

Sachstandsbericht

Masterplan Stadtmarketing Bremerhaven

2020

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

31. März 2020

Inhaltsverzeichnis

1. Vorbemerkung

2. Projekte und Themen Stadtmarketing 2020

Kooperationsprojekte durch Netzwerke

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

Vorhaben des 10-Punkte Programms

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

Kommunikation und Beteiligungsformate Stadtmarketing

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

3. Weitere Aktivitäten im Rahmen der kooperativen Stadtentwicklung

1. Vorbemerkung

Gemäß des im „Masterplan Stadtmarketing Bremerhaven“ niedergelegten Arbeitsprozesses zu seiner Umsetzung sowie der konkreten Beteiligung des Stadtmarketingbeirats, sind der finale Stadtmarketingplan und dessen Einzelmaßnahmen dem Referat für Wirtschaft jeweils bis zum 30. September eines Jahres für das Folgejahr vorzulegen. Die Abstimmung zwischen den, für die drei Zielgruppen verantwortlichen Akteuren - Magistrat, Wirtschaftsförderungsgesellschaft BIS und Erlebnis Bremerhaven GmbH - erfolgte durch verwaltungsinterne Abstimmung im Vorfeld des Stadtmarketingbeirats. Der abgestimmte Entwurf des Stadtmarketingplans 2020 wurde den Mitgliedern vorab zugesandt und die Berichte aus dem Bereich Standortmarketing und Tourismusmarketing auf der Sitzung des Stadtmarketingbeirats am 18. September 2019 vorgestellt. Der Bericht aus dem Stadtmarketing wurde auf der Sitzung am 3. September 2019 vorgetragen. Der finale Stadtmarketingplan 2020 wurde dem Referat für Wirtschaft fristgerecht zur weiteren Verwendung gegenüber den kommunalpolitischen Gremien vorgelegt.

In dem Stadtmarketingkonzept Bremerhaven 2020 spiegeln sich zum einen Vorhaben wider, die parallel zum Masterplanprozess bereits in den Vorjahren geplant und umgesetzt wurden oder darüber hinaus fortgeführt werden sollen. Zum anderen finden sich dort große Teile des 10-Punkte Programms wieder, von denen erste Schritte zur Umsetzung bereits in 2017 eingeleitet wurden. Die Darstellung des Sachstandsberichts orientiert sich an der projektbezogenen Struktur des Stadtmarketingplans 2020.

Die Auswirkungen der Corona-Pandemie in 2020 waren so einschneidend, dass der Stadtmarketingplan für 2020 in großen Teilen nicht wie geplant durchgeführt werden konnte. Dies spiegelt sich in den einzelnen Projektbeschreibungen entsprechend wider.

2. Projekte und Themen Stadtmarketing 2020

Die nachfolgenden Vorhaben wurden in 2020 geplant, konnten jedoch aufgrund der ab März des Jahres geltenden gesellschaftlichen Einschränkungen durch die Corona-Pandemie nur zum Teil in die Umsetzung gebracht, abgeschlossen oder weitergeführt werden.

Kooperationsprojekte durch Netzwerke

K1 Pier der Wissenschaft / Stadt der Wissenschaft

Die Pier der Wissenschaft ist ein Zusammenschluss der wissenschaftlichen Einrichtungen Bremerhavens, der anlässlich der Bewerbung zur Stadt der Wissenschaft 2005 gegründet wurde. Als Geschäftsstelle des **Netzwerks Pier der Wissenschaft** hat die Erlebnis Bremerhaven in 2020 wieder regelmäßig zu den Netz-

werktreffen eingeladen. Aufgrund der Corona-Pandemie und den dadurch gegebenen Kontaktbeschränkungen wurden drei der vier Treffen digital als Online-Meeting durchgeführt. Die Planungen für die gemeinsame Präsentation des Netzwerks auf der **Wissenschaftsmeile während der SAIL 2020** wurde über viele Monate engagiert vorangetrieben und endete dann leider auch für die Pier Mitglieder mit der Absage der Großveranstaltung.

Das Bremerhavener Netzwerk „Pier der Wissenschaft“ führt seit 2017 das Veranstaltungsformat **„SCIENCE GOES PUBLIC!“** als Landesinitiative gemeinsam mit Bremen durch. Das bewährte Veranstaltungsformat wurde wie gewohnt geplant. Stattfinden konnte im Frühjahr 2020 dann leider nur die erste von sechs Veranstaltungen. Die darauffolgenden und bereits angekündigten Termine mussten aufgrund des Infektionsgeschehens und der gesetzlichen Auflagen kurzfristig abgesagt werden. Die Werbemittel für die Frühjahrsveranstaltung wurden wieder gemeinsam mit Bremen vorbereitet und finanziert. Die Herbstveranstaltung mit dem seit einigen Jahren sehr beliebten und erfolgreichen **„Science Slam Bremerhaven“** musste 2020 leider ebenfalls abgesagt werden.

Auf der Suche nach alternativen und Pandemie konformen Formaten für die vielen Besucher:innen aus dem eigenen Land, hat sich die Neuauflage der **Scavenger Hunt Bremerhaven 2020** als geeignetes Veranstaltungsformat bewiesen. Mit kleineren Anpassungen und einem ausgedehnten Bewegungsradius konnte die Schnitzeljagd 2.0 in den Sommermonaten erfolgreich durchgeführt werden. Ausgerichtet auf Bremerhavener:innen und Besucher:innen wurde die Hunt vom 4. August bis 18. August 2020 mit insgesamt 203 teilnehmenden Teams durchgeführt. Mit knapp 3000 eingereichten Texten, Fotos, Videos und sogar Hörspielskripten hat das Format für das Netzwerk „Pier der Wissenschaft“ zu viel positiver Resonanz in den Medien und den sozialen Netzwerken geführt. Die Formate „Hinter den Kulissen – Science“ und Wasserakademie (Sek II) konnten aufgrund der Pandemie ebenfalls nicht angeboten werden.

Mit dem „MINTforum Bremen“ wurde ein gemeinsamer **Clusterantrag „MINT-Bildung für Jugendliche“** beim Bundesministerium für Bildung und Forschung eingereicht und auch positiv beschieden. Für Bremerhaven liegt die Federführung bei der „Phänomenta“, die nun die Förderung der MINT-Strukturen im Bereich der außerschulischen Lernorte verbessern und professionalisieren möchte. MeerMINT ist eines von 22 Bildungsclustern, die seit dem Jahreswechsel 2020/2021 durch das Bundesministerium für Bildung und Forschung gefördert werden. Die Idee hinter dem Cluster ist, Kindern und Jugendlichen zwischen 10 und 16 Jahren an vier Standorten, den sogenannten meerMINT-Docks in Bremen und Bremerhaven, die Teilnahme an Freizeitangeboten im MINT-Bereich zu ermöglichen.

K2 MBQ / Stärkung der Digitalisierungskompetenz

Die Erlebnis Bremerhaven ist seit 2008 als Geschäftsstelle der Marketing-initiative Bremerhavener Quartiere (MBQ) tätig, dem freiwilligen Zusammenschluss aller Werbegemeinschaften in den Stadtteilen. Seit 2014 arbeitet das Stadtmarketing sehr intensiv an Konzepten und Projekten, um die Digitalisierungskompetenz der Kaufmannschaft zu stärken. Seit dem 29.05.2019 wird die „Stärkung der Digitalisierungskompetenz des Einzelhandels im Land Bremen“ gefördert. 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. Insbesondere kleine und mittlere Unternehmen aus den Innenstädten und Stadtteilzentren im Land Bremen sollten so erreicht werden und diese bei der Bewertung, Implementierung, Optimierung und nachhaltigen Nutzung einzelner digitaler Instrumente unterstützt werden. Im ersten halben Jahr wurden Beratungs- und Schulungsangebote entwickelt und umgesetzt und eine gemeinsame Projekt-homepage aufgebaut. Der Bremerhavener Digital-Lotse hat in der bisherigen Projektzeit insgesamt 61 Unternehmen betreut. Die Beratungsgespräche verteilen sich auf 41 Einzelhändler:innen, 8 Gastronomen, 2 Touristik-Unternehmen und 10 Kontakte aus dem Bereich „Sonstiges Gewerbe“. Seinen Schwerpunkt hat er auf persönliche Gespräche gelegt. Durch die coronabedingten Einschränkungen konnten die Kontakte in 2020 nur verhalten ausgebaut werden. Die Geschäftsleute waren überwiegend von den Folgen der Pandemie eingenommen und insbesondere im Gastronomie-Bereich damit beschäftigt, die Geschäftsräume den Vorschriften entsprechend umzurüsten. Tiefergehende Digital-Gespräche waren daher nur vereinzelt möglich. Es konnte aber Hilfestellung bei allgemeinen, eher unternehmensberatenden, Themen geleistet werden. Die im Herbst des Vorjahres ursprünglich noch beabsichtigte Fortführung des Vorhabens auf Landesebene und damit einhergehend die Verlängerung der Projektlaufzeit um weitere Jahre, wurde vor dem Hintergrund der pandemiebedingten Entwicklung nicht weiterverfolgt. Vielmehr hat man in Bremen die Stärkung der Digitalisierungskompetenz als eine der Kernaufgaben zur Bewältigung der Folgen der Corona-Pandemie im Bremen-Fonds bereitgestellt. Durch die Verlagerung wurden die Maßnahmen zur Digitalisierungsförderung als Stadtbremische Aufgabe formuliert. Infolgedessen läuft das ursprüngliche Landesprojekt in 2021 zunächst noch für sechs Monate parallel und anschließend – zum Ende des Bewilligungszeitraumes (30.06.2021) – aus. Eine Zwischenfinanzierung der Stelle des Bremerhavener Digital-Lotsen über den Bremerhaven-Fonds ist bereits beantragt. Für 2022 soll versucht werden, die Landesinitiative zum Jahreswechsel neu zu beleben und als gemeinschaftlich getragenes Vorhaben für einen längeren Zeitraum zu verstetigen.

K3 MBQ / stadtweiter Servicewettbewerb

Pandemiebedingt konnte der stadtweite Servicewettbewerb für Handel, Gastronomie und Hotellerie in 2020 nicht durchgeführt werden. Stattdessen wurde die bestehende Struktur der neuen Stadtmarketing Website dafür genutzt, um die Einzelhändler in der aktuellen Situation zu unterstützen, indem die im Zusammenhang mit dem Wettbewerb in 2018 erstellte Firmenprofilseite aktualisiert und für alle Unternehmen in Bremerhaven geöffnet wurde. Die Unternehmen können sich auf der Seite mit ihrem Firmenprofil eintragen. Dieses besteht aus dem Kontakt (Telefon, E-Mail sowie einem Link zur eigenen Homepage oder einem Social Media Eintrag) und einem Hinweis auf Services wie „Lieferdienst“ und „Date und Collect“ sowie den Öffnungszeiten. Zudem besteht für die gastronomischen Betriebe die Möglichkeit eine Speisekarte hochzuladen. Mit einer Kurzbeschreibung und bis zu zehn Bildern, können die Unternehmen dem Besuchenden der Seite einen Blick in ihr Ladenlokal erlauben oder auf besondere Aktionen hinweisen. Mittlerweile haben sich rund 120 Betriebe aus Bremerhaven eingetragen.

K4 Unsere Stadt. Unser Wochenende / Zu Gast in Deiner Stadt

Die Stadtmarketingaktion „Unsere Stadt. Unser Wochenende.“ wird seit 2015 in der ein oder anderen Ausrichtung erfolgreich durchgeführt. Unter dem bereits bekannten Namen „Zu Gast in Deiner Stadt“, jedoch mit neuer Ausrichtung auf die Zielgruppe der Studierenden, fand die Binnenmarketingaktion vom 21.-23. Februar 2020 erneut statt.

Der DEHOGA Fachverband Bremerhaven hat in 2019 bereits angeregt die Ausrichtung der Aktion auf einen speziellen Empfängerkreis einzuschränken, da ihrer Einschätzung nach die Aktion in den letzten Jahren von immer den gleichen Teilnehmenden genutzt wurde. Es wurde abgestimmt, die Ausrichtung der Aktion für 2020 Jahr auf die Zielgruppe „Studierende“ zu beschränken und die Leistungsanbieter um den Bereich Kultur zu erweitern. Die Wahl dieser Zielgruppe liegt auf der Hand. Student:innen sind Neubürger:innen, die ganz offen und neugierig den neuen Studienort entdecken und mit Stolz der Familie oder den Freunden den neuen Wohnort zeigen möchten. Denn laut Auskunft der Hochschule, kommt etwa die Hälfte der 3.600 Studierenden nicht aus Bremerhaven, Bremen oder den angrenzenden Landkreisen. Eine bessere Identifikation der Student:innen mit dem Hochschulstandort wird sich langfristig auch positiv auf das Image der Stadt auswirken. Mit der Neuausrichtung des Projektes soll dies unterstützt werden.

Vom 21.-23. Februar 2020 konnten die Bremerhavener Student:innen ihre Familie oder Freunde zu einem Besuch in Bremerhaven einladen und über die Buchungsplattform der Erlebnis Bremerhaven von den angebotenen Vorzugspreisen profitieren. Insgesamt nahmen vierzehn Hotels, acht touristische Einrichtungen und sechs Restaurants sowie das Stadttheater teil und gewährten den Studierenden

vergünstigte Eintritte, Übernachtungen und Speisen. Die Erlebnis Bremerhaven hat im Januar und Februar 2020 über Anzeigen und erstmals auch die Auslage von Postkarten, die direkt an Freunde und Verwandte verschickt werden konnten, werblich auf das Aktionswochenende hingewiesen. Leider wurde das Angebot wenig nachgefragt. Dies könnte am nicht ideal gewählten Veranstaltungszeitraums gelegen haben oder grundsätzlich an der zu kleinen Zielgruppe.

K5 Unsere Stadt. Euer Wochenende.

Die ehemals geplante Aktion (P6) aus dem 10-Punkte Programm des Masterplans wurde, wie im Plan für 2020 angekündigt, auf Anregung der Hotellerie nicht weiterverfolgt.

K6 AK Nachhaltiger Tourismus / Meer Nachhaltigkeit

Bereits seit 2018 wurde eine Umfrage zum Thema „Nachhaltiger Tourismus in Bremerhaven“ durchgeführt. Diese erhielt nicht die erwartete Resonanz und nur wenige der Leistungsträger aus den Bereichen Tourismus, Gastronomie und Hotellerie beteiligten sich bzw. zeigten überhaupt ein Interesse am Thema „Nachhaltigkeit“. Nachhaltigkeit wird von vielen Leistungsträgern mit höheren Kosten verbunden, zusammen mit einem zusätzlichen Arbeitsaufwand für das gesamte Unternehmen. Mit einer konkreten Fragestellung „Reduzierung von Plastikmüll in der Gastronomie und Hotellerie“ sollte in 2020 das Thema Nachhaltigkeit erneut aufgegriffen werden. Mit der **Teilnahme am Learner's Company Projekt der Hochschule Bremen**, wurde diese Fragestellung in 2020 wissenschaftlich von elf Studierenden analysiert und aufbereitet. Mit den daraus entwickelten Projektideen sollten im Rahmen einer Veranstaltungs- bzw. Projektreihe die Ergebnisse dieser Studie den Beteiligten öffentlich vorgestellt werden. Leider ließ sich dies aufgrund der pandemiebedingten Einschränkungen nicht verwirklichen. Bereits in der Analysephase im März des Jahres hatten die Studierenden Probleme genügend Rückmeldungen zu ihren Umfragen zu erhalten. Aufgrund der veränderten Situation musste die Methodik verändert werden, von den geplanten quantitativen Umfragen wurde auf qualitative Expertengespräche via Telefon umgestellt. Die erste Corona-Welle und die dadurch einhergehenden Betriebsschließungen führten bei den beteiligten Hoteliers, Gastronomen und den Schaustellern vielfach zu einer Schockstarre und die Beschäftigung mit dem Thema Nachhaltigkeit rückte in der Prioritäten-Liste weit nach hinten. Auch wenn eine Vorstellung der Ergebnisse vor den beteiligten Unternehmen und den Mitgliedern der DEHOGA in 2020 nicht möglich war, so wurden die ersten Ergebnisse, in Form von drei Flyer-Entwürfen mit den entsprechenden Empfehlungen zur Plastikminimierung für Hotellerie, Gastronomie und mobile Gastronomie, im September dem Arbeitskreis „Nachhaltiger Tourismus der Klimastadt Bremerhaven“ vorgestellt.

K7 Kooperation mit BIS und EBG / Imagebroschüre

Die zweisprachige Imagebroschüre „Bremerhaven – Die Stadt hat Küste“ entspricht inhaltlich und optisch nicht mehr den heutigen Standards und ist bereits seit einiger Zeit vergriffen. Gemeinsam mit der BIS hat die Erlebnis Bremerhaven sich bezüglich einer Neuausrichtung der Broschüre abgestimmt. Erste Abstimmungsgespräche bezüglich Umfang, Zielgruppe und thematischer Ausrichtung der zweisprachigen Imagebroschüre für Bremerhaven sind bereits in 2019 erfolgt. Es wurde sodann eine umfangreiche Leistungsbeschreibung gemeinsam erarbeitet. Die Ausschreibung und Vergabe erfolgte im Frühjahr 2020 durch die BIS. Zur Angebotsabgabe wurden fünf Agenturen aufgefordert. Nur zwei Angebote sind eingegangen. In einem Bietergespräch haben sich im Juni 2020 die beiden Agenturen vorgestellt und erste Ideen zur Umsetzung präsentiert. Der Zuschlag für eine der Agenturen erfolgte gemäß Ausschreibung anhand des Preises und festgelegter Leistungskriterien. Die neue Imagezeitung für Bremerhaven wird Ende Mai 2021 offiziell vorgestellt.

K8 INTERREG EUROPE Projekt DESTI-SMART

Eine verbesserte Verkehrs- und Tourismuspolitik in Urlaubsgebieten zu etablieren ist das erklärte Ziel des neuen interregionalen Kooperationsprojektes „DESTI-SMART“ auf europäischer Ebene, das acht Nationen verbindet. Aus Deutschland engagiert sich die Erlebnis Bremerhaven für die Stadt. Das Projektmanagement für die Projektlaufzeit von 4,5 Jahren ist bei der Abteilung 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.

Lokal müssen und sind in das Projekt diverse Organisationen (Stakeholder) eingebunden, um die entsprechende Fachexpertise einzubringen. In Bremerhaven sind dies der Magistrat (Stadtplanungsamt, Referat für Wirtschaft, Klimastadtbüro), Bremerhaven Bus, H2BX und temporär auch weitere, wie zur „Barrierefreiheit“ das Deutsche Auswandererhaus. Viele der EU-Projektpartner:innen nutzten das Projekt um eine „Machbarkeitsstudie“ zum Thema Mobilität zu beauftragen. In Bremerhaven haben sich die Projektpartner gemeinsam mit den Stakeholdern für eine Machbarkeitsstudie zum Thema „Einsatz von Wasserstoff-Hybrid Bussen auf der Hafen-Liner Linie“ verständigt. Über eine beschränkte Ausschreibung wurden fünf Beratungsunternehmen zur Angebotsabgabe angefragt. Im Februar 2020 wurde die Durchführung der Machbarkeitsstudie in Auftrag gegeben. Die Projektkoordination wurde über einen externen Berater gesteuert. Anfang Juni konnte

die Studie unter strengen Hygienevorschriften der Presse vorgestellt werden. Die Studie ist sowohl auf der Stadtmarketing-Seite herunterzuladen als auch auf der EU-Projektseite einzusehen. Im Sinne des „voneinander Lernens“ (Best Practice) wurden zudem drei Projekte auf der EU-Projekthomepage eingestellt. Vorgestellt wurden die HaRuFa Hafenrundfahrten, Fahrgastinformationen (Text-To-Speech-Modul) an Bushaltestellen für Menschen mit Behinderung sowie das Museums-konzept zum Thema Barrierefreiheit im Deutschen Auswandererhaus. Dadurch sollen bewährte Verfahren aus den Partnerländern genutzt und ggf. adaptiert, die politischen Instrumente verbessert und Aktionspläne erarbeitet werden. Zusätzlich wurde in 2020 ein virtueller Austausch zwischen Bremerhaven und der Lake Balaton Region zu den Themen Fahrradtourismus, Fahrradabstellanlagen, E-Bike Ladestationen, Fahrrad- sowie Wanderwege durchgeführt. Die Treffen der zehn Partner:innen aus neun Nationen konnten in 2020 aufgrund der Corona-Pandemie leider nur virtuell stattfinden. Die Erarbeitung des Action Plans für die verbleibende Projektlaufzeit bis Ende 2022 startete in Abstimmung mit den Stakeholdern im Juni 2020.

Vorhaben des 10-Punkte Programms

P1 Gemeinsames touristisches Kommunikationskonzept

Auf der Grundlage der Tourismusstrategie Bremerhaven 2025 wurden bereits in 2019 Profithemen / Geschäftsfelder entwickelt. Als profithemenübergreifende Schlüsselprojekte wurden herausgearbeitet: Tourismusmarke Bremerhaven, Besucherinformations- und Leitsystem, Barrierefreiheit und Strategischer Marketingplan. Aus dem Schlüsselprojekt „Strategischer Marketingplan“ wurde das gemeinsame touristische Kommunikationskonzept abgeleitet. Die Abteilung Marketing & Kommunikation der Erlebnis Bremerhaven verantwortet das Projektmanagement.

Den vier Geschäftsfeldern: Wissens- und Erlebniswelten, Hafenerlebnis, Fischerlebnis und MICE wurden verantwortliche Koordinatoren aus dem Personalbestand der Erlebnis Bremerhaven zugeordnet. Im Bereich Stadtmarketing wird das Geschäftsfeld Fischerlebnis mit dem dazugehörigen Arbeitskreis koordiniert. Zur Zielsetzung der Profithemenentwicklung gehört die systematische Weiterentwicklung der touristischen Produkte und Leistungen, die Angebotsgestaltung für ausgewählte Leitzielgruppen, der Ausbau der kooperativen Angebotsentwicklung und die Abstimmung / Konzentration und Bündelung der Marketingaktivitäten der Akteure. Um eine bessere Sichtbarkeit der Profithemen / Geschäftsfelder zu erreichen, wurde eine eigene Microsite auf Bremerhaven.de für die Geschäftsfelder eingerichtet.

P3 Partnerschaft Stadt und Kaufmannschaft

Zur Stärkung dieser Partnerschaft ist die Erlebnis Bremerhaven als **Geschäftsstelle für die Marketinginitiative Bremerhavener Quartiere (MBQ)** tätig.

Durch die Auswirkungen der Covid-19-Pandemie verläuft der Strukturwandel im Einzelhandel wie im Zeitraffer. Bundesweit schwächeln die Innenstädte und Stadtteilzentren als Orte lokaler und regionaler Marktplätze. Die bundesweiten Geschäftsschließungen „Lockdowns“ für Einzelhandel, Gastronomie, Tourismuswirtschaft und bei den Kultureinrichtungen führten auch in Bremerhaven zum fast völligen Erliegen der wirtschaftlichen Tätigkeiten. Als Partnerin der Kaufmannschaft hat die Geschäftsstelle MBQ versucht, hier Hilfestellungen zu leisten. Zeitnah wurden die entsprechenden Allgemeinverfügungen verschickt. Bei neuen Regelungen wie Click & Collect und Date & Collect wurden die Verhaltensregeln zusammengefasst und auch sonst stand die Geschäftsstelle als Ansprechpartner in dieser schwierigen Zeit zur Verfügung.

Von Seiten des Landes wurden in 2020 Projektfördermittel für lokale Liefergemeinschaften zur Verfügung gestellt. Die Erlebnis Bremerhaven hat die Quartiere über die MBQ angeschrieben und bei der Antragstellung unterstützt. Drei Liefergemeinschaften wurden so durch das Land Bremen mit einer Summe von jeweils 10 T Euro unterstützt.

Vom Magistrat der Stadt wurde ein Programm „Für eine lebendige und attraktive Innenstadt Bremerhaven – Aktionsprogramm Aufenthalts- und Erlebnisqualität Innenstadt 2020/2021“ ins Leben gerufen, um die Auswirkungen der Corona-Pandemie durch geeignete kurzfristige Maßnahmen einzudämmen und den Einzelhandel, die Gastronomie, die Tourismuswirtschaft und auch Kultureinrichtungen mit geeigneten Maßnahmen zu unterstützen. Die Erlebnis Bremerhaven hat die Projekte und Ideen der Kaufmannschaft über die MBQ-Mitgliedsunternehmen und Quartiere zusammengetragen und unterstützt. Um die Projekte für den Bremerhaven-Fonds zusammenzutragen und auf das NZ Unterstützerprojekt „Heimat Präsent“ hinzuweisen hat das Netzwerk mehrfach getagt.

Parallel erfolgte auch eine Planung zur Professionalisierung und Institutionalisierung des Netzwerkes und Gründung des MBQ Vereins. Leider konnte pandemiebedingt die Gründungsversammlung im Herbst 2020 nicht stattfinden. Diese wurde bis auf weiteres vertagt.

Pandemiebedingt hat die Aktion „Heimat Shoppen“ nur in einem sehr geringen Umfang stattgefunden. Der Blog wurde in 2020 in die Seite des Stadtmarketings integriert und zu den Aktionstagen neue Berichte eingestellt. Emotional wurde über Einkaufserlebnisse beim Shoppen in besonderen Zeiten berichtet und auf

die Liefermöglichkeiten der Betriebe hingewiesen. Für die Begleitung des Vorhabens konnte wieder die Bremerhavener Bloggerin aus dem Vorjahr gewonnen werden.

Insgesamt hat sich das Netzwerk dreimal regulär, einmal online zur Vorbereitung der Vereinsgründung und zu einer Sondersitzung zum Bremerhaven-Fonds getroffen.

P5 MICE-Macher – Die Congress-Initiative-Bremerhaven

Tagungen und Kongresse sind eines der vier, in der Tourismusstrategie Bremerhaven 2025 festgelegten, Geschäftsfelder. Die Aufgaben der Projektgruppe wurden im Jahr 2020 vollständig an die Erlebnis Bremerhaven übergeben. Dazu zählen u. a. die Beobachtung und Akquise von neuen Veranstaltungen sowie die Betreuung von interessierten Veranstalter:innen und die Kommunikation mit und zwischen den Leistungsträger:innen, welche von der MICE-Lotsin ausgeführt werden. Die Position der MICE-Lotsin und der zugehörige Aufgabenbereich wurden im November 2020 von einer neuen Kollegin übernommen. Für das Jahr 2020 wurden ca. 2.500 Veranstaltungsteilnehmenden in Bremerhaven erwartet, die an verschiedenen Tagungen, wie z. B. dem Zukunftsforum der Ev. Kirche Deutschland, der Tagung der Vereinigung Deutscher Reisejournalisten oder der Tagung der Vereinigung Norddeutscher Chirurgen teilgenommen hätten. Diese Veranstaltungen konnten aufgrund der Pandemie nicht stattfinden und wurden abgesagt oder verschoben.

Im Rahmen der Kooperation „2 Städte – 1 Land“ nimmt die Erlebnis Bremerhaven in Person der MICE-Lotsin gemeinsam mit der WFB – Wirtschaftsförderung Bremen an verschiedenen Akquise-Veranstaltungen als Aussteller in ganz Deutschland teil. Infolge der Pandemie ist der Auftritt auf Messen, wie z. B. auf der ITB Berlin 2020, entfallen. Der geplante „FAM-Trip“, bei dem interessierte Veranstalter:innen Bremerhaven und Bremen als MICE-Standort kennenlernten, konnte Ende September mit 30 Teilnehmenden stattfinden. Im Herbst 2020 wurde zusätzlich das Landetourismusforum in digitaler Form durchgeführt, bei dem das Geschäftsfeld MICE präsentiert wurde.

Das Veranstaltungsformat „MICE-Stammtisch“ für Leistungsträger der MICE-Branche aus der Stadt Bremerhaven hatte 2019 vier Mal in verschiedenen Locations stattgefunden. Eine Durchführung war ebenfalls für das Jahr 2020 geplant, aber aufgrund der Pandemie konnte diese nicht realisiert werden. In der Zukunft soll das Format wiederaufgenommen werden.

P7 Meer Freiheit

Mit dem Access City Award zeichnet die Europäische Kommission Städte aus, die erfolgreich daran arbeiten, für ihre Bürgerinnen und Bürger barrierefreier zu werden, den gleichberechtigten Zugang von Menschen mit Behinderung zum städtischen Leben zu fördern und für ihre Angebote und Initiativen zu werben und diese weiterentwickeln. Das Referat für Wirtschaft hat im August 2020 den Antrag geschrieben und eingereicht. Unterstützt wurde es dabei durch verschiedene Ämter, städtische Betriebe wie die Erlebnis Bremerhaven, Initiativen und Vereine, die den Antrag durch eine beachtliche Vielzahl an Informationen, Angeboten, Aktivitäten und Veranstaltungen bereichert und so zu dessen Erfolg beigetragen haben. Die Preise gehen an die Städte, die die Barrierefreiheit in zentralen Bereichen des städtischen Lebens sichtbar erhöht haben und bereits konkrete Pläne für weitere Verbesserungen vorlegen können. In 2020 haben sich mit Bremerhaven 50 europäische Städte beworben, von denen Bremerhaven und 21 Mitbewerber in die engere Wahl kamen. In der Endausscheidung erreichte Bremerhaven dann den zweiten Platz beim Access City Award.

P8 Bremerhaven +

Die Planungen zum digitalen Informations-, Kommunikations- und Interaktionssystem als sog. Progressive-Web-App (PWA) unter dem Namen #seestadtlotse wurden eingestellt. Gemeinsam mit den Kooperationspartnern hat man sich bereits in 2019 entschieden das Projekt nicht weiter zu verfolgen. Derzeit wird die Lage auf dem Markt der digitalen Plattformen und Anwendungen sondiert. Durch die Pandemie hat sich bezüglich der Ansprüche an eine solch umfassende „Plattform“ vieles verändert. Bezüglich der Integration von Handel, Gastronomie, Dienstleistung und Kultur soll mit Hilfe der Hochschule bis Mai 2023 durch das über die Metropolregion geförderte Projekt „R3 - Resilient, Regional, Retail“ ermittelt werden, welche Funktionen eine solche digitale Einzelhandelsplattform in der Metropolregion Nordwest haben muss, um am Markt mit den großen Playern mithalten zu können.

P10 UNESCO Creative City of Gastronomy Bremerhaven

Im Tourismuskonzept 2025 ist „Fischerlebnis“ eines der prägenden Profilt Themen für Bremerhaven. Das Thema **Bewerbung UNESCO Creative City of Gastronomy** aus dem 10-Punkte Programm des Masterplans Stadtmarketing hat Eingang in den laufenden Workshop-Prozess zur Geschäftsfeldentwicklung gefunden. Die Abteilung Stadtmarketing der Erlebnis Bremerhaven ist federführend im Führungs-/ Koordinierungsteam zur Geschäftsfeldentwicklung tätig. Mit dem Creative Cities Network hat die UNESCO eine weltweite Plattform geschaffen, auf der sich Städte vernetzen, die die Kultur- und Kreativwirtschaft als Standortfaktor begreifen, konsequent im Sinn einer nachhaltigen Stadtentwicklung ausbauen und

so einen Beitrag zur Sicherung der kulturellen Vielfalt leisten. Fisch in Verbindung mit Ernährung, Nachhaltigkeit, Wissenschaft / Forschung und Kreativwirtschaft hat in Bremerhaven ein deutliches Potential, um eine nachhaltige Stadtentwicklungsstrategie im Sinne der UNESCO zu erarbeiten und sich damit als fünfte deutsche Stadt nach Hannover und Mannheim als "Stadt der Musik", Heidelberg als "Stadt der Literatur" und Berlin als "Stadt des Designs" mit einem einzigartigen Profil als Mitglied des globalen Netzwerks zu bewerben.

Dafür haben sich Vertreter der Erlebnis Bremerhaven gemeinsam mit Vertretern des Seefischkochstudios und der Fischereihafen-Betriebsgesellschaft mbH und dem Referat für Wirtschaft im November 2019 mit Verantwortlichen aus Bergen in Norwegen getroffen, die diesen Bewerbungsprozess bereits sehr erfolgreich durchlaufen haben. Eine weitere Abstimmung zum Projekt erfolgte in 2020 aufgrund der Pandemie nicht.

Kommunikation und Beteiligungsformate Stadtmarketing

B1 Kommunikationsplattform

Die Erlebnis Bremerhaven hat für das Stadtmarketing eine eigenständige Website unter dem Domain Name „**stadtmarketing-bremerhaven.de**“ eingerichtet und auf bremerhaven.de verlinkt. Auf dieser Seite wird über das Stadtmarketing Bremerhaven im Allgemeinen, den Masterplan mit seiner Prozess- und Beteiligungsstruktur, die kooperativen Netzwerkprojekte (Pier der Wissenschaft, Marketinginitiative Bremerhavener Quartiere, . . .), die Projekte des 10-Punkte Programms sowie aktuelle Vorhaben und Beteiligungen informiert. Besonders im Bereich Gewerbe | Quartiere wurde die Website in 2020 bereits umfänglich weiterentwickelt. Wie bereits unter P3 auf Seite 11 erwähnt, bedurfte es durch die Pandemie der schnellen Hilfe für die geschlossenen Geschäfte. Über die Unternehmensinträge auf der Stadtmarketingseite, wurde die Auffindbarkeit der Unternehmen mit deren Angeboten und Serviceleistungen verbessert. Diese Möglichkeiten wurden Ende 2020 zusätzlich programmiert, um so in den Lockdown-Phasen den Kunden eine Orientierung zu geben. Mittlerweile umfasst die Unternehmensseite 130 Einträge.

B2 Meer ausmachen

Gemeinsam Zukunft für ein gutes Bremerhaven gestalten

Die ursprünglich bereits für 2019 geplante Umsetzung der Projektidee aus Münster ist aufgrund vielfältiger neuer und ähnlich gelagerter Projekte obsolet. Ein ähnlich gelagerter Beteiligungsprozess wird über das integrierte Innenstadtkonzept erreicht und bürgerschaftliches Engagement wird selbstverständlich weiterhin unterstützt und positiv begleitet.

B3 Dein Projekt

Eine Zusammenarbeit mit den Filmemachern des PROJEKT: ANTARKTIS konnte nicht realisiert werden. Neue Projekte, wie der USE-IT Stadtplan für junge und jung gebliebene Besuchende der Stadt, werden von der Erlebnis Bremerhaven mit begleitet und unterstützt.

B4 Meer Perspektive / Meer ausmachen

Die werblich-kommunikative Klammer „Meer Perspektive!“ als Zusatz im Bremerhaven Logo aller Projekte und Aktionen des Stadtmarketings zu kommunizieren, konnte sich nicht durchsetzen. Der Logozusatz „Meer erleben“ hat sich für große Teile der Kommunikation durchgesetzt.

Die Erlebnis Bremerhaven hat ideell und finanziell **Projekte wie „Schenke Lehe ein Lächeln“** unterstützt. 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, tragen dazu bei. Sie 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, die im Rahmen der Aktion im Stadtteil verteilt werden. So wird die positive Grundeinstellung der Leher Menschen transportiert und das Image von Lehe verbessert.

In 2020 wurde die Kampagne noch um die Aktion „Lehe liefert“ ergänzt. Es handelt sich um ein Forschungsprojekt der Hochschule Bremerhaven, das über eine Landesförderung für lokale Liefergemeinschaften finanziert wurde. Lokal einkaufen boomt deutschlandweit gerade in der Corona-Pandemie und ist auch für Lehe und die Hafestraße sehr wichtig. Das Pilotprojekt für nachhaltige lokale Lieferlogistik wurde durch die Erlebnis Bremerhaven unterstützt und vor Ort durch die Quartiersmeisterei Lehe, der Wunderwerft und der Werbegemeinschaft Lehe betreut. Software und Lastenräder wurden über das NaCl Forschungsprojekt der Hochschule finanziert. Ca. 20 Gewerbetreibende haben die kostenlosen Lieferangebote genutzt und an dem Projekt teilgenommen.

B5 European Capital of Smart Tourism

Aus den zehn Finalisten von insgesamt 35 Bewerbern um den Titel “European Capital for Smart Tourism“ wurde Bremerhaven leider nicht ausgewählt. An dem von der EU-Kommission erneut ausgelobten Wettbewerb hat die Erlebnis Bremerhaven nicht mehr teilgenommen.

3. Weitere Aktivitäten im Rahmen der kooperativen Stadtentwicklung

Die Erlebnis Bremerhaven ist laut Satzung geborenes Vorstandsmitglied im Innenstadtmanagement CITY SKIPPER e. V. Bremerhaven. Im Rahmen dieser Beteiligung und Mitwirkung wurde die Gesellschaft am Auswahlverfahren für die neu zu besetzende Stelle der Citymanager:in beteiligt.

Im Oktober 2020 wurde vom Magistrat der Stadt Bremerhaven das „Aktionsprogramm für eine lebendige und attraktive Innenstadt Bremerhaven“ verabschiedet. Durch dieses Hilfspaket in Höhe von 3 Mio. € soll die Innenstadt und die dort ansässige Wirtschaft während der Corona-Pandemie wirkungsvoll unterstützt werden. Die Konzentration des Maßnahmenpaketes liegt vor allem in den Vorhaben, die auf eine schnelle Erholung und Belebung der Innenstadt nach dem Überwinden der coronabedingten Einschränkungen abzielen. Dies beinhaltet die Steigerung der Aufenthaltsqualität und die Belebung des Straßenbildes durch eine innovative Stadtmöblierung, attraktive Veranstaltungsformate und besonders familienfreundliche Aufenthaltsangebote. Die Umsetzung der beschlossenen Projekte kann und soll gemeinsam mit weiteren Partnern aus Wirtschaft, Wissenschaft und Kultur erreicht werden. Durch die Bespielung von temporären Handelsleerständen kann sich Bremerhaven als Standort mit Zukunft präsentieren. Gleichzeitig verhindert man leerstandsbedingte negative Effekte für die Nachbarschaft.

Die geplanten Kooperationen mit der Immobilienwirtschaft und dem Citymanagement tragen einer veränderten Nutzungsstruktur der City Rechnung, die sich bereits vor Corona angekündigt hat, und jetzt deutlich beschleunigt auf dem Immobilienmarkt und in der Besucherfrequenz sichtbar wird. Das Angebot für eine Stunde kostenfreies Parken und die Subventionierung des Stadtgutscheins als Impulsgeber nach der Wiedereröffnung des Handels, kann einen wirkungsvollen Impuls geben. Durch das Aktionsprogramm sollen die Quartiere online und offline besser vernetzt und vorhandene Chancen der Digitalisierung genutzt werden, um die Innenstadt parallel zum stark wachsenden Online-Handel für die Zukunft zu rüsten. Die Erlebnis Bremerhaven ist in zahlreiche Projekte des Aktionsprogramms eingebunden oder leitet diese federführend.