

# **Sachstandsbericht**

---

**Masterplan Stadtmarketing Bremerhaven**

**2022**

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

**31. März 2023**

## **Inhaltsverzeichnis**

### **1. Vorbemerkung**

### **2. Projekte & Themen Stadtmarketing 2022**

#### **Kooperationsprojekte durch Netzwerke**

- K1 Pier der Wissenschaft / Stadt der Wissenschaft
- K2 MBQ / Stärkung der Digitalisierungskompetenz
- K3 MBQ / Stadtweiter Servicewettbewerb
- K4 Zu Gast in Deiner Stadt
- K5 AK Nachhaltiger Tourismus / Meer Nachhaltigkeit
- K6 INTERREG EUROPE Projekt DESTI-SMART

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

- P1 Gemeinsames touristisches Kommunikationskonzept
- P2 Strategisches Veranstaltungskonzept
- P3 Partnerschaft Stadt & Kaufmannschaft
- P5 MICE-Macher – Die Congress-Initiative-Bremerhaven
- P7 Meer Freiheit Barrierefreiheit
- P8 Bremerhaven digital
- P9 UNESCO Creative City of Gastronomy Bremerhaven
- P10 Ladenflächenmanagement

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

- B1 Kommunikationsplattform
- B2 Meer ausmachen – Gemeinsam Zukunft für ein gutes Bremerhaven gestalten
- B3 Meer Perspektive – Unterstützung der Quartiere
- B4 Meer Atmosphäre – Unterstützung Weihnachtsbeleuchtung

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

## **1. Vorbemerkung**

Grundlage für das Stadtmarketing in Bremerhaven ist der 2017 beschlossene „Masterplan Stadtmarketing Bremerhaven“. Auf dieser Grundlage erstellt die Erlebnis Bremerhaven jährlich für das kommende Jahr einen Plan für das Stadtmarketing, den sie im Vorfeld mit dem Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft abstimmt. Zusammen mit dem Standortmarketingkonzept der BIS Bremerhaven und dem Tourismusmarketingkonzept der Erlebnis Bremerhaven wird der Gesamtplan in den Stadtmarketingbeirat eingebracht, diskutiert und verabschiedet.

In dem Stadtmarketingkonzept Bremerhaven 2022 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 den Vorjahren eingeleitet wurden. Die Darstellung des Sachstandsberichts orientiert sich an der projektbezogenen Struktur des Stadtmarketingplans 2022.

## **2. Projekte & Themen Stadtmarketing 2022**

### **Kooperationsprojekte durch Netzwerke**

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

Die Pier der Wissenschaft ist ein Zusammenschluss der wissenschaftlichen Einrichtungen Bremerhavens, die anlässlich der Bewerbung zur Stadt der Wissenschaft 2005 gegründet wurde. Als Geschäftsstelle des Netzwerks „Pier der Wissenschaft“ hat die Erlebnis Bremerhaven in 2022 wieder regelmäßig zu den Netzwerktreffen eingeladen. Die vier Netzwerktreffen wurden wieder in Präsenz durchgeführt. Die gemeinsame Präsentation des Netzwerks auf der Wissenschaftsmeile während der Maritimen Tage 2022 konnte erfolgreich durchgeführt werden. 10 Netzwerkpartner:innen stellten ihre Projekte aus und nutzten, wie z. B. das DLR mit dem vom BMBF geförderten Highlight-Projekt „Projekt: GIS4BOS“ die Veranstaltung um am Stand der Wissenschaftsmeile die Bevölkerung zum Thema „Forschung für die zivile Sicherheit“ zu befragen, um diese Erkenntnisse wiederum in ihr Forschungsprojekt einfließen zu lassen. Zusätzlich waren Vertreter:innen der Feuerwehr und Polizei vor Ort und haben einen Einblick in ihren Arbeitsalltag und die Nutzung von modernen Sicherheitstechnologien gegeben.

Die Stadtbibliothek hat auf der Wissenschaftsmeile ein spannendes Mitmachprogramm angeboten „Bookfaces“. Dabei handelt es sich um eine Art optische Täuschung. Ein Buch wird so vor den eigenen Körper gehalten, dass es aussieht, als ob das dargestellte Cover „in echt“ weitergeht. Mit den passenden Büchern und einer Kamera wurde auf der Wissenschaftsmeile den Gästen gezeigt, wie dies funktioniert und natürlich durften die Fotos im Anschluss mitgenommen werden. Zusätzlich wurde noch eine Lesemöwen-Rallye und eine Roboter-Werkstatt angeboten. Die BIS hat zum Innovationsstandort Bremerhaven ihre beiden großen Themen „Nachhaltiges Gewerbegebiet Lune Delta“ und „Testregion und Kompetenzzentrum für Wasserstoff“ auf der Wissenschaftsmeile vorgestellt. Das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum war mit einer VR Brille vor Ort und hat so demonstriert, wie Augmented Reality den Menschen beim Erlernen und Durchführen komplexer Arbeitsschritte unterstützen kann. Der humanoide Roboter Pepper war während der Wissenschaftsmeile einen ganzen Tag zu Besuch und hat viele Gäste auf den Stand gelockt. Zudem wurde ebenfalls über das 4.0-Kompetenzzentrum die App „Trendradar“ vorgestellt. Diese bietet eine umfassende Übersicht über aktuelle Themen der Digitalisierung und hilfreiche Tipps zur Umsetzung. Am Veranstaltungssonntag waren die Sternfreunde mit zwei Teleskopen vor Ort. Die Besucher:innen hatten so die Möglichkeit, die Sonne

mit Sonnenflecken und Explosionen am Sonnenrand zu beobachten. Außerdem wurden mehrere Modelle von Planeten, der Sonne und Modelle von Teleskopen, die die Erde umkreisen aufgestellt. Der Förderverein Nordsee Museum zeigte Fotos und Videos des früheren Nordseemuseum Bremerhaven und stellte exemplarisch einige Original-Exponate aus. Das WERK e. V. präsentierte zusammen mit dem Verein ZIRCULA verschiedene Lernangebote zu den Themen Kreislaufwirtschaft, Upcycling und Elektronik-Hacking. Es wurden Kurzfilme vergangener Workshops gezeigt, sowie Einblicke ins Programm des neuen „Jugend hackt Lab Bremerhaven“ gegeben. Allerlei maritime MI(N)T-mach-Aktionen und Wasserstationen für Kinder und Jugendliche wurden durch die Phänomenta angeboten. Das Bremer Dock Vahr (M2C) zeigte erste Schritte im Programmieren. Das meerMINT-Clustermanagement informierte über das meerMINT-Projekt, das Freizeitangebote für 10- bis 16-jährige Jugendliche anbietet. Die Wissenschaftsmeile war neben den Mitarbeitenden aus den Forschungseinrichtungen an allen Tagen durch Personal aus der Abteilung Stadtmarketing besetzt, die durch das neue „Pier der Wissenschaft“-Glücksrad so immer wieder den Kontakt zu den vorbeilaufenden Passantinnen und Passanten erreichen konnten. Von den teilnehmenden Einrichtungen wurde dies besonders positiv hervorgehoben.

Im Jahr 2022 wurde gemeinsam mit der Stadtbibliothek Bremerhaven ein neues Format namens **Science@home** entwickelt. Die Mitarbeiter:innen der Stadtbibliothek haben diverse Kurzvideos mit naturwissenschaftlich experimentellen Inhalten produziert. Diese wurden auf der Facebook Seite „Pier der Wissenschaft“ und auf dem Instagram Kanal der Bibliothek im Wochentakt veröffentlicht. Die Videos haben verschiedene wissenschaftliche Fragen beantwortet und wurden zusammen mit einem Buchtipps erstellt. Beruhend auf den Erfahrungen aus der Pandemie sollte so über Social Media eine breite Zielgruppe mit MINT Themen erreicht werden. Das Format wurde gut angenommen, erzielte jedoch viral nicht die erhoffte Aufmerksamkeit.

Das Bremerhavener Netzwerk „Pier der Wissenschaft“ führt seit 2017 das Veranstaltungsformat „**SCIENCE GOES PUBLIC!**“ als Landesinitiative gemeinsam mit Bremen durch. Das bewährte Veranstaltungsformat wurde auch 2022 wie gewohnt geplant und durchgeführt. Neben den regulären Terminen im Frühjahr und Herbst mit jeweils 6 Terminen, gab es auf Anfrage und in Zusammenarbeit mit der BIS im Sommer 2022 ein Sonderformat über das Thema „Wasserstoff“. Auch der beliebte „Science Slam Bremerhaven“ konnte nach dem Ausfall in den letzten zwei Jahren wieder stattfinden. Die Werbemittel für die regulären Veranstaltungen wurden in diesem Jahr wieder gemeinsam mit Bremen gestaltet und finanziert.

Als pandemiekonformes Format hat sich die **Scavenger Hunt Bremerhaven** im Vorjahr als geeignetes Veranstaltungsformat bewiesen. Mit kleineren Anpassungen konnte die Veranstaltung so auch 2022 in den Sommermonaten erfolgreich durchgeführt werden. Ausgerichtet auf Bremerhavener:innen und Besucher:innen wurde die Hunt vom 25. Juli bis 8. August 2022 mit insgesamt 86 teilnehmenden Teams durchgeführt. Mit 1.883 eingereichten Texten, Fotos und Videos 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)“ werden vorerst nicht weiterverfolgt.

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

Die Erlebnis Bremerhaven ist seit 2008 als Geschäftsstelle der Marketinginitiative Bremerhavener Quartiere (MBQ) tätig, dem freiwilligen Zusammenschluss aller Werbegemeinschaften in den Stadtteilen. Seit 2019 wird zur Stärkung der Digitalisierungskompetenz ein „Digital-Lotse“ mit einer halben Personalstelle finanziert. Der Schwerpunkt liegt auf der persönlichen Beratung

der Unternehmen. Dies konnte jedoch durch die coronabedingten Einschränkungen in 2021 nur bedingt durchgeführt werden, denn die Unternehmer waren überwiegend damit beschäftigt, die Geschäftsräume den Vorschriften entsprechend umzurüsten und die geltenden Zugangsbeschränkungen umzusetzen. Tieferegehende Digital-Gespräche waren daher nur vereinzelt möglich. Es konnte aber Hilfestellung bei allgemeinen, eher unternehmensberatenden Themen, geleistet werden. Das ursprüngliche Landesprojekt wurde nach 2021 auch 2022 über den Bremerhaven-Fonds zwischenfinanziert. 2023 erfolgt die Finanzierung wieder über das Land. Die Stelle ist inzwischen bei der BIS angesiedelt.

### **K3 MBQ / stadtwweiter Servicewettbewerb**

Der stadtwweite Servicewettbewerb für Handel, Gastronomie und Hotellerie wurde auch in 2022 ausgesetzt, da es in der ersten Hälfte des Jahres noch nicht absehbar war, ob die pandemische Lage eine Durchführung ermöglichen würde. Die in 2020/21 durchgeführten Erweiterungen auf der Stadtmarketing-Website stehen weiterhin zur Verfügung und wurden auch in 2022 aktiv genutzt, um zu kommunizieren und die Einzelhändler zu unterstützen.

Die verschärften Zugangsbeschränkungen (2G-Regel) im Winter 2021/22 führten dazu, dass die Händler:innen und die Schausteller:innen in der so wichtigen Vorweihnachtszeit hohe Frequenz- und Umsatzeinbußen befürchteten. Um den Weihnachtseinkauf in Bremerhaven, trotz der Einschränkungen, weiterhin so angenehm wie möglich zu gestalten, wurde mit Hilfe einer Bändchen-Regelung die Kontrolle des Impf- bzw. Genesenennachweises erleichtert. Die Kundinnen und Kunden mussten so nur einmal ihren Impfstatus nachweisen und konnten mit dem tagesaktuellen Bändchen einfach von einem Geschäft in das nächste gehen, ohne mehrfach den Impfstatus vorzeigen zu müssen. Für den Einzelhandel vereinfachte dies die Einlasskontrollen erheblich. Über die MBQ wurden die Einzelhändler:innen bezüglich dieses kostenlosen Angebotes per E-Mail sowie über die Stadtmarketing-Website informiert, das gemeinsame Vorgehen abgestimmt und die Bändchen in die Stadtteile und an die teilnehmenden Händler:innen verteilt. Dies funktionierte einwandfrei und wurde von den Quartiersgemeinschaften auch dankend angenommen. Die schnelle und unbürokratische Unterstützung wurde von allen Seiten sehr gelobt. Finanziert wurden die Bändchen über den Bremerhaven-Fonds.

Die Netzwerktreffen konnten in 2022 wieder in Präsenz in der IHK stattfinden. Die Quartiersgemeinschaften konnten sich in vier Netzwerktreffen austauschen und bezüglich der Coronamaßnahmen voneinander lernen. Die Erlebnis Bremerhaven als Geschäftsstelle hat die Sitzungen vorbereitet und quartiersübergreifende Projekte, wie Heimat Shoppen, Bildungsangebote sowie die Werbekampagne der Hochschule Bremerhaven und Ströer betreut. Die kaufmännische Abwicklung der Projekte und die Kontoführung liegen nun ebenfalls in der Geschäftsstelle. In 2022 hat die Geschäftsstelle über das Referat für Wirtschaft eine institutionelle Förderung in Höhe von 6.000 € erhalten.

### **K4 Zu Gast in Deiner Stadt**

Die Stadtmarketingaktion „Zu Gast in Deiner Stadt“ konnte aufgrund der Coronapandemie und der Unsicherheit, ob zum terminierten Zeitpunkt in 2022 noch pandemiebedingte Einschränkungen Bestand haben, leider erneut nicht durchgeführt werden.

### **K5 AK Nachhaltiger Tourismus / Meer Nachhaltigkeit (P4)**

Im Sinne des 10-Punkte Programms des Masterplan Stadtmarketing liegt das Engagement in den kommenden Jahren verstärkt auf dem Thema „Nachhaltiger Tourismus“.

In 2022 hat die Erlebnis Bremerhaven an dem Bundeswettbewerb Nachhaltige Tourismusdestinationen 2023 teilgenommen und wurde im Dezember 2022 als eine von 44 Bewerber:innen nominiert. Der Wettbewerb wird gemeinsam vom Bundesministerium für Umwelt, Naturschutz, nukleare Sicherheit und Verbraucherschutz (BMUV), Bundesamt für Naturschutz (BfN) und dem Deutschen Tourismusverband durchgeführt. Der Bundeswettbewerb bietet deutschen Reisezielen die Möglichkeit, sich auf dem nationalen und internationalen Parkett zu präsentieren. Der Wettbewerb ist zweistufig und wird erstmalig in die Kategorien „Starter“ und „Fortgeschrittene“ unterteilt. Nach der inhaltlichen Prüfung und Bewertung werden die Destinationen für die Teilnahme an der zweiten Wettbewerbsphase ausgewählt.

Im Januar 2023 beginnt die zweite Wettbewerbsphase, an der die Destinationen aus der ersten Runde mit den überzeugendsten Bewerbungen teilnehmen können. Anhand weiterführender Fragen aus den vier Dimensionen der Nachhaltigkeit - Ökologie, Gesellschaft, Ökonomie und Kultur, ergänzt um eine managementbezogene Ebene - und eines selbst gewählten Schwerpunktthemas, war eine Teilnahme an einem Workshop im Januar 2023 verpflichtend, um auch an der 2. Wettbewerbsphase teilzunehmen.

## **K6 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. Aus Deutschland engagiert sich die Erlebnis Bremerhaven für die Stadt. Das Projektmanagement für die Projektlaufzeit von 4,5 Jahren war beim Stadtmarketing angesiedelt. Gemeinsam mit zehn Partnerinnen und Partnern aus neun Nationen wurden in den vorangegangenen Jahren Lösungen für eine nachhaltige und verbesserte Verkehrs- und Tourismuspolitik in Urlaubsgebieten erarbeitet.

In Bremerhaven sind neben der Erlebnis Bremerhaven noch weitere Partner:innen eingebunden. Zu den Stakeholdern gehören der Magistrat (Stadtplanungsamt, Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft), Klimastadtbüro, Bremerhaven Bus, H2BX und temporär auch weitere, wie zur „Barrierefreiheit“ das Deutsche Auswandererhaus.

Auch das INTERREG EUROPE Projekt DESTI-SMART war in den letzten zwei Jahren überschattet durch die Coronakrise und den dadurch eingeschränkten Reiseverkehr. In 2022 war es wieder möglich zu reisen, so dass die Final Conference vom 27. bis 29. April unter dem Thema „Sustainable Tourism Mobility towards Smart Destinations“ in Pafos/Zypern stattfinden konnte.

Das Closure Meeting fand vom 6. bis 8. September 2022 in Lake Balaton Region statt. Neben der Besichtigung der Projekte vor Ort (Mobility Points at the Railway Station Balatonalmádi, Siofok Schleuse, Rad-Service-Center in Balaton für neue Radwege zwischen Alóörs und Felsőörs) wurde dieses Meeting dazu genutzt, das Financial Management zwischen den Projektpartner:innen final abzustimmen.

Im Januar 2022 wurde der Aktionsplan des INTERREG EUROPE Projekt DESTI-SMART finalisiert und eingereicht. Die beschriebenen Aktivitäten, wie die Ausarbeitung eines Konzepts für eine Marketing- und Kommunikationsstrategie sowie der Abbau von Barrieren für Menschen mit Behinderung, wurden darin aufgenommen. Dafür wurde unter dem Slogan „Reisen für Alle“ eine Seite auf Bremerhaven.de angelegt, die bei der Orientierung und den entsprechenden Angeboten hilft. Zudem wurden drei barrierefreie Räder zur Vermietung angeschafft.

Die Ausschreibung der EnergieKlima Tour aus dem Aktionsplan INTERREG EUROPE Projekt DESTI-SMART wurde in 2022 vorbereitet. Sie verfolgt das Ziel, die öffentliche Bewusstseinsbildung für nachhaltige Mobilitätslösungen im Tourismussektor zu schärfen. Es sollen Maßnahmen aufgezeigt werden, die Tourist:innen, Anwohner:innen und Interessierten die Ursache und Wirkung der Nutzung von verschiedenen Energieformen/-träger:innen aufzeigen. Die Tour wird an den Orten vorbeiführen, an denen genau diese CO2-armen Energiequellen etabliert werden sollen oder bereits existieren. Grundsätzlich soll das Interesse an verschiedenen innovativen Technologien geweckt und über die Herausforderung und Risiken aufgeklärt werden.

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

### **P1 Gemeinsames touristisches Kommunikationskonzept**

Auf der Grundlage der Tourismusstrategie Bremerhaven 2025 wurden bereits in 2019 Profilt Themen / Geschäftsfelder entwickelt. Als profilt Themenübergreifende 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 Koordinator:innen aus dem Personalbestand der Erlebnis Bremerhaven zugeordnet. Im Bereich Stadtmarketing wird das Geschäftsfeld Fischerlebnis koordiniert. Zur Zielsetzung der Profilt Themenentwicklung 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.

Die Profilt Themenentwicklung im Geschäftsbereich Fischerlebnis beinhaltete eine systematische Weiterentwicklung der touristischen Produkte und Leistungen, die Spezialisierung auf ausgewählte Zielgruppen, den Ausbau der kooperativen Angebotsentwicklung sowie die Abstimmung / Konzentration und Bündelung der Marketingaktivitäten in diesem Bereich. In diesem Zusammenhang wurde folgendes Ziel herausgearbeitet: „Stolz und Identität in der Bevölkerung wecken“. Das Projekt „Multikulturelle Fischküche“ zählt darauf ein. Das Projekt wurde bereits 2021 konzipiert und sehr erfolgreich im Markt platziert. Das fertige Fisch-Kochbuch, wurde als das vierte der „Bremerhavener Hefte“ fristgerecht noch im Dezember 2021 auf den Markt gebracht. Vertrieben wird das Heft in den Tourist-Informationen, diversen Hotels in Bremerhaven sowie online über den Online-Shop des TOMAS Portals. Um auf das Projekt bereits auf den Hotelzimmern hinzuweisen, wurde zusätzlich als Auszug aus dem Kochbuch ein vierseitiger Flyer entwickelt, der Lust auf Fisch macht. Dieser liegt nicht nur aus, sondern er weist auch darauf hin, dass das Kochbuch erworben werden kann. Bisher wurden bereits über 300 Hefte verkauft. Auch in den sozialen Medien (Facebook, Instagram, YouTube) und auf der Website [www.bremerhaven.de/fischerlebnis](http://www.bremerhaven.de/fischerlebnis) wird das Projekt beworben. In 2023 wird es eine Fortsetzung des Projektes zum Thema „Krusten- und Schalentiere“ geben. Insgesamt werden sechs Personen für die Neuauflage wieder typisch regionale Gerichte aus ihrer Heimat kochen. Auch hier werden sechs Videos für das Marketing produziert.

### **P3 Partnerschaft Stadt & Kaufmannschaft**

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

Der Strukturwandel im Einzelhandel greift, auch durch die im Winter 2021/22 noch geltenden pandemiebedingten Einschränkungen, weiter um sich. Bundesweit schwächeln die Innenstädte und Stadtteilzentren als Orte lokaler und regionaler Marktplätze. Als Partner der Kaufmannschaft hat die Geschäftsstelle des MBQ e. V. versucht, auch noch in 2022 umfangreiche Hilfestellungen zu leisten.

Dazu gehörte auch das unter K3 beschriebene Bändchensystem.

Bremerhaven hat in 2022 wieder an den bundesweiten Aktionstagen „Heimat Shoppen“ teilgenommen. Ab dem 9. September konnten sich Kund:innen bei den teilnehmenden Händler:innen in Bremerhaven eine „Heimat Shoppen“-Stempelkarte abholen. Je besuchtem Geschäft gab es einen von vier Stempeln auf die Karte. Die Teilnahme am Gewinnspiel war nicht an den Einkauf in einem der teilnehmenden Geschäfte oder einem Mindestumsatz gebunden. Die teilnehmenden Geschäfte wurden mit einem „Heimat Shoppen“-Aufkleber oder den bekannten Einkaufstüten kenntlich gemacht. Zusätzlich wurde stadtweit plakatiert und durch Social Media-Posts auf die Aktionstage im Einzelhandel aufmerksam gemacht. Alle Preise und die teilnehmenden Händler:innen sowie ausführliche Informationen zum Gewinnspiel und die Teilnahmebedingungen waren auf der Website zu finden. Durch die Aktion „Heimat Shoppen“ wurde auf die Vielfalt der Geschäfte und das Angebot in den einzelnen Stadtteilen aufmerksam gemacht. Insgesamt haben 207 Kund:innen an der Aktion teilgenommen und Gutscheine im Gesamtwert von über 3.000 € zur Verlosung zur Verfügung gestellt.

Insgesamt hat sich das Netzwerk des MBQ e. V. wieder viermal zu einer Mitgliederversammlung und zum allgemeinen Austausch in den Räumlichkeiten der IHK, dem Fischbahnhof sowie in der Stadtbibliothek getroffen.

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

Tagungen und Kongresse sind eines der vier in der Tourismusstrategie Bremerhaven 2025 festgelegten Geschäftsfelder. 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. Für das Jahr 2022 wurden ca. 2.100 Veranstaltungsteilnehmer:innen in Bremerhaven erwartet, die an verschiedenen Tagungen oder Veranstaltungen, wie z. B. dem Forum Lokaljournalismus, der NordWest Award, dem ANVR Travel Congress oder dem Niedersachscamp teilgenommen haben.

Darüber hinaus hat der MICE-Stammtisch, wie geplant, zweimal stattgefunden. Hier treffen sich alle Leistungsträger:innen aus Bremerhaven, die in der MICE-Branche integriert sind.

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 Ausstellerin in ganz Deutschland teil. Dazu gehörten 2022 die MICE Networking Lounge in Hamburg, die Assistants World in Frankfurt sowie der MICE Branchentreff in Köln.

Des Weiteren konnte der geplante „FAM-Trip“, bei dem interessierte Veranstalter:innen Bremerhaven und Bremen als MICE-Standort kennenlernten, vom 15. - 17. September 2022 mit 15 Teilnehmer:innen, stattfinden. Am 10. und 11. November wurden die Tourismustage in analoger Form durchgeführt, bei dem auch das Geschäftsfeld MICE präsentiert wurde.

## **P7 Meer Freiheit**

Drei barrierearme Fahrräder für Menschen mit unterschiedlichsten Behinderungen ergänzen seit 2022 das Mietradangebot der Tourist-Info Hafensinsel. Im September letzten Jahres gab es im Schaufenster Fischereihafen eine Veranstaltung zur Europäischen Mobilitätswoche. Hier konnten Gäste unter anderem auch die barrierearmen Fahrräder testen. Im März 2022 wurden die Betriebe der touristischen Leistungskette nach dem bundesweit einheitlichen Kennzeichnungssystem des DSFTs „Reisen für Alle“ rezertifiziert und zwei neue Betriebe erstzertifiziert. Erstmals ist die Imagebroschüre der Seestadt Bremerhaven in Leichter Sprache erschienen.

## **P8 Bremerhaven digital**

Die Stadtmarketingwebsite hat sich als kostengünstige und flexible Plattform, auch als Schaufenster des Einzelhandels, etabliert. Zudem hat sich durch die Pandemie auch der Anspruch an eine umfassende „lokale Plattform“ verändert, sodass vorerst die Ergebnisse des R3 Forschungsprojektes abgewartet werden sollen. Das Projekt „R3 - Resilient, Regional, Retail“, gefördert über die Metropolregion, läuft noch bis Mai 2023. Hier soll ermittelt werden, welche Funktionen eine digitale Einzelhandelsplattform in der Metropolregion Nordwest haben muss, um am Markt mit den großen Playern mithalten zu können. Als Pilotprojekt wurde in 2021 der erste Allgemeinladen im Columbus Shopping Center eröffnet. Die Idee ist in 2022 noch im ehemaligen Haus Jelden sowie in der Hafensstraße umgesetzt worden. Ab Sommer 2022 wurde für das Projekt ein Ladenlokal in der Hafenspassage angemietet, professionell dekoriert und bestückt mit einer Vielzahl an Händler:innen (auch aus den Quartieren) und wird seitdem gut angenommen. Über die Verknüpfung der Produkte mit einem QR-Code können Informationen zu den Produkten und Händler:innen, unabhängig der Öffnungszeiten, digital abgerufen werden.

## **P9 UNESCO Creative City of Gastronomy Bremerhaven**

Im Tourismuskonzept 2025 ist „Fischerlebnis“ eines der prägenden Profithemen für Bremerhaven. Das Thema **Bewerbung UNESCO Creative City of Gastronomy** aus dem 10-Punkte Programm des Masterplans Stadtmarketing konnte coronabedingt bisher nicht weiterverfolgt werden.

Das Stadtmarketing ist federführend im Führungs-/ Koordinierungsteam zur Geschäftsfeldentwicklung tätig. Derzeit beschäftigt sich die Erlebnis Bremerhaven mit der Umsetzung einzelner Projekte im Geschäftsfeld „Fischerlebnis“. Dazu gehört die Mitgliedschaft bei der Deutschen Fisch-Genuss-Route, eine Video-Reihe „Fish at his best!“, in der gastronomische Betriebe vorgestellt werden. Zudem wurden durch die Abteilung „Service und Vertrieb“ der Erlebnis Bremerhaven eine neue Führung „die Fisch-Happen-Tour“ zum Thema „Fischerlebnis“ entwickelt.

Die Marketing- und Vertriebspartnerschaft „Deutsche Fisch-Genuss-Route“ (DFGR) startete im 2. Quartal 2021 mit Bremerhaven als einer von 10 Partnern. Das Leitmotiv „Fischgenuss“ wird über Fisch-/Meeresfrüchte-Kulinarik in all seinen Facetten, entlang von Fischorten, maritimen Sehenswürdigkeiten und auf verschiedenen Erlebnisrouten (per Rad, PKW/Wohnmobil, Schiff/Segelboot) erlebbar gemacht und touristisch in Wert gesetzt. Aufgrund des Aufbaujahres 2021 lag der Fokus zu Beginn auf Marketingaktivitäten. Mit der DFGR trifft die Ausrichtung den aktuellen Nerv der Zeit und schafft Anreize, die Route im Sommer, Spätsommer und in den Winter hinein zu entdecken und damit wichtige Wertschöpfungseffekte, auch außerhalb der Hauptsaison, zu schaffen. In 2022 wurde die Website <https://fischgenussroute.de> optimiert. Es fanden acht Jour Fixe, ein Partnermeeting in Bremerhaven sowie ein Quartalsmeeting mit allen Partnern statt. Im Bereich des Marketings wurde die Website und die Social-Media-Aktivitäten

verstärkt. Neben neuen Snack Content Videos wurde auch das Logo, Printmedien und Merchandising Produkte (Postkarten, Aufkleber, Bierdeckel etc.) optimiert. Als neue Partnerin wurde im Oktober die Stadt Bremen gewonnen.

Die „Fisch Happen-Tour“ durch Manufakturen im Schaufenster Fischereihafen Bremerhaven ist eine Kombination aus Hintergrundinformationen, Döntjes und kulinarischen Kostproben. Aufgrund der großen Nachfrage bereits zum Start in 2021, wurde die Tour in 2022 fest ins Programm aufgenommen. Während der Saison wird die Tour wöchentlich, jeweils samstags um 10 Uhr ab Tourist-Info Schaufenster Fischereihafen, mit Gästeführer:innen angeboten (s. [www.bremerhaven.de/fischhappentour](http://www.bremerhaven.de/fischhappentour)).

## **Kommunikation & Beteiligungsformate Stadtmarketing**

### **B1 Kommunikationsplattform**

Stadtmarketing soll als Motor und Moderator im Prozess der Stadtentwicklung gesehen werden. Dazu gehört neben Kooperation und Koordination der Akteur:innen vor Ort vor allem auch die Kommunikation als wichtige Aufgabe, um die Bürgerinnen und Bürger, an den Diskussionsprozessen und an der konkreten Projektumsetzung zu beteiligen.

Die Kaufhauskrise hat gezeigt, dass sich die Innenstädte verändern müssen, um am Markt künftig weiter bestehen zu können. Neben der bereits angesprochenen Digitalisierung, muss sich die Stadtgesellschaft, auch in der städtischen Funktionsdurchmischung und der Mobilität, verändern. Es müssen neue Impulse für eine resiliente Stadtgesellschaft entwickelt werden. Erste Ideen wurden im Rahmen des Werkstattprozesses zum Integrierten Innenstadtkonzept „Innenstadt neu denken“ entwickelt und im Abschlussbericht als Projektkatalog mit 20 Punkten zusammengefasst. Aufbauend auf den Erkenntnissen aus den Workshops und parallel zur Ausarbeitung des Integrierten Innenstadtkonzeptes, wurde dem Projekt-aufruf des BBSR gefolgt und 2022 durch das Stadtplanungsamt ein Antrag auf Förderung aus dem Programm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ gestellt, um gemeinsam mit weiteren Innenstadtakteur:innen die Attraktivität der Bremerhavener Innenstadt für Bürger:innen, Besucher:innen und die Gewerbetreibenden zu erhöhen und die Innenstadt in die Zukunft zu führen. Besonders die Entwicklung des Karstadt-Areals, des Kirchplatzes und der Columbusstraße wurden thematisiert.

### **B2 Meer ausmachen**

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

Eine erfolgreiche Zukunftsgestaltung kann nur durch ein starkes zivilgesellschaftliches Engagement zusammen mit Wissenschaft und Wirtschaft erfolgen. Gemäß dem 9. Projekt des Masterplans Stadtmarketing für Bremerhaven wurden in 2022 vermehrt Projekte, die die Stadt prägen, sie verändern und noch lebenswerter machen, durch das Stadtmarketing begleitet und in einem überschaubaren Umfang auch unterstützt.

So soll bürgerschaftliches Engagement auch in den Quartieren weiterhin unterstützt und positiv begleitet werden.

### **B3 Meer Perspektive – Unterstützung der Quartiere**

Bereits seit einiger Zeit ist die Erlebnis Bremerhaven Kooperationspartnerin der „wunderwerft“. In 2022 hat das Stadtmarketing die gemeinsam mit den weiteren Kooperationspartner:innen entwickelte Kampagne „Schenke Lehe ein Lächeln“ unterstützt. Nachdem im letzten Jahr die Bilderaktion mit dem Gewerbetreibenden aus der Hafestraße so positiv angenommen wurde, plante die Erlebnis Bremerhaven für 2022 eine Kampagne mit Bewegtbildern. Es wurden 12

Video Clips produziert, die auf eine humoristische und authentische Art die bunte Vielfalt der Gewerbetreibenden der Hafestraße widerspiegelt. Sie verstehen sich als Botschafter:innen der Hafestraße und zeigen auf, dass unabhängig der Herkunft Unternehmergeist belohnt wird. Lehe ist ein beachtenswerter Stadtteil mit besonderen Menschen. Sie schenken Lehe ein Lächeln und tragen es nach außen.

Bremerhaven hat sich im USE-IT-NETZWERK etabliert. Die deutschen Pläne sind fast vergriffen, so dass bereits 2022 eine Neuauflage des individuellen Stadtplans für junge Leute konzipiert wurde. In Zusammenarbeit mit den Abteilungen Marketing und Kommunikation, Service und Vertrieb sowie Stadtmarketing wird es für 2023 eine Neuauflage des Projektes geben. Um tatsächlich die relevantesten Insider-Tipps von Locals zu erhalten, wurde bereits im Oktober 2022 erneut ein digitaler Workshop mit ausgewählten Menschen und Institutionen aus allen Bremerhavener Stadtteilen durchgeführt. So konnte sichergestellt werden, dass viele spezielle Orte berücksichtigt und in den Stadtplan einfließen konnten. Natürlich spielen auch die Havenwelten und unsere renommierten Museen in der USE-IT Map eine Rolle. Der Stadtplan zeichnet sich aber vor allem durch Insiderwissen aus, denn dieser Stadtplan sollte sich von den bereits vorhandenen Werbematerial absetzen und viele Zusatzinformationen beinhalten.

#### **B4 Meer Atmosphäre / Unterstützung Weihnachtsbeleuchtung**

Die Weihnachtsbeleuchtung sollte in 2022 trotz Pandemie und steigender Stromkosten nicht wegfallen. Die Geschäftsleitung der Erlebnis Bremerhaven hat in Abstimmung mit der Politik und den Schausteller:innen den Betrieb der Weihnachtsbeleuchtung zwar zeitlich eingeschränkt, aber komplett wollte man, gerade auch um die bereits stark durch die Corona-Pandemie betroffene innerstädtische Wirtschaft zu unterstützen, nicht darauf verzichten. Somit wurden in 2022, basierend auf dem Konzept der Firma MK Illumination, wieder alle Leuchtelemente installiert. Dazu gehören die Lichterketten unterhalb der gläsernen Vordächer, der Allee leuchtender Bäume sowie die leuchtenden Highlights, wie der Polarstern im nördlichen Eingangsbereich der Bürgermeister-Smidt-Straße, die Beleuchtung des Werftbrunnens, die großen Tannen mit Dual Color Lichterketten, der große beleuchtete und begehbare Sternbogen, die XXL Weihnachts-Kugel und der große beleuchtete Weihnachtsmann. Besonders diese Elemente sind zu Landmarken und beliebten Fotospots des Weihnachtsmarktes Bremerhaven geworden.

Die Organisation der Auf- und Abhängung, die Stromkosten, die Einlagerung sowie die Anfrage auf Beteiligung der Anlieger:innen an den Kosten der Weihnachtsbeleuchtung in der Bürgermeister-Smidt-Straße und den angrenzenden Bereichen wird seit 2020 von der Erlebnis Bremerhaven betreut.

Die auch in 2022 noch verwaisten Schaufenster des ehemaligen Saturn wurden durch die Erlebnis Bremerhaven weihnachtlich mit den nostalgischen Märchenschaukästen des CITY SKIPPERS inszeniert. Täglich erfreuten sich viele Passant:innen und besonders Familien mit Kindern an der eindrucksvollen, sich bewegenden, Märchenszenerie. Über QR-Codes neben den einzelnen Szenarien konnte man sich digital über die gezeigten Märchen informieren und diese vor Ort nochmal nachlesen.

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

Einige Projekte aus dem „Aktionsprogramm für eine lebendige und attraktive Innenstadt Bremerhaven“ wurden erst in 2022 umgesetzt. Dazu gehörten folgende Projekte, die durch das Stadtmarketing betreut wurden:

Im Sinne einer nachhaltigen und zukunftsweisenden Mobilität wurde mit dem Projekt „Stärkung des Radverkehrs“ der Fahrradverkehr in Bremerhaven gestärkt. Durch die in der Pandemie einzuhaltenden Abstandsregeln, nutzen Bürger:innen vermehrt das Fahrrad, um zur Arbeit zu gelangen und ihre Bedürfnisse der Nahversorgung zu sichern. Zudem haben die internationalen Reisebeschränkungen und der damit einhergehende Deutschlandtourismus auch zu einem vermehrten Individualtourismus geführt, der in Bremerhaven die Anzahl der Radtouristen und damit die touristischen Verkehre erhöhte. Dabei ist auch ein Trend zu teureren Fahrrädern zu erkennen. Der wachsenden Zahl an sicheren Fahrräderabstellanlagen wurde Rechnung getragen. Vor allem im innerstädtischen Bereich fehlten Möglichkeiten, um Fahrräder und insbesondere auch hochwertige Fahrräder sicher und wettergeschützt zu verwahren. Angeschafft wurden zusätzlich sechs mobile Fahrradbügel für die Innenstadt und 32 Radboxen.

Die Aktion „Stadtgutschein“ lief genau 182 Tage, dann war das Bonus-Budget ausgeschöpft. Es sollte ein Anreiz geschaffen werden, der die Kund:innen nach den Lockdown-Zeiten des Frühjahrs wieder zurück zum stationären Handel in Bremerhaven und in die Gastronomie lockt. Dies ist gelungen, denn rund 56.000 Stadtgutscheine wurden seit dem Erstverkaufstag am 1. Juni 2021 ausgegeben. Bis zum Aktionsende am 31.12.2022 wurden mehr als fünf Millionen Euro in die Kassen der beteiligten Händler:innen gespült. Die Aktion in Kooperation mit der Nordsee-Zeitung war ein großer Erfolg.