dass für diese Binnenmarketingaktion insgesamt eine sehr hohe Aufmerksamkeit erzeugt wurde.

### **K5 Unsere Stadt. Euer Wochenende.**

Die für den Herbst vorgesehene Aktion „Unsere Stadt. Euer Wochenende!“, die sich an die Bewohner umliegender Gemeinden richtet, wurde auf Anregung der Kooperationspartner DEHOGA und IHK Tourismusausschuss nicht mehr durchgeführt. Die Hoteliers waren bezüglich der Gäste unzufrieden. Es gab in mehreren Häusern Probleme, auf die jedoch nicht näher eingegangen wurde.

## **K6 AK Nachhaltiger Tourismus / Meer Nachhaltigkeit**

Wenngleich der Arbeitskreis Nachhaltiger Tourismus der Klimastadt Bremerhaven in 2019 nicht getagt hat, ist einiges im Bereich nachhaltiger Tourismus vorbereitet und umgesetzt worden. Dazu gehört u.a. die Eröffnung der neuen Buslinie zwischen den touristischen Bereichen Havenwelten und dem Schaufenster Fischereihafen, die in der Sonderbefragung „Nachhaltiger Tourismus“ des ITF Research GmbH aus den Jahren 2017/2018 als Handlungsfeld herausgearbeitet wurde. Der Hafen-Liner (HL) von Bremerhaven Bus verbindet nun seit dem 6. April 2019 die Häfen der Stadt miteinander. Sowohl der Bereich Havenwelten, als auch der Bereich Schaufenster Fischereihafen sind sowohl touristisch als auch bezüglich der Bedeutung als Wirtschafts- und Wohnstandort in den letzten Jahren weiter stark gewachsenen. Somit ergänzt die neue **Buslinie Hafen-Liner (HL)** für viele Zielgruppen das bestehende ÖPNV-Angebot der Stadt.

Auch wenn die in 2018 digital durchgeführte Umfrage zum Thema Nachhaltigkeit bei den touristischen Leistungsträgern, der Gastronomie und den Hotels aufgrund der geringen Beteiligung nicht ausgewertet werden konnte, so wurde in Abstimmung mit dem Umweltschutzamt / Klimastadtbüro das Thema in 2019 nochmals neu aufgenommen. Vor dem Hintergrund einer sehr konkreten Fragestellung „Reduzierung von Plastikmüll in der Gastronomie und Hotellerie“ soll das Thema Nachhaltigkeit erneut aufgegriffen werden. Mit der **Teilnahme am Learners Company Projekt der Hochschule Bremen**, wird diese Fragestellung nunmehr wissenschaftlich von 11 Studierenden analysiert und aufbereitet. Mit den daraus entwickelten Projektideen soll das Thema im Rahmen einer Veranstaltungs- bzw. Projektreihe in 2020 aufgenommen werden.

## **K7 Kooperation mit BIS und EBG/Imagebroschüre**

In 2019 erfolgte eine erste Abstimmung bezüglich des Umfangs, der Zielgruppe und der thematischen Ausrichtung der neuen zweisprachigen Imagebroschüre für Bremerhaven. Derzeit wird über die BIS die Ausschreibung vorbereitet. Die Umsetzung wurde aufgrund personeller Engpässe auf 2020 verschoben.

## **K8 INTERREG EUROPE Projekt 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. Gemeinsam mit zehn Partnern aus neun Nationen sollen Lösungen für eine nachhaltige und verbesserte Verkehrs- und Tourismuspolitik in Urlaubsgebieten erarbeitet werden. Unter den Akteuren sind bekannte Urlaubsregionen wie Mallorca, Sardinien oder Vidzeme/Lettland und der ungarische Balaton. Darüber hinaus sind Urlaubsorte, wie Bournemouth und Hastings, Funchal auf Madeira oder die Hafenstadt Paphos/Zypern beteiligt. Im September 2019 waren alle Partner zu einem Meeting und begleitenden Workshop mit dem Thema „Intermodalität“ in Bremerhaven zu Gast. Im November 2019 hat das Stadtmarketing ein Webinar mit den Ergebnissen des Workshops durchgeführt. An diesem Termin konnte ein noch größerer Kreis von EU Partner teilnehmen.

## **Vorhaben des 10-Punkte Programms**

### **P1 Gemeinsames touristisches Kommunikationskonzept**

Auf der Grundlage der Tourismusstrategie Bremerhaven 2025 haben in 2019 Projektgruppen und Arbeitskreise getagt und es wurden Profilt Themen / Geschäftsfelder herausgearbeitet. Folgende profilt Themenübergreifende Schlüsselprojekte wurden herausgearbeitet: Tourismusmarke Bremerhaven, Besucherinformations- und Leitsystem, Barrierefreiheit und Strategischer Marketingplan. Aus dem Schlüsselprojekt „Strategischer Marketingplan“ wird das gemeinsame touristische Kommunikationskonzept abgeleitet. Die Abteilung Marketing & Kommunikation der Erlebnis Bremerhaven GmbH verantwortet das Projektmanagement.

Den vier Geschäftsfeldern, Wissens und Erlebniswelten, Hafenerlebnis, Fischerlebnis und MICE wurden, aus dem Personalbestand der Erlebnis Bremerhaven, verantwortliche Koordinatoren zugeordnet. Diese haben in diversen Workshops gemeinsam mit ausgewählten Personen die Themen professionell aufbereitet.

Das Ergebnis aus diesen Workshops wurde auf der Veranstaltung „Tourismus LAB Bremerhaven“ am 30. September 2019 im t.i.m.e. Port III dem Fachpublikum, der Politik und der Verwaltung sowie den Leistungsträger präsentiert. Die Veranstaltung war an beiden Tagen gut besucht. Die Rückmeldung der Besucher zum Umsetzungsstand des Tourismuskonzepts 2025 war durchweg positiv.

### **P3 Partnerschaft Stadt & 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 Innenstadtmanagements CITY SKIPPER Bremerhaven e.V.** mit.

Bundesweit schwächeln aufgrund des Onlinehandels die Innenstädte und Stadtteilzentren als Orte lokaler und regionaler Marktplätze. Zur Stärkung der Bremerhavener Innenstadt und den Stadtteilzentren sowie der regionalen Kaufkraft hat das Stadtmarketing, in der Funktion als Geschäftsstelle der MBQ, in 2019 erstmals an der bundesweiten **Aktion der IHKs „Heimat shoppen“** teilgenommen. Handel und Gewerbe haben sich in Bremen und Bremerhaven über die Werbegemeinschaften und Quartiersmeistereien mit einer bunten Mischung an Aktivitäten beteiligt. Die Erlebnis Bremerhaven GmbH hat die Aktionen der MBQ-Mitgliedsunternehmen und der Quartiere vor Ort koordiniert und unterstützt.

Über die Kammer wurden die Informationen zu den Aktionen in Bremerhaven auf der zentralen, bundesweiten „Heimat shoppen“-Website hinterlegt. Zusätzlich wurde auch auf der Seite der Handelskammer Bremen und auf Bremerhaven.de auf die Aktionen aufmerksam gemacht. Über mehrere Gemeinschaftsanzeigen in der Nordsee Zeitung konnten die Unternehmen sich individuell beteiligen und so zum gemeinschaftlichen Gelingen beitragen. Unter **heimatshoppen-bremerhaven.de** ist zudem ein neuer **Blog** entstanden, in dem interessant und emotional über besondere Einkaufserlebnisse beim Shoppen in einzelnen Mitgliedsunternehmen berichtet wurde. Für die Begleitung des Vorhabens konnte eine Bremerhavener Bloggerin gewonnen werden. Der Blog soll auch in 2020 weitergeführt werden.

## **P5 MICE-Macher – Die Congress-Initiative-Bremerhaven**

Tagungen und Kongresse sind eines der vier, in der Tourismusstrategie Bremerhaven 2025 festgelegten, Geschäftsfelder. Zu der Projektgruppe zählen Mitarbeiter der Wirtschaftsförderungsgesellschaft BIS, der Tourismus-Gesellschaft Erlebnis Bremerhaven, der DEHOGA und der IHK für Bremen und Bremerhaven. Um Bremerhaven als Standort für Kongresse und Tagungen zu stärken, wurde in 2019 mit der Werbeagentur „bigbenreklamebureau“ eine **18-seitige Broschüre erarbeitet und die Webseite [www.mice-bremerhaven.de](http://www.mice-bremerhaven.de)** erstellt. Mit den Menüpunkten „inspirierende Orte“, „neue Formate“, „große Leuchttürme“, „Spaß“, „Genuss“ und „Übernachten“ informiert diese umfangreich über die Möglichkeiten die Bremerhaven in diesem Bereich anbietet. Zudem wurde noch ein Flyer konzipiert, der plakativ die Ausflugsmöglichkeiten aufzeigt, um diesen, gemeinsam mit Kongressunterlagen, an Tagungsteilnehmer zu versenden. Die Einrichtung der Position der **MICE-Lotsin** bildet die Grundlage der Akquise und stellt gleichzeitig einen Ansprechpartner für interessierte Veranstalter dar.

Im Rahmen der Kooperation „2 Städte – 1 Land“ nimmt die Erlebnis Bremerhaven GmbH in Person der MICE-Lotsin gemeinsam mit der WFB – Wirtschaftsförderung Bremen an verschiedenen Akquise-Veranstaltungen als Aussteller in ganz Deutschland teil.

Das **Veranstaltungsformat „MICE-Stammtisch“ für Leistungsträger** der MICE-Branche aus der Stadt Bremerhaven hat in 2019 vier Mal in verschiedenen Locations stattgefunden und wird auch im Jahr 2020 fortgesetzt werden.

## **P7 Meer Freiheit**

Die Nachfrage nach barrierefreien Angeboten steigt. Dabei ist es wichtig, keine Parallelwelten zu schaffen, sondern die Offerten zu integrieren. Diese Angebote stellen einen Komfort für alle dar und sind somit von Nutzen für Gäste und Bewohner der Seestadt Bremerhaven. Dazu wurden 29 Betriebe der touristischen Leistungskette von unabhängigen Prüfern nach dem bundesweit einheitlichen System „Reisen für alle“ zertifiziert. Die Erlebnis Bremerhaven GmbH entwickelte daraus Reiseangebote für Menschen mit Behinderungen. Im März 2019 wurde der Stadt Bremerhaven daraufhin die Auszeichnung erster „Tourismusort barrierefrei geprüft“ erteilt.

Am 15. und 16. April 2019 richtete die Erlebnis Bremerhaven GmbH erstmals einen Kongress in Kooperation mit der Bundesvereinigung Lebenshilfe e. V. und der Bundesarbeitsgemeinschaft Selbsthilfe zum Thema „Touristische Einrichtungen barrierefrei erleben“ im Deutschen Auswandererhaus Bremerhaven aus, zu dem Teilnehmer aus ganz Deutschland kamen.

Die Angebotspalette der Druckwerke mit Informationen zur Barrierefreiheit zu regional bedeutenden Veranstaltungen wurde fortgeführt und um einen Stadtplan mit Hinweisen für Menschen mit Mobilitätseinschränkung erweitert. Außerdem wurden touristische Führungen für Menschen mit Gehbeeinträchtigungen oder/und Rollstuhlfahrer kartiert. Diese und weitere Informationen zum Thema Barrierefreiheit finden sich auch auf der Homepage [www.bremerhaven.de](http://www.bremerhaven.de) wieder. Diese Seiten sind zusätzlich in Einfacher Sprache abrufbar.

## **P8 Bremerhaven +**

In 2018 hatte das Stadtmarketing begonnen, ein digitales Informations-, Kommunikations- und Interaktionssystem als sog. **Progressive-Web-App (PWA) unter dem Namen #seestadtlotse** entwickeln zu lassen. Die APP sollte eine allumfassende Plattform für die Seestadt Bremerhaven werden, die nicht nur Tourismus und Kultur, sondern auch Wissenschaft, Einzelhandel, Handwerk oder Kreativwirtschaft abdeckt und auch bestehende Datenbanken, wie Veranstaltungen im Norden und Bremerhaven.de einbindet. Auch neue Anwendungen wie AR, MR, VR, QR, GPS, Beacons, Social Media, Sprachassistenten, künstliche Intelligenz sollten integriert werden. Dieses Vorhaben hat sich als zu ambitioniert herausgestellt. Notwendige Schnittstellen ließen sich nicht verwirklichen, die individuelle Programmierung der PWA erwies sich als viel aufwendiger und teurer als erwartet. Ausschlaggebend waren neben diesen Faktoren vor allem die zeitliche Komponente und die unbefriedigende Zusammenarbeit mit der ausgewählten Agentur. Gemeinsam mit den Kooperationspartnern hat man sich in 2019 entschieden das Projekt nicht weiter zu verfolgen.

## **P10 UNESCO Creative City of Gastronomy Bremerhaven**

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. Mit dem Creative Cities Network hat die UNESCO eine weltweite Plattform geschaffen, auf der sich Städte vernetzen, die die Kultur- und Kreativwirtschaft als Standortfaktor begreifen, konsequent im Sinn einer nachhaltigen Stadtentwicklung ausbauen und so einen Beitrag zur Sicherung der kulturellen Vielfalt leisten. Fisch in Verbindung mit Ernährung, Nachhaltigkeit, Wissenschaft /Forschung und Kreativwirtschaft hat in Bremerhaven ein deutliches Potential, um eine nachhaltige Stadtentwicklungsstrategie im Sinne der UNESCO zu erarbeiten und sich damit als fünfte deutsche Stadt nach Hannover und Mannheim als "Stadt der Musik", Heidelberg als "Stadt der Literatur" und Berlin als "Stadt des Designs" mit einem einzigartigen Profil als Mitglied des globalen Netzwerks zu bewerben.

Das Stadtmarketing in Zusammenarbeit mit dem Seefischkochstudio und der Fischereihafen-Betriebsgesellschaft mbH sowie der finanziellen Unterstützung des Referates für Wirtschaft ist im **November 2019 nach Bergen/Norwegen** geflogen und hat sich dort mit Verantwortlichen, die diesen Bewerbungsprozess schon mal durchlaufen haben, getroffen. Eine weitere Abstimmung zum Projekt folgt in 2020.

## **Kommunikation & Beteiligungsformate Stadtmarketing**

### **B1 Kommunikationsplattform**

Zum Stadtmarketing als Motor und Moderator im Prozess der Stadtentwicklung, gehört neben Kooperation und Koordination der Akteure von Ort vor allem auch die Kommunikation als wichtige Aufgabe, um die Bürgerinnen und Bürger, an den Diskussionsprozessen ebenso wie an den konkreten Projektumsetzungen zu beteiligen.

Es gibt derzeit weder über den Prozess zum „Masterplan Stadtmarketing Bremerhaven“ und dessen Ergebnisse noch über die laufenden Stadtmarketingprojekte eine öffentliche Website.

Vor diesem Hintergrund wird derzeit eine eigenständige Website mit eigener Domain „**stadtmarketing-bremerhaven.de**“ eingerichtet, auf die von bremerhaven.de verlinkt wird. Auf dieser Seite soll über das Stadtmarketing Bremerhaven allgemein, den Masterplan mit seiner Prozess- und Beteiligungsstruktur, die kooperativen Netzwerkprojekte (Pier der Wissenschaft, Marketinginitiative Bremerhavener Quartiere,...), die Projekte des 10 Punkte Programms sowie aktuelle Vorhaben und Beteiligungen informiert werden. Die Seite wurde anhand unserer Vorgaben in 2019 von der BIT programmiert und wird derzeit mit Inhalten gefüllt. **Die Veröffentlichung ist für Mitte 2020 geplant.**

## **B2 Meer ausmachen**

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

Aufgrund der finanziellen und personellen Situation im Stadtmarketing in 2019 wurde dieses Projekt nicht angestoßen. Gute Projekte in den Quartieren sowie bürgerschaftliches Engagement jedoch weiterhin unterstützt und positiv begleitet.

## **B3 Dein Projekt**

Eine Zusammenarbeit mit den Filmemachern des PROJEKT: ANTARKTIS konnte nicht realisiert werden. In 2019 lag für die drei Bremerhavener Studenten der Focus auf der Vermarktung ihres Filmes, was sie in die ganze Welt hinaus geführt hat. Neue Projekte wie der USE-TI Stadtplan für junge und jung gebliebene Besucher der Stadt werden von uns mitbegleitet und unterstützt.

## **B4 Meer Perspektive /Meer ausmachen**

Das immer noch vielfach negative Image der Stadt Bremerhaven hat sich leider noch nicht vollständig gedreht. Hier möchte das Stadtmarketing mit der werblich-kommunikativen Klammer „Meer Perspektive!“ als Zusatz im Bremerhaven

Logo alle Projekte und Aktionen des Stadtmarketings kommunizieren, die in ihrer Ausprägung neben der maritimen Positionierung von Bremerhaven die Perspektive halb-voll und nicht halb-leer unterstützen. Denn die Stadt hat abseits der negativen Medienberichtserstattungen viele positive Perspektiven, die nur nach außen professioneller kommuniziert werden müssen.

Aus diesen Gründen unterstützt das Stadtmarketing ideell und finanziell **Projekte wie „Schenke Lehe ein Lächeln“**. In diesem Projekt gelingt es den Initiatoren der Kampagne mit wenig Mitteln, eine positive Grundstimmung aufzubauen. Plakate mit freundlichen und aufgeschlossenen Gesichtern, Menschen aus Lehe, die sich lächelnd haben fotografieren lassen, sollen augenzwinkernd Menschen nach Lehe locken, ihnen humorvolle Informationen über das lebenswerte Viertel bieten und ein Lächeln auf ihre Lippen zaubern. „Lächeln-Logos“ sind daraus entstanden. Sie werden im Rahmen der Aktion im Stadtteil verteilt. So wird die positive Grundeinstellung der Leher Menschen transportiert und das Image von Lehe verbessert. Und das Gute ist, dass jede\*r zeigen kann: „Lehe bringt mich zum Lächeln“.

## **B5 European Capital of Smart Tourism**

Das Stadtmarketing hat im Sommer 2019 erneut an dem von der EU-Kommission ausgelobten **Wettbewerb „European Capital of Smart Tourism“** teilgenommen. 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, Kulturerbe und Kreativität aufzuzeigen. Die Bewerbung aus dem Vorjahr wurde aktualisiert und erneut eingereicht. In 2019 wurde Bremerhaven unter die 10 besten Beiträge nominiert und zwei Repräsentantinnen haben im Oktober 2019 in Helsinki Bremerhaven präsentiert. Trotz eines engagierten Vortrags, wurde Bremerhaven leider nicht unter die Gewinner gewählt.

## **3. 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 Hafestraße 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 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.