

Sachbericht

des Verwendungsnachweises für den
Betriebskostenzuschuss 2019
der Erlebnis Bremerhaven GmbH

Inhalt

1. Allgemeines	3
2. Marke	6
3. Reiseveranstalter/Reisemittler.....	8
4. Tourist-Information/Vertrieb	15
5. Besucherwegeleitsystem (BWLS)	17
6. Marketing	18
7. Kooperationsmarketing.....	21
8. Qualitätsmanagement.....	25
9. Digitale Medien	27
10. Printprodukte	30
11. Marktforschung.....	52
12. Kreuzfahrttourismus.....	54
13. Schaufenster Fischereihafen	55
14. Radtourismus.....	56
15. Busreisegeschäft.....	57
16. Bildungsangebote.....	58
17. Tourismus für alle.....	59
18. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit.....	61
19. Messen und Ausstellungen	64
20. Promotion.....	66
21. Auslandsmarketing.....	68
22. SeeStadtFest Bremerhaven	83
23. Schippertage.....	87
24. Bremerhavener Weihnachtsmarkt 2019.....	88
25. Kooperationsveranstaltungen.....	90
26. Flächenmanagement Alter und Neuer Hafen	91
27. Reisemobilstellplätze.....	92
28. Stadtmarketing.....	93
29. Sportmarketing.....	100
30. Personelle und innerbetriebliche Entwicklung	102
31. EU-Projekte.....	103
32. Zusammenarbeit mit der Stadthalle Bremerhaven.....	104

1. Allgemeines

Mit dem Zuwendungsbescheid I/8-20-80 vom 01. Februar 2019 erhielt die Erlebnis Bremerhaven GmbH, Gesellschaft für Touristik, Marketing und Veranstaltungen (EBG) vom Magistrat der Seestadt Bremerhaven, vertreten durch das Referat für Wirtschaft, einen Betriebskostenzuschuss in Höhe von 3.804.850,00 EUR als institutionelle Förderung. Damit sollen Veranstaltungen in Bremerhaven, Marketingaktivitäten (Stadt- und Tourismusmarketing) im In- und Ausland sowie Maßnahmen des Sportmarketings realisiert werden. Im Bescheid wurde gefordert, einen Verwendungsnachweis aus zahlenmäßiger Darstellung (siehe Anlage) und detailliertem Sachbericht zu erstellen. Auf Antrag wurde mit einer Fristverlängerung für die Vorlage des Verwendungsnachweises gewährt, da der festgestellte Jahresabschluss 2019 als Grundlage des Nachweises erst Ende Juni 2019 vorlag.

Grundlage aller Marketing- und Veranstaltungsaktivitäten der Erlebnis Bremerhaven GmbH ist die **„Tourismusstrategie Bremerhaven 2025“** aus dem Jahr 2018.

Die weitere konkretisierte Abarbeitung der sich daraus ergebenden folgenden vier Profilhemen und sechs Schlüsselprojekte sowie das Querschnittsthema „Barrierefreiheit“ wurden im Oktober 2018 im Rahmen eines Meetings zur „Umsetzung der Geschäftsfeldentwicklung“ festgelegt.

Querschnittsthema:

1. Barrierefreiheit („Reisen für alle“) (EBG, Abt. MuK)

Übergeordnete Schlüsselprojekte:

1. Marktforschung & Monitoring (EBG, Abt. MuK)
2. Tourismusmarke, -leitbild und -management (EBG, Abt. MuK)
3. Strategischer Marketingplan (EBG, Abt. MuK)
4. Besucherinformations- und -leitsystem (BEAN)
5. Veranstaltungsplanung und -architektur (EBG, Abt. Stadtmarketing)
6. Tourismusnetzwerk (RfW)

Geschäftsfelder:

1. Wissens- und Erlebniswelten
2. Hafenerlebnis
3. Fischerlebnis
4. Tagungen und Kongresse (MICE)

Mit überwiegender Unterstützung durch ProjectM und das RfW wurden für die Profilhemen 1 bis 3 und das Schlüsselprojekt 2 acht Workshops im erste Halbjahr 2019 durchgeführt.

Hinzu kam die bereits Anfang 2018 installierte AG MICE bei der BIS, unter Beteiligung der EBG, DEHOGA, IHK und RfW. Die bereits seit 2016 tätige AG Barrierefreiheit wurde Ende 2018 als

Querschnittsthema in das Tourismuskonzept integriert. Für das Schlüsselprojekt 4 „Besuchereinfor-
mations- und -leitsystem“ wurde unter Leitung der BEAN ebenfalls eine AG eingerichtet.

Auf Landesebene wurden im Rahmen des Landestourismuskonzeptes Arbeitsgruppen zu den Themen
gebildet. Hinzu kam die zentrale Steuerungsgruppe beim Senator für Wirtschaft.

Im Herbst 2019 wurden zunächst allen wichtigen Gremien und fachlichen Akteuren Bremerhavens und
darüber hinaus die Ergebnisse der Tourismuskonzeptes Bremerhaven 2025 beim „Bremerhaven-LAB“
im t.i.m.e.PORT III präsentiert. Anschließend hatte die interessierte Öffentlichkeit die Möglichkeit, sich
mit den weitreichenden Ergebnissen vertraut zu machen.

Die ab dem Jahr 2000 in Bremerhaven sukzessive geschaffenen touristischen Attraktionen generieren
nach wie vor steigende Volumina an Tages- und Übernachtungsgästen. Die Tourismuswirtschaft hat
sich damit als wichtiges Standbein in Bremerhaven gut etabliert.

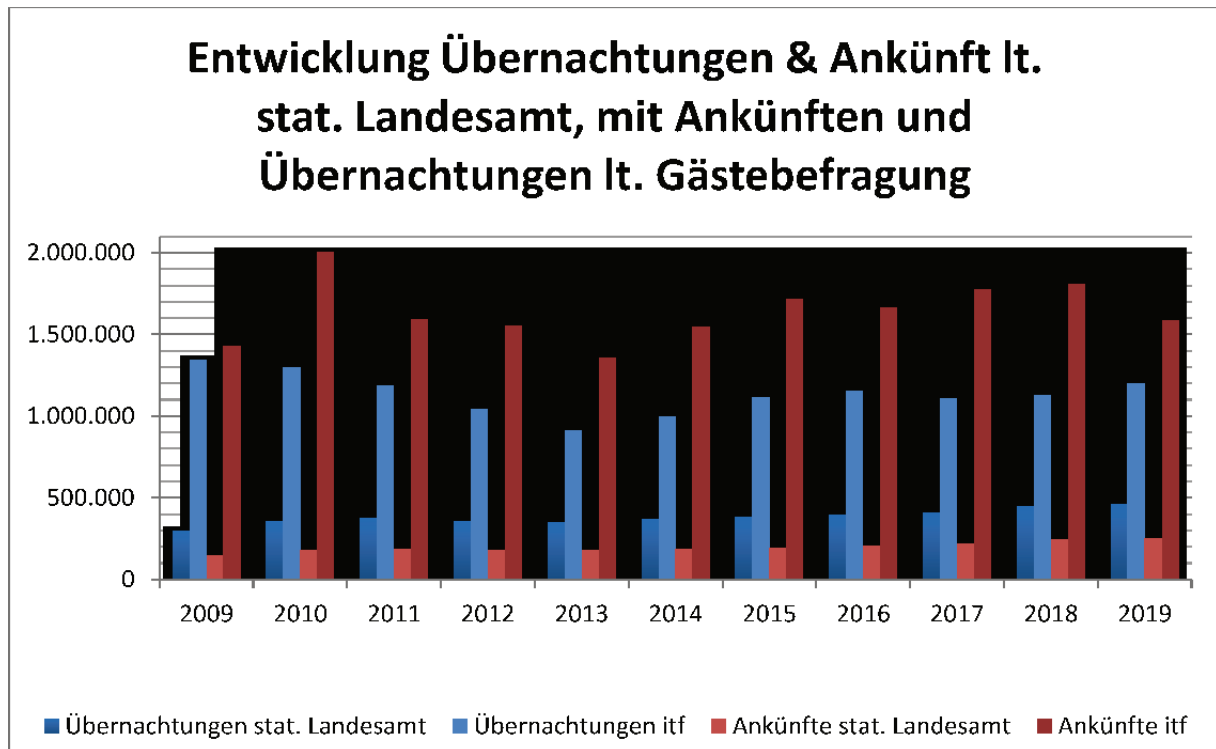
Alle Aktivitäten der Erlebnis Bremerhaven GmbH zielen darauf ab, Bremerhaven zu einem Zentrum für
maritimen Städtetourismus weiterzuentwickeln. Daneben stehen die Ziele, die geschaffenen
Arbeitsplätze zu sichern, neue zu schaffen und die Lebensqualität in der Stadt weiter zu erhöhen, um
so die Grundlagen für eine wachsende Stadt zu schaffen. In der im Jahr 2018 entwickelten
„Tourismusstrategie 2025“ wurden daher erstmals auch weitere **quantitative Ziele** gesetzt:

- Steigerung auf 550T Übernachtungen (+37%)
- Erhöhung des Anteils im Incoming (+14%)
- Steigerung auf 1,7 Mio. Tagesgäste (+25%)
- Steigerung der auswärtigen Besucherzahlen in den wichtigsten touristischen Attraktionen
- Steigerung der auswärtigen Besucherzahlen zu den überregionalen Veranstaltungen
- Steigerung der Teilnehmerzahlen im MICE-Segment

2019 war für die touristischen Einrichtungen in Bremerhaven und die gewerblichen Beherbergungs-
unternehmen ein überwiegend gutes Tourismusjahr, was u. a. deutlich aus den Daten des Statistischen
Landesamtes Bremen¹ hervorgeht. Nach den dort ermittelten Gästezahlen (252.683) und
Übernachtungszahlen (465.252) sowie den Daten der Gästebefragung 2019 konnte Bremerhaven ein
weiteres gutes Tourismusjahr verbuchen.

¹ Das Statistische Landesamt ermittelt die Übernachtungs- und Gästezahlen nur in Unterkünften mit mehr als 10
Gästebetten

Um die hochkarätigen touristischen Einrichtungen und zahlreichen Angebote auch zukünftig am Markt zu profilieren und deren Auslastung nachhaltig zu sichern, sind die Besucherzahlen nach Möglichkeit weiter zu steigern. Dazu ist ein offensives, regional, national und international wirksames Stadt-, Tourismus- und Eventmarketing zu organisieren. Die hierfür ergriffenen Aktivitäten werden im Rahmen des Marketingmix folgend für das Jahr 2019 dargestellt.



2. Marke

Mit der **Dachmarke „Bremerhaven – Meer erleben.“** wird seit ca. fünfzehn Jahren das besondere maritime Profil Bremerhavens im Marketing hervorgehoben. Mit der seit Anfang 2016 eingesetzten Bildmarke (Segler) wird die Maritimität Bremerha-



vens deutlich. Sie unterstreicht somit das eigenständige Profil der Seestadt im Verhältnis zur Hansestadt Bremen, die weiterhin ihre Stadtmusikanten in den Vordergrund stellt.

Die beiden touristischen Zentren „Havenwelten Bremerhaven“ und „Schaufenster Fischereihafen“ treten unter der o. g. Dachmarke jeweils eigenständig auf.

Für die Havenwelten wurde der Begriff bewusst als reine Arealsbezeichnung eingesetzt, der sich auch



in der Ausschilderung ab der Autobahn wiederfindet. Auf ein eigenständiges Logo wird seit einigen Jahren verzichtet. Die Havenwelten beinhalten alle touristisch relevanten Inhalte und Ziele zwischen Weser und Geeste, südlicher Innenstadt und südlichem Kaiserhafen und fassen sie als ein erlebbares Tourismusareal mit hochkarätigen Attraktionen und Sehenswürdigkeiten zusammen. Das „Schaufenster Fischereihafen“ beschreibt das Areal rund um den Fischereihafen I.

Daneben hält sich hartnäckig das Signet „Seemeile Bremerhaven“, was auch seit Anfang der 2000er Jahre zur Einführung des damaligen Besucherwegeleitsystems stadtwweit und in der Umgebung eingesetzt wurde. Dieses soll im Zuge eines neuen Besucherwegeleitsystems (siehe Tourismuskonzept 2025) ersetzt und ergänzt werden.

Aus der Dachmarke abgeleitet hat sich die Erlebnis Bremerhaven GmbH 2016 auch ein eigenes Firmenlogo gegeben. Zwar wird im Marketing mit der Dachmarke kommuniziert, gem. des CD-Manuals wird das eigene Logo gezielt als Absenderkennung ergänzend eingesetzt. Eine eigene Firmenwebseite, die in diesem Zusammenhang zu nennen ist, konnte auch 2019 leider nicht umgesetzt werden.



Im Masterplan Stadtmarketing ist in 2017 die Entwicklung einer Stadtmarke mit touristischer Ausprägungen erfolgt. Auf dieser Basis wurde lt. des „Tourismuskonzeptes Bremerhaven 2025“ in 2019 das Schlüsselprojekt #2 „Tourismusmarke, -leitbild, -management“ mit Unterstützung des einschlägig fachlich versierten Dienstleisters „ProjectM“ erfolgreich umgesetzt. Es ist gelungen, gemeinsam mit wichtigen Stakeholdern Bremerhavens klare Botschaften und verbindliche Leistungsversprechen zu manifestieren, welche die Dachmarke plausibel und marktgerecht unterfüttern.

Die Tourismuswirtschaft hat sich in Deutschland zu einem wichtigen Wirtschaftszweig entwickelt. Sie sichert und schafft Arbeitsplätze. Die Bruttowertschöpfung liegt mittlerweile bei über 105 Milliarden Euro. 51% der Buchungen erfolgen über Reiseveranstalter/Reisebüros. Die Reiseveranstalter- und Reisebüro-Umsätze konnten in 2019 noch einmal um 0,2 Mrd. Euro auf 35,4 Mrd. gesteigert werden. Im Bereich der Kurzurlaube von 2-4 Tagen entfallen 75% des Umsatzes auf den Deutschland-Urlaub. Davon werden 37% der Umsätze durch Städtereisen generiert. Die Gesamtzahl der Übernachtungen in Deutschland lag mit 495,6 Millionen (2018: 477,6 Millionen) um 18 Millionen (plus 3,7 Prozent) über dem Vorjahr. Die Zahl der Übernachtungen von deutschen Besuchern nahm um 16,8 Millionen Übernachtungen auf jetzt 405,7 Millionen zu, die Übernachtungen ausländischer Besucher lagen mit 87,7 Millionen um 2,2 Millionen (plus 2,5 Prozent) über dem Wert von 2018. Mit 12,2 % machen die Niederländer die größte Anzahl der Gäste, gefolgt von den Schweizern (8,6%) und Amerikanern (7,7%), aus. Das Auto ist immer noch mit 47% das wichtigste Verkehrsmittel für die Urlaubsreise in Deutschland. Die Bahn gewinnt aber gerade im Bereich der Städtereisen immer mehr an Bedeutung. Der Deutschland-Tourismus profitiert weiterhin von zahlreichen Faktoren wie Anschlägen oder Umweltkatastrophen in traditionellen Urlaubsgebieten, Änderung der Währungsparitäten, die direkte Auswirkungen auf das Reiseverhalten und damit auch auf das Reisegeschäft der Erlebnis Bremerhaven GmbH haben. Deutschland war dabei das traditionell wichtigste Reiseziel der Deutschen. Die Übernachtungszahlen stiegen bei deutschen Touristen um 3,9% und bei Touristen aus dem Ausland um 2,5%. Bremerhaven konnte die Übernachtungszahlen in 2019 sogar noch einmal gegenüber dem Rekordjahr von 2018 um 3,2% steigern.

Der verkaufsorientierte Teil des Teams **Service & Vertrieb** entwickelt, vermarktet und vertreibt als Reiseveranstalter eine umfangreiche Produktpalette eigener Angebote sowie diejenigen Dritter bzw. tritt als Vermittler von Reiseleistungen, meist Übernachtungsangeboten, auf.

Überwiegend handelt es sich dabei um eingekaufte Reiseleistungen, die entweder einzeln oder zu **Pauschalangeboten** zusammengefügt und für End- und Geschäftskunden angeboten und vertrieben werden. In diesem Sinne erzielt die Erlebnis Bremerhaven GmbH nicht nur eigene Erlöse, sondern sorgt auch für zusätzliche Belegung und Umsätze bei denjenigen Betrieben, deren Leistungen weiterverkauft oder -vermittelt werden. So wurden in 2019 ca. 21.700 (2017: ca. 19.800) Übernachtungen durch die Erlebnis Bremerhaven GmbH zusätzlich generiert. Das entspricht einen Zuwachs von 15,8%.



3. Reiseveranstalter/Reisemittler

Die selbst aufgelegten Pauschalangebote richten sich im Wesentlichen an Individualreisende. Pauschalangebote im Sinne des Gesetzes müssen mind. zwei gleichwertige Leistungen beinhalten und einen gesetzlich vorgeschriebenen Reise-Sicherungsschein zur Insolvenzabsicherung der Reisenden enthalten. Durch den regelmäßigen Vertrieb dieser Produkte erhält die Erlebnis Bremerhaven GmbH den Status eines haftenden Reiseveranstalters, was bspw. die regelmäßige Aktualisierung der Allgemeinen Geschäfts- und Reisebedingungen (AGB) zur Folge hat. Ab 1. Juli 2018 galten die neuen Vorschriften der EU-Pauschalreiserichtlinie. Im Vorwege wurden mehrere Mitarbeiter zu dem sog. „neuen Reiserecht“ geschult, da sich für die Tourist-Informationen und den Reisevertrieb der Erlebnis Bremerhaven GmbH z. T. erhebliche Änderungen und Mehraufwand ergaben.

Daneben bietet die Erlebnis Bremerhaven GmbH eine Reihe sog. **Tagespauschalen** an, die bislang nicht die Kriterien einer „echten“ Pauschalreise erfüllen. Alle Mehr- und Eintagesprogramme wurden vorrangig auf der Homepage und im Katalog „Meermagazin“ beworben. Dieses wird auch im Jahr 2019 noch für das Marketing eingesetzt werden.

Im Moment geht der Trend weg vom vorkonfektionierten Pauschalangebot, hin zur individuell gestalteten Reise, da die Kunden immer mehr Sonderwünsche haben. Dies erhöht den Buchungsaufwand und bindet Arbeitskraft in einzelnen Vorgängen. Daher wurde auch 2019 weiterhin verstärkt mit sog. „Bausteinen“ geworben, die zu „Paketen“ zusammengesetzt werden können. Bei dieser erfolgreichen Vertriebsform (sog. Packaging) stellt sich der Kunde seine Reise anhand von Einzelleistungen selbst zusammen und der Reiseverkäufer prüft die Anfrage auf deren Verfügbarkeit. Dies erhöht naturgemäß auch den Aufwand im Vertrieb.

Im selbstproduzierten **Katalog „Meermagazin“** wurden insgesamt 40 Einzelbausteine (2018: 35) sowie folgende Pauschalangebote, Ein- und Mehrtagesgruppenprogramme beworben. Mit den Individualpauschalen wurden 2019 ca. 550 (2018: ca. 600) Kunden generiert. Folgende Angebote wurden 2019 beworben und gebucht:

- Wissenswelten
- Segway on Tour
- Schlemmen & Genießen
- Weltenbummler
- Helgoland – Leinen los
- Eisbär
- Pinguin
- Tagestörns mit der „Mercedes“
- Tagestörns mit der „Albert Johannes“

- Gangway
- Faszination Traumschiffe
- LängenGrad

Die Erlöse aus Reiseverkäufen werden den Aufwendungen (Einkauf einzelner Reiseleistungen) gegenübergestellt. In Zahlen bedeutet dies Umsatzerlöse in Höhe von 496.000 EUR abzgl. 388.000 EUR, der Überschuss im Warenverkauf betrug im Jahr 2019 mithin 108.000 EUR.

Die einzelnen Produkte wurden auch im Jahr 2019 wieder einer Überprüfung unterzogen und entsprechend der Buchungserfolge für das Folgejahr eliminiert oder ausgebaut bzw. durch Neuheiten ergänzt. Die Bewerbung im Katalog „Meermagazin“ wurde angepasst, der fremdsprachige Anteil entfernt.

Bei vielen sog. „Verkäufen“ handelt es sich eher um **Vermittlungstätigkeiten**. Dabei werden Provisionen erzielt, die sich prozentual nach der Höhe des Verkaufspreises richten. Dies sind in erster Linie die Vermittlung von Urlaubsunterkünften (Zentrale Zimmervermittlung) und der Verkauf von Eintritts- und Fahrkarten Dritter. Erlöse hieraus werden auf sog. Agenturkonten gebucht. Hier nimmt die Erlebnis Bremerhaven GmbH die Stellung eines „Reisebüros für Bremerhaven“ ein bzw. einer Incoming-Agentur, was das Auslandsgeschäft angeht. Diese Verkäufe werden in den beiden Tourist-Informationen und im Vertrieb vorgenommen.

Im Rahmen der **Zimmervermittlung**, einer klassischen Leistung von DMOs², kommt das kostenpflichtige Buchungssystem TOMAS der Firma my.IRS GmbH zum Einsatz. Es ist u. a. mit Holiday Check verbunden und Marktführer in Deutschland und der Schweiz. Hierin werden Unterkünfte mit allen Daten und Bildern eingepflegt und die Frei- und Belegzeiten von den Vermietern selbst verwaltet. Der Aufwand ist nicht unerheblich, da es sich 2019 um ca. 970 sowohl gewerblich als auch privat vermietete Objekte in Bremerhaven und Landkreis Cuxhaven handelte. Die vom Vermieter zu zahlende Vermittlungsprovision liegt zwischen 8 und 20%. Für den Endkunden ist die Vermittlung kostenfrei.



² DMO, Destinationsmanagement-Organisation, branchenübliche Abkürzung für örtliche oder regionale Träger des Tourismusmarketings

Das Buchungssystem wird auch bei Buchungen von individuell zusammenstellbaren Einzelleistungen (sog. Bausteinen) und bei Pauschalgeboten zunehmend intensiver genutzt. Eine direkte Schnittstelle zur Buchhaltung zur Vereinfachung der Abrechnungen ist jetzt umgesetzt.

Durch ein sog. **Untermantantensystem** waren auch 2019 zahlreiche weitere Objekte in den Urlaubsorten in den Landkreisen Cuxhaven und Wesermarsch (ohne die Stadt Cuxhaven) an das Buchungssystem der Erlebnis Bremerhaven GmbH angeschlossen und wurden mit betreut. Schulungen, Datenpflege und Informationen für die Untermantanten erfolgten kostenpflichtig durch Mitarbeiter der Erlebnis Bremerhaven GmbH vor Ort.

Durch diese Vorgehensweise besteht für die Erlebnis Bremerhaven GmbH die Möglichkeit, Ferienobjekte außerhalb des Stadtgebietes aktiv in die Vermittlung einzubeziehen. Dies geschieht meist für das sog. Walk-in-Geschäft³ der Tourist-Informationen (z. B. Radtouristen) und bei kurzfristigen Buchungen in der Hochsaison. Die regionale Zusammenarbeit und der fachliche Austausch wurden durch dieses Untermantantensystem auch 2019 wieder positiv durch den überbetrieblichen Austausch beeinflusst.

Insofern ist auch dies ein Zeichen für die gute regionale Zusammenarbeit im engeren Umfeld, also einschl. des Landkreises Wesermarsch, des Cuxlandes, der Stadt Cuxhaven, Otterndorf, Dorum und der Halbinsel Butjadingen.

Im **Ticketing**⁴ kam 2019 weiterhin das kostenpflichtige Buchungssystem Reservix der Fa. AD ticket GmbH zum Einsatz, dem sich z. T. auch die touristische Einrichtungen in Bremerhaven angeschlossen haben (z. B. Klimahaus, Stadthalle). Vorrangig wurden Karten für die MS Geestemünde („Dicke Pötte-Tour“), Helgoland-Fahrten, Eintrittskarten der Sehenswürdigkeiten der Havenwelten, die Aussichtsplattform des Atlantic Hotel Sail City, Busfahrkarten und sonstige Eintrittskarten, wie z. B. für das Stadttheater oder Konzerte der Stadthalle verkauft.



Eintritts- und Fahrkarten werden sowohl am Counter der Tourist-Informationen und im Rahmen von Pauschalangeboten erworben, als auch online oder im Touristik-Service direkt bestellt. Die Karten werden von den Einrichtungen mit der Erlebnis Bremerhaven GmbH meist monatsweise abgerechnet, was aufgrund der Vielzahl der Einzelkarten und Voucher einen erheblichen Kontroll- und

³ Gäste ohne vorherige Reservierung

⁴ Verkauf von Eintritts- und Fahrkarten sowie gesamte Abwicklung

Abrechnungsaufwand mit hohem Personaleinsatz in der Erlebnis Bremerhaven GmbH nach sich zieht, vor allem zur Aufstellung des Jahresabschlusses (Kontenabstimmung). Zur Reduzierung des Aufwandes wurde ab 2016 in den meisten Fällen erstmalig ein sog. E-Voucher eingesetzt, der die Abrechnung deutlich erleichtert und die Papier-Voucher⁵ ersetzt.



Für den Verkauf der Fahrten nach **Helgoland** gibt es eine enge Kooperation mit der Reederei Cassen Eils. Daher öffnete die Tourist-Information Hafeninsel während der Helgoland-Saison (jeweils von Anfang Mai bis Ende September) früher, um den Fahrkartenverkauf vor Abfahrt des Schiffes um 9:30 Uhr durchzuführen. 2019 wurde hier eine ähnliche Provision wie in den Vorjahren von 13.700 EUR erzielt (2018: 14.200 EUR).

Die Umsatzerlöse konnte nicht gesteigert werden, da es zwischendurch in der Saison immer wieder zu Absagen gekommen ist und die Saison um drei Tage verkürzt wurde. Außerdem fährt die Reederei Cassen Eils an ausgewählten Tagen nicht mehr ab Bremerhaven, sondern ab Hooksiel. Das führte auch zu einer Abwanderung von Passagieren nach Cuxhaven. Sicherlich ist das 2018 neu in Dienst gestellte Fährschiff ab Cuxhaven nicht nur umweltfreundlicher, sondern auch attraktiver.

Eine Besonderheit im Portfolio der Erlebnis Bremerhaven GmbH stellte auch 2019 wieder die erfolgreiche Betreuung des Nordseelaufes dar, der durch die Tourismus-Marketinggesellschaft „Die Nordsee GmbH“ im Juni veranstaltet wurde. Der Lauf führte an acht Tagen über sieben Etappen entlang der niedersächsischen Nordseeküste mit einem wechselnden Läuferfeld. 2019 waren dies insgesamt über 1.183 Personen (2018: 1.143). Dabei wurden fast alle Teilleistungen der Veranstaltung durch die Erlebnis Bremerhaven GmbH abgewickelt (Übernachtungen, Transfers, Verpflegung, Startgelder, Nebenleistungen usw.).

Die Buchungsabwicklung und Betreuung des Nordseelaufes ist zeitaufwendig und wird seit 15 Jahren zuverlässig und mit finanziellem Erfolg durch die Erlebnis Bremerhaven GmbH erledigt. 2019 betrug der Überschuss etwa 5.000 EUR weniger als 2018 und lag bei knapp 50.000 EUR.

⁵ Gutscheine für eine touristische Leistung als Heft oder über das Handy

Eines der erfolgreichsten Produkte der Erlebnis Bremerhaven GmbH ist zweifellos der seit 2001 angebotene **HafenBus**. Da reine Stadtrundfahrten in Bremerhaven nicht so attraktiv sind, besteht die Besonderheit dieser Rundtouren in der Einfahrt auf das Gelände des Container- und Autoterminals sowie der Lloyd Werft. Die Rundfahrten finden das ganze Jahr über statt, in der Saison zwei- bis dreimal täglich ab Schaufenster Fischereihafen. 2019 kosteten die Fahrkarten 11,50 EUR (Erwachsene) und die Tour dauerte ca. zwei Stunden. Die Busse wurden darüber hinaus von der Erlebnis Bremerhaven GmbH auch für gebuchte Rundfahrten aller Art und die Tour de Wind eingesetzt.



Für die HafenBusse, das externe Personal (Fahrer, Gästeführer) und Marketing mussten 2019 insgesamt 264.000 EUR (2018: 263.000 EUR) an Aufwendungen aufgebracht werden, ohne eigene Personalkosten. Die Erlöse von 374.000 EUR gegengerechnet ist damit ein Überschuss von ca. 110.000 EUR (2018: 84.000 EUR) entstanden.



Das 2011 ins Leben gerufene Produkt „**Tour de Wind**“ wurde weiterhin nur noch als Charterangebot vorgehalten. Die Buchungen gingen in 2019 weiter zurück. Außerdem hat sich die Windkraftbranche aus Bremerhaven verabschiedet, so dass diese Tour in 2020 nicht mehr angeboten wird.

Die „Tour de Fisch“, die auch eine Besichtigung der GERA enthält, soll den wichtigen Standortfaktor Fischverarbeitung hervorheben. 2019 buchte die Erlebnis Bremerhaven im Einzelplatzverkauf 369 Gäste und im Charter 147. Für den Einzelplatzbereich bedeutet das eine Auslastung von 22%. Das ergibt eine durchschnittliche Belegung von 18 Gästen pro Fahrt. Wirtschaftlich fährt der Bus etwa mit 35 Personen. In den Folgejahren sollte die Anzahl der Fahrten reduziert werden und über eine Neukonzeptionierung der Tour nachgedacht werden. Des Weiteren erfolgten noch Fischereihafenführungen, davon buchten 75 Gäste diese mit Besichtigung der GERA und 450 Personen ohne.

Als ein wichtiges Segment gilt die **Zielgruppe der Busreiseunternehmer und -veranstalter (B2B⁶)**. Eine Spezialisierung in der Buchungsbearbeitung im Vertrieb gibt es jedoch nicht; alle Mitarbeiter sind sowohl für Geschäfts-, Gruppen- als auch Endkunden zuständig. Eine Aufgabenteilung zwischen den

⁶ „Business to Business“, Geschäftskunden

Tourist-Informationen und dem Vertrieb gibt es bei der Beratung. Kunden vor Ort werden von den Tourist-Informationen beraten, Gruppen- bzw. Geschäftskunden, die beispielsweise für einen Verein eine Reise nach Bremerhaven vor Ort planen sowie Pauschalreisende, durch den Vertrieb.

Das (Bus-) Gruppengeschäft wird umsatzmäßig in der Erlebnis Bremerhaven GmbH nicht separat erfasst, da grundsätzlich die gleichen Leistungen verkauft werden, wie im Individualgeschäft. Für das Marketing gilt jedoch, dass regelmäßig Neukundenakquisition zu erfolgen hat, da nach der erfolgreichen ersten Ansprache die Unternehmer i. d. R. die Buchungen der Reiseleistungen vor Ort selbst vornehmen, um die von den Anbietern einkalkulierten Provisionen bzw. Margen zu sparen.

Die Zahl der Parkplätze am **Reisebusparkplatz** an der Barkhausenstraße ist mit 18 gleichgeblieben und wird weiterhin gut angenommen. Eine kostenpflichtige Benutzung ist aufgrund schwieriger Handhabung nicht mehr vorgesehen. Die Erlebnis Bremerhaven GmbH zahlt eine Pacht an die BIS.

Die verschiedenen von der Erlebnis Bremerhaven GmbH angebotenen **Stadtführungen** und Rundfahrten (ohne HafenBus) sind ausschließlich Buchungsleistungen und werden nicht fahrplanmäßig durchgeführt. Insgesamt wurde 2019 hier ein Umsatz von 46.000 EUR (2018: 44.000 EUR) Erlöst, wobei das Gros auf die Havenwelten-Führungen (zu Fuß inkl. der Aussichtsplattform) entfällt.

Die Erlebnis Bremerhaven GmbH bedient sich bei Führungen ausschließlich geschulter Reiseleiter und **Gästeführer** (2019: insgesamt 24 Personen) der Fa. Natur Pur Reisen aus Bremerhaven, mit der es seit Jahren eine geschäftliche Verbindung hierfür gibt. Die Erlebnis Bremerhaven GmbH bucht die externen Gästeführer, die auch diverse Fremdsprachen beherrschen. Im Oktober 2019 gab es zweimal einen fachlichen Austausch zwischen der Abteilungsleitung Service und Vertrieb und den Gästeführer.

Durch den Touristik-Service können mit dem TOMAS-System in Bremerhaven stattfindende Tagungen und Konferenzen (**MICE**⁷) komplett abgewickelt werden. Voraussetzung hierfür ist, dass der Erlebnis Bremerhaven GmbH der Auftrag bzw. Teilaufträge (Akkreditierung, Einladungsmanagement, Inkasso, Hotelbuchung usw.) dazu erteilt werden. 2019 waren das u.a. Kongress Barrierefrei (April) mit 80 Pax; Wirtschaftsdialog (Mai) mit 170 Pax; Windforce (Juni) mit 120 Pax; BSVI-Tagung (September) mit 120 Pax; Maritime Sicherheitskonferenz (Oktober) mit 270 Teilnehmer; Sportministerkonferenz (November) mit 126 Pax; Lebensmittelforum (November) mit 120 Pax.



⁷ Abkürzung für Meeting, Incentive, Congress, Event. Tagungs- und Kongressgeschäft.

Seit 2018 gehört der MICE-Bereich zu den Schwerpunktthemen der EBG. Seit Februar 2019 wird dieser Bereich von einer zusätzlichen Mitarbeiterin (MICE-Lotsen) betreut. Kongresse, Tagungen, intensive Zusammenarbeit mit örtlichen Leistungsträgern, Planung des Veranstaltungsformates „MICE-Stammtisch“ gehören zu ihren Kernaufgaben. Weiterhin wurde von Rahmenprogrammen für in Bremen stattfindende Tagungen in Bremerhaven in erheblichem Maße partizipiert. Um den Standort Bremerhaven noch bekannter zu machen, wurde an folgenden MICE-Veranstaltungen teilgenommen: Meet Hanse, Kassel.MICE-Branchentreff; Tourismus LAB.

Da die Erlebnis Bremerhaven GmbH den Forderungen des RfW und der BIS nach einem stärkeren MICE-Engagement nicht folgte, wurde bei der BIS ab Ende 2017 ein eigenes Projekt aufgesetzt und Anfang 2018 ausgeschrieben. Unter Finanzierung aus dem RfW wurde über die BIS eine Agentur beauftragt, die sich intensiv um Akquisition und Marketing im MICE-Bereich bemühen sollte. In der entstandenen AG ist auch die Erlebnis Bremerhaven GmbH vertreten. Nach Fertigstellung der Tourismusstrategie 2025 wurde das bereits laufende MICE-Projekt als eines der vier Profithemen in das Konzept mit aufgenommen.

Das Landesprogramm „Zwei Städte – ein Land“, das ebenfalls und seit langem einen MICE-Schwerpunkt hat, ist in das Projekt integriert worden. Bremerhaven nimmt dort nunmehr einen mit Bremen gleichberechtigten Stellenwert ein. Der zuständige Mitarbeiter der BTZ ist intensiv eingebunden. Das war auch 2019 der Fall.

4. Tourist-Information/Vertrieb

Zur Betreuung und Beratung der Urlauber vor Ort gehören Tourist-Informationen weltweit immer noch zu den wichtigen Instrumenten des Tourismusmarketings, aller Digitalisierung zum Trotz. Sie erfüllen wichtige Funktionen zur Gästebetreuung und Besucherlenkung.

Die Erlebnis Bremerhaven GmbH betreibt die beiden stationären **Tourist-Informationen** Hafensinsel und Schaufenster Fischereihafen. Bei Schiffsanläufen wird ein Info-Counter im Terminal des Columbus Cruise Center Bremerhaven (CCCB) für mehrere Stunden besetzt, um die Passagiere über die Destination Bremerhaven zu informieren. Ferner kommt dem Promotion-Bus bei Bedarf die Funktion einer fahrbaren Tourist-Information zu, der beispielsweise auf eigenen Veranstaltungen eingesetzt wurde (Seestadfest - Landgang Bremerhaven u. a.).



Die Mitte 2015 neu eröffnete **Tourist-Information Schaufenster Fischereihafen** wurde weiterhin gut angenommen. Das Besucheraufkommen ist sehr gut und stärkt den zweiten touristischen Standort in Bremerhaven. Kritikpunkt waren aber weiterhin die eingeschränkten Öffnungszeiten der öffentlichen WC-Anlage, die durch die FBG be-

trieben wird.

Die unbefriedigende räumliche Situation der **Tourist-Information Hafensinsel** hat sich auch 2019 nicht verbessert (unpraktischer Zuschnitt, zu klein, zu schmal, durch die Lage unter dem dunklen Vordach von außen schwer erkennbar).



Aufgrund der großen Bedeutung Bremerhavens als Tagesausflugsziel sind die **Öffnungszeiten** der beiden Tourist-Informationen, saisonal angepasst, auch 2019 kundenfreundlich gestaltet worden. Während der Helgoland-Saison hat die Tourist-Information Hafensinsel insgesamt 70



Wochenstunden geöffnet, außerhalb 52,5. Die Tourist-Information Schaufenster Fischereihafen war 2019 ganzjährig geöffnet. Beide Tourist-Informationen sind das ganze Jahr an sieben Tagen pro Woche erreichbar, wodurch Anrufe auf der weithin kommunizierten Leitung des „Tourist-Telefons“ (41 41 41) entgegengenommen

werden können. In 2019 änderte sich das bisher bestehende Konzept. Die **Tourist-Information Hafensinsel** hatte an Heiligabend, dem 1. und 2. Weihnachtsfeiertag, sowie Silvester und Neujahr für drei Stunden geöffnet. Die **Tourist-Information Schaufenster Fischereihafen** blieb geschlossen.

In den beiden Tourist-Informationen waren 2019 zwei Vollzeitkräfte, eine Teilzeitkraft, sowie Aushilfen und Azubis tätig.

Zur Gewährleistung der Öffnungszeiten wurden 2019 vor allem Aushilfen auf 450 EUR-Basis eingesetzt, insgesamt **13** Personen.

Um Qualitätsstandards sicherzustellen, wurden auch 2019 Produktschulungen zur Auffrischung der Produktkenntnisse durchgeführt.

Der **Souvenirverkauf** in den Tourist-Informationen leidet unter mangelnden Präsentations- und Beleuchtungsmöglichkeiten. Trotzdem betrug der Erlös aus dem Verkauf der Souvenirs 38.000 EUR, somit ein Überschuss von rund 16.000 EUR.



Nur schwer zwischen Reisegeschäft und Tourist-Information abzugrenzen sind die allgemeine **Anfragenbearbeitung** und die Urlaubsberatung. Obwohl die Zahl der schriftlichen Anfragen aufgrund der zunehmenden Nutzung der digitalen

Medien sich auch 2019 nicht veränderte, stellt diese Art der Kundenbetreuung immer noch ein wichtiges Instrument in der Endkundenakquisition dar. Gerade nach der Veröffentlichung von Angeboten (z. B. in der drei Zeitungsbeilagen „Erlebnismagazin Bremen und Bremerhaven“ 2019) muss sichergestellt sein, dass die dann auflaufenden Anfragen zügig mit Prospektmaterial beantwortet bzw. Urlaubswünsche persönlich bearbeitet werden können.

Daneben werden alle nur denkbaren Fragen im Zusammenhang mit einem Aufenthalt in Bremerhaven und allgemeine Prospektwünsche persönlich, telefonisch, postalisch oder elektronisch beantwortet. Hierfür werden in den Tourist-Informationen bis zu 100 Einzelprospekte vorgehalten. Ob und welche Buchungen anschließend daraus erwachsen, ist nicht direkt zu ermitteln.

Um die Beantwortung von Standard-Informationsanfragen weniger personalintensiv zu halten, werden Prospektsendungen im Packraum vorkonfektioniert.

Adressdaten werden gespeichert und bei Bedarf für Mailings oder den Newsletter-Versand genutzt. Prospektanfragen sind trotz Infopost mit hohen Portokosten und Prospektaufgaben verbunden und binden Lagerkapazitäten an verschiedenen Orten (Tourist-Informationen, Druckerei, Packraum, Zentrallager Carl-Schurz-Kaserne). Dennoch ist er gegenwärtig noch unverzichtbar.

Der gesamte **Briefverkehr** der Erlebnis Bremerhaven GmbH wird über eine eigene Frankiermaschine (Freistempler) abgewickelt. Das Porto (DP) belief sich 2019 auf knapp 15.000 EUR, obwohl der Anteil an Infopost ca. 50% beträgt. An der erbetenen freiwilligen Aufwandserstattung für zugeschickte Prospekte wurde von den Empfängern 2019 insgesamt ca. 2.900 EUR (2018: ca. 2.900 EUR) der Erlebnis Bremerhaven GmbH zurücküberwiesen.

5. Besucherwegeleitsystem (BWLS)

Die ca. 130 im Stadtgebiet vorhandenen **Stadtplanstelen** (mit übergeordneter Wegweisung, einer Liste an Sehenswürdigkeiten des Umfeldes, einem Stadt- und einem Umgebungsplan) werden schrittweise abgebaut. Dies erfolgt dann, sobald sie beschädigt oder beschmiert wurden. Die massiven Pfosten nebst Fundament sind jeweils beibehalten worden, damit die Standorte weiter genutzt werden können.



Im Rahmen der Tourismusstrategie Bremerhaven 2025 ist als Schlüsselprojekt 4, „Besuchersinformations- und -leitsystem“ (BEAN), der Ersatz der Stelen durch ein neues System vorgesehen. Die Pfosten sollen aufgrund der vorhandenen Baugenehmigungen und der massiven Fundamente wieder genutzt werden. Nach mehreren Meetings konnte 2018 eine Agentur (GfG, Bremen) bereits durch die BEAN beauftragt werden. 2019 wurden unterschiedliche Konzepte und Layouts in Arbeitskreissitzungen erörtert, die auch taktile Hinweise vorsehen. Zum „Bremerhaven-LAB“ konnten dann zwei Prototypen vorgestellt werden.

Die Aktualisierung der Ausschilderung der Tourist-Informationen und der Sehenswürdigkeiten Havenwelten und Historisches Museum Bremerhaven wurde 2019 vorgenommen und umgesetzt.

6. Marketing

Die Maßnahmen des touristischen Marketings der Erlebnis Bremerhaven GmbH orientieren sich am Tourismuskonzept 2025. Auf Grundlage dessen und den Ergebnissen der Gästeanalyse, sowie der Marktanalysen wird das Marketingkonzept erstellt und konkrete Projekte in den Mediaplan eingestellt. Im Kern setzt das strategische Tourismusmarketing der Erlebnis Bremerhaven GmbH gezielt Impulse zu den Profilt Themen „Wissens- & Erlebniswelten“, „Hafenerlebnis“ und „Fischerlebnis“ in den Markt ab.

Die Marketingmaßnahmen sind themen- und zielgruppenorientiert aufeinander abgestimmt. Im Fokus stehen die einzelnen touristischen Einrichtungen und die Events sowie die besondere maritime Authentizität des Gesamtangebotes Bremerhavens. Dazu werden Kooperationen mit touristischen Leistungsträgern in Bremerhaven praktiziert, um Synergieeffekte und Finanzierungsvorteile zu erzielen.

Die Budgets der einzelnen Maßnahmen sind über den Wirtschaftsplan 2019 bzw. bei Förderungen die genehmigten Pläne der einzelnen Veranstaltungen und Maßnahmen festgelegt. Hinzu kommen die Mittel des Ergänzenden Standortmarketings (Verstärkungsmittel) des Senators für Wirtschaft, Arbeit und Häfen.

Die Mittel für Schaltungen von Anzeigen im Rahmen des seit 1998 gemeinsam betriebenen Projektes



„Bremen & Bremerhaven; Zwei Städte - ein Land“, das gemeinsam mit der Abteilung BTZ bei der Wirtschaftsförderung Bremen GmbH (WFB) bearbeitet wird, werden ebenfalls vom Bremerhavener Tourismusmarketing verwaltet. Ein Wirtschaftsplan wird dazu gemeinsam festgelegt und abgesprochen.

Die unter diesen Zielvorgaben und Rahmenbedingungen zu entwickelnden Maßnahmen der Instrumente des Tourismusmarketings sind im Marketingplan beschrieben. Hier wird auch auf die Zielgruppen genau eingegangen.

Die Erlebnis Bremerhaven GmbH versteht sich als reine Marketinggesellschaft. Die Stadt und ihre touristischen Einrichtungen werden durch geeignete Maßnahmen vermarktet. Hinzu kommen auch eigene touristische Produkte, welche das Profil Bremerhavens unterstreichen.

Zur Realisierung der Kommunikationsziele wurden in 2019 etwa 400 Einzelmaßnahmen in folgenden Bereichen, Werbeträgern und Medien umgesetzt (Reihenfolge ist nicht Rangfolge):

- Analysen (Marktanalysen, Gästeanalysen)
- Presse (Öffentlichkeitsarbeit, Pressestelle)
- Sales Promotion (PromoBus)
- Social Media (7 Kanäle)
- Plakatierungen (Kooperation mit Ströer)
- Distribution (Prospektverteilung)
- Vertrieb (Busreiseveranstalter, Außendienst)
- Produkte (Profilthemenvermarktung)
- Barrierefreiheit (inhaltliche Themenführung und Umsetzung)
- Publikationen (Print und digital)
- Insertionen (Layout und Schaltung von Anzeigen in b2b und b2c)
- Hardware (Tafeln, Schilder)
- Stadtmarketing (Aktion „Unsere Stadt – Euer Wochenende“)
- Auslandsmarketing (sowohl in Kooperation mit WFB, als auch ergänzend)
- Strategische Partnerschaften (Kooperationen mit WFB, TMN etc.)

Die **Abstimmung** von Marketingmaßnahmen innerhalb der Havenwelten und darüber hinaus erfolgte wieder sehr konstruktiv im Rahmen des langjährigen Arbeitskreises Havenwelten Marketing. Dieser ist besetzt mit den für Marketing verantwortlichen

Personen aus den vier Einrichtungen der Havenwelten (Klimahaus, DAH, DSM, Zoo) nebst dem Marketingleiter der Erlebnis Bremerhaven GmbH. Hierin werden Ideen, Konzepte, Fotopool, Grundlagen (s. Abb. Anzeigenaufbau) und konkrete Maßnahmen, die von der Erlebnis Bremerhaven GmbH oder anderen vorge-



schlagen werden,

besprochen. Für weitere Extramaßnahmen standen der Erlebnis Bremerhaven GmbH jedoch keine Mittel zur Verfügung, so dass Beteiligungsmodelle (Abb. Mediadaten) entwickelt wurden, die 2019 etwas stärker, als zuvor genutzt wurden. Das Tourismusmarketing lädt alle zwei Monate zur Abstimmung ein.

Darüber hinaus tagte 2019 zweimal eine größere Runde, in welcher dem Tourismuskonzept 2025 entsprechend ein weiterer Kreis mit u.a. dem Historischen Museum Bremerhaven, der Phänomena, dem U-Boot, der FBG etc. informiert wurden.

Die Erlebnis Bremerhaven GmbH profitiert von Mitteln des **Standortmarketings** der Wirtschaftsförderung Bremen GmbH (WFB). Diese Mittel kamen dem Tourismusmarketing der Erlebnis Bremerhaven



GmbH 2019 mit rd. 226.000 EUR zugute. Die **Verwendung** der Mittel steht im Vorwege überwiegend bereits fest, da es sich meist um langfristige Maßnahmen handelt.

Darüber hinaus wurden auch in 2019 wieder Marketingmaßnahmen Dritter, die den Marketingzielen der Stadt dienen, unterstützt: Veranstaltungen im Schaufenster Fischereihafen und des Theaters im Fischereihafen mit der Finanzierung von Druckwerken, Anzeigen oder Hörfunkspots.

Auch die Werbemaßnahmen des Frühjahrs- und des Freimarktes 2019 in Bremerhaven wurden über Verstärkungsmittel finanziert.

Die Verwendung der Mittel wurde mit der WFB Anfang 2020 abgerechnet und für den Tätigkeitsbericht 2019 der WFB dokumentiert. Die Erlebnis Bremerhaven GmbH weist die Verwendung in ihrem Jahresabschluss 2019 aus. Für den Sachbericht 2019 wurde vom RfW darum gebeten, die Maßnahmen mit darzustellen. Sie wurden durch die Bezeichnung „Verstärkungsmittel“ gekennzeichnet.

Auch der sog. **Veranstaltungsfonds** in Bremerhaven wird aus diesem Budget der WFB gespeist, aus dem die Erlebnis Bremerhaven GmbH regelmäßig Gelder für Veranstaltungen, inkl. der SAIL und des Seestadtfestes, erhält.

7. Kooperationsmarketing

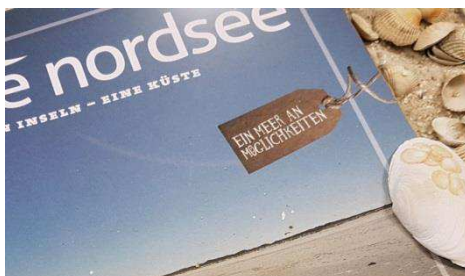
Der überörtlichen **Zusammenarbeit** kommt im touristischen Marketing überall eine hohe Bedeutung zu. Kaum eine Destination ist finanziell und kapazitätsmäßig in der Lage, sich national oder international selbst zu vermarkten. Die Bewerbung einer größeren und bekannteren Region, z. B. der Nordsee, ist in den entfernteren Quellgebieten deutlich wirkungsvoller, als die einzelne Vermarktung der zahlreichen Nordsee-Orte und Hafenstädte. Daher spielen Zusammenschlüsse im Deutschland-tourismus eine zentrale Rolle und sind von der örtlichen bis auf die nationale Ebene zahlreich vorhanden. Auch die Erlebnis Bremerhaven GmbH war 2019 Mitglied in mehreren solcher Vereinigungen und Verbände, die sowohl Marketing- als auch Lobbyaufgaben übernommen haben.



Auf der **internationalen Ebene** ist die Zusammenarbeit mit der Deutschen Zentrale für Tourismus e. V. (DZT) zu nennen, die die Funktion eines Fremdenverkehrsamtes für Deutschland erfüllt. Hier wurde auch 2018 gemeinschaftlich mit Bremen (BTZ) das Auslandsmarketing betrieben. Finanziert wurden die Maßnahmen überwiegend durch das Landesprogramm „Zwei Städte – ein Land“ und das Standortmarketing (Verstärkungsmittel). Es handelt sich dabei vorwiegend um Messeteilnahmen im deutschsprachigen und benachbarten Ausland, Anzeigeschaltungen in fremdsprachigen Reisemedien und Journalistenbetreuung. 2015 fand in Bremerhaven (und Bremen) der Germany Travel Mart (GTM) statt.



Ansprechpartner der DZT ist nur die Bremer Touristik-Zentrale, die auch 2019 im DZT-Verwaltungsrat vertreten war.



Auf der **nationalen Ebene** ist vorrangig die Marketinggesellschaft „Die Nordsee GmbH“ zu nennen, die bundesweit die niedersächsische Nordseeküste inkl. Bremerhaven bewirbt. Für den Besuch von Messen und eigene Promotions, Versand von Prospekten, Betrieb einer umfassenden Internetseite, der Produktion eines eigenen Magazins, Pressearbeit und Aktionen zahlt die Erlebnis Bremerhaven GmbH eine jährliche Marketingumlage, die jeweils aus den Übernachtungszahlen errechnet wird.

Ebenfalls national tätig ist der **Deutsche Tourismusverband (DTV)**, der jedoch als reiner Lobbyverband agiert. Bremerhaven ist seit Jahren direktes Mitglied im DTV. Zentrale Veranstaltung des DTV ist der Deutsche Tourismustag, der 2015 in Bremerhaven stattfand. Daneben



widmet er sich zahlreichen tourismuspolitischen Themen, die auch für Bremerhaven Bedeutung haben.

Im Verbund mit 16 Städten aus Niedersachsen ist Bremerhaven (Gründungs-) Mitglied in der Städtetourismus-Kooperation „**about cities**“. Hier vermarkten sich Städte, die aufgrund ihrer geringeren Größe nicht direkt am gegenwärtigen Boom des Städtetourismus partizipieren (betrifft überwiegend Großstädte). Die Maßnahmen kommen weitgehend aus dem Online-Marketinginstrumentarium mit einem Schwerpunkt auf den Reisebloggern. Seit 2018 ist das Thema Open Data einer der Schwerpunktthemen.



Seit April 2018 befindet sich die Geschäftsstelle der Kooperation in den Räumen der Erlebnis Bremerhaven GmbH. Gleichzeitig hat eine neue Mitarbeiterin diese Aufgabe übernommen. Die Erlebnis Bremerhaven GmbH partizipiert von der Kooperation mit „about cities“.



Der Deutsche Städtetag, in dem die Stadt Bremerhaven Mitglied ist, unterhält die „**Konferenz Tourismus**“. Hierin sind auf kostenfreier Basis alle größeren deutschen Städte vereinigt, die touristischen Charakter haben, somit auch Bremerhaven. Die zweimal jährlich stattfindenden Tagungen dienen vorwiegend dem Erfahrungsaustausch.

Landesweit (Niedersachsen) übernimmt der **Tourismusverband Nordsee e. V.** (TVN) Aktivitäten und Aufgaben im Lobbying für den Tourismus der weiteren Region. Da das Land Bremen weder eine eigene touristische Landesmarketing- noch eine Lobbyorganisation unterhält, erfüllt der TVN diesen Zweck weitgehend für die Erlebnis Bremerhaven GmbH mit. Der Jahresbeitrag betrug 2019 ca. 6.000 EUR.



Innerhalb der **Region** ist die Zusammenarbeit auf allen Ebenen nach wie vor sehr gut, obwohl sie über eine Bundeslandesgrenze hinausgeht. Dies spiegelt sich in zahlreichen informellen Kooperationen und Vereinigungen wider, in denen die Erlebnis Bremerhaven GmbH Mitglied ist. Dazu gehören beispielsweise das Regionalforum Unterweser, der Tourismusausschuss der IHK Bremerhaven (mit Sitz der Erlebnis Bremerhaven GmbH), Tourismusregion Nordsee-Elbe-Weser und mehrere Arbeitskreise zu Radfernwegen (Weserradweg, Nordseeküstenradweg, Teufelsmoor usw.), in denen informelle und praktische Marketingarbeit geleistet wird.

Durch die Gemeinschaft **Nordsee-Elbe-Weser** hielt die Erlebnis Bremerhaven GmbH 2019 weiter den Zugang zu der Tourismusmarketing Niedersachsen GmbH (TMN). Marketingaktivitäten entfaltet die Gemeinschaft nur fallweise, Beiträge werden nicht fällig.

Im Jahr 2017 startete der Tourismusverband Nordsee e. V. eine **Strukturreform** in der touristischen Vermarktung der niedersächsischen Nordseeküste (inkl. Bremerhaven). Hintergrund waren

zunehmende Auflösungserscheinungen der Marketinggesellschaft „Die Nordsee GmbH“ und schwindende Marktanteile. Im Januar 2018 wurde der entsprechende Auftrag an ein Beratungsbüro (St. Elmos) vergeben. Seit 2018 wurde in zahlreichen Sitzungen die Möglichkeiten für eine gemeinsame DMO ermittelt, erarbeitet und kontrovers diskutiert. Die Erlebnis Bremerhaven GmbH ist eng in den Prozess eingebunden.

Mit der **Bremer Tourismuszentrale (BTZ)** bzw. der Wirtschaftsförderung Bremen GmbH (WFB) gibt es mehrere Arbeitskreise, die sich vorrangig mit den Aufgaben im Rahmen des Projektes „Zwei Städte – ein Land“ befassen. Dazu gehört vor allem das regelmäßige sog. Vertriebsmeeting (Jour Fixe) mit der



BTZ sowie Abstimmungsrunden zum Auslandsmarketing und den Messen, wie der ITB, RDA und dem „Tag der deutschen Einheit“.

Für letztere Veranstaltung, die roulierend in den Landeshauptstädten stattfindet, hat die Erlebnis Bremerhaven GmbH die Federführung. Vorrangig werden Maßnahmen zu den drei Kernthemen Bustouristik, Auslandsmarketing und MICE festgelegt. Einmal jährlich trifft sich dazu im Beisein des Wirtschaftssenators eine Lenkungsgruppe.

Um gemeinschaftlich mit der BTZ an den zentralen Messen der Bustouristik, dem RdA-Workshop in Köln und der Messen Ludwigshafen, teilnehmen zu



können, muss auch die Erlebnis Bremerhaven GmbH zwingend im Internationalen Bustouristik Verband zahlendes Mitglied sein.



Unter Federführung des Senators für Wirtschaft wurden 2019 in zwei Netzwerktreffen die Entwicklungen im Projekt **ServiceQ** Deutschland abgestimmt. Die BTZ und die Erlebnis Bremerhaven GmbH engagierten sich 2019 hier auch wieder finanziell. Alle Beteiligten (IHK, Dehoga, WFB) sind bestrebt, die Zahl der nach dem Qualitätsmanagementsystem zertifizierten Betriebe und die der betrieblichen Qualitätsbeauftragten (Coaches) zu halten und ggf. zu steigern. Mit

dem Budget wird eine Halbtagsstelle finanziert.

Seit 2012 wurden mehrere gemeinsame Aktivitäten innerhalb des Landesprojektes „**Bremen/Bremerhaven - BIKE IT!**“ (Radtourismus) durchgeführt



und finanziert. 2016 wurde die Radrundtour „Wasser, Wind & Wiesen“ für Bremerhaven ausgearbeitet und ein Flyer erstellt. Die Federführung des Projektes liegt bei der WFB. 2019 fanden in Bremerhaven kombinierten Film-Rad-Tourenstatt, welche guten Zuspruch und positive Presse erhielten.



Auf **örtlicher Ebene** nimmt die Erlebnis Bremerhaven GmbH an diversen Arbeitskreisen teil. Sie reichen von dem Runden Tisch Radverkehr über die Presse-Runde, die Marketinginitiative Bremerhavener Quartiere (MBQ, Geschäftsstellentätigkeit durch das Stadtmarketing) und die Pier der Wissenschaft (Tätigkeit als Wissenschaftsbüro durch das

Stadtmarketing), dem Freundeskreis der Wissenschaft e. V. bis zu den Redaktionssitzungen der bremerhaven.de. Geringfügig kostenpflichtige Mitgliedschaften bestehen bei der Museumsbahn Bremerhaven-Bederkesa e. V. und im Deutschen Sail Training Komitee STAG.

Im Rahmen der „**Langen Nacht der Kultur**“ im Juni 2019 kooperierte die Erlebnis Bremerhaven GmbH erneut mit dem Kulturamt. Da die einzelnen zu besuchenden Kulturstandorte z. T. weit entfernt liegen, stellte die Erlebnis Bremerhaven GmbH kostenlos Hafengebiete Busse für den Transfer zur Verfügung. Aus Einspargründen wurde auf die Gestellung von Gästeführern an Bord in diesem Jahr verzichtet.



Die Geschäftsführung ist als ständiger Gast in den **Aufsichtsrat des Zoo am Meer** berufen und nahm diese Termine auch 2019 weitgehend wahr.

Im „**Örtlichen Beirat**“ der **Ströer/DSM Gruppe** ist die Geschäftsführung als ständiger Gast vertreten. 2019 war die Erlebnis Bremerhaven bei der Ausgestaltung der neuen Verträge zur Außenwerbung in Bezug auf die Freikontingente beratend tätig. Die Freikontingente wurden auf 100.000 EUR Listenpreis pro Jahr fixiert und sind überwiegend für Veranstaltungen der Erlebnis Bremerhaven GmbH zu nutzen.

8. Qualitätsmanagement

Die Erlebnis Bremerhaven GmbH – und vorher auch bereits die BIS – treibt seit vielen Jahren die qualitative Weiterentwicklung im Tourismus in Bremerhaven voran. Das Mittel dazu ist das Qualitätsmanagementsystem ServiceQualität Deutschland, das auch innerbetrieblich eingesetzt wird. Bei der beim Deutschen



ServiceQualität
DEUTSCHLAND

Tourismusverband angesiedelten ServiceQ-Zentrale (Service Qualität Deutschland e. V.) ist das Land Bremen Mitglied. Neben der Erlebnis Bremerhaven GmbH wurde auch die Stadthalle Bremerhaven (2014) zertifiziert. Mit dem Label „ServiceQ“ wird nicht vorrangig nach außen geworben, sondern soll vor allem innerbetrieblich die Basis für qualitativ gute Grund- und Zusatzleistungen legen.

2019 hat die Erlebnis Bremerhaven GmbH weitere fünf Qualitätsbeauftragte, sog. Q-Coaches, ausbilden lassen, da das Qualitätsmanagementsystem durch diese Multiplikatoren befördert werden soll. Grundsätzlich werden alle Auszubildende der Stadthalle und der Erlebnis Bremerhaven GmbH entsprechend ausgebildet. Für ServiceQ zuständig ist in der Erlebnis Bremerhaven GmbH Frau Stenzel.

Nach der Re-Zertifizierung 2015 folgte nach drei Jahren im November 2018 erneut ein Re-Zertifizierungsprozess, welcher 2019 abgeschlossen wurde. Ein innerbetrieblicher Qualitätszirkel entwickelt jährlich neue Qualitätsmaßnahmen, die von einer überregionalen Prüfstelle genehmigt und dann innerhalb von 12 Monaten im Betrieb nachweisbar umgesetzt werden müssen.

Seit dem 1. April 2018 ist Herr Ralf Köncke neuer Ansprechpartner für ServiceQualität im Land Bremen. Die Erlebnis Bremerhaven GmbH unterstützt den bei der WFB angesiedelten Qualitätsmanager des Landes aktiv in seinen Bestrebungen, das System auch in der Bremerhavener Touristikwirtschaft weiter durchzusetzen. Die Servicequalität ist ein wichtiger Baustein im touristischen Angebot einer Region. 2019 waren in Bremerhaven 14 Betriebe nach ServiceQ zertifiziert, in der Stadt Bremen 10 Betriebe.

Neuerungen in der Systematik von SQ Deutschland wurden auf dem jährlichen Treffen der Landesqualitätsbeauftragten 2018 in Leipzig besprochen. Für den Herbst 2019 wird das Land Bremen Ausrichter dieser Veranstaltung sein und sie ist für Bremerhaven geplant.

Die Aktivitäten wurden mit Beginn der Tätigkeit des neuen SQ-Ansprechpartners deutlich erhöht und qualitativ verbessert. So fanden im Herbst eine Coach-Ausbildung und im Mai 2019 zwei Impulsseminare statt.

Dennoch ist das System nicht unumstritten, da es Kosten und Aufwand produziert. In zwei Meetings wurde 2018 der Fortgang des Projektes im Land Bremen mit den Netzwerkpartnern besprochen. Wichtige Teilnehmer, wie die IHK und der Dehoga sahen sich auch 2018 nicht in der Lage, Beiträge aufzubringen. Auch 2018 wurden daher u. a. Mittel aus dem Landesprojekt „Zwei Städte – ein Land“ eingesetzt, sowie weitere über den Senator für Wirtschaft, vertreten von Frau Dr. Lübben. Darüber

hinaus soll der Erwerb der Berechtigung zur Einführung des Systems ServiceQ (Seminar zum Q-Coach) Bestandteil der akademischen und berufsschulischen Ausbildung im Lande Bremen werden. Hierfür setzt sich insbesondere die Erlebnis Bremerhaven GmbH ein.

9. Digitale Medien

Die Erlebnis Bremerhaven GmbH ist eine der ganz wenigen touristischen Marketingorganisationen an der Nordseeküste, die über eine eigene Marketingabteilung mit einem Social Media-Fachbereich verfügt. Diese Vorgehensweise stellt innerhalb der Branche immer noch die Ausnahme dar. Mittlerweile werden 10 Social Media-Kanäle auf unterschiedlichen Plattformen erfolgreich bespielt und weiterentwickelt.

Der Endkunden-**Newsletter** der Erlebnis Bremerhaven GmbH (B2C) wurde Ende 2014 neu gestartet und 2019 mit inhaltlich gezielten Aussendungen weitergeführt. Die Zahl der Abonnenten ist wie bei vergleichbaren Newslettern auch stagnierend und lag Ende 2019 bei rd. 1.200. Daneben wurde auch 2019 regelmäßig der Newsletter „Bremen & Bremerhaven“ im Rahmen des Programms „Zwei Städte - Ein Land“ mit erstellt und über diese Kooperation finanziert.



Mailing	Medium	Segment	Zielgruppe	Frequenz	Versandzeitpunkt i.d.R.	Verteiler
Newsletter Bremen+Bremerhaven	E-Mail	b2b	Wiederverkäufer	monatlich	15. d. M.	1.650
Pressedienst	E-Mail	b2c	Journalisten	monatlich	15. d. M.	166

Für das immer wichtiger gewordene Aufgabenfeld Social Media-Marketing wurden auch in 2019 monatliche Analysen durchgeführt, um die Anwendung der nutzerorientierten und plattform-spezifischen Inhalte auf Wirksamkeit zu prüfen.



Der Wirksamkeit des Instagram-Kanals „Bremerhaven_erleben“ steigerte sich 2019 weiter, ebenso wie die erst in 2018 neu gestarteten Instagram-Kanäle „Seestadtfest_Bremerhaven“ und „sailbremerhaven_official“.

Die sog. InstaWalks der Erlebnis Bremerhaven GmbH konnten nach 2017 und 2018 auch 2019 sehr erfolgreich fortgesetzt werden. Dabei wurden im Rahmen eines bestimmten Themas mit einer festgelegten Teilnehmerzahl exklusive Fotorundgänge für Instagram-Nutzer in Kooperation mit unseren Leistungsträgern unternommen. Diese Rundgänge werden von dem Fachbereich live begleitet und über Facebook sowie Instagram kommuniziert.

Die **Twitterkanäle** „BremerhavenInfo“ und „Pier der Wissenschaft“ werden ganz bewusst und gezielt eingesetzt, um z. B. Journalisten mit „BremerhavenInfo“ und Wissenschaftsinteressierte Bürgerinnen und Bürger mit „Pier der Wissenschaft“ zu erreichen. Gleiches gilt für den Sail-Twitterkanal „sailbhv“.



Hier die Fanzuwächse im Jahresrückblick:

Kanal	04.01.2019	in 2019	02.01.2020
Facebook "Bremerhaven erleben"	12.739	+ 1.860	14.599
Instagram "Bremerhaven_erleben"	5.170	+ 3.964	9.134
Twitter "BremerhavenInfo" (nur Presse)	1.559	+ 191	1.750
Facebook "Seestadtfest Bremerhaven"	7.493	+ 986	8.479
Instagram "Seestadtfest_Bremerhaven"	1.337	+ 1.480	2.817
Facebook "SAIL Bremerhaven 2020"	16.026	+ 483	16.509
Instagram "sailbremerhaven_official"	1.025	+ 2.689	3.714
Twitter "sailbhv" (nur Presse)	24	+ 85	109
Facebook "Pier der Wissenschaft"	593	+ 137	730
Twitter "Pier der Wissenschaft"	179	+ 53	232



ebenfalls wird ein eigener **YouTube-Kanal** der Erlebnis Bremerhaven GmbH gepflegt, der mit über 150 Abonnenten noch eine ausbaufähige Relevanz aufweist. In 2019 wurden etliche eigene und auch zielführende Produktionen von touristischen Partnern und mehrere Clips, um auf das Stadtmarketingprojekt „Unsere Stadt. Unser Wochenende!“ einzuzahlen, dort zum Download bereitgestellt.

Die **Facebook**-Auftritte der Erlebnis Bremerhaven GmbH haben sich auch 2019 als wichtige Säule in der Online-Kommunikation weiterentwickelt. Zahlreiche Aktionen wie Gewinnspiele, **Live-Berichterstattungen** und zusätzliche Werbung, schnelle Reaktionsgeschwindigkeit, die eingestellten Fotos und Videos sowie die richtige Ansprache der User führten auch in 2019 zu einem erfolgreichen Einsatz dieses Mediums. Um hier Medien- und User-gerecht erfolgreich zu agieren, ist der Einsatz von qualifiziertem und für den gesamten Socialmedia-Bereich insbesondere flexiblen Personal erforderlich, damit auch hohe Reichweiten erzielt werden können, welche allerdings häufig außerhalb der Bürozeiten erzeugt werden müssen.



Der **Blog „Logbuch-Bremerhaven“** wird unter der Federführung der Erlebnis Bremerhaven GmbH in Kooperation mit zahlreichen touristischen Leistungsträgern erfolgreich und sehr effizient umgesetzt.

Alle beteiligten Kooperationspartner stellen anhand eines abgestimmten Redaktionsplans Inhalte ein. Der seit Dezember 2017 betriebene Block zählte nach 971 Besuchen und 3.962 Aufrufen im Jahr 2018 bereits 15.318 Besuche und 31.962 Aufrufe in 2019. Zusätzlich werden Blogbeiträge für die **Städtekooperation „about cities“** der Tourismusmarketing Niedersachsen GmbH (TMN) verfasst. Die „about cities“-Geschäftsstelle ist seit 2018 auch bei der Erlebnis Bremerhaven GmbH angesiedelt.

Das **Intranet** für die Erlebnis Bremerhaven GmbH hat sich als innerbetriebliches Informationsmedium mit zahlreichen Inhalten – auch außerbetrieblichen – gut bewährt. Die Zahl der Rundmails ist seit dem beständig gesunken. Zur besseren Information der Belegschaft werden dort auch alle eigenen Pressemeldungen veröffentlicht. Alle Mitarbeiter sind verpflichtet, sich täglich morgens über innerbetriebliche Neuerungen im Intranet zu informieren (Startseite).

10. Printprodukte

Trotz der Nutzung neuer Medien sind Broschüren, Flyer, Karten u. ä. Printprodukte immer noch wichtige Marketinginstrumente - nicht nur im Tourismus und der Freizeitwirtschaft.



Die Erlebnis Bremerhaven GmbH setzt daher Printprodukte gezielt und zielgruppenorientiert ein. Zu den wichtigsten und auflagestärksten Printprodukten der Erlebnis Bremerhaven GmbH gehörte das Magazin „**Meeremagazin**“ (40 Seiten). Es ist mit deutlichem Magazincharakter ausgestattet, um über das Stöbern und interessierte Nachlesen bestmöglich zu Kauf- bzw. Buchungsimpulsen zu führen. Dazu sind z.B. auch zahlreiche buchbare Angebote themengenau im gesamten Magazin gestreut. Natürlich erfolgte der Druck klimaneutral.

Diese erfolgreiche eigene Neuentwicklung erscheint alle zwei Jahre in einer englischsprachigen Druckvariante und einer niederländischen PDF-Variante und wird somit auch im Auslandsmarketing eingesetzt.

Neben dem Magazin erschien 2019 ein separates **Gastgeberverzeichnis** (38 Seiten). Eine teilweise Refinanzierung erfolgte durch die Tabelleneinträge sowie Anzeigen. Der Titel ist im abgestimmten Layout der Marketinggesellschaft „Die Nordsee“ gehalten. Auch aus Imagegründen wurde es auch klimaneutral hergestellt.

Weitere Printprodukte, wie ein in großer Auflage hergestellter Abriss- und ein Faltstadtplan, das Faltblatt „HafenBus“ sowie Infos zu Reisemobilstellplätzen usw. ergänzten 2019 die Produktpalette. Weiterhin kommen die veranstaltungsbezogenen Druckwerke des Eventmarketings (SeeStadtFest 2019, Schippertage u. ä.) sowie bereits Produkte zur SAIL Bremerhaven 2020 hinzu.



Alle eigenen und externen Prospekte werden über ein selbst entwickeltes Lagerhaltungssystem mit dem Bestand und den Ausgabemengen erfasst. 2019 waren zum Saisonbeginn über 80 verschiedene Printprodukte in dem System gelistet, die ganz überwiegend im Zentrallager Coloradostraße deponiert waren. Durch den Boten werden die Tourist-Informationen beliefert.

Aus dem Zentrallager wurde auch der **Prospektverteilservice** bedient (Fa. Hoheisel), der innerhalb des gesamten Jahres 2019 in acht großen Rundtouren jeweils mehrere Tage in der Region und im Stadtgebiet unterwegs war. Mehr als 400 Verteilstellen wurden dabei angefahren.

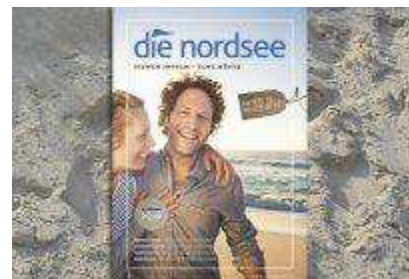


Im März, Juli und im November 2019 wurden in Abstimmung mit und im Auftrag der WFB drei Beilagen des „**Erlebnismagazin Bremen – Bremerhaven**“ produziert. Die 16-seitigen Broschüren hatten jeweils eine Auflage von 2,76 Mio. Exemplaren und wurden zahlreichen Tageszeitungen in Nord- und Westdeutschland (Nielsen 1 und 2) als Supplement beigelegt. Diese Beilagen werden seit Jahren produziert und ziehen eine große Nachfrage nach sich. Neben der Platzierung von buchbaren Produkten, wurden auch touristisch relevante Themen und Veranstaltungen prominent platziert – ab Juli 2019 auch hier bereits die SAIL Bremerhaven 2020.

Der Anteil der Erlebnis Bremerhaven GmbH an dem Magazin betrug je Ausgabe drei Seiten, wobei die jeweils dritte Seite (Seite 14 im Magazin) durch die Finanzierung aus CityTax-Mitteln möglich war. Damit ist Bremerhaven im Heft besser repräsentiert und hat zusätzlich zu der U3 und U4 eine gute Platzierung. Die WFB verkauft in Bremen die zusätzlichen Seiten an weitere Anbieter, die ca. 20.000 EUR pro Seite dafür zahlen müssen.

Mit dem Medienverbund der Nordsee-Zeitung wurden in 2019 insgesamt vier umfangreiche **Tageszeitungsbeilagen** verbreitet: Im Februar zur SAIL Bremerhaven 2020, welche auch auf der weltgrößten Tourismusmesse ITB in Berlin auslag, im April zum Seestadtfest 2019 und im Juni zum zehnjährigen Jubiläum des Klimahaus Bremerhaven 8° Ost. Die Finanzierung wurde durch Anzeigenerlöse und aus CityTax in Kooperation mit dem RfW möglich. Auch thematisch lieferte die Erlebnis Bremerhaven GmbH zahlreiche Inhalte zu.

In den jährlich erscheinenden Gastgeberverzeichnissen, **Informations- und Imagebroschüren** benachbarter Destinationen stellte sich Bremerhaven 2019 z. T. auch in Anzeigenschaltung auf Gegenseitigkeit dar, wie im Cuxland-Magazin. Auch in den Medien der Tourismusmarketinggesellschaft „Die Nordsee GmbH“ wurden Angebote präsentiert. Hier war vor allen das Urlaubsmagazin „die nordsee“ zu nennen, das nur online angeboten wurde. Hinzu kamen Reiseführer, Ferienbeilagen der Tageszeitungen, die Urlaubsmagazine von Cuxhaven, Otterndorf und Wesermarsch. Hierbei wurde bereits im Zuge der Reiseentscheidung und -vorbereitung auf das (Ausflugs-) Ziel Bremerhaven aufmerksam gemacht und es beworben.



Bremerhaven wurde darüber hinaus auch 2019 in externen Medien mit Anzeigen und Einträgen beworben. Bei der Deutschen Zentrale für Tourismus e. V. (DZT) wirbt Bremerhaven in den unterschiedlichen Themen- und Länderausgaben in den ausländischen Quellregionen (dh. auch „Auslandsmarketing“).

Die Anzeigenschaltungen wurden teilweise in Kooperation und unter anteiliger Mitfinanzierung mit den jeweils in Frage kommenden Leistungsträgern realisiert. 2019 wurde die marktorientierte Ausrichtung von Layouts und Anzeigen konsequent weitergeführt und weiterentwickelt.

Folgende gut 500 Projekte (Anzeigen, Druckwerke, Layouts, Socialmedia, Pressearbeit, Sales Promotion, Kampagnen etc.) wurden 2019 durch die **Abteilung Marketing und Kommunikation** umgesetzt:

Projekte mit Status 'erledigt' im Zeitraum vom 01.01.2019 bis 31.12.2019

ProjektID	Text50	Erscheinungs- jahr	AusgabeNr
584	Pressemitteilungen „Es war einmal“ ein „Planet der Hasen“ (PR)	2019	20190311
843	Pressemitteilungen „Pogoria“ sagt mal schnell „Moin“ (PR)	2019	20190618
212	2S1L - Zwei Städte. Ein Land. 2S1L - Zwei Städte. Ein Land. - Newsletter Digital (Newsletter Internet/Online)	2019	2019-01 Januar
470	Elmloher Reitertage 69. Elmloher Reitertage 2019 (Logo)	2019	2019 (1.-4. August)
869	Elmloher Reitertage 69. Elmloher Reitertage 2019 - Anzeige Sail Motiv (Anzeige)	2019	2019 (1.-4. August)
339	About Cities About Cities - Marketingbeitrag jährlich (Eintrag Präsentation Social Media)	2019	2019
952	ADAC Camping- und Stellplatz EUROPA Atlas ADAC Camping- und Stellplatz EUROPA Atlas - 3 Bilder mit Adresse (Eintrag Eintrag mit Bild oder Graphik Druckwerke)	2020	2020/2021
889	ADAC Camping- und Stellplatzführer-App (Fotoanzeige Eintrag mit Bild oder Graphik Internet/Online)	2019	2020 (05.02.2020)
1000	An Bord An Bord - Anzeige Sail (Anzeige)	2020	01/2020 (ITB)
1001	An Bord An Bord - Webbanner Sail (Anzeige + Redaktion)	2020	06/2020
522	Hosting - Die Nordsee GmbH Anteil Internetauftritt www.die-nordsee.de (Hosting)	2019	2019
525	Hosting - Die Nordsee GmbH Anteil White Label/Buchungsportal buchen www.die-nordsee.de (Hosting)	2019	2019
951	Arbeitsgemeinschaft Bremerhavener Märkte GbR (Beteiligung)	2019	2019 (16.-25.08.2019)
1123	Artistic Worldcup 2020 Artistic Worldcup 2020 - Logo zusenden (Logo)	2020	2020 (01.-07.06.2020)
682	Aufkleber Aufkleber "Moin" für TI zum Verkauf (Werbeartikel Merchandising Druckwerke)	2019	2019
958	Aufkleber Aufkleber "Möwen Füttern verboten" (Werbeartikel Merchandising Druckwerke)	2019	2019
413	Reisemobil-Stellplatz Doppelschleuse und Fischkai Aushang Reisemobilstellplatz Netzwerkschlüssel (Plakat Druckwerke)	2019	2019
664	Reisemobil-Stellplatz Doppelschleuse und Fischkai Aushang Reisemobilstellplatz Social Media Kanäle (Plakat Druckwerke)	2019	2019
665	Reisemobil-Stellplatz Doppelschleuse und Fischkai Aushang Reisemobilstellplatz WhatsApp Info Seestadtfest (Plakat Druckwerke)	2019	2019
754	Auslandsmarketing Auslandsmarketing - Beilage Reis & Co. (Anzeige Zeitung)	2019	2019
936	Auslandsmarketing Auslandsmarketing - DZT Roadshow in Österreich (Clip (Video) + Fotos + PP-Vorlage Messen, Ausstellungen)	2019	2019
902	Auslandsmarketing Auslandsmarketing - DZT Roadshow in Wien und Linz (Foto LCD (still) Messen, Ausstellungen)	2019	2019

351	Auslandsmarketing Auslandsmarketing - Ferie for Alle (Herning, Dänemark) - Grafik Hintergrunddisplay (Foto Messen, Ausstellungen)	2019	2019-02
173	Auslandsmarketing Auslandsmarketing - Ferie for Alle (Herning, Dänemark) - Reise-, Stand- und Materialkosten (Messen, Ausstellungen)	2019	2019-02
172	Auslandsmarketing Auslandsmarketing - Ferie for Alle (Herning, Dänemark) - Schulungsreise Frau Ahlmann (Messen, Ausstellungen)	2019	2019-02
1174	Auslandsmarketing Auslandsmarketing - Ferie for Alle (Herning, Dänemark) - Teilnahmegebühr (Messen, Ausstellungen)	2020	2020-02
116	Auslandsmarketing Auslandsmarketing - Fernweh - Schweizer Reisemagazin Anzeige Sail 2020 (Anzeige Web-Anzeige Druckwerke)	2019	2019-07
528	Auslandsmarketing Auslandsmarketing - Kampagne DZT - DB / ÖBB Österreich 1. Kampagne Sail 2020 (Anzeige + Social Media Anzeige+Social Media Social Media)	2019	2019
686	Auslandsmarketing Auslandsmarketing - Kampagne DZT - DB / ÖBB Österreich 2. Kampagne Fotos und Influencer Reise (Foto Citylight Anschlagstellen, Plakatwände)	2019	2019
529	Auslandsmarketing Auslandsmarketing - Kampagne DZT - DB / SBB Schweiz Sail 2020 (Anzeige + Social Media Anzeige+Social Media Verkehrsmittel)	2019	2019
530	Auslandsmarketing Auslandsmarketing - Kampagne DZT - German Summer Cities (Anzeige + Social Media Anzeige+Social Media Social Media)	2019	2019
878	Auslandsmarketing Auslandsmarketing - Kampagne DZT - Zoover.nl Banner (Anzeige + Social Media Anzeige+Social Media Social Media)	2019	2019
322	Auslandsmarketing Auslandsmarketing - Messe Vakantiebeurs in Utrecht (2S1L) (Personalkosten Messen, Ausstellungen)	2019	2019-01 (10.-13.01.2019)
1173	Auslandsmarketing Auslandsmarketing - Messe Vakantiebeurs in Utrecht (2S1L) (Personalkosten Messen, Ausstellungen)	2020	2020-01 (16.-19.01.2020)
1025	Auslandsmarketing Auslandsmarketing - Railtour Suisse Katalog Text auf Foto (Foto + Text)	2019	2019
1438	Auslandsmarketing Auslandsmarketing - Smuttur Kampagne (Dänemark) (Messen, Ausstellungen)	2020	2020
940	Auslandsmarketing Auslandsmarketing - Werbebanner für motionsfeltet.dk (Banner Anzeige+Social Media Internet/Online)	2019	2019
716	Pressemitteilungen Außergewöhnliche Geschichte(n) fürs Fotoalbum (PR)	2019	20190415
98	b2b-Insertion 2S1L (Anzeige Zeitschrift)	2019	2019
91	b2b-Insertionen EBG (Anzeige Zeitschrift)	2019	2019
102	b2c-Insertion EBG (Anzeige Druckwerke)	2019	2019
727	Pressemitteilungen BIKE IT! Film Night Ride Bremerhaven (PR)	2019	20190426
1098	Bildung Ahoi Bildung Ahoi - Neuer Lernort auf Karte hinzufügen (Eintrag)	2019	2019
585	Messen - BIM BIM 2019 - Roll-Up Ausbildungsberufe (Roll-Up Roll-Up)	2019	2019/08 (30.-31.08.2019)

555	Miete Richtfunk BIS-CSG (Miete)	2019	2019
635	Pressemitteilungen Blick hinter die Kulissen des Atlantic Hotel Sail City (PR)	2019	20190314
928	Bordatlas Stellplatzführer Bordatlas Stellplatzführer - Premiueintrag (Eintrag Druckwerke)	2019	01/2020
362	Bremen und Bremerhaven Erlebnismagazin (Beilage) Bremen und Bremerhaven Erlebnismagazin (Advertorial Beileger Druckwerke)	2019	2019 #1 (März - Juni)
401	Bremen und Bremerhaven Erlebnismagazin (Beilage) Bremen und Bremerhaven Erlebnismagazin (Advertorial Beileger Druckwerke)	2019	2019 #2 (Juli - November)
402	Bremen und Bremerhaven Erlebnismagazin (Beilage) Bremen und Bremerhaven Erlebnismagazin (Advertorial Beileger Druckwerke)	2019	2019 #3 (November - März)
382	Pressemitteilungen Bremerhaven als ein künftig barrierefrei geprüfter Tourismusort (PR)	2019	20190111
243	Bremerhaven FANGFRISCH Bremerhaven FANGFRISCH - 2.700 Hefte (Kauf von Heften Zeitschrift)	2019	2019
278	Bremerhaven FANGFRISCH Bremerhaven FANGFRISCH - Anzeige (Anzeige Zeitschrift)	2019	2019
280	Bremerhaven FANGFRISCH Bremerhaven FANGFRISCH - Anzeige (Anzeige Zeitschrift)	2020	2020
717	Pressemitteilungen Bremerhaven ist erster auf Barrierefreiheit geprüfter Tourismusort (PR)	2019	20190416
562	Pressemitteilungen Bremerhaven und Bremen sind der Bustreff in Berlin (PR)	2019	20190306
779	Pressemitteilungen Bremerhaven zeigt sich wieder als bestens organisierter Gastgeber (PR)	2019	20190526
383	Pressemitteilungen Bremerhaven: Reisebranche informiert sich über barrierefreies Reiseziel (PR)	2019	20190111
379	Pressemitteilungen Bremerhavener entdecken ihre Stadt wieder (PR)	2019	20190104
753	Pressemitteilungen Brücken hoch für Seestadtfest-Schiffe (PR)	2019	20190517
226	BTZ BTZ - Innenstadtplan (Anzeige Druckwerke)	2019	2019/01
227	BTZ BTZ - Innenstadtplan (Anzeige Druckwerke)	2019	2019/2020
228	BTZ BTZ - Reisekatalog (Anzeige Druckwerke)	2019	2020
385	Pressemitteilungen Buchungsstart für Kongress zum Thema Barrierefreiheit (PR)	2019	20190117
776	busblickpunkt busblickpunkt - Anzeige Sail (Anzeige Zeitschrift)	2019	2019-12
775	busblickpunkt busblickpunkt - Anzeige Weihnachtsmarkt (Anzeige Zeitschrift)	2019	2019-06
464	busblickpunkt busblickpunkt - ITB Messeausgabe (Anzeige Zeitschrift)	2019	2019-03 März
282	Buskontor Grenzenlos Buskontor Grenzenlos - Sales Guide Bustourismus 2019/20 (Sales Promotion Präsentation)	2019	2019/2020
323	Busmagazin Busmagazin - Anzeige (Anzeige Zeitschrift)	2019	2019-03 (ITB-Special 06.-10.03.2019)
324	Busmagazin Busmagazin - Anzeige (Anzeige Zeitschrift)	2019	2019-06

650	Busmagazin Busmagazin - Anzeige Sail Special (Imageanzeige) (Anzeige Zeitschrift)	2019	2019-07 (RDA-Köln 09.-10.07.19)
705	Busplaner Busplaner - 25 Jahre Jubiläumsausgabe (Anzeige Zeitschrift)	2019	2019-06
935	Busplaner Busplaner - Gratis on top Anzeige (Inhalt folgt) (Anzeige Zeitschrift)	2020	2020-01 (ITB)
934	Busplaner Gruppenhandbuch Busplaner Gruppen-Handbuch - Eintrag (Inhalt kommt Mitte November) (Eintrag Druckwerke)	2020	2020
390	Besucherwegeleit- und Informationssystem BWLS - Scheibenbeklebung (Scheibenbeklebung Projekt ebg Anschlagstellen, Plakatwände)	2019	2019 ff
151	Besucherwegeleit- und Informationssystem BWLS - Stelen auf Deich zwischen CCCB und TIHI (Projekt ebg Anschlagstellen, Plakatwände)	2019	2019 ff
476	Convention International Convention International - Convention Magazin Anzeigen (Anzeige Broschüre Druckwerke)	2019	2019-02 (IMEX)
477	Convention International Convention International - Convention Magazin redaktioneller Teil (Advertorial Broschüre Druckwerke)	2019	2020-03
1027	Cuxhaven-Führer Cuxhaven-Führer (Anzeige inkl. 1 Foto, Registereintrag bis 6 Zeilen) (Anzeige Druckwerke)	2019	2019 (NS 2019)
185	CUXjournal (Anzeige Druckwerke)	2019	2019-03 März
186	CUXjournal (Anzeige Druckwerke)	2019	2019-06 Juni
187	CUXjournal (Anzeige Druckwerke)	2019	2019-09 September
188	CUXjournal CUXjournal - Anzeige Weihnachtsmarkt (Anzeige Druckwerke)	2019	2019-11 November
953	Cuxland - Camping & Caravanning Cuxland - Camping & Caravanning - Eintrag prüfen (Eintrag Eintrag mit Bild oder Graphik Druckwerke)	2019	2020
817	SeeStadtMagazin Das Bremerhaven Meermagazin - Nachdruck (Prospekt, Broschüre Broschüre)	2019	2018/2019
204	Das Örtliche Bremerhaven Das Örtliche Bremerhaven 2019/2020 (Eintrag Eintrag mit Bild oder Graphik Druckwerke)	2019	2019/2020
982	Das Örtliche Bremerhaven Das Örtliche Bremerhaven 2020/2021 (Eintrag Eintrag mit Bild oder Graphik Druckwerke)	2020	2020/2021
316	Südliches Cuxland Das südliche Cuxland - Südkreisbroschüre (Anzeige Anzeige+PR Druckwerke)	2019	2019
475	Pressemitteilungen Der Countdown läuft: „Sail Bremerhaven 2020“ (PM zur ITB) (PR)	2019	20190306
358	Hafenbus Der Hafenbus - Fahrplan Sommer Aushang für Haltestellen (Plakat PDF Druckwerke)	2019	2019
359	Hafenbus Der Hafenbus - Fahrplan Winter Aushang für Haltestellen (Plakat PDF Druckwerke)	2019	2019/2020
356	Hafenbus Der Hafenbus - Folder (Prospekt, Broschüre Folder Druckwerke)	2019	2019
613	Hafenbus Der Hafenbus - Plakat Nachdruck (Plakat Druckwerke)	2019	2019

728	Hafenbus Der Hafenbus - Plakat Nachdruck 2. (Plakat Druckwerke)	2019	2019
858	Desti-Smart Interreg Europe Desti-Smart Interreg Europe - Plakat (Plakat Druckwerke)	2019	2019
979	Desti-Smart Interreg Europe Desti-Smart Interreg Europe - Plakat Nachdruck 1 (Plakat Druckwerke)	2019	2019
857	Desti-Smart Interreg Europe Desti-Smart Interreg Europe - Sie werden fotografiert (Plakat Druckwerke)	2019	2019
678	Pressemitteilungen Die Sail Bremerhaven 2020 wird persönlich (PR)	2019	20190404
745	Pressemitteilungen Die TOGGO Tour startet am 25. und 26. Mai in Bremerhaven (PR)	2019	20190516
134	Distribution Prospektverteilung: Hoheisel (Prospekt, Broschüre POS)	2019	2019
415	Pressemitteilungen Drei Kapitäne laden zu Tisch (PR)	2019	20190207
882	EBG intern EBG intern - Bekleidung "Sie werden fotografiert" (Künstlerischer Entwurf Bild+Text)	2019	2019
671	EBG intern EBG intern - Bremerhaven Marke Claim Pool erstellen (Prospekt, Broschüre PDF Druckwerke)	2019	2019
1102	EBG intern EBG intern - Briefbogen mit Beckmann/Meyer (Vorlage)	2019	2019
1185	EBG intern EBG intern - Briefbogen Presse mit MICE Logo (Vorlage)	2019	2019
805	EBG intern EBG intern - Entwurf für Stellenanzeige (Vorlage Gestaltung Druckwerke)	2019	2019
1122	EBG intern EBG intern - Fotoretusche DSC_3800 Programmbuchvorstellung (Fotoretusche)	2019	2019
1024	EBG intern EBG intern - Fotoretusche OB Fotos (Foto Fotoretusche)	2019	2019
561	EBG intern EBG intern - Glückwunschkarten 4 Layouts (Einladungs-/Glückwunschkarten Projekt ebg Druckwerke)	2019	2019
881	EBG intern EBG intern - Grafik + Schriftzug "Sie werden fotografiert" (Künstlerischer Entwurf Bild+Text)	2019	2019
909	EBG intern EBG intern - Gutschein-Vorlage für Segeltörns Sail 2020 - Umschlag + Einleger (Vorlage Gutschein)	2019	2019/2020
506	EBG intern EBG intern - Logo "Bremerhaven Meer erleben" verkleinern (Künstlerischer Entwurf Projekt ebg)	2019	2019
672	EBG intern EBG intern - Marken-Manual erweitern (Prospekt, Broschüre PDF Druckwerke)	2019	2019
1121	EBG intern EBG intern - Neuer Claim "Bildung für alle" erstellen (Claim)	2019	2019 ff
333	EBG intern EBG intern - PDF Anmeldeformular Bewerbungsformular Standplatz (PDF - Formular PDF Druckwerke)	2019	2019
346	EBG intern EBG intern - PDF Anmeldeformular Künstler (PDF - Formular PDF Druckwerke)	2019	2019
332	EBG intern EBG intern - PDF Anmeldeformular Schiffsanmeldung (PDF - Formular PDF Druckwerke)	2019	2019
910	EBG intern EBG intern - Social Media Icons für E-Mail Sigantur vereinheitlichen (Grafik Social Media)	2019	2019
407	Visitenkarten EBG EBG intern - Visitenkarten (Visitenkarten Projekt ebg Druckwerke)	2019	2019
1146	Visitenkarten EBG EBG intern - Visitenkarten (Visitenkarten Projekt ebg Druckwerke)	2019	2019
815	Visitenkarten EBG EBG intern - Visitenkarten Gästeführungen (Visitenkarten Projekt ebg Druckwerke)	2019	2019
811	Visitenkarten EBG EBG intern - Visitenkarten Michael Arzenheimer (Visitenkarten Projekt ebg Druckwerke)	2019	2019
814	Visitenkarten EBG EBG intern - Visitenkarten Michael Schönhoff (Visitenkarten Projekt ebg Druckwerke)	2019	2019
929	Visitenkarten EBG EBG intern - Visitenkarten Reichelt, Halves-Volmer, Rohrbach (Visitenkarten Projekt ebg Druckwerke)	2019	2019
414	Visitenkarten EBG EBG intern - Visitenkarten Social Media Kanäle (Visitenkarten Projekt ebg Druckwerke)	2019	2019
810	Visitenkarten EBG EBG intern - Visitenkarten Social Media Kanäle Nachdruck (Visitenkarten Projekt ebg Druckwerke)	2019	2019

812	Visitenkarten EBG EBG intern - Visitenkarten Tanja Mehl (Visitenkarten Projekt ebg Druckwerke)	2019	2019
813	Visitenkarten EBG EBG intern - Visitenkarten Tülay Sukes (Visitenkarten Projekt ebg Druckwerke)	2019	2019
1129	EBG intern EBG intern - Weihnachtsgruß Foto/Video vom OB (Foto)	2019	2019
1132	EBG intern EBG intern - Weihnachtsgruß Foto/Video von EBG-Kollegen vor Riesenrad (Foto)	2019	2019
879	EBG intern EBG intern - WORD-Vorlage mit EBG Logo (Vorlage)	2019	2019
763	Pressemitteilungen Echt Norddeutsch (PR)	2019	20190521
384	Pressemitteilungen Einladung - Bremerhaven: Reisebranche informiert sich über barrierefreies Reiseziel (PR)	2019	20190111
229	Eisarena: Saisonleporello Eisarena: Saisonleporello 2019/2020 (Anzeige Druckwerke)	2019	2019/2020
231	Eishockey News Eishockey News - DEL Sonderheft "DEL Gala 2019 - Bremerhaven" (Anzeige Druckwerke)	2019	2019/2020
690	Eishockey News Eishockey News - kleine Anzeige innerhalb des Textes (Anzeige Druckwerke)	2019	2019/2020
616	Pressemitteilungen Erstmals WhatsApp-Newsletter zum Seestadtfest 2019 (PR)	2019	20190312
685	EuroBus EuroBus - Anzeige (Anzeige Zeitschrift)	2019	2019-04
774	EuroBus EuroBus - Anzeige Sail (Anzeige Zeitschrift)	2019	2019-12
773	EuroBus EuroBus - Anzeige Weihnachtsmarkt (Anzeige Zeitschrift)	2019	2019-06
641	EuroBus EuroBus - Redaktion (Redaktion Zeitschrift)	2019	2019-04
640	EuroBus EuroBus - Störer (Anzeige Zeitschrift)	2019	2019-03
735	Ewa Elbe-Weser aktuell (Anzeige Druckwerke)	2019	15.05.2019
736	Ewa Elbe-Weser aktuell (Anzeige Druckwerke)	2019	22.05.2019
714	Ewa Elbe-Weser aktuell (Anzeige Druckwerke)	2019	24.04.2019
645	Ewa Elbe-Weser aktuell (Anzeige Druckwerke)	2019	27.03.2019
726	Ewa Elbe-Weser aktuell (Anzeige Druckwerke)	2019	30.04.2019
907	Ewa Elbe-Weser aktuell Ewa Elbe-Weser aktuell - Anzeige Schippertage (Anzeige Zeitschrift)	2019	14.08.2019
804	Ewa Elbe-Weser aktuell Ewa Elbe-Weser aktuell - Urlaub & Freizeit Magazin Anzeige Sail (Anzeige Druckwerke)	2019	03.07.2019
315	EWE-Nordseelauf EWE-Nordseelauf 2019 - Anzeige (Anzeige Leporello Druckwerke)	2019	2019
466	EWE-Nordseelauf EWE-Nordseelauf 2019 - Broschüre (Prospekt, Broschüre Folder Druckwerke)	2019	2019
469	EWE-Nordseelauf EWE-Nordseelauf 2020 - Anmeldeformulare (PDF - Formular Druckwerk+Online Druckwerke)	2019	2020
730	Pressemitteilungen Exklusive Führung über Spezialschiffe für Instagrammer (PR)	2019	20190502
240	Fahrplan Bremerhaven-Helgoland Fahrplan Bremerhaven-Helgoland - Anzeige Sail 2020 +Wissen- und Erlebniswelten (Anzeige Druckwerke)	2019	2020
242	Fahrplanbuch BremerhavenBus (Anzeige Druckwerke)	2019	2019
439	Fahrplanbuch BremerhavenBus Fahrplanbuch BremerhavenBus - Anzeige Sail (Anzeige Druckwerke)	2019	2020
1136	Ferienmagazin Deutschland Ferienmagazin Deutschland 2019 (Anzeige Anzeige+Redaktion Druckwerke)	2019	2020
738	Pressemitteilungen Freibeuter, Feuerschiffe und Kinder-Liebliche (PR)	2019	20190507

983	Gästekarte Butjadingen Gästekarte Butjadingen - Rabattaktion 2020 - Text und Bild (Eintrag Bild+Text Druckwerke)	2019	2020
202	Gastgeberverzeichnis "Perlen der Wesermarsch" Gastgeberverzeichnis "Perlen der Wesermarsch" - Anzeige (Anzeige Druckwerke)	2019	2020
85	Gastgeberverzeichnis Bremerhaven / Südliches Cuxland (Prospekt, Broschüre Druckwerk+Online Druckwerke)	2019	2019
149	Gastgeberverzeichnis Bremerhaven / Südliches Cuxland (Prospekt, Broschüre Druckwerk+Online Druckwerke)	2019	2020
373	Gastgeberverzeichnis Bremerhaven / Südliches Cuxland Gastgeberverzeichnis Bremerhaven / Südliches Cuxland Übersetzung (Prospekt, Broschüre Druckwerk+Online Druckwerke)	2019	2019
239	Gastgeberverzeichnis der Gemeinde Sande Gastgeberverzeichnis der Gemeinde Sande - Anzeige Wissens- und Erlebniswelten (Anzeige Druckwerke)	2019	2020
140	Gastgeberverzeichnis für den Landkreis Verden - Urlaub zwischen Weser und Heide Gastgeberverzeichnis für den Landkreis Verden - Anzeige Wissens- und Erlebniswelten (Anzeige Druckwerke)	2019	2020
236	Gastgeberverzeichnis Geestland Gastgeberverzeichnis Geestland - Anzeige Wissens- und Erlebniswelten (Anzeige Druckwerke)	2019	2020
234	Gastgeberverzeichnis Varel-Dangast Gastgeberverzeichnis Varel-Dangast Anzeige Wissens- und Erlebniswelten (Anzeige Druckwerke)	2019	2020
241	Gastgeberverzeichnis Worpswede und das Teufelsmoor - Besucherinformation Gastgeberverzeichnis Worpswede und das Teufelsmoor - Imageanzeige + Hinweis auf Sail (Anzeige Druckwerke)	2019	2020
233	Gastgeberverzeichnis Wurster Nordseeküste (Anzeige Druckwerke)	2019	2020
380	Pressemitteilungen Gratis-Tourist in der eigenen Stadt mit einem "Like" (PR)	2019	20190107
788	Pressemitteilungen Große Taufparty für Dreamliner (PR)	2019	20190603
892	Grüne Wege-Freizeitradwege-Naturschutzgebiete Grüne Wege-Freizeitradwege-Naturschutzgebiete - Plakat Nachdruck (Plakat)	2019	2019
611	Messen - GTM Germany Travel Mart™ GTM Germany Travel Mart™ Wiesbaden (Sales Promotion LED (still) Messen, Ausstellungen)	2019	2019 (12.-14.05.2019)
649	Harufa - Hafenrundfahrt Überseehäfen Harufa - Änderung der Harufa-Standardanzeige (Künstlerischer Entwurf Gestaltung)	2019	2019
896	Heimat shoppen Heimat shoppen - Bühnenslider (Bühnenslider Online Social Media)	2019	2019
675	Rund um den Frühling Hochglanz-Magazin "Rund um den Frühling" - Anzeige Seestadtfest (Anzeige Druckwerke)	2019	2019
901	Rund um den Sommer Hochglanz-Magazin "Rund um den Sommer" - Anzeige Schippertage (Anzeige Druckwerke)	2019	Juli 2019
553	Hosting - barrierefreie-nordsee.de Hosting - Barrierefrei-Homepage (Hosting)	2019	2019
516	Hosting - bremerhaven.de (Hosting)	2019	2019
536	Hosting - logbuch-bremerhaven.de (Hosting)	2019	2019
518	Hosting - TOMAS Hosting - my.IRS TOMAS System (Hosting)	2019	2019
514	Hosting - Serverkosten Hosting - Serverkosten Hosting (Hosting)	2019	2019
718	Pressemitteilungen In der Kneipe Wissensdurst stillen klappt auch 2019 (PR)	2019	20190417

386	Pressemitteilungen Insekten snack und Fotomotive in Hülle und Fülle (PR)	2019	20190118
378	Pressemitteilungen Insider-Geschichten gefallen Einheimischen und Touristen (PR)	2019	20190103
961	InstaWalk_InstaCooking_InstaMeet_BremerhavenWalk InstaCooking - Logo (Künstlerischer Entwurf Gestaltung Social Media)	2019	2019 ff
1116	InstaWalk_InstaCooking_InstaMeet_BremerhavenWalk Instacooking - Schlüsselband (Künstlerischer Entwurf Gestaltung Social Media)	2019	2019 ff
962	InstaWalk_InstaCooking_InstaMeet_BremerhavenWalk InstaMeet - Logo (Künstlerischer Entwurf Gestaltung Social Media)	2019	2019 ff
1117	InstaWalk_InstaCooking_InstaMeet_BremerhavenWalk InstaMeet - Schlüsselband (Künstlerischer Entwurf Gestaltung Social Media)	2019	2019 ff
994	InstaWalk_InstaCooking_InstaMeet_BremerhavenWalk InstaWalk - Plakat Ausdruck für Stadtmarketing (Plakat)	2019	2019
1183	InstaWalk_InstaCooking_InstaMeet_BremerhavenWalk InstaWalk - Schlüsselband Nachdruck 01 (Künstlerischer Entwurf Gestaltung Social Media)	2019	2019 ff
371	Messen - ITB Berlin ITB 2019 - Einladungskarte (Prospekt, Broschüre Leporello Druckwerke)	2019	2019-03 (6.-10.03.2019)
285	Messen - ITB Berlin ITB 2019 - Einladungskarte Veranstaltung Busstop (Sales Promotion Messen, Ausstellungen)	2019	2019-03 (6.-10.03.2019)
443	Messen - ITB Berlin ITB 2019 - Hinweisschild "glasen" (Seite Projekt ebg Druckwerke)	2019	2019-03 (6.-10.03.2019)
444	Messen - ITB Berlin ITB 2019 - Hinweisschild "Knotenkunde" (Seite Projekt ebg Druckwerke)	2019	2019-03 (6.-10.03.2019)
1143	Messen - ITB Berlin ITB 2020 - Fotos für Standrückwand (Foto Messen, Ausstellungen)	2020	2020-03 (4.-8.03.2020)
1144	Messen - ITB Berlin ITB 2020 - Fotos für Wimmelwand (Foto Messen, Ausstellungen)	2020	2020-03 (4.-8.03.2020)
684	Reisemobil-Stellplatz Doppelschleuse und Fischkai jpg.Logo für Ticketautomat (Plakat Druckwerke)	2019	2019
674	Karten Karte - Ausdruck Hafenerlebnis (Ausdruck)	2019	2019
673	Karten Karte - Ausdruck Wissens- und Erlebniswelten (Ausdruck)	2019	2019
836	Kino im Hafen Kino im Hafen - Trailerwerbung Sail 2020 60 Sek. (Clip (Video) ca. 60 Sek. LED-Leinwände)	2019	2019
797	Klimahaus Bremerhaven 8° Ost Klimahaus Bremerhaven 8° Ost - Glückwunsch zum 10-jährigen Jubiläum (Glückwunsch Bild+Text)	2019	2019
411	Komfort für alle Komfort für alle - Folder zertifizierte Angebotsbündel (Prospekt, Broschüre Folder Druckwerke)	2019	2019
719	Pressemitteilungen Kongresswürdig: Barrierefreiheit im Tourismus (PR)	2019	20190417
492	Pressemitteilungen Kostenfreier Blick hinter die Kulissen (PR)	2019	20190228
806	Pressemitteilungen Kostenfreies Fischerlebnis für Instagram-Nutzer (PR)	2019	20190607

294	Kreuzfahrtterminal Kreuzfahrtterminal 2019 - Erstanlaufaktionen (Sales Promotion)	2019	2019
790	Kreuzfahrttourismus Kreuzfahrttourismus - Flyer Taufe "Vasco Da Gama" (Flyer Druckwerke)	2019	2019
897	Kreuzfahrttourismus Kreuzfahrttourismus - Layout "Welcome to Bremerhaven" für Banner (Banner Banner)	2019	2019
715	KulTouren KulTouren - 2. Kulinarische Fahrradtouren - Text + Foto (Text Druckwerke)	2019	
174	Kurs Bremerhaven Kurs Bremerhaven 2019 (Prospekt, Broschüre Druckwerke)	2019	2019
646	Kurs Bremerhaven Kurs Bremerhaven 2020 - Anzeige (Anzeige Druckwerke)	2020	2020
511	LCD-Busfolien (Anzeige LED (still) Verkehrsmittel)	2019	2019
508	LED-Screens (Anzeige LED (still) POS)	2019	2019
114	Lily Marleen / Lale Andersen (Prospekt, Broschüre Leporello Druckwerke)	2019	2019
1189	Logbuch Bremerhaven Logbuch Bremerhaven - Karte mit 9 illuminierten Orten (Grafik Social Media)	2020	2020
842	Logbuch Bremerhaven Logbuch Bremerhaven - LED Werbung im Schaufenster Fischereihafen (LED)	2019	2019
780	Logbuch Bremerhaven Logbuch Bremerhaven - Piktogramm (Grafik Social Media)	2019	2019 ff
944	Löppt! Löppt! - Anzeige "Sciende goes public" und "Science Slam" (Anzeige Zeitschrift)	2019	2019-10 (Oktober)
946	Löppt! Löppt! - Anzeige Sail (Anzeige Zeitschrift)	2019	2019-12 (Dezember)
945	Löppt! Löppt! - Anzeige Weihnachtsmarkt (Anzeige Zeitschrift)	2019	2019-11 (November)
1164	Magazin "Ausguck" Magazin "Ausguck" - Verkaufsplakat (Plakat)	2019	209 ff
396	Laufpass Magazin "Laufpass" (Anzeige Eckfeldanzeige Druckwerke)	2019	2019-01 (Nr. 59 - Feb.-Mai)
397	Laufpass Magazin "Laufpass" - redaktionell + Anzeige Sail 2020 (Anzeige + Redaktion Eckfeldanzeige Druckwerke)	2019	2019-03 (Nr. 61 - 15.08.-14.11.19)
463	Mediadaten Mediadaten 2019 (Prospekt, Broschüre PDF Druckwerke)	2019	2019
398	Pressemitteilungen Mein Schiff 2 von TUI Cruises besucht Bremerhaven (PR)	2019	20190129
931	Tagungen, Messen und Kongresse Messe RehaCare - Prospektauslage der "Komfort für alle" Prospekte (Messeteilnahme Messen, Ausstellungen)	2019	2019 (18.- 21.09.2019)
784	Tagungen, Messen und Kongresse Messebudget 2020 (Messeteilnahme Messen, Ausstellungen)	2020	2020
309	MessengerPeople MessengerPeople Basic 2019 (Social Media Internet/Online)	2019	2019-01 Januar (17.12. - 16.01.)
310	MessengerPeople MessengerPeople Basic 2019 (Social Media Internet/Online)	2019	2019-02 Februar (17.01. - 16.02.)
314	MessengerPeople MessengerPeople Basic 2019 (Social Media Internet/Online)	2019	2019-06 Juni
482	MICE MICE - Broschüre Maritim Tagen. Am Fluss der Zeit (Prospekt, Broschüre Druckwerk+Online Druckwerke)	2019	2019

724	Pressemitteilungen Mit dem Fotoapparat auf „Spurensuche Auswanderung“ (PR)	2019	20190424
647	MIX MIX - Anzeige Seestadtfest (Anzeige Zeitschrift)	2019	2019
1126	MOS - Marineoperationsschule MOS - Marineoperationsschule - Anzeige Sail (Anzeige Druckwerke)	2019	2019
542	Nebenkosten Nebenkosten - Graphische, textliche u.ä. Dienstleistungen (Nebenkosten)	2019	2019
749	Pressemitteilungen Neue Rampen sorgen für Barrierefreiheit beim Seestadtfest (PR)	2019	20190516
389	Pressemitteilungen Noch Chancen für den kleinen Heimaturlaub (PR)	2019	20190123
113	Nordsee GmbH Nordsee GmbH - Tablettaufleger (Anzeige Beileger Druckwerke)	2019	2020 (09.01.- 26.02.2020)
269	Nordseeküstenradweg (Prospekte, Broschüren, Social Media Karte, Plan Internet/Online)	2019	2019
761	Nordsee-Zeitung Sonderbeilage Nordsee-Zeitung Sonderbeilage - 10 Jahre Klimahaus (Prospekt, Broschüre Anzeige+Redaktion Druckwerke)	2019	2019
245	Nordsee-Zeitung Sonderbeilage Nordsee-Zeitung Sonderbeilage - Seestadtfest 2019 - ehemals Seestadtfest Magazin (Prospekt, Broschüre Anzeige+Redaktion Druckwerke)	2019	2019
421	Nordsee-Zeitung Sonderbeilage Nordsee-Zeitung Sonderbeilage Sail 2020 (Advertorial Text (PR) Druckwerke)	2019	2019
442	Nordsee-Zeitung Sonderbeilage Nordsee-Zeitung Sonderbeilage Sail 2020 - Anzeige (Anzeige Druckwerke)	2019	2019
434	Omnibusrevue (Anzeige Zeitschrift)	2019	2019-03
435	Omnibusrevue (Anzeige Zeitschrift)	2019	2019-08
436	Omnibusrevue (Anzeige Zeitschrift)	2019	2019-09
437	Omnibusrevue Omnibusrevue - Sonderheft Omnibusrevue Extra Kultur - Anzeige Sail (Anzeige Zeitschrift)	2019	2019-10
932	Omnibusrevue Omnibusrevue - Städtespezial Bremen & Bremerhaven Foto + Text Weihnachtsarrangement für Bussis (Foto + Text Tabelleneintrag Zeitschrift)	2019	2019-10 (Oktober)
955	Omnibusrevue Omnibusrevue - Stadtpläne mit Verortung (Hosting)	2019	2019
739	Pressemitteilungen Parkplatz am Neuen Hafen wird für Seestadtfest gesperrt (PR)	2019	20190508
706	Pressemitteilungen Per Wassertaxi über die Weser von Hafen zu Hafen (PR)	2019	20190412
723	Pressemitteilungen Perspektivwechsel: Bremerhaven von der anderen Weserseite (PR)	2019	20190418
793	Reisemobil-Stellplatz Doppelschleuse und Fischkai Plakat Druck 190606 - Der Hafenbus (Plakat Druckwerke)	2019	2019
795	Reisemobil-Stellplatz Doppelschleuse und Fischkai Plakat Druck 190606 - Sail 2020 - ohne Sponsoren (Plakat Druckwerk+Online Druckwerke)	2019	2019
794	Reisemobil-Stellplatz Doppelschleuse und Fischkai Plakat Druck 190606 - Tour de Fisch (Plakat Druckwerke)	2019	2019
796	Reisemobil-Stellplatz Doppelschleuse und Fischkai Plakat Druck 190618 - Schippertage 2019 (Plakat Druckwerk+Online Druckwerke)	2019	2019
939	Reisemobil-Stellplatz Doppelschleuse und Fischkai Plakat Druck 190823 - Sailfie Aktion (Plakat Druckwerk+Online Druckwerke)	2019	2019
1101	Pressereferat Pressereferat - Briefbogen aktualisieren (Vorlage)	2019	2019

1103	Pressereferat Pressereferat - Briefbogen Sail 2020 aktualisieren (Vorlage)	2019	2019
534	Pressereferat Pressereferat - Strategische Unternehmens- und Produktkommunikation (PR)	2019	2019
933	printColumbus Mitgliedermagazin printColumbus Mitgliedermagazin - Anzeige Sail (Anzeige Druckwerke)	2019	02/2019
481	Promobus Promobus 2019 - Beklebung (Sales Promotion Gestaltung Verkehrsmittel)	2019	2019
291	Promobus Promobus 2019 - Einsätze (Sales Promotion)	2019	2019
941	Promobus Promobus 2019 - Steckdose Beklebung und Schriftzug Markise (Sales Promotion Gestaltung Verkehrsmittel)	2019	2019
478	Public Marketing Public Marketing - Stellenanzeige (Anzeige Anzeige+PR Zeitschrift)	2019	2019-03 (März)
507	Pressemitteilungen Rasante Entwicklung: Tourismuszahlen 2018 (PR)	2019	20190304
787	Messen - RDA Group Travel Expo 2020 in Köln RDA Workshop Köln 2019 (Redaktion Bild+Text Messen, Ausstellungen)	2019	2019-07
903	Reisemobil-Stellplatz Doppelschleuse und Fischkai Reisemobilstellplatz Doppelschleuse und Fischkai - Folder Nachbestellung (Prospekt, Broschüre Broschüre Druckwerke)	2019	2020 ff
688	Reisen-Magazin (Anzeige + Redaktion Anzeige+Redaktion Zeitschrift)	2019	2019 (Sep./Okt.)
634	Pressemitteilungen Roboter als Mitarbeiter im Weltraum? (PR)	2019	20190314
863	Sail Bremerhaven 2020 Sail 2020 - Leitung Pressezentrum Sail: Jobbeschreibung (Text Jobbeschreibung)	2019	2019
893	Sail Bremerhaven 2020 Sail 2020 - "Werder Bremen" Stadion - Mittelrangbande (Clip (Video) ca. 30 Sek. LED-Leinwände)	2019	2019
603	Airport Bremen Sail 2020 - Airport Bremen - Colorama (beuleuchteter Schaukasten) (Clip (Video) ca. 60 Sek. Anschlagstellen, Plakatwände)	2019	2019
602	Airport Bremen Sail 2020 - Airport Bremen - Deckenhänger (Banner)	2019	2019
629	Sail Bremerhaven 2020 Sail 2020 - Anzeige Schifftörns im Seestadtfest-Magazin (Anzeige Broschüre Druckwerke)	2019	2019
438	Sail Bremerhaven 2020 Sail 2020 - Anzeige Schifftörns in Programmheft "Ausguck" (Anzeige Druckwerke)	2019	2019
1115	Sail Bremerhaven 2020 Sail 2020 - Ausdruck HaWe-Plan-Quadrate (Ausdruck Poster)	2019	2019
609	Sail Bremerhaven 2020 Sail 2020 - Banner BAB27 Brückengeländer "Wir sehen uns zur Sail" (Banner Projekt ebg Anschlagstellen, Plakatwände)	2020	2020
605	Sail Bremerhaven 2020 Sail 2020 - Bremen und Bremerhaven Erlebnismagazin Seite 14 (Advertorial Beileger Druckwerke)	2019	2019 #3 (November - März)
600	Sail Bremerhaven 2020 Sail 2020 - Buswerbung (Buswerbung Folie/Tafel Verkehrsmittel)	2019	2019
947	Sail Bremerhaven 2020 Sail 2020 - Clips Untertitel (Clip (Video))	2019	2019
683	Sail Bremerhaven 2020 Sail 2020 - Folder "Schiffe Pur. Bremerhaven" - Schifftörns Mehrtages-/Tagesfahrten (Prospekt, Broschüre Folder Druckwerke)	2019	2019
418	Sail Bremerhaven 2020 Sail 2020 - Folder Schifftörns zur ITB (Prospekt, Broschüre Folder Druckwerke)	2019	2019
891	Sail Bremerhaven 2020 Sail 2020 - Foto + Logo (Foto + Logo)	2019	2020
445	Sail Bremerhaven 2020 Sail 2020 - Gewinnspiel-Aktion "SAILfie" (Social Media + Druckwerke Druckwerke + Social Media)	2019	2019

1155	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Sail 2020 - Gewinnspiel-Aktion "SAILfie" Druck 1 x für Weihnachtsmarkthütte (Social Media + Druckwerke Druckwerke + Social Media)	2019	2019
668	Sail Bremerhaven 2020 Sail 2020 - Hinweisschilder für Hartwig Wiest (Plakat)	2019	2019
701	Sail Bremerhaven 2020 Sail 2020 - Layout PIN als Goodie für Aktive und Unterstützer. Kein Verkauf. (Button)	2019	2019
399	Sail Bremerhaven 2020 Sail 2020 - Newsletter Banner (Endkunde) (Social Media Web-Banner Social Media)	2019	2019
862	Sail Bremerhaven 2020 Sail 2020 - NZ Logo für Sail Website unter Sponsoren (Logo)	2019	2019
1154	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Sail 2020 - Plakat Verkauf Sail Ente Druck 1 x für Weihnachtsmarkthütte (Plakat Druckwerk+Online Druckwerke)	2018	2018
1165	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Sail 2020 - Plakate "drei Menschen" mit "Törntickets hier" (Plakat Druckwerk+Online Druckwerke)	2019	2019
1156	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Sail 2020 - Poster / Plakate mit Sponsoren Druck 1 x für Weihnachtsmarkthütte (Plakat Druckwerk+Online Druckwerke)	2019	2019
711	Sail Bremerhaven 2020 Sail 2020 - Poster / Plakate ohne Sponsoren (Plakat Druckwerk+Online Druckwerke)	2019	2019
592	Magazin "Ausguck" Sail 2020 - Programmbuch "Ausguck" - Diverse grafische Beiträge (Prospekt, Broschüre Gestaltung Druckwerke)	2019	2019
899	Sail Bremerhaven 2020 Sail 2020 - Sail Logo ohne Datum für Instagram (Logo Gestaltung Social Media)	2019	2019
789	Sail Bremerhaven 2020 Sail 2020 - SAIL Teaser Flyer / SAIL-Lustmacher Folder (Folder Folder Druckwerke)	2019	2019
597	Sail Bremerhaven 2020 Sail 2020 - Snackcontent Hein Mück (Sales Promotion Spot (ca. länger als 90 Sek.))	2019	2019
807	Sail Bremerhaven 2020 Sail 2020 - Social Media Layout (Social Media Gestaltung Social Media)	2019	2019
420	Sail Bremerhaven 2020 Sail 2020 - Vertriebsexposé - Charterakquise (Prospekt, Broschüre Flyer Druckwerke)	2019	2019
419	Sail Bremerhaven 2020 Sail 2020 - Vertriebsexposé - Törns für Gruppen (Prospekt, Broschüre Flyer Druckwerke)	2019	2019
924	Sail Bremerhaven 2020 Sail 2020 - Weste Tourist Guide (Künstlerischer Entwurf Gestaltung Bekleidung)	2020	2020
1135	Sail Bremerhaven 2020 Sail 2020 - WoBiDu Bekleidung (Bekleidung Bekleidung)	2020	2020
583	Pressemitteilungen Sail Bremerhaven 2020 läuft auf der ITB groß auf (PR)	2019	20190310
417	Pressemitteilungen Sail rockt den Theaternachwuchs (PR)	2019	20190208
579	Pressemitteilungen Sail-Einladungskampagne läuft weiter (PR)	2019	20190308
818	Pressemitteilungen Sail-Veteran, Hollywood-Star und Entdeckungsschiff (PR)	2019	20190612
490	Pressemitteilungen Schatzkisten des Meeres (PR)	2019	20190228
740	Pressemitteilungen Schiffe – die eigentlichen Stars des Seestadtfestes (PR)	2019	20190510
381	Pressemitteilungen Schiffsbesichtigung und exklusives Konzert für Instagram-Nutzer (PR)	2019	20190107
441	Pressemitteilungen Schiffsliste der Sail Bremerhaven 2020 wächst (PR)	2019	20190214
479	Schilder und Tafeln Schilder und Tafeln - EBG Schild Hafeninsel Gebäude (Schild / Tafel Schild)	2019	2019
147	Schilder und Tafeln Schilder und Tafeln - Infotafel auf dem Blexer Weserdeich (Schild)	2019	2019 ff

308	Schilder und Tafeln Schilder und Tafeln - Infotafel Aussichtsplattform Sail City erneuern (Schild / Tafel Schild)	2019	2019 ff
150	Schilder und Tafeln Schilder und Tafeln - Kreuzfahrtterminal Elvis-Tafel (Schild / Tafel Schild)	2019	2019
991	Schilder und Tafeln Schilder und Tafeln - Kreuzfahrtterminal Elvis-Tafel - korrektur der Schreibfehler (Schild / Tafel Schild)	2019	2019
980	Schilder und Tafeln Schilder und Tafeln - Parkbeschilderung Speckenbüttler Park Nachbesserung (Schild / Tafel Schild)	2019	2019ff
837	Schippertage Schippertage 2019 - Anzeigen (Anzeige)	2019	2019
873	Schippertage Schippertage 2019 - Banner BAB27 Brückengeländer (Banner Projekt ebg Anschlagstellen, Plakatwände)	2019	2019
766	Schippertage Schippertage 2019 - Bauzaunplane mit Programm (vorher Programmflyer) (Bauzäune Bauzaunplane Bauzäune)	2019	2019
732	Schippertage Schippertage 2019 - Bühnenslider ohne Typo (Social Media Social Media)	2019	2019
462	Schippertage Schippertage 2019 - EBG intern - E-Mail Banner Schippertage (E-Mail Banner Projekt ebg)	2019	2019
121	Schippertage Schippertage 2019 - Einladung deutsch (Einladungs-/Glückwunschkarten Broschüre Druckwerke)	2019	2019
122	Schippertage Schippertage 2019 - Einladung niederländisch (Einladungs-/Glückwunschkarten Broschüre Druckwerke)	2019	2019
927	Schippertage Schippertage 2019 - Filmerstellung "Arbeitsprobe" - Videoclip für Onlinestellung (Clip (Video))	2019	2019
120	Schippertage Schippertage 2019 - Poster und Plakat (Plakat Druckwerk+Online Druckwerke)	2019	2019
758	Schippertage Schippertage 2019 - Schiffsanmeldung (Einladungs-/Glückwunschkarten Broschüre Druckwerke)	2019	2019
175	Schippertage Schippertage 2019 - Social Media (Social Media Social Media)	2019	2019
1091	Science goes Public Science goes Public - "Sie werden fotografiert" - Plakat (Plakat Druckwerke)	2019	2019
1335	Science goes Public Science goes Public - "Sie werden fotografiert" - Plakat - Nachdruck (Plakat Druckwerke)	2019	2019
474	Science goes Public Science goes Public - EBG intern - E-Mail Banner (E-Mail Banner Projekt ebg)	2019	2019 Frühjahr
848	Science goes Public Science goes Public - EBG intern - E-Mail Banner (E-Mail Banner Projekt ebg)	2019	2019 Herbst
394	Science goes Public Science goes Public - Folder (Prospekt, Broschüre Folder Druckwerke)	2019	2019 Frühjahr
849	Science goes Public Science goes Public - LED für Tourist-Info (Social Media Social Media)	2019	2019 Herbst
393	Science goes Public Science goes Public - Plakat (Plakat Druckwerke)	2019	2019 Frühjahr
846	Science goes Public Science goes Public - Plakat (Plakat Druckwerke)	2019	2019 Herbst
430	Science goes Public Science goes Public - Social Media (Social Media Social Media)	2019	2019 Frühjahr
847	Science goes Public Science goes Public - Social Media (Social Media Social Media)	2019	2019 Herbst
676	Pressemitteilungen Science goes Public! geht am 11. April wieder ins Meer (PR)	2019	20190404
850	Science Slam Science Slam - Plakat für VA (Plakat Druckwerke)	2019	2019
497	Science Slam Science Slam - Slammer gesucht! Akquiseplakat (Plakat Druckwerke)	2019	2019
781	Science Slam Science Slam - Slammer gesucht! Social Media Akquise (Social Media Social Media)	2019	2019
938	Science Slam Science Slam - Template Bühnenslider (Social Media Online Internet/Online)	2019	2019 ff
844	Pressemitteilungen Sechs spannende „Tresen am Meer“ (PR)	2019	20190620
777	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Ausdruck Plan Festgelände (Ausdruck Druckwerke)	2019	2019
687	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Banner "Quartier 159" vor Indutainern auf Lloyd Platz (Banner Banner)	2019	2019

431	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Banner BAB27 Brückengeländer (Banner Projekt ebg Anschlagstellen, Plakatwände)	2019	2019
453	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Barrierefrei für kognitiv Eingeschränkte in "Einfache Sprache" (Prospekt, Broschüre Leporello Druckwerke)	2019	2019
451	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Barrierefrei für körperlich Eingeschränkte (Prospekt, Broschüre Leporello Druckwerke)	2019	2019
653	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Bauzäune 3/8 Camp David (Bauzäune Bauzäune)	2019	2019
654	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Bauzäune 4/8 Soccx (Bauzäune Bauzäune)	2019	2019
655	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Bauzäune 5/8 GWS (Bauzäune Bauzäune)	2019	2019
656	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Bauzäune 6/8 Container Tiemann (Bauzäune Bauzäune)	2019	2019
666	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Bauzäune 7/8 KL Schwerlast (Bauzäune Bauzäune)	2019	2019
681	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Bauzäune 8/8 Liftkontor (Bauzäune Bauzäune)	2019	2019
400	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Briefpapier (Künstlerischer Entwurf Gestaltung Druckwerke)	2019	2019
632	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Buswerbung (Buswerbung Folie/Tafel Verkehrsmittel)	2019	2019
460	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - EBG intern - E-Mail Banner Seestadtfest (E-Mail Banner Projekt ebg)	2019	2019
643	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Einladungskarte (Einladungs-/Glückwunschkarten Druckwerke)	2019	2019
365	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Flagge (Werbeartikel Gestaltung)	2019	2019
368	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Groundposter Edeka (Plakat Groundposter Druckwerke)	2019	2019
731	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Groundposter Glasbrücke (Plakat Groundposter Druckwerke)	2019	2019
440	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Instagram Teaser Clips (Social Media ca. 20 Sek. Social Media)	2019	2019
712	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Logo für Schlüsselanhänger Floating weiss (Künstlerischer Entwurf Gestaltung)	2019	2019
432	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Plakat (Plakat Druckwerke)	2019	2019
198	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Programmfolder (Prospekt, Broschüre Leporello Druckwerke)	2019	2019
300	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Programmtürme (Prospekt, Broschüre Broschüre Druckwerke)	2019	2019
743	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Schatzsuche Fragebogen (Prospekt, Broschüre Leporello Druckwerke)	2019	2019
364	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Schiffsplakette (Werbeartikel Gestaltung)	2019	2019
493	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Social Media Layouts Programmhinweise (Social Media Anzeige+Social Media Social Media)	2019	2019
197	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Social Media Layouts Vorankündigung (Social Media Anzeige+Social Media Social Media)	2019	2019
369	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - STRÖER-Plakatierung (Plakat Poster Anschlagstellen, Plakatwände)	2019	2019
299	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Teaser Flyer (Prospekt, Broschüre Flyer Druckwerke)	2019	2019

663	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Werbespot für LED-Leinwand - 6 x 15 Sek. (TV-Spot (<30 Sek.) ca. 15 Sek. LED-Leinwände)	2019	2019
377	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - WhatsApp Layouts (Social Media Anzeige+Social Media Social Media)	2019	2019
661	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Wissenschaftsmeile Anzeige für NZ (Anzeige Druckwerke)	2019	2019
660	Seestadtfest Bremerhaven Seestadtfest 2019 - Wissenschaftsmeile Social Media Layouts (Social Media Social Media)	2019	2019
752	Pressemitteilungen Seestadtfest 2019 begrüßt die Sail Bremerhaven 2020 (PR)	2019	20190517
725	Pressemitteilungen Seestadtfest bietet internationale Köstlichkeiten (PR)	2019	20190425
764	Pressemitteilungen Seestadtfest kennt auch zarte Töne (PR)	2019	20190522
416	Pressemitteilungen Seit 20 Jahren lässt sie die Puppen tanzen (PR)	2019	20190207
388	Pressemitteilungen Seit zehn Jahren gut gebettet im Hotel Adena (PR)	2019	20190123
1099	Six Days Bremen Six Days Bremen - Sail2020 Sponsorshipment - Logenteppich / Innenraumbande (Grafik Sponsorshipment)	2020	2020 (09.-14.01.2020)
1100	Six Days Bremen Six Days Bremen - Sail2020 Sponsorshipment - Logo + Link + Video (Logo + Video Sponsorshipment)	2020	2020 (09.-14.01.2020)
1197	Six Days Bremen Six Days Bremen - Sail2020 Werbejingle + Audio Logo (Radio-Spot (<30 Sek.) ca. 30 Sek. Sponsorshipment)	2020	2020 (09.-14.01.2020)
677	Pressemitteilungen So fing es mit Bremerhaven an (PR)	2019	20190404
545	Social Media Social Media - Kanal "Bremerhaven erleben" (Social Media Social Media)	2019	2019
548	Social Media Social Media - Kanal "Sail" (Social Media Social Media)	2019	2019
549	Social Media Social Media - Kanal "Seestadtfest" (Social Media Social Media)	2019	2019
334	SocialHub SocialHub - Lizenz "Starter" Content Planner (Social Media Software Social Media)	2019	2019 (01.02.19.-01.02.2020)
335	SocialHub SocialHub - Lizenz "Starter" Content Planner (Social Media Software Social Media)	2020	2020 (01.02.20.-01.02.2021)
551	Software - CleverReach Software - CleverReach Newsletter (Software Software)	2019	2019
821	Sportschipper Sportschipper - Anzeige Sail + Redaktion (Anzeige + Redaktion Zeitschrift)	2019	2019-07 (Juli)
822	Sportschipper Sportschipper - Anzeige Sail + Redaktion (Anzeige + Redaktion Zeitschrift)	2019	2019-08 (August)
823	Sportschipper Sportschipper - Anzeige Sail + Redaktion (Anzeige + Redaktion Zeitschrift)	2019	2019-09 (September)
824	Sportschipper Sportschipper - Anzeige Sail + Redaktion (Anzeige + Redaktion Zeitschrift)	2019	2019-10 (Oktober)
825	Sportschipper Sportschipper - Anzeige Sail + Redaktion (Anzeige + Redaktion Zeitschrift)	2019	2019-11 (November)

826	Sportschipper Sportschipper - Anzeige Sail + Redaktion (Anzeige + Redaktion Zeitschrift)	2019	2019-12 (Dezember)
827	Sportschipper Sportschipper - Anzeige Sail + Redaktion (Anzeige + Redaktion Zeitschrift)	2020	2020-01 (Januar)
820	Sportschipper Sportschipper - Redaktion (Anzeige + Redaktion Zeitschrift)	2019	2019-06 (Juni)
1162	Stadtmarketing Stadtmarketing - PP-Präsentation Bilder + Motive (Foto PowerPoint-Präsentation)	2019	2019
861	Stars del Mar Stars del Mar - Text auf Website aktualisieren (Text Internet/Online)	2019	2019
966	SuV - Service & Vertrieb SuV - Angebotsblatt Weihnachtsarrangement / Weihnachtsmarkt-Angebote (Flyer Flyer Druckwerke)	2019	2019
1152	SuV - Service & Vertrieb SuV - Grußkarte "Mit freundlichen Grüßen..." (Karte Druckwerke)	2019	2019 ff
1107	SuV - Service & Vertrieb SuV - Preisausschreiben Weihnachtsmarkt - Karte (Postkarte Druckwerke)	2019	2019
1108	SuV - Service & Vertrieb SuV - Preisausschreiben Weihnachtsmarkt - Plakat (Plakat Druckwerke)	2019	2019
330	SuV - Service & Vertrieb Tourist-Info SUV - TI - Öffnungszeiten 2019 (Plakat Druckwerke)	2019	2019
331	SuV - Service & Vertrieb Tourist-Info SUV - TI - Öffnungszeiten 2019/2020 (Plakat Druckwerke)	2019	2019/2020 (Oktober 19 - April 20)
1078	SuV - Service & Vertrieb Tourist-Info SUV - TI - Öffnungszeiten 2019/2020 - Hinweis auf andere TI (Plakat Druckwerke)	2019	2019/2020 (Oktober 19 - April 20)
709	SuV - Service & Vertrieb Tourist-Info SUV - TI - Plakat "Moin" Nachdruck 01 (Plakat Druckwerke)	2019	2019
923	SuV - Service & Vertrieb Tourist-Info SUV - TI - Plakat "Moin" Nachdruck 02 (Plakat Druckwerke)	2019	2019
1186	SuV - Service & Vertrieb Tourist-Info SUV - TI - TISF geänderte Öffnungszeiten (Plakat Druckwerke)	2019	2019
890	Messen - Tag der Deutschen Einheit Tag der Deutschen Einheit - 4 Motive von Wahrzeichen (Foto Messen, Ausstellungen)	2019	2019
1138	Tante Babo Tante Babo - Anzeige Weihnachtsmarkt (Anzeige Zeitschrift)	2019	2019-12
540	TiF - Veranstaltungsfolder (Prospekt, Broschüre Leporello Druckwerke)	2019	2019
985	TIMEOUT Kompakt TIMEOUT Kompakt - Anzeige (Anzeige Zeitschrift)	2019	02.10.2019
986	TIMEOUT Kompakt TIMEOUT Kompakt - Anzeige (Anzeige Zeitschrift)	2019	26.12.2019
840	TOMAS TOMAS - Icon "barrierefrei" (Grafik Gestaltung Internet/Online)	2019	2019
839	TOMAS TOMAS - Icon "Green Meetings" (Grafik Gestaltung Internet/Online)	2019	2019
852	TOMAS TOMAS - Icon Badge "persönliche Beratung" (Grafik Gestaltung Internet/Online)	2019	2019
162	TopPlatz-Stellplatzführer TopPlatz-Stellplatzführer - Eintrag (Eintrag Eintrag mit Bild oder Graphik Druckwerke)	2019	2019
255	TopPlatz-Stellplatzführer TopPlatz-Stellplatzführer - Eintrag (Eintrag Eintrag mit Bild oder Graphik Druckwerke)	2019	2020
615	Tour de Fisch Tour de Fisch - Plakat Nachdruck (Plakat Druckwerke)	2019	2019
707	Tour de Fisch Tour de Fisch - Plakat Nachdruck 2. (Plakat Druckwerke)	2019	2019
782	Tour de Fisch Tour de Fisch - Plakat Nachdruck 3. (Plakat Druckwerke)	2019	2019

741	Pressemitteilungen Touren ändern für Seestadtfest ihre Abfahrtsorte (PR)	2019	20190514
786	Tourismusführer Bremerhaven und Umzu (Anzeige Broschüre Druckwerke)	2019	2019 Frühjahr/Sommer
942	Messen - Tourismus-Lab Bremerhaven 2019 Tourismus-Lab Bremerhaven 2019 - Sitzcontainer "Container" Gestaltung (Künstlerischer Entwurf Gestaltung Sitzwürfel)	2019	2019
963	Messen - Tourismus-Lab Bremerhaven 2019 Tourismus-Lab Bremerhaven 2019 - Teppich VINYL Rollenware (Foto Teppich Messen, Ausstellungen)	2019	2019
710	Tourismusort Barrierefreiheit geprüft Tourismusort Barrierefreiheit geprüft - Flyer Einladung (Flyer Flyer Druckwerke)	2019	2019
480	Tourismusort Barrierefreiheit geprüft Tourismusort Barrierefreiheit geprüft - Flyer Persönliche Einladung (Flyer Flyer Druckwerke)	2019	2019
638	Tourismusort Barrierefreiheit geprüft Tourismusort Barrierefreiheit geprüft - Namensschilder (Namensschilder Gestaltung Druckwerke)	2019	2019
557	Miete Richtfunk Tourist-Info Fischereihafen 30MBit (Miete)	2019	2019
556	Miete Richtfunk Tourist-Info Hafeninsel Typ 100 / Anbindung an das Magistratsnetz (Miete)	2019	2019
258	URLAUBS- & FREIZEITmagazin nordwärts - TouROW TouROW-URLAUBS- & FREIZEITmagazin nordwärts (Anzeige Druckwerke)	2019	2020
1151	URLAUBS- & FREIZEITmagazin nordwärts - TouROW TouROW-URLAUBS- & FREIZEITmagazin nordwärts - kolo Eintrag (Eintrag Druckwerke)	2019	2020
633	Pressemitteilungen Transparenz für mehr Sicherheit (PR)	2019	20190314
819	Tresen am Meer - Studentenprojekt Tresen am Meer - Studentenprojekt - Anzeige Tante Babo (Anzeige)	2019	2019 Juli
695	Tresen am Meer - Studentenprojekt Tresen am Meer - Studentenprojekt - Flyer (Flyer Flyer Druckwerke)	2019	2019
694	Tresen am Meer - Studentenprojekt Tresen am Meer - Studentenprojekt - Plakate für Aushang in Kneipen (Plakat)	2019	2019
693	Tresen am Meer - Studentenprojekt Tresen am Meer - Studentenprojekt - Social Media (Vorankündigungen) (Social Media)	2019	2019
1120	TSS Touristik Service System GmbH TSS Touristik Service System GmbH - Eintrag (Eintrag Bild+Text Internet/Online)	2019	2020
744	Übersetzungsleistungen Übersetzungsleistungen - Seestadtfest barrierefreier Folder (Übersetzungsleistung)	2019	2019
856	Pressemitteilungen Unterwegs auf dem längsten Radweg der Welt (PR)	2019	20190627
259	Urlaubs- und Gästezeitung Grünes Ostfriesland (Anzeige Druckwerke)	2019	2019 Frühjahr/Sommer
260	Urlaubs- und Gästezeitung Grünes Ostfriesland (Anzeige Druckwerke)	2019	2019 Sommer/Herbst
263	Urlaubs- und Gästezeitung Nordseeheilbad Carolinensiel-Harlesiel (Anzeige Druckwerke)	2019	2019 Frühjahr/Sommer
264	Urlaubs- und Gästezeitung Nordseeheilbad Carolinensiel-Harlesiel (Anzeige Druckwerke)	2019	2019 Sommer/Herbst

494	Urlaubs- und Gastgebermagazin "Wohlfühlreich" (Anzeige Broschüre Druckwerke)	2019	2020
248	Urlaubsmagazin Butjadingen Urlaubsmagazin Butjadingen 2020 (Anzeige Druckwerke)	2019	2020
235	Urlaubsmagazin Wingst - Hemmoor - Otterndorf (Anzeige Druckwerke)	2019	2020
778	Pressemitteilungen Verlegung Hein Mück Festival (PR)	2019	20190524
491	Pressemitteilungen Vertriebsklassiker in frischer Optik (PR)	2019	20190228
387	Pressemitteilungen Vielfalt und Harmonie auf dem Designer-Schiff (PR)	2019	20190122
708	Vom Ursprung der Stadt Vom Ursprung der Stadt - Plakat Nachdruck (Plakat Druckwerke)	2019	2019
689	Wassertaxi "Lottjen" Wassertaxi - 2 Poster für Passantestopper Haltestelle Flotte Lotte (Börteboot NH-SF) (Plakat Druckwerke)	2019	2019
734	Wassertaxi "Lottjen" Wassertaxi - Flyer doppelseitig (Folder Druckwerke)	2019	2019
859	Wassertaxi "Lottjen" Wassertaxi - Flyer doppelseitig (Flyer Druckwerke)	2019	2019
303	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Weihnachtsmarkt 2019 - Aushang - Verkaufsschild detailliert Weihnachtsmarkthütte / Promobus (Plakat Projekt ebg Druckwerke)	2019	2019
305	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Weihnachtsmarkt 2019 - Aushang für Aussteller für Weihnachtsmarkthütte - Öffnungszeiten (Plakat Projekt ebg Druckwerke)	2019	2019
1157	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Weihnachtsmarkt 2019 - Aushang für TI's - Plakat Weihnachtsmarkt Druck 2 x (Plakat Projekt ebg Druckwerke)	2019	2019
874	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Weihnachtsmarkt 2019 - Banner BAB27 Brückengeländer (Banner Projekt ebg Anschlagstellen, Plakatwände)	2019	2019
455	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Weihnachtsmarkt 2019 - Barrierefrei für körperlich Eingeschränkte (Prospekt, Broschüre Folder Druckwerke)	2019	2019
1158	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Weihnachtsmarkt 2019 - detailliertes Verkaufsschild Weihnachtsmarkthütte (Plakat Projekt ebg Druckwerke)	2019	2019
954	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Weihnachtsmarkt 2019 - Einladungskarte Eröffnung Weihnachtsmarkt (Prospekt, Broschüre Broschüre Druckwerke)	2019	2019
970	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Weihnachtsmarkt 2019 - Folder (Folder Folder Druckwerke)	2019	2019
1020	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Weihnachtsmarkt 2019 - Folder für Instagram (Folder Folder Druckwerke)	2019	2019
1125	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Weihnachtsmarkt 2019 - Folder fürs Internet (Folder Folder Druckwerke)	2019	2019
969	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Weihnachtsmarkt 2019 - Groundposter EDEKA Roter Sand (Plakat Groundposter Druckwerke)	2019	2019
976	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Weihnachtsmarkt 2019 - Groundposter Glasbrücke (Plakat Groundposter Druckwerke)	2019	2019
176	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Weihnachtsmarkt 2019 - Groundposter Social Media (Plakat Groundposter Druckwerke)	2019	2019
978	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Weihnachtsmarkt 2019 - Hintergrundbanner für beleuchteten Weihnachtsmann (Banner Banner)	2019	2019

1089	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Weihnachtsmarkt 2019 - Plakat mit Programm für Weihnachtsmarkthütten der Aussteller (Plakat Projekt ebg Druckwerke)	2019	2019
1167	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Weihnachtsmarkt 2019 - Plakat mit Programm für Weihnachtsmarkthütten der Aussteller ohne Text (Plakat Projekt ebg Druckwerke)	2019	2019
1106	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Weihnachtsmarkt 2019 - Plakat Tourist "i" (Plakat Projekt ebg Druckwerke)	2019	2019
975	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Weihnachtsmarkt 2019 - Plakat Weihnachtsmarkt (Plakat Projekt ebg Druckwerke)	2019	2019
1163	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Weihnachtsmarkt 2019 - Plakat Weihnachtsmarkt Druck für WoMo Stellplatz (Plakat Projekt ebg Druckwerke)	2019	2019
1133	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Weihnachtsmarkt 2019 - Radio Bremen Spot (Radio-Spot (<30 Sek.) Radio)	2019	2019
967	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Weihnachtsmarkt 2019 - Rückwände für neue Märchenhütten (Grafik Anschlagstellen, Plakatwände)	2019	2019
965	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Weihnachtsmarkt 2019 - Social Media Layout (Social Media Social Media)	2019	2019
376	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Weihnachtsmarkt 2019 - STRÖER-Plakatierung (Plakat Poster Anschlagstellen, Plakatwände)	2019	2019
973	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Weihnachtsmarkt 2019 "Sternen-Bummel" - Anzeige und Plakat (Plakat Anzeige+Plakat Druckwerke)	2019	2019
1159	Weihnachtsmarkt (Erlebnis) Weihnachtsmarkt 2019 "Sternen-Bummel" - SoMe + Bühnenslider + Header bremerhaven.de (Social Media Social Media)	2019	2019
762	Weser Report Weser Report - Anzeige Seestadtfest (Anzeige Druckwerke)	2019	2019 Regio Nord
765	Pressemitteilungen Wesermündung wird erstmals Taufbecken für Kreuzfahrtschiff (PR)	2019	20190523
446	Weser-Radweg Weser-Radweg Re-Zertifizierung ADFC 4-Sterne (Zertifizierung Kooperation)	2020	2020
906	Wintertraum Magazin Wintertraum Magazin - Marketing Kampagne 2019 (Foto + Text Eintrag mit Bild oder Graphik crossmedial)	2019	2019
1112	Wintertraum Magazin Wintertraum Magazin - Marketing Kampagne 2019 - Facebook Post (Foto + Text Eintrag mit Bild oder Graphik crossmedial)	2019	2019
759	Pressemitteilungen Wissenschaft zum Anfassen auf dem Seestadtfest (PR)	2019	20190520
404	Pressemitteilungen Zeit für den kleinen Urlaub vor der Haustür (PR)	2019	20190131
1175	Zu Gast in Deiner Stadt - Unsere Stadt. Unser Wochenende! Zu Gast in Deiner Stadt! 2020 - Anzeige Tante Babo (Anzeige Druckwerke)	2020	2020-01

11. Marktforschung

Marktforschungsdaten und die daraus erwachsene Kenntnis über Quellgebiete, Kunden, Gäste und Produkte stellen die Grundlage jeglichen touristischen Marketings dar. Bremerhaven ist nach wie vor eine der wenigen Destinationen, die seit Jahren auf eine qualifizierte eigene Marktforschung zurückgreifen kann. Die Bremerhavener Firma itf Research GmbH, an der die Erlebnis Bremerhaven GmbH beteiligt ist, führte auch 2019 im Auftrag der Erlebnis Bremerhaven GmbH ganzjährig eine **repräsentative Gästeanalyse** mittels persönlicher Interviews durch. Die umfangreichen, empirisch einwandfreien Ergebnisse fließen in das Marketing ein. itf erhält zusätzliche Erkenntnisse z.B. über die Zahl der Gäste, die in denjenigen Bremerhavener Betrieben übernachten, welche nicht statistisch erfasst werden oder in privat zur Verfügung gestellten Unterkünften von Verwandten und Bekannten, dem sog. grauen Beherbergungsmarkt. Darüber hinaus wurden zahlreiche weitere Daten erhoben (Ausgabeverhalten, Aufenthaltsdauer, Erwartungen, Motive, Aktivität, Zufriedenheit usw.).

Diese Ergebnisse, sowie die aus verschiedenen anderen Quellen zusammengetragenen Daten ergaben ein schlüssiges Bild v. a. der Gästestruktur und ihres Ausgabeverhaltens für das Jahr 2019 im Vergleich mit den Vorjahren. Da für die vollständige Analyse die Daten der betr. statistischen Ämter unabdingbar sind, liegt diese i.d.R. Anfang des 2. Quartals des Folgejahres vor und wird dann im Rahmen einer Pressekonferenz zusammen mit dem Oberbürgermeister präsentiert.

Die Daten des **Statistischen Landesamtes** basieren auf der Meldung der Zahlen von Ankünften, Übernachtungen, Länderherkunft und vermieteten Betten von Betrieben mit mehr als zehn Betten. Dabei wird eine Aufteilung nach geschäftlicher, touristischer oder sonstiger Begründung des Aufenthaltes nicht abgefragt. (Die Ergebnisse beider Quellen werden in der Grafik unter Kapitel 1 „Allgemeines“ dargestellt.)



Seit mehreren Jahren nimmt die Erlebnis Bremerhaven GmbH an den Erhebungen zum **Sparkassen-Tourismusbarometer Niedersachsen**, welches es seit 2003 gibt, teil. Dazu werden die Touristiker im Land zweimal jährlich zu einer Stimmungsbefragung gebeten. Dieses wichtige und in seiner Art einzigartige Marktforschungsinstrument wird auch in zahlreichen weiteren Bundesländern genutzt. Da es im Land Bremen bislang keine vergleichbare Erhebung gibt, hatte sich schon die BIS dem Tourismusbarometer Niedersachsen angeschlossen. Nach einer Vereinbarung aus dem Jahr 2016 übernimmt seitdem die Weser-Elbe-Sparkasse die Kosten in Höhe von ca. 5.000

EUR/Jahr für den Anteil Bremerhavens.

Mehrere touristische Einrichtungen aus Bremerhaven lieferten dem Deutschen Wirtschaftswissenschaftlichen Institut für Fremdenverkehr (DWIF), der das Tourismusbarometer wissenschaftlich begleitet und durchführt, 2019 wieder vertraulich monatliche Besucherdaten zu. Diese werden zu einer umfassenden und nach Sparten aufgliederten Marktforschungssammlung für die gesamte Region zusammengefasst und in einer Auswertungstagung jeweils im Juli in Hannover für das Vorjahr, also 2018 mit Ausblick auf 2019 und einem jeweils wechselnden Themenschwerpunkt, vorgestellt.



12. Kreuzfahrttourismus

Der weltweit florierende Kreuzfahrttourismus zeigte endlich seit 2016 auch in Bremerhaven positive Auswirkungen, nachdem der Boom jahrelang an der Seestadt vorbei zu gehen schien. 2018 wurden im Columbus Cruise Center Bremerhaven (CCCB) 230.000 Passagiere abgefertigt. In 2019 stieg die Zahl nochmal auf rd. 50.000, die der Anläufe auf 115.



Ein **Empfangsevent** für die Passagiere von Kreuzfahrtschiffen in Bremerhaven ist Teil der Strategie, das CCCB für Reedereien attraktiv zu halten. Die Erlebnis Bremerhaven GmbH organisierte auch 2019 für die Erst-Anläufe wieder ein kulturelles Begrüßungsprogramm im Terminal, um die Passagiere positiv auf die Stadt einzustimmen. Diese Veranstaltungen werden durch aus CityTax finanziert. 2019 waren durch die Veranstaltungsabteilung wiederum mehrere Aktivitäten dieser Art zu planen und durchzuführen, u. a. die Taufe der „Amera“ und ein Vierfachtanlauf von Phoenix-Reisen.

Daneben war die **mobile Tourist-Information** in der unteren und/oder oberen Halle bei Anläufen durchgängig besetzt und verteilte mehrsprachiges Info-Material. Allerdings war auch 2019 die überwiegende Mehrzahl der Anläufe sog. Turn arounds, bei denen ein Passagierwechsel stattfand, jedoch kein Landgang.

Im März 2018 bat der Oberbürgermeister die Erlebnis Bremerhaven GmbH darum, sich des **Kreuzfahrtmarketings** stärker anzunehmen. Damit waren ausdrücklich nur Maßnahmen gemeint, die sich auf die Besucherlenkung bezogen. Der mehrsprachige Shopping-Guide mit genauer Wegeführung vom CCCB bis zur Tourist-Information Havenwelten wurde in 2019 weitergeführt.



Zahlreiche Einheimische und Touristen aus dem Umland besuchten auch 2019 die in 2017 umfangreich renovierte **Besuchergalerie** des CCCB und bestaunten die dort liegenden Schiffe.

Die Erlebnis Bremerhaven GmbH wies auch 2019 an der Grimsbystraße wieder mit wechselnden Hinweisschilden auf jedes einzelne Kreuzfahrtschiff mit Namen und Datum hin.

13. Schaufenster Fischereihafen



Das Schaufenster Fischereihafen hat als zweites touristisches Zentrum in Bremerhaven auch 2019 seine große Bedeutung stärken können. Die Erlebnis Bremerhaven GmbH war 2019 dabei wieder unterstützend tätig. Bei verschiedenen Veranstaltungen, wie der „Fischparty“, gab die Erlebnis Bremerhaven GmbH 2019 dem Schaufenster Fischereihafen wieder organisatorische Hilfestellung (Aufbau von Equipment). Durch Anzeigenschaltungen in den begleitenden Print-produkten wurde die Vermarktung der Veranstaltungen durch die Erlebnis Bremerhaven GmbH unterstützt. Die Finanzierung erfolgte aus ESM⁸-Mitteln.

Gleiches gilt für das Theater im Fischereihafen (TiF). Hier wurde die Produktion der Programmfaltblätter durch ESM-Mittel finanziert.



Mit dem Seefischkochstudio wurde die gute Zusammenarbeit im Vertrieb und im Marketing fortgesetzt. Weiterhin wurden das Schaufenster Fischereihafen, das Seefischkochstudio und die FBG in die sog. großen Marketingrunden zur Abstimmung von Marketingaktivitäten in die Erlebnis Bremerhaven GmbH als wesentliche touristische Vertreter und Veranstalter 2019 eingeladen.

⁸ ESM, ergänzendes Standortmarketing, zusätzliche Marketingmittel des Landes.

14. Radtourismus

Der Radtourismus und dabei vor allem der Weser-Radweg haben für Bremerhaven eine erhebliche Bedeutung, auch das Thema „Radurlaub in der Stadt“ nahm 2019 an Bedeutung weiter zu. Daher engagierte sich die Erlebnis Bremerhaven GmbH 2019 in diesem Segment weiterhin. Die Mitarbeiterin der Erlebnis Bremerhaven GmbH war in zahlreichen verschiedenen Arbeitsgruppen zum Radverkehr bzw. -tourismus aktiv.

Zum ersten Aufgabenfeld gehört der „Runde Tisch Radverkehr“, der das Radverkehrskonzept Bremerhaven und dessen Maßnahmen zur Radverkehrsförderung im Stadtgebiet Bremerhaven behandelt. Auch die Zusammenarbeit mit dem ADFC Bremerhaven wurde hier sichergestellt.

Die Vermarktung einzelner Themenrouten in der Region, wie z. B. „Vom Teufelsmoor zum Wattenmeer“, „Alter Postweg“ oder „Nordseeküsten-Radweg“ gehören zum zweiten Aufgabenfeld. Die Arbeitsgemeinschaft Radweg „Vom Teufelsmoor zum Wattenmeer“ wurde im Oktober 2018 aufgelöst. Alle Radthemen werden zukünftig in der neu gegründeten **AG „Radtourismus“** innerhalb der Kooperation Nordsee-Elbe-Weser behandelt, um die



Effektivität zu erhöhen und Ressourcen zu bündeln. Die AG wird zukünftig zwei Mal jährlich tagen. Die AG zum Nordseeküsten-Radweg tagte erstmalig wieder im Juni 2018, um die Neuauflage eines Flyers und den Relaunch der Website zu besprechen, in 2019 tagte die AG nicht.

Die Kooperation zum 515 Kilometer langen „Weser-Radweg“ wird vom Tourismusverband Weserbergland e. V. geleitet und ist mit einer Marketingumlage verbunden. Diese beträgt ca. 2.500 EUR, obwohl nur ca. 11

der insgesamt 515 Kilometer des Radfernweges auf dem Stadtgebiet liegen. Bremerhaven gilt aber als eine wichtige (End-) Etappe für Radtouristen, weshalb hier oft Übernachtungsquartiere gesucht werden. Auch 2019 hielt sich der Weser-Radweg auf einem Spitzenplatz unter den beliebtesten deutschen Radfernwegen. 2017 erfolgte Zertifizierung des Weser-Radweges mit 4 von 5 Sternen (Abb.), wofür eine Sonderumlage erhoben wurde.



Zusammen mit den Partnern aus den Arbeitsgruppen wurden 2019 wieder Printprodukte produziert (Serviceheft) und an Rad- und Freizeitmessen abgestimmt teilgenommen (u. a. im Schaufenster Fischereihafen).

Im Mai und August 2019 wurden Film Night Rides in Bremerhaven durchgeführt.



15. Busreisegeschäft

Die Bedeutung des Busreisegeschäftes ist für Bremerhaven erheblich, nimmt aber tendenziell ab. Daher wurde auch 2019 die Kampagne „**Reisebusse ahoi!**“ mit der Zielgruppe der Wiederverkäufer, sog. Paketer, und Busunternehmen fortgeführt. Es wurden dazu zahlreiche Anzeigen geschaltet.

Die wichtigsten Medien für Maßnahmen im Geschäftskundenbereich (Firmen, Reiseveranstalter, Gruppen) sind vor allem die Busfachpresse. Hier gab es 2019 zahlreiche redaktionelle Artikel, Online- und Anzeigenschaltungen in den wichtigen Medien EuroBus, busblickpunkt, OMNIBUSREVUE, busplaner, BUS-MAGAZIN sowie BUSfahrt (z. T. über ESM finanziert). Alle Titel werden im deutschsprachigen Raum vertrieben. Hinzu kommen die Kataloge von Busunternehmen, in denen Reisen nach Bremerhaven ausgeschrieben werden. Hierfür wurden Texte und Bilder zugeliefert.



Um die in diesem Marktsegment nach wie vor erforderliche Präsenz im Vertrieb aufrecht zu erhalten, wurde 2019 die Präsenz Bremerhavens in der Vermarktungskoopeation „**Buskontor grenzenlos**“ fortgeführt. Hierbei wurden Bremerhaven und bustouristische relevante Betriebe und Einrichtungen im Verkaufshandbuch auf mehreren Seiten platziert. Die durch die Kooperation generierten Buchungen sind nicht alle nachvollziehbar, da sie überwiegend direkt mit dem Leistungsanbieter verhandelt werden.

Im Rahmen des Programms „**Zwei Städte – ein Land**“ konnte 2019 wieder die wichtigste Messe der Bustouristik, der RDA-Workshop in Köln, mit einem großen eigenen Bremen & Bremerhaven-Stand besucht werden. Weitere kleine Fachmessen standen 2019 ebenfalls wieder an, die z. T. mit eigenem Personal ergänzt wurden.

Die **Reisebus-Infrastruktur** ist in Bremerhaven gut ausgeprägt. Der sog. Reisebus-Terminal an der Columbusstraße, der den Passagieren von bis zu fünf Bussen gleichzeitig das gefahrlose Ein- und Aussteigen ermöglicht, wurde auch 2019 stark frequentiert und befand sich in einem guten Zustand. Es existiert dazu ein begleitendes Faltblatt. Der Reisebus-Parkplatz an der Barkhausenstraße ist 2017 entsprechend hergestellt worden. Durch eine neue Schrankenregelung wurde das Abstellen von Lkw's verhindert.



16. Bildungsangebote

Die wichtigen touristischen Einrichtungen in Bremerhaven halten zahlreiche, z. T. hochkarätige Bildungs- und Edutainment-Angebote für Kinder und Jugendliche in verschiedenen Altersgruppen im Programm (z. B. Zoo, Klimahaus, Deutsches Auswandererhaus, Deutsches Schifffahrtsmuseum, Historisches Museum, Phänomena, Hochschule, Kunsthalle). Zusammen mit dem Stadtarchiv Bremerhaven und dem Stadttheater



mitsamt Philharmonischem Orchester sind es insgesamt zehn Einrichtungen, die zudem als außerschulische Lernorte gelten. Mit diesen Angeboten unter dem Titel „Bildung Ahoi!“ ist die Erlebnis Bremerhaven GmbH seit 2016 wieder aktiv im Marketing.

Alle zehn Einrichtungen sind zugleich Mitglieder des Netzwerks „Pier der Wissenschaft“. Als „Wissenschaftsbüro“ des Netzwerks ist die Erlebnis Bremerhaven GmbH über ihre Stadtmarketing-Abteilung um Unterstützung gebeten worden, eine gemeinsame digitale Präsenz der außerschulischen Lernorte zu

ermöglichen. Seit drei Jahren präsentieren sich die außerschulischen Lernorte unter www.bremerhaven.de/BildungAhoi im Internet. Die Website gibt, unterstützt durch Filter- und Suchfunktionen, einen gezielten Überblick über Kurse, Workshops und Führungen, die sich an Schulpädagogen von Kindergärten bis Berufsschulen richten.

Nach wie vor sind auch für bestimmte weitere Einrichtungen (z. B. Hafenrundfahrten, BremerhavenBus, Gastronomie) Schulkassen vor allem in der Vor- und Nachsaison wichtige Kunden. Bremerhaven punktet bei Schulklassen durch die guten und quantitativ ausreichenden Übernachtungsmöglichkeiten, die neben den Bildungsangeboten vorgehalten werden, z. B. im Havenhostel und der Jugendherberge. Damit nimmt Bremerhaven eine Alleinstellung ein.

17. Tourismus für alle

Angebote und Einrichtungen des barrierefreien Tourismus spielen seit Jahren eine zunehmend wichtigere Rolle für Gäste und Bewohner im Portfolio einer Destination. Daneben ist die Erlebnis Bremerhaven GmbH aufgerufen, den „Kommunalen Teilhabeplan“ der Stadt Bremerhaven auch im Freizeit- und Tourismusbereich umzusetzen und alle zwei Jahre darüber zu berichten.



Die Erlebnis Bremerhaven GmbH ist schon seit über 10 Jahren in verschiedenen Projekten zum Thema „Urlaub für alle“ aktiv. In Zusammenarbeit mit dem Tourismusverband Nordsee e.V. und etlichen weiteren Verbandsmitgliedern wurde eine Datenbank entwickelt, die auf

der Internetseite www.barrierefreie-nordsee.de zahlreiche Informationen für mobilitätseingeschränkte Gäste enthielt.

Dazu wurden sog. Kartierer geschult, die Einrichtungen in Bremerhaven auf festgelegte Standards prüften. Die Kartierer stehen jedoch seit 2016 nicht mehr zur Verfügung. Auch war die Internetseite nicht mehr aktuell, obwohl ein neues System aufgesetzt wurde.

Um der Barrierefreiheit neuen Schwung zu geben, wurde vom Referat für Wirtschaft im Oktober 2016 bei der Beratungsfirma ProjectM ein **Gutachten** in Auftrag gegeben, welches den Ist-Zustand an Barrierefreiheit an 30 ausgesuchten POI⁹ erfasste. Anschließend wurden einzelne Stärken- und Schwächenanalysen erstellt. Die Entwicklung des Gutachtens wurde durch eine Arbeitsgruppe unterstützt und Projekte entwickelt.

Im Laufe des Jahres 2019 wurden die Empfehlungen des Gutachtens weiter umgesetzt, indem u.a. die Erlebnis Bremerhaven GmbH die erfassten Einrichtungen besuchte. Vor Ort wurden Ist-Stände und Möglichkeiten des Abbaus von Barrieren erörtert bzw. allgemein für das Thema sensibilisiert. Zusammen mit den Institutionen wurde auch über die erfolgten Zertifizierungen konstruktiv fortgeführt.



Aus den zertifizierten Betrieben, zu denen auch die Tourist-Informationen zählen, hat die Erlebnis Bremerhaven GmbH anschließend drei sog. Angebotsbündel erstellt, die Voraussetzung dafür waren, 2019 die Auszeichnung „Tourismusort Barrierefreiheit geprüft“ zu erlangen.

Die für das Projekt zuständige Mitarbeiterin der Erlebnis Bremerhaven GmbH in der Abteilung Marketing und Kommunikation ist auch ausgebildete Kartiererin.

⁹ POI, Points of Interest, Sehenswürdigkeiten aller Art im weitesten Sinne

Zudem nahmen im Jahr 2019 weitere neun Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus dem Vertriebsbereich an einer Online-Vertriebschulung teil, die der Sensibilisierung des Themas und der Beratungsqualifizierung diente.

Durch die Qualifizierungen und jahrelangen Erfahrungen, konnte überdies in 2019 oft die Expertise zu diesem Thema durch die Erlebnis Bremerhaven GmbH eingebracht werden: Bei Hinweistafeln, Tastmodelle, etc. wurden somit auch betr. Interessengruppen einbezogen und zielgruppentaugliche Ergebnisse erzielt. Während des „Tourismus-LAB“ Ende September im t.i.m.e.Port III konnten z.B. Prototypen zu einer möglichen neuen touristischen Ausschilderung im Rahmen des Tourismuskonzeptes Bremerhaven 2025, vorgestellt werden.

Für das SeeStadtFest 2019 und den Weihnachtsmarkt 2019 wurden wieder **Publikationen** aufgelegt, welche sich direkt an mobilitätseingeschränkte Menschen richteten, die die Veranstaltungen besuchen wollten. Dies geschah teilweise auch in leichter Sprache für kognitiv eingeschränkte und Gäste, die bspw. der deutschen Sprache nicht komplett mächtig sind. Alle entsprechenden Einrichtungen, Zugänge, Parkplätze usw. sowie eine Hotline-Nummer waren aufgeführt. Die Faltpublikationen fanden guten Zuspruch und wurden als positives Beispiel oft herausgestellt.

WEIHNACHTSMARKT BARRIEREFREI

Weihnachtsmarkt Eröffnung
25. November, 18 Uhr
 vor der Großen Kirche mit dem Chor „nach acht“.

Aktuelle Informationen und Programmangebote erhalten Sie unter:
www.bremerhaven.de/weihnachtsmarkt
TouristTel. 0671 41 41 41 und in der Tourist-Info Hafensinsel
 H.-H.-Meier-Straße 6
 27568 Bremerhaven
tourist-info-hi@erlebnis-bremerhaven.de

Öffnungszeiten:
 Täglich von 11 bis 20:30 Uhr
 Ausschank und Imbiss:
 Do. bis Sa. von 11 bis 21:30 Uhr
 So. bis Mi. von 11 bis 20:30 Uhr

Polizeiruf per SMS
 Wenn Sie oder eine andere Person in Not sind, aber aufgrund von Hör- oder Sprachbehinderungen Verständigungsprobleme haben, können Sie Ihren Hilferuf auch als SMS formulieren und der Polizei senden.

Jedes Mobilfunknetz hat hierfür eine andere Vorwahl:
 T-Mobile D1 **99 0671 9531139**
 Vodafone D2 **99 0671 9531139**
 E-Plus **1551 0671 9531139**
 O² **329 0671 9531139**

Bitte geben Sie Folgendes in Ihrer SMS-Nachricht an:
Wer meldet sich?
Was ist es passiert?
Wo ist es passiert?
 Diese SMS ist kostenpflichtig.

SEESTADT BREMERHAVEN: REICH AN LICHTERGLANZ!
 Der Bremerhavener Weihnachtsmarkt vom 25. November bis 23. Dezember 2019
 BARRIEREFREI

18. Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit (PR) stellt im Tourismus ein zentrales Marketinginstrument dar. Es ist kostengünstig, wirkungsvoll, reichweitenstark, glaubwürdig und wirkt intern und extern. Seit April 2016 ist eine Pressestelle, die für eine Destination dieser Größe unbedingt erforderlich ist, in der Erlebnis Bremerhaven GmbH besetzt. Die Pressereferentin war zuvor bereits freiberuflich für die Erlebnis Bremerhaven GmbH tätig und kennt Bremerhaven daher sehr gut. Die langgehegte Besetzung der Pressestelle innerhalb der Abteilung Marketing und Kommunikation stellte eine wesentliche Verbesserung und Professionalisierung der Marketingarbeit der Erlebnis Bremerhaven GmbH dar.

Die Pressestelle ist zuständig für die Medienarbeit aller Bereiche der Erlebnis Bremerhaven GmbH und steuert sie zentral. Zudem ist diese zuständig für die Akquisition, Organisation und Betreuung von Rechercheaufenthalten von Journalisten und Reisebloggern. Ein weiteres Feld ist die Bearbeitung von Journalistenanfragen und von Redakteuren vor Ort. Hierzu gehörte auch die Organisation und Durchführung der 2019 stattgefundenen Reisen von Journalisten und Influencern und die Bearbeitung von Themen im Rahmen des **Redaktionsplanes 2019**.

Auch die regelmäßige PR-Runde mit zahlreichen Medienverantwortlichen aus den touristischen Einrichtungen, 2016 etabliert, fand wieder gute Resonanz. Nach wie vor wird am Instrument „Medienresonanzanalyse“ festgehalten, mit dem bspw. nach dem SeeStadtFest 2019 die gesamte mediale Wirkung von Events deutlich wird.

Zur Arbeit der Pressereferentin gehören im Wesentlichen das Verfassen und der Versand von Pressemeldungen, die Kontrolle der Abdruckergebnisse, Recherchen, Textierungen aller Art, Bereitstellung von Content für die gezielte Weiterverbreitung via Facebook, Instagram und Twitter, Vorbereitung und Organisation von Pressekonferenzen, Kontaktpflege zu Journalisten und Bloggern, Organisation und Betreuung bei Pressereisen, Bildbeschaffung, Bearbeitung aller Anfragen der heimischen Medien.

Auch 2019 hatte die Pressereferentin die Chefredaktion des Corporate Blogs „**Logbuch Bremerhaven**“ inne, den die Erlebnis Bremerhaven GmbH gemeinsam mit zahlreichen Medienverantwortlichen aus den touristischen Einrichtungen betreibt. Hinzu kam der Blog aus der Kooperation about cities, der zeitweise ebenfalls mit der routenden Chefredaktion verbunden war.

Die Pressereferentin hatte auch 2019 den Vorsitz im **Presseklub Bremerhaven-Unterweser e. V.** inne. Damit wurde das Ziel erfolgreich verfolgt, den Verein auch für Pressesprecher von – touristisch relevanten – Unternehmen und Vertreter der digitalen Medien stärker interessant zu machen.

Die Pressestelle führte die Recherche und Abstimmung in 2019 fort, um auf Krisen im Rahmen eines internen **Krisenmanagements** der Erlebnis Bremerhaven GmbH gewappnet zu sein. Dafür wurden Informationsmeetings abgehalten und ein Handbuch entwickelt.

Im Rahmen des Redaktionsplanes 2019 wurden folgende Meldungen lanciert bzw. Aktionen umgesetzt, die grundsätzlich intern mit den digitalen Medien abgestimmt sind. Dabei spielten auch Pressemeldungen (PM) zum Thema SAIL Bremerhaven 2020 eine Rolle. Deutlich wird auch die zunehmende Bedeutung der Blogs, die sich u. a. in zunehmenden Rechercheaufenthalten von sog. Influencern in Bremerhaven ausdrückt.

Pressemitteilungen der EBG vom 01.01.2019 bis 31.12.2019					
Lokal	Quell- gebiet	Fach- medien	SAIL	Titel	Erscheinungstermin
X				"Science goes Public!" lädt zum Kneipenquiz	07.11.2019
X	X			Insider-Geschichten gefallen Einheimischen und Touristen	03.01.2019
X				Bremerhavener entdecken ihre Stadt wieder	04.01.2019
X				Gratis-Tourist in der eigenen Stadt mit einem "Like"	07.01.2019
X				Schiffsbesichtigung und exklusives Konzert für Instagram-Nutzer	07.01.2019
X	X	X		Bremerhaven als ein künftig barrierefrei geprüfter Tourismusort	11.01.2019
X	X	X		Bremerhaven: Reisebranche informiert sich über barrierefreies Reiseziel	11.01.2019
		X		Einladung - Bremerhaven: Reisebranche informiert sich über barrierefreies Reiseziel	11.01.2019
X	X			Buchungsstart für Kongress zum Thema Barrierefreiheit	17.01.2019
X				Insektensnack und Fotomotive in Hülle und Fülle	18.01.2019
X				Vielfalt und Harmonie auf dem Designer-Schiff	22.01.2019
X				Seit zehn Jahren gut gebettet im Hotel Adena	23.01.2019
X				Noch Chancen für den kleinen Heimaturlaub	23.01.2019
X	X	X		Mein Schiff 2 von TUI Cruises besucht Bremerhaven	29.01.2019
X				Zeit für den kleinen Urlaub vor der Haustür	31.01.2019
X	X			Drei Kapitäne laden zu Tisch	07.02.2019
X				Seit 20 Jahren lässt sie die Puppen tanzen	07.02.2019
X			X	Sail rockt den Theaternachwuchs	08.02.2019
X		X	X	Schiffsliste der Sail Bremerhaven 2020 wächst	14.02.2019
X				Schatzkisten des Meeres	28.02.2019
X				Vertriebsklassiker in frischer Optik	28.02.2019
X				Kostenfreier Blick hinter die Kulissen	28.02.2019

X	X	X		Rasante Entwicklung: Tourismuszahlen 2018	04.03.2019
			X	Der Countdown läuft: „Sail Bremerhaven 2020“ (PM zur ITB)	06.03.2019
X		X		Bremerhaven und Bremen sind der Bustreff in Berlin	06.03.2019
			X	Sail-Einladungskampagne läuft weiter	08.03.2019
			X	Sail Bremerhaven 2020 läuft auf der ITB groß auf	10.03.2019
X				„Es war einmal“ ein „Planet der Hasen“	11.03.2019
X		X		Erstmals WhatsApp-Newsletter zum Seestadtfest 2019	12.03.2019
X				Transparenz für mehr Sicherheit	14.03.2019
X				Roboter als Mitarbeiter im Weltraum?	14.03.2019
X				Blick hinter die Kulissen des Atlantic Hotel Sail City	14.03.2019
X				Science goes Public! geht am 11. April wieder ins Meer	04.04.2019
X				So fing es mit Bremerhaven an	04.04.2019
X			X	Die Sail Bremerhaven 2020 wird persönlich	04.04.2019
X	X	X		Per Wassertaxi über die Weser von Hafen zu Hafen	12.04.2019
X				Außergewöhnliche Geschichte(n) fürs Fotoalbum	15.04.2019
X	X	X		Bremerhaven ist erster auf Barrierefreiheit geprüfter Tourismusort	16.04.2019
X	X	X		Kongresswürdig: Barrierefreiheit im Tourismus	17.04.2019
X				In der Kneipe Wissensdurst stillen klappt auch 2019	17.04.2019
X				Perspektivwechsel: Bremerhaven von der anderen Weserseite	18.04.2019
X				Mit dem Fotoapparat auf „Spurensuche Auswanderung“	24.04.2019
X				Seestadtfest bietet internationale Köstlichkeiten	25.04.2019
X				BIKE IT! Film Night Ride Bremerhaven	26.04.2019
X				Exklusive Führung über Spezialschiffe für Instagrammer	02.05.2019
X	X	X		Freibeuter, Feuerschiffe und Kinder-Liebliche	07.05.2019
X	X	X		Schiffe – die eigentlichen Stars des Seestadtfestes	10.05.2019
X	X			Die TOGGO Tour startet am 25. und 26. Mai in Bremerhaven	16.05.2019
X				Neue Rampen sorgen für Barrierefreiheit beim Seestadtfest	16.05.2019
X				Seestadtfest 2019 begrüßt die Sail Bremerhaven 2020	17.05.2019
X				Brücken hoch für Seestadtfest-Schiffe	17.05.2019

Darüber hinaus ist die Pressestelle auch **Pressereferat** für das Unternehmen. Dies wirkte sich in 2019 insbesondere wieder in der lokalen Wirkung des Unternehmens positiv aus. Dieser Aspekt wird intensiv weiter entwickelt.

19. Messen und Ausstellungen

Aufgrund von Einsparnotwendigkeiten sind die Messepräsenzen 2019 auf diejenigen Messen konzentriert worden, welche auch bislang sich schon gemeinschaftlich mit der Bremer Touristik-Zentrale (BTZ) im Rahmen des Landesprogramms „Zwei Städte – ein Land“ bewährten. Die Messeteilnahmen der Erlebnis Bremerhaven GmbH sind aktive Verkaufsförderungsmaßnahmen und bewerben das touristische Angebot der Stadt mit allen Leistungsbestandteilen und Angeboten durch persönliche Kundenansprache und mit mittelfristiger Wirkung. Die direkte Kontaktaufnahme und das Gespräch mit Reiseveranstaltern sowie potenziellen Gästen liefern darüber hinaus wichtige Rückschlüsse auf Image, Buchungsverhalten, Kundenwünsche und Wettbewerber. Messen erlauben es nicht nur, die gesamte Angebotspalette attraktiv anzubieten, sondern auch Kundenaktionen am Stand durchzuführen, um zusätzliche Aufmerksamkeit zu erzielen.

Die Erlebnis Bremerhaven GmbH war demnach 2019 fast ausschließlich auf Fachmessen aktiv. Hierfür wurde auch das Fachpersonal des Teams Service & Vertrieb eingesetzt. Bei verschiedenen Publikumsmessen legten die Kooperationspartner aus dem Cuxland Bremerhavener Prospekte mit aus. In 2018 wurden folgende Messen durchgeführt:

Titel	Ort	Datum	(-Unter/+Mit) Aussteller
ITB	Berlin	04.03. - 08.03.2019	2S1L + WfB - Klimahaus - Universum - Bremen Airport + Seefischkoch-studio und FBG + Bremer Ratskeller + Schausteller-Verband Bremen - ATLANTIC- Hotels - Phoenix Reisen - Swissôtel Bremen
RDA Workshop	Friedrichshafen	02./- 03.04.2019	2S1L

RDA Workshop	Köln	09..07. 10.07.2019	- 2S1L - Klimahaus - Botanika - ASB Travel Solutions + Ratskeller Bremen + ABInBev - ATLANTIC-Hotels + Lloyd Caffee
--------------	------	-----------------------	--

Mit der BTZ wurden 2019 weitere Auslandsmessen realisiert (s. Kapitel 22), die zumeist über die DZT angeboten wurden. Diese fanden in der Schweiz, Österreich, Großbritannien, Dänemark und den Niederlanden statt sowie eine Roadshow in den USA. Hierfür wurde als langjährig bewährte Standbesetzung Frau Rienitz eingesetzt, die beim DAH beschäftigt ist.

Schließlich stellte sich die Erlebnis Bremerhaven GmbH in eigener Sache auf der Berufsinformationsmesse **BIM** in der Stadthalle Bremerhaven im August 2019 zum dritten Mal mit einem Gemeinschaftsstand der Stadthalle Bremerhaven GmbH dar, um potenzielle Auszubildende auf die Ausbildung zu Kaufleuten für Tourismus und Freizeit sowie Verkaufsaufleute aufmerksam zu machen. Diese Kooperation soll in den Folgejahren fortgesetzt werden.



Aus dem Rahmen der regelmäßigen Messepräsentationen fallen die Auftritte des Landes Bremen an den jährlich wechselnden Standorten zum **Tag der deutschen Einheit**. Hierbei gibt es touristische Präsentationen aller Bundesländer. Bremen stellt sich unter der Federführung der Erlebnis Bremerhaven GmbH dar. 2019 fand die zentrale Veranstaltung vom 2. bis 3. Oktober in Kiel statt, zu der eigenes Standpersonal und Equipment eingesetzt wurden.



Das **Messestandsystem** der Erlebnis Bremerhaven GmbH ist ein veraltetes Normsystem, entspricht nicht mehr den Anforderungen und ist durch zahlreiche Einsätze in den vergangenen Jahren verschlissen. Daher wurden über das Programm „Zwei Städte – ein Land“ kleine transportable Messestände angeschafft, die einzeln oder gemeinsam in Bremerhaven oder Bremen einsetzbar sind. Diese haben sich 2018 bereits bewährt

20. Promotion

Um auch aktive Verkaufsförderung regional und vor Ort zu betreiben, wird seit über 15 Jahren der sog. Promotion-Bus durch die Abteilung Marketing und Kommunikation der Erlebnis Bremerhaven GmbH eingesetzt. Bis zum Sommer 2019 handelte es sich um einen ansprechend beklebten Mercedes Sprinter. Dieser konnte nahtlos durch einen modernen und wirtschaftlicheren Fiat Ducato mit vergleichbarem Aufbau und noch gezielterem Layout ersetzt werden. Zudem gelang es nach intensiver Recherche, das neue Fahrzeug mit Gasantrieb zu erhalten. Die Ausstattung besteht aus Prospektständern, Dekoration, Monitor, Tischen und ggf. weiterem Material.

Wie andere Anbieter, die über einen Promotion-Bus verfügen, setzt auch die Erlebnis Bremerhaven GmbH ihn hauptsächlich bei maritimen (Groß-) Veranstaltungen, Reisemessen, in Fußgängerzonen, Einkaufszentren, zur Ferienzeit in den Urlaubsorten der Küstenregionen, auf Stadtfesten, Märkten in der näheren und weiteren Region ganzjährig ein. Aufgrund der kurzfristigen Wirkung dieses Marketinginstruments (Verkaufsförderung) findet die Mehrzahl der Einsätze in der Hauptsaison und in der näheren Region statt. Dieser Schwerpunkt wurde 2019 weiter erfolgreich ausgebaut.



Anhand von Erfahrungswerten und Kosten-/Nutzen-Effekten wird im Zusammenspiel mit den Kommunikationszielen aus dem Marketingkonzept eine Jahresplanung vorgenommen. Dabei kommt der Bus gelegentlich auch in Bremerhaven selbst zum Einsatz, z. B. zum SeeStadtFest. In 2019 war der Promotion-Bus wie folgt eingesetzt:

Datum	Tour	Ort / Stadt
11. /12. Januar 2019	Touristik Messe Bad Salzuflen	Bad Salzuflen
25. -27 Januar 2019	CFR Oldenburg	Oldenburg
2. / 3. Februar 2019	Touristikmesse Kalkar	Kalkar
1.- 3. März 2019	"Klar Schiff"	Bremerhaven
6. März 2019	Kleine Tour	Achim
8. März 2019	Kleine Tour	Nordenham
11. März 2019	Kleine Tour	Varel
12. März 2019	Kleine Tour	Varel
21. März 2019	Delmenhorst	Delmenhorst
22. März 2019	Delmenhorst	
24. März 2019	Cuxhaven Fischma.	Cuxhaven
29. -31 März 2019	Touristiktage Minden	Minden
30. März 2019	Touristiktage Minden	
31. März 2019	Touristiktage Minden	
7. April 2019	Fischmarkt Cuxhaven	Cuxhaven

13. / 14. April 2019	Fahrradmesse Fischereihafen	Bremerhaven
18. April 2019	Küstentour	Wurster Nordsee Küste
19. April 2019	Küstentour	Wremen + Dorum
1. / 22. April 2019	Fischmarkt Cuxhav.	Cuxhaven
27. April 2019	Wangerland-Hohenkirchen	Hohenkirchen
28. April 2019	Autofrühling Delmenhorst	Delmenhorst
10. -12. Mai 2019	Hafengeburtstag Hamburg	Hamburg
18. / 19. Mai 2019	Gewerbeschau Osnabrück	Osnabrück
23. -26 Mai	SeeStadtFest	Bremerhaven
8. - 10.Juni 2019	Tossens	Tossens
14.-16. Jun 2019	Tag der Niedersachsen 2019	Wilhelmshaven
20. Juni 2019	Nordseeküstentour	Varel
21. Juni 2019	Nordseeküstentour	Nordenham
22. Juni 2019	Nordseeküstentour	Wremen
23. Juni 2019	Nordseeküstentour	Dorum
29./30. Jun	4. Nordschau im c - Port	Frysolte
9. Juli 2019	Delmenhorst,	Delmenhorst
11. Juli 2019	Dorum	Dorum
19.-21. Juli 2019	Delft & Hafenfest	Emden
27./28. Juli 2019	Strandfest Burhave	Burhave
2. – 4. August 2019	Fed.warden-Krabbenkutterregatta	Fedderwardenersiel
9. August 2019	Tagestouren	Burhave
10. August 2019	Tagestouren	Wremen
11. August 2019	Tagestouren	Dorum
16. - 18. August 2019	Schippertage	Bremerhaven
25. August 2019	2. Radtag in Achim	Achim
31. August 2019	Oberhausen-Osterfeld	Oberhausen
1. September 2019	Oberhausen-Osterfeld	
6. - 8. September 2019	Wallenhorst-Gewerbeschau	Osnabrück
21./22. September 2019	Hansefest Neuss	Neuss
27. – 29. September 2019	WH Sailing Cup	Wilhelmshaven
1.- 4. Oktober 2019	Tag der Deut. Einheit Kiel	Kiel
10. Oktober 2019	Küstentour	Wremen
11. Oktober 2019	Küstentour	Dorum
15. Oktober 2019	Küstentour	Nordenham
16. Oktober 2019	Küstentour	Achim
17. Oktober 2019	Küstentour	Varel
30. November – 9. Dezember 2019	Weihnachtsmarkt Freiberg	Freiberg
11. – 23. Dezember -2019	Brhv. Weihnachtsmarkt	Bremerhaven

Hinzuzurechnen sind Fahrt- und Aufbauzeiten, Wartungs- und Werkstattaufenthalte sowie Bürotage für die Organisation und Disposition, sowie die Nachbereitung.

21. Auslandsmarketing

Die Erlebnis Bremerhaven GmbH bearbeitet seit vielen Jahren ausländische Quellmärkte, die die stärksten Besucherzahlen in Bremerhaven bzw. eine gute Erreichbarkeit aufweisen. Dieses Vorhaben wurde mit der Etablierung des Deutschen Auswandererhauses (DAH) im Jahre 2005 begonnen, da man annahm, dass das Thema auch internationale Gäste und dabei insbesondere US- Amerikaner interessieren würde.

Grundsätzlich werden die **Auslandsmärkte** gemeinsam und kontinuierlich mit der BTZ bearbeitet. Die Entscheidung über gemeinsame Themen und Zielgruppen, die beworben werden, erfolgt durch die gewonnenen Erfahrungen auf den Konsumentenmessen, Gespräche mit Veranstaltern und Analyse von Statistiken und Marktforschungsdaten (Statistisches Landesamt Bremen und Marktanalysen der DZT). Folgende Märkte wurden auf diese Weise 2019 gemeinschaftlich bearbeitet:

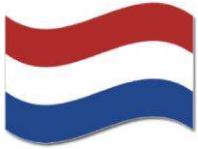
- Niederlande
- USA
- Dänemark
- Großbritannien
- die Schweiz
- Österreich und
- Belgien.

Die Finanzierung erfolgte aus Mitteln des Projektes „Zwei Städte – ein Land“, Marketingmitteln der Erlebnis Bremerhaven sowie der Bremer



Touristik Zentrale und durch Kooperationen mit den Leistungsträgern der Seestadt. Die Marktbearbeitung 2019 umfasste dabei folgende Marketingaktivitäten, die oft in Kooperation mit den DZT-Niederlassungen in den jeweiligen Ländern durchgeführt wurden:

- Konsumentenmessen mit b2b-Tagen
- b2b-Workshops
- Promotionaktivitäten
- Anzeigen- und Advertorialschaltungen
- Presse-Workshops/ -Konferenzen
- Studien- Presse- und Blogger/Vloggerreisen
- Crossmediale Online-Kampagnen
- Aktualisierung der DZT-Eventdatenbank und des Sales Guide
- Input für Deutsches Küstenland (DKL) und ggf. DZT-Themenjahre.



Laut der Übernachtungszahlen vom Statistischen Landesamt Bremen waren die **Niederländer** mit 7.873 Übernachtungen im 2019 die stärkste ausländische Besuchergruppe in der Seestadt. Die Niederländer zählen ebenfalls in der Stadt Bremen zu der stärksten ausländischen Besuchergruppe. Primär werden auf dem niederländischen Markt die Themen Familienurlaub, Kurzreisen, Radfahren, die Wissens- und Erlebniswelten, die Havenwelten, Kulinarik und Events beworben.

Niederlande	2015	2016	2017	2018	2019
Ankünfte	2.912	2.679	2.658	3.843	4.190
Veränderung gegenüber Vorjahr in %	-6,5	+ 8,0	-0,8	+46,6	+9,0
Übernachtungen	5.867	5.389	4.725	7.190	7.873
Veränderung gegenüber Vorjahr in %	+20,8	-8,1	-12,3	+52,2	+9,5
Ø Aufenthaltsdauer in Tagen	2,0	2,0	1,8	1,9	1,9

Aktivitäten in Kooperation mit der BTZ und der DZT

Messen/Workshop

Vakantiebeurs Utrecht, 09.-13.01.2019

Die Vakantiebeurs ist die touristische Leitmesse mit Fach- und Endverbrauchertagen in den Niederlanden. Die Erlebnis Bremerhaven und die Bremer Touristik-Zentrale waren mit einem gemeinsamen Counter am neu gestalteten Deutschlandstand der Messe Jaarbeurs in Utrecht vertreten, nachdem sich die DZT aus dem Messegeschäft zurückgezogen hat. Obwohl die Messe um einen Tag gekürzt und die Öffnungszeiten den Besucherströmen aus dem Vorjahr angepasst wurden, konnten insgesamt 780 Kontakte zu Endverbraucher und Endverbraucherinnen sowie 6 Kontakten zu Reiseveranstaltern sowie Pressevertretern und Pressevertreterinnen verzeichnet werden.

(Finanzierung über das Budget „Zwei Städte – ein Land und Marketingmittel der Erlebnis Bremerhaven)

Trade-Workshop „Reismarkt Duitland“ in Amsterdam, 19.11.2019

Von der DZT Amsterdam organisierter und durchgeführter Workshop für Deutschland. Teilnehmer und Teilnehmerinnen sind niederländische Reiseveranstalter, Einkäufer und Einkäuferinnen sowie Dienstleister von Buchungsplattformen. Gemeinschaftsstand der Erlebnis Bremerhaven mit der Bremer Touristik-Zentrale. Es wurden 10 Fachgespräche geführt. *(Finanzierung über das Budget „Zwei Städte – ein Land)*

Presse-Reisen/Blogger-Reisen/Multiplikatoren-Reisen

Dreharbeiten zur DZT Kurzreisen-Kampagne, 22. – 26.07.2019

In Zusammenarbeit mit der DZT und Travel Gretl wurde für Bremerhaven über Zoover.nl in einem Blog beworben.

(Finanzierung über das Budget „Zwei Städte – ein Land, Marketingmittel der Erlebnis Bremerhaven und gesponserte Leistungen der BHV Leistungsträgern)

Presseartikel/Veröffentlichungen

REIS & CO, je eine 1/2 Seite redaktioneller Beitrag und Anzeigenschaltung.

Die NDC mediagroep ist mit mehr als 3 Tageszeitungen, 47 Wochenblättern, 70 digitalen Kanälen und 30 Events der größte unabhängige Mediamarketingbetrieb in den Nord-Nieder-landen. Viermal jährlich wird die 20-seitige Reisebeilage „Reis & Co.“ mit den 3 Tageszeitungen Dagblad van het Norden (Groningen und Dränte), Leeuwarder Courant (Friesland) und Frisch Dagblad verschickt. Die Auflage der Sonderbeilage Reis & Co beträgt 440.000. Erscheinungsdatum 28. Mai 2019.

(Finanzierung über Marketingmittel der Erlebnis Bremerhaven)

Internet/Mailing

Reiseindustrie-Newsletter über Buskontor grenzenlos, 25.06.2019, Versand an 134 Empfänger in den Niederlanden und 39 Empfänger in Belgien, Leistung laut Kooperationsvertrag, Thema: Kulinarik, Wissenswelten, Gruppenangebote, und Events.

(Finanzierung über das Budget „Zwei Städte – ein Land)

Endkunden-Newsletter (DZT), 01.03.2019, Versand an ca. 23.000 Empfänger*innen, Thema: Vorankündigung zum Besuch des Königspaars in Bremen und Bremerhaven.

Social Media Aktionen (Facebook und Twitter) der DZT Amsterdam zum Besuch des niederländischen Königspaars am 06.03.2019 in Bremen und Bremerhaven, Facebook Reichweite 38.681 Fans

Fortführung der DZT-Familienkampagne, Integration auf der mobilen Kampagnen-Seite mit ca. 1.600 unique visitors und ca. 19.000 Page-Impressions: Begleitende Promoted Posts/Ads auf Facebook, Facebook Karussell in Juli/Sept./Okt., B2C-Newsletter am 18.06.2019 an 22.547 Empfänger und Empfängerinnen mit dem Thema: Familienfreundliche Kurzreiseziele in Deutschland und zusätzliche Promotion im Rahmen der Influencer Kampagne von Gezinopreis und Kidseropuit zwischen März - Oktober 2019. Sowie weitere

Promotion im Rahmen der Kooperation mit Novasol auch im Zeitraum März - Oktober 2019. Die gesamte Kampagne wurde sowohl in den Niederlanden als auch in Belgien geschaltet

(Finanzierung über das Budget „Zwei Städte – ein Land“)

DZT Kurzreise-Kampagne, Ganzjährige Präsenz auf der Kurzreiseseite: www.germany.travel/duitslanddichtbij in 2019 mit Tipps für eine Kurzreise mit ca. 19.800 Visits und 24.330 Impressions. Bild und Text Beitrag mit Verlinkung zur eigenen Website, Beitrag im Konsumenten-Newsletter der DZT am 13.09.2019 an 22.375 deutschlandaffine Empfänger und Empfängerinnen, Begleitende Promoted Posts oder Ads auf Facebook, Facebook Karussell vom 18.09. - 18.10.2019 mit Verlinkung auf eigener Homepage. Integration in die Kooperation mit www.zoover.nl – dem führenden Reisebewertungsportal in den Niederlanden mit 1,1 Mio. Besuchern pro Monat – davon 10% Belgier. Bewerbung der Bremen/Bremerhaven Zoover Destinationsseiten durch 4 Blog Artikel, 4 Beiträge in Zoover Newsletter und Zoover Facebook Posts zur Promotion der Blogbeiträge. Video-Contentproduktion gemeinsam mit der Vloggerin Travelgretl mit flankierende Promotion auf Facebook und im Zoover Newsletter. Rectangle- Bannerschaltung auf Zoover.nl mit 100.000 Impressions, Link-Clicks: 6.416.

(Finanzierung über das Budget „Zwei Städte – ein Land“)



Mit 5.308 Übernachtungen und eine durchschnittliche Aufenthaltsdauer von 4,0 Tagen steht die USA 2019 auf den zweiten Platz bei den ausländischen Besuchern der Seestadt. Primär wurden in den USA die Themen Heritage, UNESCO, Kulinarik, Maritimes Flair, die Havenwelten, die Wissenswelten, die Märchenstraße und Events beworben.

USA	2015	2016	2017	2018	2019
Ankünfte	1.057	1.123	1.659	1.487	1.329
Veränderung gegenüber Vorjahr in %	+ 16,8	+ 6,2	+47,7	-10,4	-10,6
Übernachtungen	3.724	2.920	6.311	4.039	5.308
Veränderung gegenüber Vorjahr in %	+33,0	-21,6	+116,1	-36,0	-31,4
Ø Aufenthaltsdauer in Tagen	3,5	2,6	3,8	2,7	4,0

Aktivitäten in Kooperation mit der BTZ und der DZT Messen/Workshop

USTOA Konferenz in Orlando, Florida - 03. - 06.12.2019

USTOA ist das einzige Event der Reisebranche in den USA, das die führenden nordamerikanischen Reiseunternehmen mit Tourismusanbietern und Reisezielen aus der ganzen Welt in einem exklusiven Rahmen zusammenbringt. In B2B vortermiinierten 12-minütigen Fachgesprächen konnten Bremen & Bremerhaven sich der US Reiseindustrie präsentieren. Eine Vielzahl von zusätzlichen Networking Events konnten zur Knüpfung neuer Kontakte und Pflege bestehender Kontakte genutzt werden.

(Finanzierung über das Budget „Zwei Städte – ein Land) **US Advisory Board Meeting, 28.10.2019 in Berlin**

Präsentation vor Experten und Expertinnen der nordamerikanischen Reiseindustrie mit Trends und Entwicklungen, Wissensaustausch zur Marktbearbeitung in den USA und Networking.

(Finanzierung über das Budget „Zwei Städte – ein Land)

Globale Crossmediale Online Kampagne der DZT

German Summer Cities, Launch Frühjahr 2019 in mehr als 30 Märkten weltweit. Themen waren die fünf Cluster Urban City, Romantik, Urlaub am Wasser, Sehenswürdigkeiten sowie Kunst und Kultur. Bremen & Bremerhaven beteiligten sich am Digital Paket in den USA.

(Finanzierung über das Budget „Zwei Städte – ein Land)

Presse-Reisen/Blogger-Reisen/Multiplikatoren-Reisen

Karen Lodder, 27. - 28.02.2019, Diese Influencer Reise wurde im Rahmen des Beitrages der DZT USA zur Initiative Deutschlandjahr 2018/2019 in den USA durchgeführt. Die Kampagne der DZT New York konzentrierte sich auf das Thema „German Heritage“. Hierzu besuchte die Influencerin Karen Lodder Bremerhaven. Karen Lodder ist eine Amerikanerin der ersten Generation und hat auf ihrem Blog und ihren Facebook-Seiten eine beachtliche US-Anhängerschaft.

(Finanzierung DZT New York, Erlebnis Bremerhaven und BHV Leistungsträger)

Will Tang (Kanada), 13. - 15.03.2019, Bloggerreise zum Thema Best of Bremen und Bremerhaven seinen Blog: <https://goingawesomeplaces.com/> sowie Social Media Coverage und das nutzen Ihrer Handles auf seinen Social Media-Kanälen (auf Instagram sind es 28.200 Follower, Blog unique views 102.000, Facebook Fans 13.600).

(Finanzierung Erlebnis Bremerhaven und BHV Leistungsträger)

Matt Long, 27. - 29.08.2019, Influencer Reise von der DZT USA zum Thema Norddeutschland und Ostfriesische Inseln. Sehr renommierte Influencer in den USA. Seine Webseite LandLopers.com erzielt 1,7 Million Unique Visitors und 2,4 Million Page Views im Monat.

(Finanzierung DZT New York, Erlebnis Bremerhaven und BHV Leistungsträger)

Kooperationen

Avanti: Avanti ist einer der größten Reiseveranstalter in den USA für Individual Reisen. Bremen & Bremerhaven erscheinen erneut im Programm mit 3 Übernachtungen, Stadtrundgang in Bremen und Besuch des Deutschen Auswandererhauses in Bremerhaven.

Globus/Cosmos: Gruppenreise zum Thema Europäische Hauptstädte mit Beginn in Paris und Ende in Wien mit Integration von Bremerhaven mit Besuch des Deutschen Auswandererhauses und Übernachtung, anschließend Besuch Bremen mit Stadtrundgang. Reise findet zu mehreren Terminen im Jahr statt.

Tours Chanteclerc (Kanada): Deutschland-Rundreise mit Übernachtung in Bremen und Besuch des Deutschen Auswandererhauses in Bremerhaven. Reise findet zu mehreren Terminen im Jahr statt.

DZT Trade Newsletter - Aussendung an 8.000 B2B Kontakte

18.04.2019: Erwähnung der German Summer Cities Kampagne mit Beteiligung von Bremen & Bremerhaven

24.07.2019: Thema German Originality mit Erwähnung des Deutschen Auswandererhauses

Bewertung und Ausblick



Mit 4.264 Übernachtungen ist Dänemark in 2019 an dritte Stelle der ausländischen Gäste der Seestadt. Primär werden auf dem dänischen Markt die Themen UNESCO, Kulinarik, die Havenwelten, die Wissenswelten und Events beworben.

Dänemark	2015	2016	2017	2018	2019
Ankünfte	1.417	2.707	2.576	2.736	2.166
Veränderung gegenüber Vorjahr in %	-1,9	+ 91,0	-4,8	+6,2	-20,8
Übernachtungen	2.540	4.337	4.822	5.248	4.264
Veränderung gegenüber Vorjahr in %	-15,5	+70,7	+11,2	+8,8	-18,8
Ø Aufenthaltsdauer in Tagen	1,8	1,6	1,9	1,9	2,0

Aktivitäten in Kooperation mit der BTZ und der DZT

Da Dänemark nicht unter den Top 5 Märkten für Bremen & Bremerhaven zugeordnet wird, war eine gemeinsame Finanzierung von Projekten über das Budget „Zwei Städte – ein Land“ nicht möglich.

Messe/Workshop

FERIE for Alle (21. - 23.02.2019) ist die größte Ferien Messe in Skandinavien mit 61.319 Besuchern in 2019. Die Messe findet von Freitag bis Sonntag statt. Die Erlebnis Bremerhaven, die Bremer Touristik-Zentrale und die ATLANTIC Hotel Gruppe waren mit einem gemeinsamen Stand am neu gestalteten Deutschlandstand der Messe MCH in Herning vertreten. Es konnten acht Fach- und Pressegespräche geführt und 630 Endkundenkontakte erzielt werden.

(Finanzierung durch die BTZ und die Erlebnis Bremerhaven)

Presseartikel/Veröffentlichungen

B2C DZT Newsletter - im Rahmen der DZT Online Kampagne Smuttur (Kurzreise) wurde ein Newsletter an 10.000 B2C Kunden verschickt.

(Finanzierung durch DZT Kopenhagen)

Pressereise

Peter Christiansen, 10. - 11. August 2019, Kurzreisen mit dem Fahrrad werden immer beliebter bei den Dänen. Peter Christiansen schreibt für eine bedeutende Webseite zum Thema Radfahren - Feltet.dk mit mehr als 70.000 Besuchern täglich während der Saison. Hieraus entstand ein Artikel über Bremen & Bremerhaven, der auch über Banner und Facebook Post beworben wurde.

(Finanzierung durch Erlebnis Bremerhaven und BHV Leistungsträger)

Da Dänemark nicht unter den Top 5 Märkten für Bremen & Bremerhaven fällt, war eine gemeinsame Finanzierung von Projekten über das Budget „Zwei Städte – ein Land“ in 2018 nicht möglich. Die positiven Übernachtungszahlen zeigen, dass dieser Markt für Bremerhaven wichtig und nicht zu vernachlässigen ist.



Großbritannien ist mit 42.866 Übernachtungen in 2019 der zweitbedeutendste Auslandsmarkt nach den Niederlanden für den Tourismus im Land Bremen.

Für Bremerhaven liegt Großbritannien allerdings nur an vierte Stelle bei den Übernachtungszahlen. Primär werden die Themen „UNESCO, Wissenswelten, Havenwelten, Kulinarik, und Events“ beworben.

Großbritannien	2015	2016	2017	2018	2019
Ankünfte	1.241	1.597	1.151	1.624	1.415
Veränderung gegenüber Vorjahr in %	-29,1	+ 28,7	-27,9	+41,1	-12,9
Übernachtungen	2.902	3.854	2.951	3.679	3.661
Veränderung gegenüber Vorjahr in %	-36,7	+32,8	-23,4	+24,7	-0,5
∅ Aufenthaltsdauer in Tagen	2,3	2,4	2,6	2,3	2,6

Aktivitäten in Kooperation mit der BTZ

FRED.\ holidays (größter englischer Reiseveranstalter)

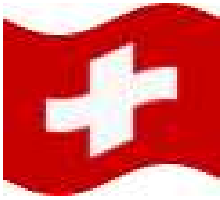
- **Endkunden-Newsletter**, 22.03.2019 an 25.954 Empfänger und Empfängerinnen, Thema: „Hafenstadt mit tollen "Wissenswelten" Attraktionen“
- **Agent-Newsletter**, 27.02.2019 an 2.924 Agenten, Thema: Thema: „Hafenstadt mit tollen "Wissenswelten" Attraktionen“
- **Blog Post**, 21.02.2019 zum Thema „Wissenswelten Bremerhaven - Klimahaus 8° Ost“
- **Jahreskatalog 2019**, Auflage: 25.000, Bremen-Darstellung auf einer Doppelseite sowie Bremerhaven-Darstellung auf einer Seite. Aussendung an 45.000 Endkunden und an 6.000 Reisebüromitarbeiter und- Mitarbeiterinnen, zusätzlich Download Katalog auf der Internetseite.

(Finanzierung über das Budget „Zwei Städte – ein Land)

Weitere Kooperationen

Travelbound - Englischer Veranstalter für Schülerreisen, ein Unternehmen der TUI, Aktualisierung der Online-Darstellung und Ausweitung der Bremen/Bremerhaven-Angebote.

Battered Suitcase - Independent Travel Agent, Hauptgeschäftsfeld maßgeschneiderte Reisen für Individual- und Gruppenreisen. Auf seine Webseite veröffentlichte Richard Church am März 21, 2019 einen Blog über Bremen & Bauhaus.



Die hohen Zugewinne aus 2018 konnten in 2019 leider nicht erneut gesteigert werden. Die Stadt Bremen verzeichnete allerdings eine 20%-ige Steigerung der Übernachtungszahlen in 2019. Es ist anzunehmen, dass die Schweizer während ihres Aufenthaltes in Bremen auch Tagesausflüge nach Bremerhaven unternehmen. Laut Zählungen des Klimahauses Bremerhaven 8° Ost waren die Schweizer an erster Stelle der ausländischen Besucher in 2019. Im Deutschen Auswandererhaus rangierte die Schweiz an zweite Stelle. Das Land Bremen profitiert weiterhin vom Nordseetourismus in der Schweiz. Seit dem Winterflugplan 2018/19 gibt es wieder eine Flugverbindung Bremen-Zürich durch Swiss Air. Primär werden auf dem Schweizer Markt die Themen „Maritimes Flair, Kulinarik, UNESCO, die Wissenswelten, die Havenwelten, Radfahren und Events“ beworben.

Schweiz	2015	2016	2017	2018	2019
Ankünfte	1.419	1.522	1.635	1.997	1.963
Veränderung gegenüber Vorjahr in %	+14,7	+ 7,3	+7,4	+22,1	-1,7
Übernachtungen	2.883	3.044	3.103	3.682	3.500
Veränderung gegenüber Vorjahr in %	+15,6	+5,6	+1,9	+18,7	-4,9
Ø Aufenthaltsdauer in Tagen	2,0	2,0	1,9	1,8	1,8

Aktivitäten in Kooperation mit der BTZ und der DZT Pressereisen/Multiplikatoren Reisen

Presse-Reise Christoph Ammann, 08. - 12.04.2019, Journalist, Thema: „Aktiv und Natur“.

Trade-Reise tourmark/railtour suisse, 12. - 15.12.2019, Produktreise im Rahmen des Aktionsplan Schweiz mit diversen Marketingmaßnahmen.

Presseartikel/Veröffentlichungen

Ferien Magazin Deutschland 2019 für Österreich und Schweiz sowie mit den Digital- und App-Ausgaben zusätzlich auch für Deutschland. Die Anzeige (1/2 Seite 4c) erscheint sowohl in der Print- als auch in den verschiedenen Digitalausgaben einschl. der App Deutschland mit direkter Verlinkung auf der Bremerhaven Homepage. Außerdem wird im redaktionellen Umfeld des Beitrags zu Bremerhaven einen QR-Code zur Aktivierung eines Video-Clips implementiert. Redaktion mit Neuigkeiten und Events für 2019, Erscheinungsdatum der Jahrespublikation 01.01.2019 mit einer Printauflage von 60.000.

(Finanzierung Erlebnis Bremerhaven)

Magazin Fernweh, Advertorial/Anzeige, 01.01.2019, die Auflage beträgt 62.000 und wird zusätzlich auf der FESPO Zürich, Reisemessen St. Gallen, Bern und Friedrichshafen (Januar bis März 2019) verteilt. Thema: Nord-Deutschland Erleben 2018 (Küsten & Hinterland).

(Finanzierung Erlebnis Bremerhaven)

Internet/Mailing

Ferienmagazin Travel Tip, 1/1-seitige Advertorial für Bremen & Bremerhaven im Publikumsmagazin Travel Inside mit einer Auflage von 105.000, Abonnement Vertrieb und Auslage auf den Flughäfen Zürich und Basel, sowie auf den Ferienmessen in Zürich, Bern und St. Gallen. Ausgabe Januar 2019. Thema: Flug Zürich-Bremen mit Swiss, Destinationen Bremen & Bremerhaven.

(Finanzierung über das Budget „Zwei Städte – ein Land“)

traveltip.ch, Januar 2019, Online Advertorial, Thema: Maritimes Erleben in Bremerhaven

tagesanzeiger.ch, 18.05.2019, Journalist Christoph Ammann, Onlinebericht nach PR-Reise im April 2019, Thema: Aktiv und Natur im Rahmen der Baumeler Kooperation.

Online Kampagne mit der DZT

Crossmediale Online Kampagne für Bremen & Bremerhaven in Kooperation mit der Deutschen Bahn (DB), der Rheinalp (SBB) und der DZT Schweiz zur Bewerbung von Bahnreisen nach Deutschland. Laufzeit April - Dezember 2019. Inkludierte Leistungen:

- Darstellung auf der Contentseite der Kampagnenwebsite mit individuellen Bildern und Texten, Verlinkungen zur eigenen Internetseite sowie Video-Einbindung Top-Tipps, Anreiseinformationen und Beispielverbindungen, Gewinnspielpreis, Reiseangeboten und Logo auf www.germany.travel.de/mrnicosite/zug-nach-deutschland/reiseziele/bremen-bremerhaven.html
- Aushang von 100 Fenstertransparenten Bremen/Bremerhaven in den 300 Straßenbahnwagen der Verkehrsbetriebe Zürich, Laufzeit 01. - 29.05.2019, Reichweite: ca. 890.000 Kontaktchancen täglich
- Display Ads auf der SBB-Website, Wideboard, Reichweite: 189.520 AdImpressions, CTR: 0,25%
- Artikel im Endkunden-Newsletter mit Kampagnenmotiv, Versand 02.05.2019, ca. 10.000 Empfänger, Öffnungsrate: 27,52%, CTR: 41,02%, Klicks auf den Artikel: 2,6 %, Thema: Das maritime Erlebnisland

- Redaktioneller Facebook Post auf der DZT Schweiz Fanpage facebook.com/ReiselandDeutschland.ch, Veröffentlichung am 09.05.2019, ca. 14.000 Facebook Fans

(Finanzierung über das Budget „Zwei Städte – ein Land“)

Online/Offline Kampagne mit Baumeler: führender Schweizer Spezialist für Aktivferien (Wandern und Radfahren), aktive Förderung des Abverkaufs von Reiseangeboten und Produkt- und Themenplatzierung bei den Veranstaltern sowohl online als auch offline, Darstellung von Bremen und Bremerhaven auf der Internetseite baumeler.ch, Blogbeitrag und Facebook-Post am 23.05.2019 und 24.05.2019, Thema: Radreisen – Kulturlandschaft zwischen Elbe und Weser, Printbeilage „Aktivreisen in Deutschland“, Dezember 2019, Thema: Aktivreiseziele in Deutschland mit Vorstellung von Bremen und Bremerhaven auf einer Seite.

(Finanzierung über das Budget „Zwei Städte – ein Land“)

Kooperationen

Buskontor grenzenlos, Verkaufsreise zu 16 Schweizer Busunternehmen vom 02. - 04.09.2019 zur Bewerbung von Bremen & Bremerhaven, Leistung laut Kooperationsvertrag.

Die SAIL Bremerhaven wurde mit großem Interesse aufgenommen und es erfolgten einige Reiseausschreibungen zu diesem Anlass nach Bremen & Bremerhaven.

(Finanzierung über das Budget „Zwei Städte – ein Land“)

Railtour Suisse:

Imageseite im Railtour Suisse Deutschland Katalog, Auflage 100.000, Vertrieb Katalog via mehr als 1.500 Reisebüros und Bahnhöfe in der Schweiz; Internet

(Finanzierung über das Budget „Zwei Städte – ein Land“)

Agentur tourmark im Auftrag für railtour Suisse: Aktionsplan Schweiz mit diversen Marketingmaßnahmen für die Reiseindustrie und Endkunden. Gewinnspielausschreibung im Intranet, Endkunden-Flyer als Katalogbeileger und Akquisitionsbesuche bei Key Account Reisebüros

(Finanzierung über das Budget „Zwei Städte – ein Land“)



Mit 2.126 Übernachtungen rangierte Österreich in 2019 erneut an sechster Stelle der ausländischen Besuchergruppen in der Seestadt. Primär werden in Österreich die Themen „Maritimes Flair, UNESCO, Kulinarik, die Wissenswelten, die Havenwelten, Radfahren und Events“ beworben.

Österreich	2015	2016	2017	2018	2019
Ankünfte	1.048	969	1.033	1.260	1.041
Veränderung gegenüber Vorjahr in %	+34,5	-7,5	+6,6	+22,0	-17,4
Übernachtungen	2.434	2.041	1.859	2.286	2.126
Veränderung gegenüber Vorjahr in %	+56,7	-16,1	-8,9	+23,0	-7,0
Ø Aufenthaltsdauer in Tagen	2,3	2,1	1,8	1,8	2,0

Aktivitäten in Kooperation mit der BTZ und der DZT

Messen/Workshops

Österreich Roadshow, 24.09.2019 Wien und 25.09.2019 Linz, von der DZT Wien organisierte und durchgeführte Roadshow für Reiseindustrie und Presse. Es nahmen insgesamt 58 Reiseagenten und -agentinnen an der Roadshow teil, die in Kleingruppen bei zehnteiligen Powerpoint Präsentationen über die Destinationen informiert wurden. Im Anschluss erfolgten Beratungsgespräche, bei denen auch Informationsmaterial verteilt wurde.

(Finanzierung über das Budget „Zwei Städte – ein Land“)

Online Crossmediale Kampagnen

DZT Rheinalp-Kampagne in Kooperation mit DB/ÖBB, inkludierte Leistungen:

- Mikro-Influencerkampagne als Inspirationsreise nach Bremen und Bremerhaven in Begleitung eines Produktionsteams
- Landingpages:

www.railaxed.at/traeumweiter.at als Kampagnen Landingpage sowie Gewinnspiel
www.oebb.at/deutschland Deutschlandseite mit Bildergalerie, Content und Eventhighlights sowie
 Bewerbung über oebb.at

www.germany.travel/oebb als DZT Landingpage, Zielseite für Native Content der Onlinekampagne

- Social Media Bewerbung: Content Streuung über DZT Kanäle
- Onlinekampagne Native Ads im September, Zielseite der Onlinekampagne auf germany.travel/sparschiene (Bremen/Bremerhaven-Seite)

- Außenwerbung in Wien (80%), Linz und Innsbruck mit individuellen City Light Plakaten, 2 Wochen Aushang vom 27.06. - 10.07.2019, 25 Plakate pro Partner, prognostizierte Reichweite: 31.713.920 Bruttokontakte
- Deutschlandstrecke im Railaxed Magazin der ÖBB, Sommerausgabe Juni 2019 und Winterausgabe November 2019, Auflage 55.000 Exemplare pro Ausgabe, erscheint 4x jährlich, Streugebiet: sämtliche Strecken im ÖBB Nah- und Fernverkehr, Österreich und benachbartem Ausland, redaktionell von ÖBB aufbereitet.

(Finanzierung über das Budget „Zwei Städte – ein Land“)

Presse-Reisen/Blogger-Reisen/Multiplikatoren-Reisen

Dreharbeiten zur DZT Influencerkampagne in Zusammenarbeit mit DB/ÖBB,

27. - 29.08.2019, Köchin Milena Broger als Influencerin sowie das Produktionsteam/7 Personen aus Österreich

Presseartikel/Veröffentlichungen

Ferien Magazin Deutschland 2019 für Österreich und Schweiz sowie mit den Digital- und App-Ausgaben zusätzlich auch für Deutschland. Die Anzeige (1/2 Seite 4c) erscheint sowohl in der Print- als auch in den verschiedenen Digitalausgaben einschl. der App Deutschland mit direkter Verlinkung auf der Bremerhaven Homepage. Außerdem wird im redaktionellen Umfeld des Beitrags zu Bremerhaven einen QR-Code zur Aktivierung eines Video-Clips implementiert. Redaktion mit Neuigkeiten und Events für 2019, Erscheinungsdatum der Jahrespublikation 01.01.2019 mit einer Printauflage von 60.000.

(Finanzierung Erlebnis Bremerhaven)

Kooperationen

Buskontor grenzenlos, Verkaufsreise zu 16 österreichischen (Steiermark & Kärnten) Busreiseveranstaltern zur Bewerbung Bremen und Bremerhaven (29. - 31.01.2019). Eine zweite Verkaufsreise zu 15 Busreiseveranstaltern (Wien, Nieder- und Oberösterreich, Burgenland und Salzburg) zur Bewerbung Bremen und Bremerhaven fand vom 20. - 23.10.2019 statt. Die SAIL Bremerhaven wurde mit großem Interesse aufgenommen und es erfolgte einige Reiseausschreibungen zu diesem Anlass nach Bremen & Bremerhaven.

(Finanzierung über das Budget „Zwei Städte – ein Land“)

Prima Reisen

Unterstützung bei Marketingaktionen zur Bewerbung der beiden Städtereisen nach Bremen und Bremerhaven im Juni und September 2019, Teilnahme an der Wiener Ferien Messe und Auslage von Sonderflyern zur Reise nach Bremen und Bremerhaven, Google Adwords Kampagne im Februar 2019
(Finanzierung über das Budget „Zwei Städte – ein Land“)



Erst seit 2012 wird der belgische Markt gemeinsam mit Bremen bearbeitet. Die Ankunfts- und Übernachtungszahlen der Belgier für 2019 sind zufriedenstellend. Primär werden in Belgien die Themen „UNESCO, Kulinarik, die Wissens- und Erlebniswelten, die Havenwelten, Radfahren und Events“ beworben.

Belgien	2015	2016	2017	2018	2019
Ankünfte	553	616	657	773	702
Veränderung gegenüber Vorjahr in %	-20,1	+11,4	+6,7	+17,7	-9,2
Übernachtungen	982	1.172	1.132	1.624	1.216
Veränderung gegenüber Vorjahr in %	-37,5	+19,3	-3,4	+43,5	-25,1
Ø Aufenthaltsdauer in Tagen	1,8	2,9	1,7	2,1	1,7

Aktivitäten in Kooperation mit der BTZ und der DZT

Messen /Workshop

Deutschland Workshop Brüssel, 20.11.2019. Von der DZT Belgien organisierter und durchgeführter Workshop für Deutschland. Bremen und Bremerhaven waren mit einem Gemeinschaftsstand vertreten. Hier konnten neue Kontakte geknüpft und bestehende Kontakte gepflegt werden. Es wurden 9 Fachgespräche geführt.

(Finanzierung über das Budget „Zwei Städte – ein Land“)

Presse-Reisen/Blogger-Reisen/Multiplikatoren-Reisen

DZT Influencer-Reise „gerritandthecity“, 16. - 19.09.2019, Blogger Gerrit Elen aus Belgien, Thema: „30 Jahre Mauerfall“ im Rahmen einer Deutschlandrundreise. Im Kampagnenzeitraum wurden

- über 389 Beiträge in mehr als 34 Ländern publiziert
- rund 720.000 Klicks auf die Beiträge der Story-Wall generiert
- insgesamt über 88.7 Millionen Impressionen erzielt

Internet/Mailings

Teilnahme an der DZT-Familienkampagne (siehe Niederlande)

Reiseindustrie-Newsletter über Buskontor grenzenlos, 25.06.2019, Newsletter an 134 Empfänger in den Niederlanden und 29 Empfänger in Belgien, Thema: „UNESCO, Wissenswelten, HB & BHV beim RDA“.

(Finanzierung über das Budget „Zwei Städte – ein Land“)

Germany Travel Mart™ (GTM)

Die hessische Landeshauptstadt Wiesbaden war vom 12. bis 14. Mai 2019 **GTM2019™** Gastgeber des GTMs. Auf der wichtigsten B2B-Plattform für den deutschen **12 - 14 May** Incoming-Tourismus informierten sich 500 Experten und Entscheidungsträger der internationalen Reiseindustrie sowie Fachjournalisten aus allen wichtigen Quellmärkten über die neuesten Trends, Entwicklungen und touristischen Produkte in Deutschland.

Beim zweitägigen Workshop präsentierten sich 300 Anbieter aus Hotellerie, Transport sowie lokale und regionale Tourismusorganisationen dem internationalen Fachpublikum. Dazu wurden im Networking Tool online rund 18.000 Termine vereinbart.

Bremen und Bremerhaven waren mit einem Gemeinschaftsstand vertreten. 52 Gespräche konnten geführt werden.

22. SeeStadtFest Bremerhaven



Die Erlebnis Bremerhaven ist als Veranstalter des vierten SeeStadtFest – Landgang Bremerhaven vom 23. bis 26. Mai 2019 mit dem Veranstaltungsverlauf zufrieden: Mit 230.000 Besuchern liegt die Zahl auf dem Vorjahresniveau.

Das SeeStadtFest – Landgang Bremerhaven, das größte maritime Festival an der Nordseeküste, überzeugte insgesamt mit seiner Programmviefalt, den zahlreichen verschiedenen Schiffen und den Programmhightlights.

Das Höhenfeuerwerk am Sonnabend zog rund 25.000 Zuschauer auf den Weserdeich. Das Feuerwerk ist auf der Nordmole abgebrannt worden.

Knapp 80 Schiffe machten während des SeeStadtFestes in Bremerhaven fest. Ein besonderes Highlight und zum ersten Mal in Bremerhaven zu Gast waren die beiden Feuerschiffe „Elbe 1“ und „Borkumriff“, die zahlreiche Open Ship Besucher anlockten. Hingucker an der Seebäderkaje war auch das russische Segelschulschiff „Mir“ aus St. Petersburg, welches gleichzeitig als schnellster Rahsegler der Welt gilt. Auch die Deutsche Marine beteiligte sich mit der Fregatte „Augsburg“ am SeeStadtFest. Für die „Augsburg“ ging es von Bremerhaven aus auf die letzte große Reise, bevor sie 2020 außer Dienst gestellt wird. Neben der Marine reihte sich auch ein NATO-Verband, bestehend aus sieben Einheiten, zu einem Kurzbesuch ein.



Auch der Dampfeisbrecher „Stettin“ kam zu einem Besuch in die Seestadt Bremerhaven und lag zusammen mit den beiden anderen Dampfschiffen „Wal“ und „Welle“, die für ein stimmiges Bild im Hafen sorgten.

Die Schiffergilde Bremerhaven e. V. organisierte erneut ein Treffen von Börtebooten an der provisorischen Steganlage im Neuen Hafen. Außerdem hatte die Gilde den ehemaligen Schlepper „Fairplay VIII“, den Besanewer „Johanna“ und andere Segelkutter und Ewer zum Frühstück zu Gast.

Auf mehreren Bühnen wurde ein umfangreiches Programm für nahezu jeden Geschmack präsentiert: Am Donnerstag, 23. Mai, lockte das Plattfest, welches in Kooperation mit der Stadthalle Bremerhaven organisiert wurde, zahlreiche Gäste auf das SeeStadtFest. Dortige Programmhöhepunkte „De



Winnewupps“ sowie die Gruppe „De Schkandolmokers“. Der Radiosender „Bremen Next“ präsentierte am Freitag, 24. Mai, und Samstag, 25. Mai, ein umfangreiches House und Deutsch-Rap Programm auf der eigens konzipierten Containerbühne, u.a. mit den DJs „Housedestroyer“, den Deutschrapern „219Click“ sowie dem Deutschrapper „Summer Cem“. Die „Radio Bremen Bühne“ präsentierte am Freitag und Samstag als Hauptact „Sweety Glitter & the Sweethearts“ und „Max the Sax“. Am Sonntag rundete das Programm u.a. „BB and the Blues Snacks“ ab.

Ebenfalls gelang es zum zweiten Mal eine Kleinkunstabühne, zusammen mit dem Theater im Fischereihafen, zu installieren. Dort präsentieren sich von Freitag bis Sonntag verschiedene Kleinkünstler: angefangen von Zauberern, Akrobatik bis hin zu der Comedyshow „One Woman Streetshow“.

Für den kleinen Hunger gab es überall auf dem Gelände des SeeStadtFestes passende Angebote – für den abenteuerlichen Magen aber lohnte sich der Gang zum sogenannten „Street Food Festival“, bei dem eine kulinarische Weltreise angeboten wurde. Serviert wurden Speisen aus den unterschiedlichsten Kulturen, die vor den Augen der Besucher an rund 25 Ständen zubereitet wurden.

Auf der Seebäderkaje lud TOGGO von Super RTL am Samstag und Sonntag zur „TOGGO Tour“ ein. Auf dem über 3000 Quadratmeter großen Areal am Willy-Brandt-Platz warteten neben Auftritten angesagter Musik-Acts zahlreiche Attraktionen und Workshops zu den beliebten TOGGO Themenwelten auf die Kinder.

Ein besonderes Highlight stellten dabei aufwendig gestaltete Aktionsmodule wie Woozles Buzzer Lauf oder die Spirit Reiterakademie dar. Fans der Gameshow Super Toy Club und des Wissensformats Woozle Goozle durften an der großen TOGGO Bühne mitspielen und mitraten. Für Live-Musik sorgten am Samstag die Kinderstars von „Kidz Bop Germany“ sowie die Schlager-Popband „Feuerherz“ am Sonntag. Die Dortmunder Pop-Rocker „Max im Parkhaus“ traten an beiden Tagen auf. Durch das vielseitige Programm führten die TOGGO Moderatoren Maria Meinert und Marc Dumitru.



Ebenfalls wurde eine Wissenschaftsmeile in Höhe des Deutschen Schifffahrtsmuseum errichtet, bei dem sich neun Aussteller präsentierten. Mit dabei waren unter anderem das Alfred-Wegener-Institut und das neu ansässige Thünen-Institut.

Leider gab es in diesem Jahr keinen verkaufsoffenen Sonntag in der Innenstadt. Die EBG versuchte durch das „Hein-Mück-Festival“ am Samstag und Sonntag zahlreiche Besucher in die Innenstadt zu locken. Unterschiedliche Straßenkünstler und -musiker versuchten beim Wettstreit die Zuhörer auf ihre Seite zu ziehen.

Die auswärtigen Besucher kamen u. a. aus Nordrhein-Westfalen, Niedersachsen und Bremen für einen Tagesbesuch und ein langes Wochenende in die „Havenwelten Bremerhaven“ und auf das SeeStadtFest. Fast alle Hotels waren für die Zeit des SeeStadtFestes ausgebucht, nur noch wenige Zimmer waren verfügbar. Die ersten Buchungen kamen bereits Anfang des Jahres und es zeichnete sich ab, dass viele Hotelbuchungen aufgrund des SeeStadtFestes getätigt wurden.

Zur Bewerbung der Veranstaltung wurden 10.000 Ankündigungs- und über 10.000 Programmflyer gedruckt, die in Bremerhaven, im Landkreis Wesermarsch und der Region verteilt wurden. Ebenso erfolgte eine überregionale Plakatierung mit 18/1-Großflächenplakaten in 7 Städten auf 400 Anschlagstellen wie z. B. in den Großstädten Bremen, Hamburg, Kassel und Paderborn. Die Plakatierung wurde aus dem Freikontingent entnommen, das zwischen der Stadt Bremerhaven und Ströer/Deutsche Städte Medien verabredet ist. Zudem gab es in Zusammenarbeit mit der Nordsee-Zeitung ein separates Veranstaltungsmagazin (52.000 Stück Auflage) für das SeeStadtFest, in dem auf die Veranstaltung im Vorfeld hingewiesen worden ist. In diversen Zeitungen und Zeitschriften, u. a. Laufpass, Nordsee-Zeitung, Sonntagsjournal, Tante Babo, Löppt, Hamburger Abendblatt und SportSchipper wurde die Veranstaltung mit redaktionellen Beiträgen beworben.

Zahlreiche Printmedien und Onlinemedien, wie z. B. der Weser-Kurier, die Bild-Zeitung, die Hannoversche Allgemeine Zeitung, die Nordwestzeitung, der Focus, n-TV, das Seereisen Magazin und Die Welt berichteten sowohl im Vorfeld, während der Veranstaltung und auch im Anschluss sehr positiv über das SeeStadtFest Bremerhaven. Positiv zu vermelden ist ebenfalls der Zuwachs der Follower auf Facebook für das SeeStadtFest von 7.513 im letzten Jahr auf 8.478 Follower in diesem Jahr. In dem Zeitraum vom 20. – 27. Mai wurden 28 Beiträge online gestellt, die über 444.800 Nutzer erreichte. Ebenfalls erfreut sich die Plattform Instagram an zusätzlicher Beliebtheit: 205 Instastorys sowie 46 Posts wurden online gestellt. Zusätzlich wurden 35 Radiospots geschaltet, mit dem Ziel, Einheimische und auch Urlauber in unserer Region zum Saisonstart zu erreichen.

Radio Bremen war wieder Medienpartner des SeeStadtFestes und kündigte die Veranstaltung mit kostenlosen Hörfunkspots sowie redaktionellen Beiträgen an.

Es hat sich gezeigt, dass sich das maritime Konzept mit dem abwechslungsreichen Rahmenprogramm und den Programmpunkten bewährt und gleichzeitig bewiesen hat. Mit dem SeeStadtFest, dem größten maritimen Festival an der Nordseeküste hat Bremerhaven wieder überregional seine maritime Kompetenz mit Erfolg dargestellt und das gesamte Areal „Havenwelten Bremerhaven“ und die Bremerhavener Innenstadt stärker im Markt positioniert und bekannt gemacht.

23. Schippertage

Der Abschluss des Veranstaltungssommers bildete die Veranstaltung „Schippertage Bremerhaven“, die in Kooperation mit der eine Woche zuvor stattfindenden „Watten Sail“ in Carolinensiel stattfindet. An dem Wochenende vom 16. bis 18. August 2019 liefen wieder zahlreiche kleinere Traditionsschiffe zu den dritten Schippertagen in Bremerhaven ein.

18 Plattbodenschiffe trafen pünktlich zum Einlaufen am 16. August im Neuen Hafen ein, um nacheinander in den Alten Hafen einzulaufen. Begleitet wurde diese kleine Einlaufparade durch zwei geklappte und einer gedrehten Brücke durch einen Klavierspieler. Hunderte Besucher an den Kajen verfolgten interessiert das seltene Schauspiel.

An Land wurde ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm geboten, das die Besatzungen der Traditionsschiffe, aber auch interessierte Besucher gleichermaßen ansprechen sollte: Am Samstag und am Sonntag war jeweils von 13 bis 18 Uhr historisches Handwerk zu bestaunen. Einen Einblick in ihre handwerklichen Fähigkeiten gaben unter anderem Imker, Korbmacher und Seiler. Dabei konnte zahlreichen Shanty-Chören aus der Region gelauscht werden. Als Highlight sorgte „Delicious Divine“ am Samstag für Party- und Soulmusik. Am Sonntag kamen Besucher von Funk voll auf ihre Kosten: „Cotton Club“ heizten den Besuchern mehrere Stunden ein.



Am 19. August nahmen die Schipper Abschied von Bremerhaven. Der Zuspruch von den Teilnehmern war gut, viele wollen zur SAIL 2020 wiederkommen, da die SAIL parallel stattfindet und die Schippertage somit in 2020 nicht stattfinden können. Die Veranstaltung schloss mit ca. 10.000 Besuchern ab, womit die Erlebnis Bremerhaven GmbH mehr als zufrieden war.

Die Schippertage sind im Internet sowie mit einer umfangreichen Pressearbeit beworben und publiziert worden. Auch der NDR kam zu Gast nach Bremerhaven, um über die Schippertage zu berichten. Der Schwerpunkt der Werbemaßnahmen richtete sich sowohl an die Bürgerinnen und Bürger Bremerhavens als auch an die Touristen aus der Region, die sich in der Seestadt zu einem Besuch befanden. Insofern sind die Schippertage eine gute Veranstaltung zur wirkungsvollen Belegung des Tagesprogramms im Sinne des Images der Stadt.

24. Bremerhavener Weihnachtsmarkt 2019

Die Erlebnis Bremerhaven GmbH (Veranstaltungsabteilung) ist seit 2006 zusammen mit dem Kooperationspartner City Skipper e. V. für die Organisation und Durchführung des Weihnachtsmarktes zuständig und offizieller Veranstalter.

Der vom 25. November bis zum 23. Dezember 2019 täglich geöffnete „Bremerhavener Weihnachtsmarkt“ fand mittlerweile zum 14. Mal in der Innenstadt statt.



In diesem Jahr sorgte neben der neu angeschafften Weihnachtsbeleuchtung ein weiterer „Nordstern“ und weitere Beleuchtung in der Fährstraße für zusätzliches weihnachtliches Flair. Auch ein übergroßer LED Weihnachtsmann wurde angeschafft und diente neben der begehbaren Weihnachtskugel als Selfie

Point.

Es konnte erreicht werden, dass der Weihnachtsmarkt bis einschl. 23. Dezember geöffnet war und erst nach den Feiertagen abgebaut wurde.

Die Hauptattraktion des Bremerhavener Weihnachtsmarktes 2019 war ein großes Riesenrad, das auf dem THP aufgebaut wurde. Hinzu kommen zahlreiche Kinderaktionen, ein Weihnachtszelt und ein Kunsthandwerkermarkt, der allerdings nur am Wochenende geöffnet war.

Für die Kinder waren wie in den Vorjahren der Märchen-Bus von BremerhavenBus im Einsatz, ebenso sorgte eine Kletterwand und eine Bahn zum Eisstockschießen für großen Zuspruch bei Kindern und Jugendlichen. Auch der Weihnachtsmann war an jedem Adventssonntag im Einsatz, um seine Gaben an die Kinder zu verteilen. Ein weiteres Highlight stellte die Feuer-/Lasershow am Nikolaustag dar, zu der zahlreiche Besucher kamen. In der Großen Kirche gab es am 22. Dezember als musikalischen Abschluss ein sehr gut besuchtes plattdeutsches Weihnachtskonzert mit Pastor Rösel und dem Blanke Trio.



Die Beteiligung der Kaufmannschaft an dem Geschehen ist eher zurückhaltend, weihnachtliche Schaufensterdekorationen sind mittlerweile in der Minderzahl. Auch aus diesem Grund wurde durch die Erlebnis Bremerhaven GmbH die dekorativ beleuchtete „Tannenstraße“ vom Kirchplatz bis zum Theodor-Heuss-Platz ausgebaut, um eine attraktive Verbindung zu den beiden Plätzen zu schaffen.

Der gemeinsame Weihnachtsmarkt der Erlebnis Bremerhaven GmbH und dem City Skipper Bremerhaven e. V. erzielte ein gutes Ergebnis. Dazu trug auch die gute Vermarktung bei, welche die Veranstaltung vor allem in den digitalen Medien mit tagesaktuellen Informationen bewarb (Internet, PR, facebook, Instaram). Darüber hinaus wurden 25.000 Flyer produziert und in der Region verteilt.

Der Bremerhavener Weihnachtsmarkt wurde auch 2019 aufgrund von Standgebühren und Sponsoreneinnahmen kostendeckend durchgeführt.

25. Kooperationsveranstaltungen

Seit vielen Jahren nimmt die Veranstaltungsabteilung der Erlebnis Bremerhaven GmbH touristisch geprägte Aufträge von Dritten an, die z. B. die Durchführung von Veranstaltungen, Schiffstufen, Messebau, Eröffnungen usw. betreffen. Die zumeist kostenpflichtige Abwicklung dieser Aufträge sorgt für eine Mitfinanzierung von Veranstaltungen. Der Ursprung dieser Aktivitäten lag in der Betreuung einer Vielzahl an Messen und Präsentationen, die früher mit eigenen Standsystemen und Verkaufsständen bestückt und in der eigenen Tischlerwerkstatt hergestellt wurden. Nachdem die Messepräsenzen zunehmend mit Norm- und Kooperationsständen erfolgten, hat sich dieses Aufgabenfeld deutlich reduziert.

Im Jahr 2019 wurden folgende Veranstaltungen für Dritte organisiert:

- Jugend forscht (nur Messebau), 13. bis 14. Februar 2019
- Erstanlauf „Mein Schiff 2“ 29. Januar 2019
- Taufe „VASCO DA GAMA“ 09. Juni 2019
- FischParty (Unterstützung) 27. April bis 28. April 2019
- Erstanlauf „AIDAcara“ 13. Juli 2019
- NIVEA DLRG Strandfest am 24. Juli 2019
- Vierfachtanlauf – Phoenix Schiffe 04. August 2019
- Erstanlauf „Amera“ 16. August 2019

26. Flächenmanagement Alter und Neuer Hafen

Im Auftrag der BEAN ist die Veranstaltungsabteilung der Erlebnis Bremerhaven GmbH seit Jahren für die touristische Bewirtschaftung der Land- und Wasserflächen im Tourismusareal Havenwelten zu-



ständig. Das Aufgabenspektrum umfasste auch 2019 wieder die Organisation und Koordination jeglicher touristischen Nutzung im Vertragsgebiet. Hierzu zählten insbesondere die touristische Belegung der Kajen, Kajenrückräume, Plätze und Wasserflächen des Alten und Neuen Hafens, die Betreuung der Sportbootschleuse Neuer Hafen sowie die Beflaggung im gesamten Areal.

Das Management der 96 Multifunktionsmasten war dabei besonders aufwendig, da die Beflaggung an den einzelnen Masten an Firmen gegen Entgelt vergeben wird. Neben der Akquisition und der Verwaltung war 2019 mehrmals eine Reparatur und Ersatzbeflaggung mit einem Steiger vorzunehmen, da die Masten entgegen ihrer ursprünglichen Konzeption nicht mehr umlegbar sind. An den Erlösen aus der Vermietung der Masten ist die Erlebnis Bremerhaven GmbH beteiligt.

Hinzu kommt die Bearbeitung von Veranstaltungsanfragen Dritter auf der Haven-Plaza zwischen Klimahaus und Mediterraneo (Gottesdienst, Shanty-Chor usw.).

27. Reisemobilstellplätze

Die Erlebnis Bremerhaven GmbH verfügt über die zwei Wohnmobilstellplätze Doppelschleuse und Hoebelstraße (Fischkai) mit insgesamt 98 Stellplätzen, die über die Veranstaltungsabteilung betrieben werden. Durch den guten Service und die interessante Lage wird der Stellplatz Hoebelstraße (Fischkai) fast jährlich durch die Fachzeitschrift „ProMobil“ als Stellplatz des Jahres ausgezeichnet. Der Stellplatz Doppelschleuse wird als „TopPlatz“ geführt. Beide Plätze wurden 2019 wieder im ADAC-Stellplatzführer gelistet.

Der Stellplatz am Fischkai wurde auch 2019 nur saisonal betrieben und im Winterhalbjahr geschlossen. Für die Woche zwischen Weihnachten und Silvester öffnete der Platz seit 2017 zum zweiten Mal, da sich immer mehr Reisemobilisten in diesem Zeitraum in Bremerhaven aufhielten.



Zu festgelegten Zeiten standen 2019 auf beiden Plätzen Ansprechpartner für die Gäste zur Verfügung, die täglich auch einen Brötchen- und Zeitungsservice anbieten. Die Betreuung, Pflege und Wartung der Reisemobilparkplätze (Grünanlagen, Stellplätze, Sanitäreinrichtungen) erfolgte durch einen festen Mitarbeiter der Erlebnis Bremerhaven GmbH, der durch vier 450€-Kräfte unterstützt wird, die die Öffnungszeiten an sieben Tagen/

Woche gewährleisten. Ab Anfang 2019 hat ein ausgebildeter Mitarbeiter aus der Touristik die Federführung übernommen.

28. Stadtmarketing

Gemäß dem im „Masterplan Stadtmarketing Bremerhaven“ niedergelegten Arbeitsprozess zu seiner Umsetzung, sowie der konkreten Beteiligung des Stadtmarketingbeirats, wurde der abgestimmte Stadtmarketingplan 2020 dem RfW am 30. September 2019 zur weiteren Präsentation in den kommunalpolitischen Gremien vorgelegt. In der Stadtmarketing Sitzung am 18.09.2019 wurden die, in 2019 bis dato durchgeführten, Projekte und Veranstaltungen aus dem Stadtmarketingplan 2019 von den für die drei Zielgruppen verantwortlichen Akteuren – Magistrat, BIS und Erlebnis Bremerhaven GmbH – vorgestellt. Aus zeitlichen Gründen konnte die Vorstellung des Stadtmarketingplans 2020 in dieser Sitzung nicht mehr vollendet werden, sondern wurde auf die nächste Sitzung vertagt. In der Sitzung am 03.12.2019 wurde der Stadtmarketingplan 2020 vorgestellt, erörtert und einstimmig beschlossen.

Der Stadtmarketingplan 2020 ist am 10.12.2019 vorbehaltlich der Zustimmung durch den Stadtmarketingbeirat in der öffentlichen Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses – Bereich Wirtschaft einstimmig beschlossen worden. Für die Umsetzung des vorgelegten Stadtmarketingplans 2020 soll ein Budget in der Höhe von 50.000 EUR in den kommenden Haushalt eingestellt werden.

Aus dem 10-Punkte-Programm sind durch das Stadtmarketing in 2019 folgende Vorhaben umgesetzt bzw. auf den Weg gebracht worden:

Meer Nachhaltigkeit

Auf Initiative des Arbeitskreises Nachhaltiger Tourismus der Klimastadt Bremerhaven und in Abstimmung mit dem mit Umweltschutzamt und Klimastadtbüro, sollte das Thema „Nachhaltiger Tourismus in Bremerhaven“ nach



der geringen Beteiligung der Leitungsträger an der Umfrage im Vorjahr nochmal aufgegriffen werden. Mit einer konkreteren Ausrichtung der Aufgabenstellung „Reduzierung von Plastikmüll in der Gastronomie und Hotellerie“ soll das Thema im Rahmen der Learners’ Company erneut bearbeitet werden. Learners’ Company ist eine „Praxiswerkstatt“ der beiden internationalen Studiengänge Angewandte Freizeitwissenschaft und Tourismusmanagement der Hochschule Bremen, die den Studierenden bereits im 4. Semester die Möglichkeit bietet, praktische Erfahrungen zu sammeln. Ein entsprechender Projektantrag wurde in 2019 erfolgreich eingereicht. Ziel des Projektes ist die Ausarbeitung einer konkreten Projektidee, die von der Erlebnis Bremerhaven GmbH in 2020 umgesetzt werden kann.

Unsere Stadt. Unser Wochenende!

Die Aktion „**Unsere Stadt. Unser Wochenende!**“ wurde in 2019 ein weiteres Mal in Kooperation mit dem Tourismusausschuss der IHK, dem DEHOGA und der MBQ durchgeführt. Als wichtige Binnenmarketingaktion konzentrierte sich die erstgenannte Maßnahme im Frühjahr 2019 darauf, die Bremerhavener für touristische Angebote der Stadt zu begeistern. Der Preis von 10 EUR pro Stern, pro Person und pro Nacht lockte im Frühjahr 2019 wieder zahlreiche Bremerhavener und Nachbarn in die hiesigen Hotels. Die exklusiven Zusatzangebote, die den Kurzaufenthalt ebenso angenehm, wie erlebnisreich machen, wurden gleichfalls gut gebucht.

Das Projekt wurde 2019 wieder intensiv in den Sozialen Medien beworben. Mehr als 110.000 Menschen wurden auf Facebook, Instagram und Twitter erreicht. Zudem gab es eine begleitende Berichterstattung in den örtlichen Medien.

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 zusätzlich bestehende Datenbanken, wie Veranstaltungen im Norden und Bremerhaven.de einbindet. Auch neue Anwendungen wie AR, MR, VR, QR, GPS, Beacons, Social Media, Sprachassistenten und 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.



UNESCO Creative City of Gastronomy Bremerhaven - FISH at its BEST

Im Tourismuskonzept 2025 ist „**Fischerlebnis**“ eines der Profilt Themen für Bremerhaven. Das Thema Bewerbung UNESCO Creative City of Gastronomy aus dem 10-Punkte Programm des Stadtmarketing-masterplans soll weiterverfolgt werden. In 2019 hat sich die Projektgruppe „Fischerlebnis“, bestehend aus dem Seefischkochstudio, der FBG, dem Referat für Wirtschaft, der BIS mbH und der Erlebnis Bremerhaven GmbH Planungen für eine mögliche Bewerbung erarbeitet. Dazu ist eine Delegation von vom 14. - 16. November 2019 nach Bergen geflogen, um sich dort mit Verantwortlichen, die diesen Bewerbungsprozess schon mal durchlaufen haben, zu treffen. Die weitere Abstimmung zum Projekt folgt in 2020.

Pier der Wissenschaft

Als Geschäftsstelle des **Netzwerks Pier der Wissenschaft** hat die Erlebnis Bremerhaven in 2019 wieder regelmäßig zu den Netzwerktreffen eingeladen. In 2019 wurde insbesondere die kommunikative Umsetzung der Programm- und Marketingaktivitäten über die Abteilung Stadtmarketing sichergestellt. Wodurch das Netzwerk über die Sozialen Medien deutliche Zuwächse an Followern auf ihren Kanälen (insbesondere Facebook, Twitter) erzielen konnte.



Das bewährte Veranstaltungsformat „**SCIENCE GOES PUBLIC!**“ fand erneut im Frühjahr und im Herbst 2019 statt. Angesichts der begrenzten personellen Ressourcen, aber auch um einen dramaturgisch-inszenierten Einstieg in den Abend zu ermöglichen, wurde ein Jingle produziert, der regelmäßig zum Einsatz kommt. Seit Herbst 2017 wird die Veranstaltungsreihe 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.

Eingebunden in die Reihe SCIENCE GOES PUBLIC! wurde im Herbst 2019 einmal mehr der „**Science Slam Bremerhaven**“ durchgeführt.

Erstmals hat sich das Netzwerk in 2019 gemeinsam als Wissenschaftsmeile auf dem SeeStadtFest präsentiert. Die Planung und Organisation dafür hat das Stadtmarketing übernommen.

Unter den Mitgliedern der Pier der Wissenschaft gibt es eine Vielzahl an außerschulischen Lernorten, die über die Erlebnis Bremerhaven GmbH unter „Bildung Ahoi!“ vermarktet werden. Elf Anbieter – DAH, DSM, Historisches Museum, Hochschule, Klimahaus, Kunsthalle & Kunstmuseum, Phänomonta, Planetarium, Stadtarchiv, Stadttheater & Philharmonisches Orchester und Zoo am Meer – haben sich der Kampagne „Bildung Ahoi!“ angeschlossen. Sie präsentierten unter diesem Titel die außerschulischen Lernorte seit 2017 im Internet unter www.bremerhaven.de/BildungAhoi. Die Website gibt, unterstützt durch Filter- und Suchfunktionen, einen gezielten Überblick über Kurse, Workshops und Führungen, die sich an Pädagogen von Kindergärten bis hin zu Berufsschulen richten.



Touristische Internetseite

Die Stadtmarketing-Abteilung betreut auf der Internetseite www.bremerhaven.de die Themenbereiche Tourismus und Veranstaltungen (einschließlich Online-Veranstaltungskalender) sowie wichtige Bereiche aus Freizeit & Kultur. Jährlich werden alle Inhalte auf Aktualität überprüft, ggf. angepasst und bei Bedarf überarbeitet. In 2019 gab es insgesamt 1.889.152 Besucher auf dem Bremerhaven Portal mit 4.632.668 Seitenansichten. 1.174.517 Seitenaufrufe erfolgten auf die touristischen Internetseiten, wobei die Rubrik Touren & Ausflüge (Platz 1) sowie Schiffe & Häfen (Platz 2) die höchsten Zugriffszahlen aufweisen. Auf Platz 3 befindet sich der Bereich Shopping & Gastronomie und der Platz 4 wird von den Museen & Erlebniswelten belegt.



Der Bereich Veranstaltungen hatte 2019 insgesamt 876.354 Seitenaufrufe, wobei die SAIL-Seiten mit 297.667 hier die absoluten Spitzenreiter waren, gefolgt vom SeeStadtFest mit 188.167 Aufrufen. Auch der Bereich Freizeit & Kultur gehört zu den Seiten, die das Stadtmarketing pflegt. Diese schlagen mit insgesamt 217.239 Seitenaufrufen zu buche.

Zudem werden die englischen Seiten komplett durch das Team des Stadtmarketings gepflegt.

Marketinginitiative Bremerhavener Quartiere (MBQ)

Im Rahmen der allgemeinen Stadtmarketingaktivitäten wurde auch 2019 die Tätigkeit als Geschäftsstelle der **Marketinginitiative Bremerhavener Quartiere (MBQ)** ausgeübt. Der Zusammenschluss



der Stadtteilmanager und Vorstände der Kaufmannschaften trifft sich mindestens vier Mal pro Jahr, um sich inhaltlich zu handelsrelevanten Entwicklungen in der Stadt, aber auch in Hinblick auf gemeinsame operative Maßnahmen abzustimmen.

MBQ-Projekt „Digital-Lotse“

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

Die Finanzierung der Personalstelle erfolgt anteilig. Eine 0,4 VZ-Stelle in Bremerhaven und eine 0,8 VZ-Stelle in Bremen für zwei Jahre. Die Mittel werden über die WfB bereitgestellt. In ihrer Funktion als Geschäftsstelle der MBQ übernimmt die Erlebnis Bremerhaven GmbH die Ausführung in der Stadt Bremerhaven. Das Förderprojekt läuft am 30.06.2021 aus.

MBQ-Projekt „Einzelhandelsreport“

Die Stadtmarketing-Abteilung hat 2018/2019 maßgeblich an der Erstellung des „**Einzelhandelsreport Bremerhavener Quartiere**“ – Bedeutung und Funktion des Handels für die Stadtquartiere – IHK für Bremen und Bremerhaven mitgewirkt. Dieser wurde im April 2019 veröffentlicht.

MBQ-Projekt „Heimat –Shoppen“

In 2019 hat Bremerhaven 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.

Weitere MBQ-Kooperationsprojekte

Quartiersmanagement Lehe

Die Stadtmarketing-Abteilung ist Teil des Bremerhavener Kooperationspartner-Netzwerks „wunderwerft“, das sich zur besseren Vernetzung von Arbeit und Handel auf der Hafenstraße im Stadtteil Lehe zusammengefunden hat. In einem leerstehenden Geschäft wurde zur Wiederbelebung gewerblichen

wunderwerft
Für unsere Hafenstraße.

Leerstandes eine Ideenschmiede eingerichtet. In 2019 unterstützte das Stadtmarketing ideell und finanziell das Projekt „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“

Innenstadtmanagement Mitte



Die Erlebnis Bremerhaven GmbH ist laut Satzung geborenes Vorstandsmitglied im Innenstadtmanagement CITY SKIPPER Bremerhaven e. V.. Im Rahmen dieser Beteiligung und Mitwirkung wurde 2019 federführend von der Abteilung Stadtmarketing 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 e.V. in Sachen Weihnachtsmarkt resultierte, dass das Stadtmarketing die Ausschreibung und Umsetzung der neuen Weihnachtsbeleuchtung für die Stadtmitte Bremerhaven verantwortet hat.

29. Sportmarketing

Seit 2014 ist die Erlebnis Bremerhaven GmbH Vertragspartner der beiden Bundeliga-Vereine beim Sportmarketing. Die beiden Spielbetriebsgesellschaften der Fischtown Pinguins



Bremerhaven und der Eisbären Bremerhaven erstellen dabei für die jeweiligen Saisons Marketingangebote. Diese wurden durch eine externe Firma (Repucom) 2014 (die Eisbären Bremerhaven



erneut Mitte 2019) bewertet und sind Grundlage zu jährlich neu zu schließenden Sportmarketingverträgen.



Die abgegebenen Angebote enthalten jeweils unterschiedliche Marketingaktivitäten und -maßnahmen zur überregionalen Veranstaltung der Stadt sowie Vorhaben zur Förderung des Breitensports. Die Erlebnis Bremerhaven GmbH prüft die Angebote und schließt daraufhin die Verträge. Dafür erhielt sie auch 2019 über die in den Verträgen vereinbarten Beträge eine erhöhte institutionelle Förderung durch das RfW. Nach monatlicher Rechnungsstellung und Leistungserfüllung werden die Beträge anteilig an die beiden Vereine weitergeleitet. Die Umsetzung der vereinbarten Marketingmaßnahmen hatten die Vereine der Erlebnis Bremerhaven GmbH nach Ablauf der Saison 2018/2019 bis Mitte des Jahres 2019 genau nachzuweisen.



30. Personelle und innerbetriebliche Entwicklung

Zum 31. Dezember 2019 waren über alle Beschäftigungsverhältnisse 84 Arbeitnehmer/innen in der Erlebnis Bremerhaven GmbH tätig.

Die Betreuung der **Auszubildenden** wurde 2019 von zwei Ausbildern übernommen. Aufgrund einer Empfehlung des Tarifvertrags wurde ein Auszubildender ab dem Ende seiner Ausbildung für ein Jahr weiterbeschäftigt (im Rahmen eines Trainee-Programms). Zur Abdeckung von Hochsaison-Zeiten und Wochenenddiensten in den beiden Tourist-Informationen sowie bei Einsätzen des Promotionbusses, im CCCB, auf Messen und Veranstaltungen wurden mehrere geringfügig Beschäftigte (Aushilfen auf Abruf) eingesetzt. Die Zahl der geringfügig Beschäftigten Saisonkräfte (450 Euro-Basis), schwankt im Verlauf des Jahres 2019 erheblich und wurde im Vergleich zum Vorjahr wieder aufgestockt.

Anfang bis Mitte 2016 wurden erhebliche innerbetriebliche Organisationsänderungen durchgeführt. In diesem Zusammenhang konnten erstmals wichtige Verwaltungsstellen besetzt werden, unter deren Fehlen die Erlebnis Bremerhaven GmbH seit ihrer Ausgründung Mitte 2013 enorm gelitten hatte. Dazu gehörten die Kaufmännische Leitung, eine Personalsachbearbeitung, eine eigene Buchhaltung, die Vergabestelle (Einkauf) und ein Bote (auf 450 Euro-Basis). Diese Mitarbeiter wurden in der neuen **Abteilung Zentrale Dienste** zusammengeführt. Am 01.02.2019 konnte die Stelle der kaufmännischen Leitung wieder neu besetzt werden.

Im Team „**Service & Vertrieb**“ (SuV) wurde am 01.08.2019 eine neue Abteilungsleitung eingestellt. Der Weg mit zwei Teamleiterinnen aus dem Bestand wurde beibehalten. Diese Maßnahme wird weiterhin aber nur als Provisorium gewertet.

Seit 01.12.2019 wurde die Abteilungsleitung für die Veranstaltung neu besetzt bzw. nachbesetzt. Die Abteilungsleitung kam aus den eigenen Reihen. Die Möglichkeit einer zukünftigen Verzahnung mit der Stadthalle steht weiterhin noch offen.

Die Abteilungsleitung im Stadtmarketing konnte ab dem 01.09.2019 neubesetzt werden.

2019 tagte der gesetzlich vorgeschriebene **Arbeitssicherheitsausschuss** viermal zusammen mit dem benannten Arbeitsschutzbeauftragten und einem externen Fachmann für Arbeitssicherheit, der mit der Abwicklung beauftragt wurde.

Die Zusammenarbeit mit dem fünfköpfigen **Betriebsrat** ist als gut und konstruktiv zu bezeichnen. Es fanden 2019 regelmäßig ausführliche Monatsgespräche (10) sowie eine Betriebsversammlung statt. Eine Jugendausbildungsververtretung fand sich ebenfalls zusammen.

Die Geschäftsstelle about cities in der Erlebnis Bremerhaven GmbH ist weiterhin besetzt und wurde um zwei Jahre verlängert.

31. EU-Projekte

Seit 14. März 2018 ist die Erlebnis Bremerhaven Projektpartner des INTERREG EUROPE Projekt DESTI-SMART. Eine verbesserte Verkehrs- und Tourismuspolitik in Urlaubsgebieten zu etablieren, ist das erklärte Ziel des interregionalen Kooperationsprojektes „DESTI-SMART“ auf europäischer



Ebene. Als einziger Vertreter aus Deutschland ist die Erlebnis Bremerhaven im Projekt vertreten. 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 Bremerhavener Workshops durchgeführt, an dem ein noch größerer Kreis von EU Partnern teilgenommen hat.

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 Bremerhaven im Oktober 2019 in Helsinki vorgestellt. Trotz eines engagierten Vortrags, wurde Bremerhaven leider nicht unter die Gewinner gewählt.

32. Zusammenarbeit mit der Stadthalle Bremerhaven

Die fachliche Zusammenarbeit zwischen der Erlebnis Bremerhaven GmbH und der Stadthalle Bremerhaven GmbH wurde auch 2019 in gutem Einvernehmen fortgesetzt. Die größte gemeinsame Aktion



war dabei die erneute Beteiligung der Stadthalle am SeeStadtFest 2019 mit der Übernahme eines Teils des Bühnenprogramms, vor allem des Plattfestes, das sich als fester Bestandteil des SeeStadtFestes bewährt hat.

Im Rahmen der Vorbereitungen zur SAIL 2020 wurde mit der Stadthalle ein Vertrag geschlossen, der die Zuständigkeit der Stadthalle für das Rahmenprogramm auf der SAIL beinhaltet. Nach der SAIL 2020 soll die Zusammenlegung der Veranstaltungsbereiche beider Gesellschaften durch die Stadtkämmerei und des RfW geprüft werden.

Daneben ist die Verzahnung der beiden Veranstaltungsabteilungen bzw. der Gesellschaften insgesamt weiterhin ein wichtiges Thema, das verfolgt wird. Die Aufsichtsräte beider Gesellschaften beschlossen 2019, unter Beteiligung der Kämmerei und des RfW den möglichen Umfang einer Verzahnung festzustellen. Dabei sollte auch die sog. „große Veranstaltungsgesellschaft“ betrachtet werden, also die Einbeziehung der Veranstaltungsgesellschaft des Schaufenster Fischereihafens. Entsprechende Gespräche wurden geführt, aber nicht mit durchschlagendem Erfolg. Der Arbeitsauftrag wird auf das Jahr 2021 verschoben, da die SAIL Bremerhaven 2020 leider verschoben wurde und der Fokus aktuell auf die Organisation der Veranstaltung „lütte sail“ 2021 gerichtet ist.