



**Tagesordnung für die 4. öffentliche Sitzung  
des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft -  
in der Wahlperiode 2023/2027 am 07.05.2024**

**Öffentlicher Teil**

| TOP      | Bezeichnung   | Vorlage-Nr. |
|----------|---|-------------|
| <b>1</b> | <b>Einwohnerfragestunde</b>   |             |
| <b>2</b> | <b>Genehmigung der Niederschrift</b>  |             |
| 2.1      | Genehmigung der Niederschrift der 3. öffentlichen Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 29.02.2024                                | 11/2024     |
| <b>3</b> | <b>Sachstandsbericht gemäß § 49 Abs. 2 GOSTVV</b>   |             |
| 3.1      | Sachstandsbericht gemäß § 49 Abs. 2 GOSTVV zur öffentlichen Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 15.04.2024 (nunmehr 07.05.2024) | 13/2024     |
| <b>4</b> | <b>Vorlagen/Vorträge</b>  |             |
| 4.1      | Masterplan Stadtmarketing Bremerhaven<br>Hier: Konzept 2024   | 12/2024     |
| <b>5</b> | <b>Anträge</b>  |             |
| <b>6</b> | <b>Anfragen</b>   |             |
| <b>7</b> | <b>Mitteilungen</b>   |             |
| <b>8</b> | <b>Verschiedenes</b>  |             |

Grantz  
Oberbürgermeister

|  |           |                   |
|--|-----------|-------------------|
| <b>Vorlage Nr. 11/2024</b>   |           |                   |
| für die Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft. |           |                   |
| Beratung in öffentlicher Sitzung:  | <b>ja</b> | Anzahl Anlagen: 1 |

**Genehmigung der Niederschrift der 3. öffentlichen Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 29.02.2024**

Die Niederschrift der 3. öffentlichen Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 29.02.2024 (s. Anlage) ist zu genehmigen.

**G Beschlussvorschlag**

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss - Bereich Wirtschaft - genehmigt die Niederschrift der 3. öffentlichen Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 29.02.2024 in der vorgelegten Fassung.

Neuhoff  
Bürgermeister

Anlage: Entwurf der Niederschrift der 3. öffentlichen Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 29.02.2024



# N i e d e r s c h r i f t

## über die 3. öffentliche Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 29.02.2024

---

Sitzungsraum: Stadthaus 1, Raum 237, großer Sitzungssaal  
Beginn: 16:00 Uhr  
Ende: 16:36 Uhr

### Teilnehmende:

#### **SPD-Fraktion**

Herr Stadtverordneter Allers  
Frau Stadtverordnete Böttger-Türk  
Frau Stadtverordnete Czak (für Herrn Stadtverordneten Hoffmann)  
Frau Stadtverordnete Kirschstein-Klingner (für Herrn Stadtverordneten Caloglu)  
Herr Stadtverordneter Ofcarek

#### **CDU-Fraktion**

Frau Stadtverordnete Milch  
Herr Stadtverordneter Raschen, MdBB  
Herr Stadtverordneter Ventzke

#### **BD-Fraktion**

Frau Stadtverordnete Brinkmann (für Frau Stadtverordnete Tiedemann)

#### **Fraktion Bündnis 90/DIE GRÜNEN**

Herr Stadtverordneter Kaminiarz

#### **Fraktion DIE LINKE**

Herr Stadtverordneter Secci

#### **FDP-Fraktion**

Herr Stadtverordneter Prof. Dr. Hilz, MdBB

#### **Gruppe AfD**

Herr Stadtverordneter Koch

#### **Einzelstadtverordneter Sven Lichtenfeld**

Herr Stadtverordneter Lichtenfeld, MdBB

#### **Vorsitzender**

Herr Bürgermeister Neuhoff (für Herrn Oberbürgermeister Grantz)

#### **Schriftführer**

Herr Beckmann

#### **Entschuldigt**

Herr Oberbürgermeister Grantz  
Herr Stadtverordneter Caloglu  
Herr Stadtverordneter Hoffmann  
Frau Stadtverordnete Tiedemann, MdBB

### **Weitere Teilnehmende:**

Stadtkämmerei: Herr Emmerlich, Herr Heimann, Frau Mangels  
Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft: Herr Dr. Meyer, Frau Bultmann  
Gesamtpersonalrat: Herr Kieck  
Personalrat Bauverwaltung: Herr Schulz

Personalrat Allgemeine Verwaltungsdienste: Frau Lotz-Beil  
Personalrat Soziales, Gesundheit, Familie und Sport: Frau Rinas

In Vertretung für Herrn Oberbürgermeister Grantz eröffnet Herr Bürgermeister Neuhoff die Sitzung um 16:00 Uhr. Er stellt fest, dass die Sitzungsunterlagen fristgerecht zugegangen sind und der Ausschuss beschlussfähig ist.

## 1. Einwohnerfragestunde

Die von Herrn **Hero Lang**, Dieselstraße 17, 27574 Bremerhaven mündlich vorgetragene Frage zum Thema „**E-Roller verkehrsgefährdend abgestellt**“ lautet:

Hero Lang Dieselstr. 17 27574 Bremerhaven

**An den Wirtschaftsausschuss der Stadt Bremerhaven  
Stadthaus 1**

zu Hd. Herrn Oberbürgermeister Grantz

**Hinrich Schmalfeldt Str  
27576 BREMERHAVEN**

Bremerhaven den 27.02.2024

Betr. Einwohnerfragestunde Sitzung F W A 3/2023-2027 am 29.02.2024 Wirtschaftsteil

E-Roller verkehrsgefährdend abgestellt

Sehr geehrter Herr Oberbürgermeister Grantz

Meine Frage : **Seit Mai 2023 sind E-Roller der Firma TIER mit kostenpflichtiger Genehmigung der Stadt Bremerhaven (Wirtschaftsressort) in der Innenstadt zu finden. Abgestellt werden diese verkehrsgefährdend auf Gehwegen und privaten Grundstücken. Warum wird das von der Stadtverwaltung nicht sanktioniert, warum müssen Grundstückeigentümer das wilde Parken auf den eigenen Grundstücken hinnehmen ?**

gerne erwarte ich auch eine schriftliche Antwort.

hiermit verbleibe ich  
mit freundlichen Grüßen



Hero Lang

Hero Lang Dieselstr. 17 27574 Bremerhaven Telefon 0471 31063  
hero@lang-foto.de

Herr Bürgermeister Neuhoff antwortet wie folgt:

*Für die Beantwortung der Fragen ist das Bürger- und Ordnungsamt zuständig. Ihre Anfrage wird an das Bürger- und Ordnungsamt mit der Bitte um schriftliche Beantwortung weitergeleitet.*

## 2. Genehmigung der Niederschrift

### 2.1. Genehmigung der Niederschrift der 2. öffentlichen Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 12.12.2023 1/2024

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss - Bereich Wirtschaft - genehmigt die Niederschrift der 2. öffentlichen Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 12.12.2023 in der vorgelegten Fassung.

*einstimmig beschlossen bei zwei Enthaltungen von Frau Czak und Herrn Ofcarek*

## 3. Sachstandsbericht gemäß § 49 Abs. 2 GOSTVV

### 3.1. Sachstandsbericht gemäß § 49 Abs. 2 GOSTVV zur öffentlichen Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 29.02.2024 5/2024

*Herr Stadtverordneter Kaminiarz bittet um Auskunft zur laufenden Nr. 2 des Sachstandsberichtes - Vorlage Nr. 2/2021, „Gemeinschaftsaufgabe Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur, GRW; Hier: Planung und Umsetzung der Erschließung des kleinteiligen Gewerbegebietes Carsten-Lücken-Straße“. Ist die Finanzierung der Mehrkosten der Erschließungsvariante über den Kreisverkehr an der Poristraße zwischenzeitlich geklärt?*

*Herr Bürgermeister Neuhoff teilt mit, dass die Frage der Finanzierung der Mehrkosten der Erschließungsvariante über den Kreisverkehr an der Poristraße noch nicht abschließend geklärt sei. Bisher konnte man sich noch nicht auf eine Erschließungsvariante festlegen. Im Bau- und Umweltausschuss sind die verschiedenen Erschließungsvarianten diskutiert worden. Aufgrund der Ergebnisse der Verkehrserhebungen hat das Stadtplanungsamt zusammen mit der BIS eine mögliche Erschließungsvariante (Anbindung der Poristraße über den Kreisverkehr) favorisiert. Sobald die verkehrssicherste Variante feststeht, kann diese bewertet und die Mehrkosten dieser Maßnahme ermittelt werden.*

*In Zusammenarbeit mit dem Stadtplanungsamt soll ein Entscheidungsvorschlag für die Maßnahme im 1. Halbjahr 2024 den politischen Gremien vorgestellt werden.*

*Zur lfd. Nr. 8 des Sachstandsberichtes - Vorlage Nr. 13/2022 „Sachstandsbericht zum Programm „Für eine lebendige und attraktive Innenstadt Bremerhaven - Aktionsprogramm Aufenthalts- und Erlebnisqualität Innenstadt 2020/2021“ hat Herr Stadtverordneter Kaminiarz die Information erhalten, dass die Blumenkübel auf Initiative der Koalitionsspitze umgestellt werden sollen. Er bittet hierzu um Auskunft, ob es von Seiten der Koalitionsspitze Planungen gibt, die Blumenkübel vom bisherigen Standort „Theodor-Heuss-Platz“ zu entfernen und an einem anderen Platz aufzustellen.*

*Herr Stadtverordneter Allers teilt mit, dass in der Vorlage Nr. 1/187/2022 „Aktionsprogramm: „Für eine lebendige attraktive Innenstadt Bremerhaven - Aktionsprogramm Aufenthalts- und Erlebnisqualität Innenstadt 2020/2021“; Hier: Aufwertung von Sitzgelegenheiten in der Innenstadt“ vom 12.08.2022 durch Beschluss des Magistrats die Zuständigkeit für die Neupflanzung, Bewässerung und Pflege sowie Ersatzpflanzung das Dezernat VII festgelegt wurde. Das für die Innenstadtbegrünung zuständige Gartenbauamt hält den jetzigen Standort der Blumenkübel für geeignet und wird keine Umsetzung der Blumenkübel vornehmen. Von Seiten der Koalitionsspitze sind auch keine Umsetzungen der Kübel beabsichtigt.*

#### **Beschluss:**

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss - Bereich Wirtschaft - nimmt den Sachstandsbericht zur Kenntnis.

## 4. Vorlagen/Vorträge

### 4.1. Sachstands- und Tätigkeitsbericht der Geschäftsstelle des Regionalforum Unterweser 2023 4/2024

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss nimmt den anliegenden Sachstands- und Tätigkeitsbericht der Geschäftsstelle des Regionalforum Unterweser 2023 zur Kenntnis.

**4.2. Mehrbedarfe Sanierung ELBE 3 und Umwidmung von Finanzmittel der institutionellen Förderung für den Museumshafen des Deutschen Schifffahrtsmuseums (DSM) für die Jahre 2022 und 2023**

**6/2024**

*Herr Stadtverordneter Kaminiarz verweist auf eine schriftliche Mitteilung des Bundes aus dem Jahre 2021, wonach man für die Finanzierung des Museumshafens und der dortigen Exponate nicht zuständig sei. Die Finanzierung des kulturellen Bereiches des Museumshafens sei ausschließlich über die Stifter zu 2/3 vom Land Bremen und zu 1/3 von der Stadt Bremerhaven ohne Beteiligung des Bundes aufzubringen. Hierzu bittet er um Auskunft, ob es von Seiten der Verwaltung Bemühungen gäbe, den Bund ggf. doch zu einer Beteiligung an der Finanzierung des kulturellen Bereiches des Museumshafens zu bewegen. Sofern diese Bemühungen noch nicht unternommen wurden, möchte er sie hiermit anregen, da die Finanzierung des kulturellen Bereiches des Museumshafens ausschließlich durch die Stifter auf Dauer nicht zu leisten ist.*

*Herr Stadtverordneter Allers teilt hierzu mit, dass die Museumsschiffe und die Exponate gemäß der Stiftungsurkunde im Eigentum der Stifter (2/3 Land Bremen – 1/3 Stadt Bremerhaven) stehen. Sowohl der Bund als auch das Deutsche Schifffahrtsmuseum sind nie Eigentümer der Museumsschiffe und der Exponate gewesen. Somit sind alle finanziellen Verpflichtungen, die mit dem Museumshafen einhergehen, ausschließlich von den Stiftern zu tragen.*

*Die Wissenschaftsreferentin des Referates für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft, Frau Brand, führt ergänzend aus, dass das Deutsche Schifffahrtsmuseum ein Forschungsmuseum und somit beim BMBF angegliedert ist. Das BMBF hat klar ausgeführt, dass „Schiffe“ nicht Gegenstand der Forschung seien. Der wissenschaftliche Beirat des DSM hat ebenfalls in einer Stellungnahme schriftlich dargelegt, dass die Schiffe des Museumshafens nicht zum Forschungsbereich des DSM gehören. Dennoch ist das DSM bemüht, Gelder beim Bund auch für den Museumshafen einzuwerben (z. B. Forschungsgelder für die handwerklichen Tätigkeiten auf dem Schiff), sofern dies aus förderrechtlicher Sicht (Forschungszwecke) möglich ist. Wegen der bevorstehenden Evaluierung hat das DSM derzeit davon Abstand genommen, hier tätig zu werden, um nicht die bevorstehende Evaluierung zu gefährden.*

*Herr Stadtverordneter Kaminiarz führt aus, dass das finanzielle Risiko für die Stifter auf Dauer nicht zu tragen und es daher sinnvoll sei, dass finanzielle Risiko für die Stadt Bremerhaven zu verringern.*

*Herr Stadtverordneter Allers verweist auf die Stiftungsurkunde und teilt mit, dass sich aufgrund der Eigentumsverhältnisse die Stifter nicht der finanziellen Verantwortung entziehen können. Es ist auch ausgeschlossen, dass das DSM oder ein sonstiger Dritter das Eigentum an den Schiffen und den Exponaten übernehmen wird.*

*Herr Stadtverordneter Kaminiarz teilt mit, dass ihm die laut Stiftungsurkunde ausgewiesenen Eigentumsverhältnisse über die Schiffe und Exponate im Schifffahrtsmuseum nicht bekannt waren. Er gibt noch einmal zu Bedenken, dass die Stadt Bremerhaven sich den Museumshafen mit den Schiffen und den Exponaten auf Dauer nicht leisten kann und daher versucht werden sollte, das finanzielle Risiko zu minimieren. Ggf. können die Rechtsverhältnisse beim Deutschen Museum in München oder beim Bergbaumuseum in Bochum in Bezug auf Eigentumsverhältnisse für Exponate als Vergleich herangezogen werden. Bei diesen Museen dürfte es zahlreiche Exponate geben, die nicht alle im Eigentum der Städte München oder Bochum stünden.*

**Beschluss:**

*Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss stimmt der Umwidmung der noch zur Verfügung stehenden städtischen Mittel in Höhe von 340.758,94 € aus der institutionelle Förderung für die Jahre 2022 und 2023 für die Objekte RAU IX, SEEFALKE und Handkurbelkran zugunsten der Sanierung des Feuerschiffs ELBE 3 zu.*

*Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss nimmt den Wirtschaftsplan Museumshafen 2024 und der damit verbundenen Bedarfsanmeldung in Höhe von 600.000,00 € zur Kenntnis und stimmt der Verwendung des kommunalen Anteils in Höhe von 100.000,00 € zur Sanierung der ELBE 3 zu. Die restlichen 100.000,00 € werden für die Sanierung der Objekte RAU IX, SEEFALKE und Handkurbelkran zur Verfügung gestellt.*

*Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss nimmt die in der Anlage 1 „ELBE 3 – Finanzierung Instandsetzung – Stand 09.01.2024“ bezifferten Mehrbedarfe zur Sanierung der ELBE 3 zur Kenntnis und stimmt der Finanzierung des verbleibenden kommunalen Anteils in Höhe von*

363.939,59 € aus der kapitelbezogenen Rücklage des Referates für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft zu.

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss bittet das DSM vierteljährlich einen Sachstandsbericht über die Verwendung der kommunalen Mittel, die für den Museumshafen und die Task Force Maritim zur Verfügung gestellt werden, vorzulegen.

**mehrheitlich beschlossen bei einer Gegenstimme von Frau Brinkmann**

**4.3. Tätigkeitsbericht 2023 der EU-Koordinierungsstelle der Stadt Bremerhaven 8/2024**

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss nimmt den Tätigkeitsbericht der EU-Koordinierungsstelle für das Jahr 2023 zur Kenntnis.

**5. Anträge**

**5.1. Innovative Ideen braucht die City (Antrag gem. § 36 GOSTVV) 2/2024**

Frau Stadtverordnete Brinkmann erläutert den Antrag. Als eines von mehreren Modulen bittet die Fraktion Bündnis Deutschland um Zustimmung zum Vorschlag, zu Unternehmern und Neugründern für die Ansiedlung in der Innenstadt mit der Idee der Präsentation ihrer Handwerk- bzw. Fertigungskunst im Geschäft Kontakt aufzunehmen. Unternehmer in der Innenstadt und Neugründer sollen für die Idee nach dem Beispiel des Zuckerwarengeschäfts in der Bremer Böttcher Straße, bei dem im Schaufenster des Geschäftes die Handwerkskunst der Zuckerwarenherstellung live gezeigt wird, gewonnen werden.

Herr Stadtverordneter Prof. Dr. Hilz führt aus, dass die FDP-Fraktion den Antrag der BD-Fraktion ablehnen wird. Zur Begründung verwies er auf das Integrierte Innenstadtkonzept „Innenstadt Neu denken“ (Magistratsvorlage Nr. I/151/2022 – Beschluss vom 21.09.2022). Mit dem Innenstadtkonzept sind zahlreiche Maßnahmen unter Beteiligung der Bürgerinnen und Bürger beschlossen worden und befinden sich bereits in der Umsetzung. Die FDP-Fraktion hält es für besser, zunächst die Maßnahmen des Integrierten Innenstadtkonzeptes umzusetzen und nicht neue Maßnahmen zu beschließen, bei denen eine Bürgerbeteiligung bisher nicht stattgefunden hat.

**Die BD-Fraktion beantragte:**

Dass der Kontakt zu Unternehmern und potenziellen Neugründern für die Ansiedlung in der Innenstadt gesucht wird, bei denen die Möglichkeit eines „Erlebnisses am Schaufenster“, wie in der Begründung skizziert, möglich ist und diese zu einer derartigen Umsetzung ihres Unternehmens hin anzuhalten

**mehrheitlich abgelehnt bei zwei Ja-Stimmen von Frau Brinkmann und Herrn Koch**

**5.2. Etablierung eines Vollsortimenters in der Innenstadt (Antrag gem. § 36 GOSTVV) 3/2024**

Frau Stadtverordnete Brinkmann erläutert die Vorlage und bittet um Zustimmung zum Antrag der BD-Fraktion.

Herr Stadtverordneter Allers führt aus, dass die SPD-Fraktion den Antrag der BD-Fraktion ablehnen wird. Die Ansiedlung eines Vollsortimenters in der Innenstadt setzt voraus, dass in der Innenstadt ausreichend Flächen für dessen Ansiedlung zur Verfügung stehen. Die Innenstadt gibt diese Flächen in der benötigten Größenordnung für die Ansiedlung eines Vollsortimenters nicht her.

Die Stadt Bremerhaven ist derzeit dabei, mit einem möglichen Interessenten auf dem ehemaligen Karstadt-Areal eine Markthalle zu realisieren. Ob sich dieses Projekt und in welcher Form realisieren lässt, ist noch offen.

Bei dem von der BD-Fraktion beschriebenen Vollsortimenter handelt es sich seiner Ansicht nach um eine Wirtschaftseinheit mit einem Flächenbedarf von mehr als 3500 m<sup>2</sup>. Für diese Größenordnung gibt es keine Flächen in der Innenstadt. Die einzige Fläche, die theoretisch für die Ansiedlung eines Vollsortimenters zur Verfügung stehen würde, liegt an der Barkhausenstraße / ehemalige alte Feuerwache.

Auch in den innerstädtischen Immobilien ist das Projekt „Ansiedlung eines Vollsortimenters“ nicht umsetzbar. Die von den Vollsortimentern benötigten Verkaufsflächen geben die in Bremerhaven

vorhandenen Immobilien nicht her.

Herr Stadtverordneter Kaminiarz führt aus, dass der Bedarf an einem Vollsortimenter in der Innenstadt objektiv gegeben und eine Ansiedlung sinnvoll ist. Das Problem ist aber, dass sich kein Discounter finden lässt, der bereit ist, sich in der Innenstadt anzusiedeln. Aus diesem Grunde wird auch die Fraktion Bündnis 90/DIE GRÜNEN den Antrag ablehnen.

**Die BD-Fraktion beantragte:**

Zu überprüfen, ob die Ansiedlung eines Vollsortimenters auch subjektiv betrachtet sinnvoll wäre, sowie gegebenenfalls zu eruieren ob und wo Möglichkeiten zur Umsetzung bestünden. Zudem ist bei einer positiven Überprüfung einer Ansiedlung der Magistrat angehalten, Gespräche mit entsprechenden Unternehmen aufzunehmen und eine erfolgreiche Ansiedlung anzustreben.

**mehrheitlich abgelehnt bei zwei Ja-Stimmen von Frau Brinkmann und Herrn Koch**

**5.3. Hein Mück auf Ampeln am Alten und Neuen Hafen und am Bahnhof (SPD, CDU, FDP) 7/2024**

Herr Stadtverordneter Prof. Dr. Hilz erläutert den Antrag der SPD-CDU-FDP-Koalition. Er führt aus, dass Ampeln mit verschiedenen Motiven auch aus touristischen Gründen sich vermehrt großer Beliebtheit erfreuen. Hierzu verweist er auf die Beispiele der Städte Mainz mit dem Motiv „Mainzelmännchen“, Emden mit dem Motiv „Otto-Hüpfpose“ und „Ottifant“, Bochum mit dem Motiv „Bergmann“ sowie Bremen mit dem Motiv „Ampel-Musikanten“.

Herr Stadtverordneter Prof. Dr. Hilz führt aus, dass man diese Möglichkeit der Ampelmännchen für Bremerhaven nutzen und das Bremerhavener Stadtoriginal Hein Mück als Ampelmännchen installieren sollte. Auf Nachfrage teilte Herr Stadtverordneter Prof. Dr. Hilz mit, dass die Kosten für die Umrüstung der Ampeln im 5-stelligen Bereich liegen werden.

Herr Stadtverordneter Kaminiarz bittet darum, sich über die Figur Hein Mück Gedanken zu machen. Es handelt sich um eine Figur aus den 50iger Jahren, über die es kein einheitliches Bild in den Sozialen Medien gäbe. Er schlägt daher vor, die Gestaltung des Ampelmännchens auch der Verkehrsbehörde zu überlassen.

Zum Beschlussvorschlag stellte Herr Stadtverordneter Prof. Dr. Hilz folgenden Änderungsantrag:

**Lfd. Nr. 1:**

Die Finanz- und Wirtschaftsausschuss fordert das Dezernat auf,

1. bei der genehmigenden Behörde eine **Dauerzulassung** einer Hein-Mück-Ampel zu erwirken.

**Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss hat beschlossen:**

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss fordert das Dezernat auf,

1. bei der genehmigenden Behörde eine Dauerzulassung einer Hein-Mück-Ampel zu erwirken,
2. für die Ampeln um den Alten Hafen (Am Radarturm/Columbusstraße), um den Neuen Hafen (Keilstraße/Columbusstraße und Lloydstraße/Columbusstraße) und am Hauptbahnhof ein Ampelmännchen im Hein-Mück-Design zu entwerfen und zu beauftragen,
3. der dem Ausschuss sechs Monate nach Beschlussfassung über den Fortgang zu berichten.

**mehrheitlich zugestimmt bei einer Enthaltung von Herrn Kaminiarz und drei Gegenstimmen von Frau Brinkmann, Herrn Koch und Herrn Secci**

**6. Anfragen**

Es liegen keine Anfragen vor.

**7. Mitteilungen**

Es liegen keine Mitteilungen vor.



**8. Verschiedenes**

Es erfolgen keine Wortmeldungen.

Vorsitzender

Schriftführer

---

Neuhoff  
Bürgermeister

---

Beckmann  
Oberamtsrat

ENTWURF

|  |           |                   |
|--|-----------|-------------------|
| <b>Vorlage Nr. 13/2024</b>   |           |                   |
| für die Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft. |           |                   |
| Beratung in öffentlicher Sitzung:  | <b>ja</b> | Anzahl Anlagen: 1 |

**Sachstandsbericht gemäß § 49 Abs. 2 GOSTVV zur öffentlichen Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 15.04.2024**

Ab dem 01.01.2020 ist gemäß § 49 Abs. 2 GOSTVV von der, dem oder den Ausschussvorsitzenden zu jeder ordentlichen Ausschusssitzung eine schriftliche Auflistung der umzusetzenden Beschlüsse und des jeweiligen Bearbeitungsstandes vorzulegen.

**G Beschlussvorschlag**

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss - Bereich Wirtschaft - nimmt den Sachstandsbericht zur Kenntnis.

Grantz  
Oberbürgermeister

Anlage: Sachstandsbericht zur öffentlichen Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses  
- Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 15.04.2024

| Lfd. Nr. | Beschlussdatum | Nr. der Vorlage   | Beschlusslage (ggf. Frist)            | Zuständigkeit (Dez./Amt)                           | Bearbeitungsstand   | Bemerkungen  |
|----------|----------------|---|---------------------------------------|--|---------------------|--|
| 1        | 08.12.2020     | 29/2020 -1<br>Programm „Für eine lebendige und attraktive Innenstadt Bremerhaven – Aktionsprogramm Aufenthalts- und Erlebnisqualität Innenstadt 2020/2021“                                  | Mehrheitlich mit Änderung beschlossen | Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft | weitgehend erledigt | Die Verwendungsnachweisprüfungen sind weitestgehend abgeschlossen.   |
| 2        | 08.03.2021     | 2/2021<br>Gemeinschaftsaufgabe Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur, GRW<br>Hier: Planung und Umsetzung der Erschließung des kleinteiligen Gewerbegebietes Carsten-Lücken-Straße | Einstimmig beschlossen                | Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft | offen               | Die Kostenermittlung zur Vorzugsvariante ist noch nicht abgeschlossen. Die grundsätzliche Finanzierung der Mehrkosten über GRW ist noch zu klären. Die Abstimmung mit dem Stadtplanungsamt zum weiteren Vorgehen (B-Plan-Änderung) laufen.   |
| 3        | 05.10.2021     | 15/2021<br>Gemeinschaftsaufgabe Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur, GRW<br>Hier: Verlängerung Regionalmanagement: Green Economy  | Einstimmig beschlossen                | Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft | offen               | Die Umsetzung der Teilprojekte erfolgt bis zum 31.12.2024. Neu hinzugekommene Projekte sind: Etablierung eines Nachhaltigkeitsmanagements u. Konzeptarbeit für eine klimaneutrale BIS, Photovoltaik-Förderung plus Förderrichtlinien, Planung des Nahwärmenetzes Lune Delta, EnergyPort, Potenziale der Tiefengeothermie sowie der Rückbau/Recycling von Windenergieanlagen. |
| 4        | 05.10.2021     | 18/2021<br>SAIL Bremerhaven 2025 vom 13.-17. August 2025  | Einstimmig beschlossen                | Referat für Wirtschaft, Tourismus                  | offen               | Die Planungen für die SAIL laufen.   |

|   |            |   |                             |  |                                  |  |
|---|------------|---|-----------------------------|--|----------------------------------|--|
|   |            |   |                             | und Wissen-<br>schaft  |                                  |  |
| 5 | 01.03.2022 | 22/2021<br>Beteiligung der Stadt Bremerhaven am Netzwerk Wasserstoff-Mobilität und Lebensmittelwirtschaft (H2-InnoNet)  | Einstimmig<br>beschlossen   | Referat für<br>Wirtschaft,<br>Tourismus<br>und Wissen-<br>schaft | offen                            | Die Magistratsvorlage zum Projektabschluss wird erstellt.  |
| 6 | 21.06.2022 | 07/2022<br>Aktionsprogramm Tourismus - Maßnahmenpaket zur Bewältigung der Folgen der Corona-Pandemie  | Einstimmig<br>beschlossen   | Referat für<br>Wirtschaft,<br>Tourismus<br>und Wissen-<br>schaft | weitgehend<br>abgeschlos-<br>sen | Das Programm befindet sich in der Umsetzung.   |
| 7 | 21.06.2022 | 09/2022<br>Klimahaus® Bremerhaven: Neugestaltung des Ausstellungsbereichs „Perspektiven“, Planung (Leistungsphasen 1-3)   | Einstimmig<br>beschlossen   | Referat für<br>Wirtschaft,<br>Tourismus<br>und Wissen-<br>schaft | teilweise er-<br>ledigt          | Die Planungen sind abgeschlossen. Die Unterlagen wurden im September bei der BZP eingereicht, die nach erster Sichtung weitere Unterlagen nachgefordert hat. Ein Teil dieser Unterlagen wurde entsprechend erstellt und bei der BZP nachgereicht, letzte Unterlagen werden noch zusammengestellt. Die BZP prüft. |
| 8 | 20.09.2022 | 13/2022<br>Sachstandsbericht zum Programm „Für eine lebendige und attraktive Innenstadt Bremerhaven – Aktionsprogramm Aufenthalts- und Erlebnisqualität Innenstadt 2020/2021“ | Einstimmig<br>beschlossen   | Referat für<br>Wirtschaft,<br>Tourismus<br>und Wissen-<br>schaft | abgeschlos-<br>sen               | Die Blumenkübel wurden aufgestellt, die Rücken- und Armlehnen an den Bänken montiert. Die Maßnahme ist abgeschlossen.  |
| 9 | 20.09.2022 | 14/2022<br>Bremerhaven-Fonds - Zukunftsinvestition Innenstadt   | Mehrheitlich<br>beschlossen | Referat für<br>Wirtschaft,<br>Tourismus                          | offen                            | Der Auftrag für den Abbruch wurde erteilt und mit den Arbeiten wurden begonnen.  |

|    |            |  |                             |  |          |   |
|----|------------|--|-----------------------------|--|----------|---|
|    |            |  |                             | und Wissen-<br>schaft  |          |   |
| 10 | 20.09.2022 | 15/2022<br>Finanzierung der Museums-<br>flotte des Deutschen Schiff-<br>fahrtsmuseums (DSM)  | Einstimmig<br>beschlossen   | Referat für<br>Wirtschaft,<br>Tourismus<br>und Wissen-<br>schaft | erledigt | Die Restmittel in Höhe von<br>340.758,94 € wurden mit Be-<br>schluss (zur Vorlage 6/2024)<br>umgewidmet.  |
| 11 | 13.12.2022 | 19/2022<br>Gemeinschaftsaufgabe Ver-<br>besserung der regionalen<br>Wirtschaftsstruktur, GRW<br>Hier: Fortführung des Regio-<br>nalmanagements Wasser-<br>stoff  | Einstimmig<br>beschlossen   | Referat für<br>Wirtschaft,<br>Tourismus<br>und Wissen-<br>schaft | offen    | Das Regionalmanagement<br>wird fortgeführt. Die Maß-<br>nahme läuft bis zum<br>31.12.2025.  |
| 12 | 28.02.2023 | 04/2023<br>Bund-Länder-Gemein-<br>schaftsaufgabe „Verbesse-<br>rung der regionalen Wirt-<br>schaftsstruktur“ (GRW):<br>Errichtung eines Gewerbe-<br>zentrums für Gründer aus<br>dem Bereich „Green Eco-<br>nomy“ im Gewerbe- und In-<br>dustriegebiet LuneDelta im<br>südwestlichen Stadtgebiet<br>von Bremerhaven<br>Hier: Beschluss zur Umset-<br>zung der Maßnahme (Leis-<br>tungsphasen 4-9) | Mehrheitlich<br>beschlossen | Referat für<br>Wirtschaft,<br>Tourismus<br>und Wissen-<br>schaft | offen    | Der Bauantrag wurde gestellt<br>und die Auftragsvergaben er-<br>folgen im ersten QA 2024. Die<br>BEAN plant den Baubeginn<br>ab April 2024.                                 |
| 13 | 09.05.2023 | 13/2023<br>Reparatur des Dampf-Eis-<br>brechers WAL der SCB<br>Schiffahrts-Compagnie Bre-<br>merhaven e. V.  | Mehrheitlich<br>beschlossen | Referat für<br>Wirtschaft,<br>Tourismus<br>und Wissen-<br>schaft | offen    | Die Schiffahrts-Compagnie<br>Bremerhaven e. V. musste<br>das Vergabeverfahren aus<br>formalen und edv-technischen<br>Gründen am 07.02.2024 er-<br>neut durchführen. Die Zu- |

|    |            |  |                          |   |          |  |
|----|------------|--|--------------------------|---|----------|--|
|    |            |  |                          |   |          | schlagserteilung für die Kesselreparatur soll nun am 25.03.2024 erfolgen.  |
| 14 | 05.09.2023 | 22/2023<br>Werftquartier: Kofinanzierung für Bundesmittel aus dem Förderprogramm „Anpassung urbaner Räume an den Klimawandel“, Antrag der Stadt Bremerhaven RE:SET für den Grünen Finger auf der Külkeninsel | Mehrheitlich beschlossen | Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft        | offen    | Aufgrund des Urteils auf Bundesebene wurde der Zuwendungsbescheid noch nicht erteilt.  |
| 15 | 05.09.2023 | 24/2023<br>Maritime Tage Bremerhaven 2024 vom 14. bis 18. August 2024  | Einstimmig beschlossen   | Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft        | offen    | Der Zuwendungsbescheid an die Erlebnis Bremerhaven für die Maritimen Tage wurde am 29.09.2023 erlassen. Mit den Planungen wurde begonnen.                  |
| 16 | 12.12.2023 | 28/2023<br>„Innenstadt wandel Bremerhaven“<br>Hier: Baustellenmarketing  | Mehrheitlich beschlossen | Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft        | offen    | Mit Beginn des Abbruchs des Karstadt-Gebäudes wurden die ersten Maßnahmen (fußläufige Umleitungen, Anwohner:innen- und Bürger:inneninformation) umgesetzt. |
| 17 | 12.12.2023 | 29/2023 (Antrag)<br>Prüfung eines neuen Standorts für die Tourist-Information und eines Kompetenzzentrums Tourismus in Bremerhaven (SPD, CDU, FDP)   | Mehrheitlich beschlossen | Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft<br>EBG | offen    | In Bearbeitung   |
| 18 | 12.12.2023 | 30/2023 (Antrag)<br>Stärkung der Gründerkultur in Bremerhaven (SPD, CDU, FDP)  | Mehrheitlich beschlossen | Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft<br>BIS | erledigt | Die BIS wurde informiert.  |

|    |            |   |                          |   |       |  |
|----|------------|---|--------------------------|---|-------|--|
| 19 | 12.12.2023 | 31/2023<br>Bund-Länder-Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW)<br>Lüne Delta, Umsetzung erster Bebauungsplan   | Mehrheitlich beschlossen | Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft  | offen | Der Bebauungsplan wurde noch nicht beschlossen. Daher konnten bisher lediglich die Leistungsphasen IV-V beauftragt werden. |
| 20 | 29.02.2024 | 6/2024<br>Mehrbedarfe Sanierung ELBE 3 und Umwidmung von Finanzmittel der institutionellen Förderung für den Museumshafen des Deutschen Schifffahrtsmuseums (DSM) für die Jahre 2022 und 2023 | Mehrheitlich beschlossen | Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft  | offen | Das DSM hat die bewilligten Finanzmittel beim Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft beantragt.                |
| 21 | 29.02.2024 | 7/2024 (Antrag)<br>Hein Mück auf Ampeln am Alten und Neuen Hafen und am Bahnhof (SPD, CDU, FDP)   | Mehrheitlich zugestimmt  | Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft<br>Bürger- und Ordnungsamt sowie Straßen- und Brückenbau | offen | Das Beschlussprotokoll wurde zur weiteren Veranlassung an das Bürger- und Ordnungsamt als zuständiges Amt abgegeben.       |

|  |           |                   |
|--|-----------|-------------------|
| <b>Vorlage Nr. 12/2024</b>   |           |                   |
| für die Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft. |           |                   |
| Beratung in öffentlicher Sitzung:  | <b>ja</b> | Anzahl Anlagen: 1 |

## **Masterplan Stadtmarketing Bremerhaven Hier: Konzept 2024**

### **A Problem**

Der Magistrat und der Finanz- und Wirtschaftsausschuss haben in ihren Sitzungen am 02.08.2017 und 02.11.2017 dem Masterplan Stadtmarketing Bremerhaven als Grundlage für die zukünftige Arbeit der Erlebnis Bremerhaven GmbH (EBG) zugestimmt.

Der Masterplan beinhaltet einen festen Arbeitsprozess, nach dem die EBG jährlich den Entwurf eines Marketingplans und konkrete Einzelmaßnahmen zur Umsetzung des Masterplans in Abstimmung mit dem Magistrat, der BIS Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung mbH sowie ggf. anderen öffentlichen Gesellschaften und Institutionen, die durch ihre Marketingaktivitäten das Image der Stadt Bremerhaven prägen, erarbeiten soll.

Nach verwaltungsseitiger Abstimmung und anschließender Erörterung im Stadtmarketingbeirat werden der finale Marketingplan und dessen Einzelmaßnahmen den Gremien zur Kenntnis vorgelegt. Im folgenden Jahr gibt die EBG einen Sachstandsbericht über die Umsetzung der geplanten Maßnahmen.

### **B Lösung**

Der Stadtmarketingbeirat hat das Stadtmarketingkonzept 2024 (s. Anlage) zu seiner Sitzung am 02.11.2023 erhalten.

Der Magistrat hat in seiner Sitzung am 13.03.2024 einen entsprechenden Beschluss gefasst.

### **C Alternativen**

Entfällt.

### **D Auswirkungen des Beschlussvorschlages**

Der Beschlussvorschlag hat keine personalwirtschaftlichen Auswirkungen.

Die Genderneutralität wird durch den Beschlussvorschlag nicht beeinflusst.

Es sind keine klimaschutzzielrelevanten Auswirkungen durch den Beschlussvorschlag zu erwarten.

Ausländische Mitbürgerinnen und Mitbürger sind von dem Beschlussvorschlag in besonderer Weise nicht berührt.

Die besonderen Belange der Menschen mit Behinderung und der des Sports werden von



dem Beschlussvorschlag nicht betroffen.

**E Beteiligung / Abstimmung**

EBG, Stadtmarketingbeirat.

**F Öffentlichkeitsarbeit / Veröffentlichung nach dem BremIFG**

Gegen eine Veröffentlichung nach dem BremIFG bestehen keine Bedenken.

**G Beschlussvorschlag**

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss nimmt das Stadtmarketingkonzept 2024 zur Kenntnis.

Grantz  
Oberbürgermeister

Anlage 1: EBG-Konzept für das Stadtmarketing Bremerhaven 2024

**Konzept für das Stadtmarketing Bremerhaven 2024**

|  |              |
|--|--------------|
| <b>1. Profilierung im Wettbewerb der Städte und Regionen</b> | <b>2</b>     |
| <b>2. Strategische Zielsetzungen</b>                         | <b>3</b>     |
| <b>3. Projekte &amp; Themen Stadtmarketing 2024</b>          | <b>4</b>     |
| 3.1 Kooperationsprojekte durch Netzwerke                     | 4            |
| K1 Pier der Wissenschaft                                     | 4            |
| K2 Bremerhaven digital (P8)                                  | 5            |
| K3 MBQ e.V.  | 7            |
| K4 Zu Gast in Deiner Stadt (P6)                              | 7            |
| K5 Meer Nachhaltigkeit (P4)                                  | 8            |
| K6 EU-Projekte   | 10           |
| K7 Radtourismus  | 11           |
| 3.2 Vorhaben des 10-Punkte Programms                         | 11           |
| P1 touristisches Kommunikationskonzept                       | 11           |
| P2 strategisches Veranstaltungskonzept                       | 11           |
| P3 Partnerschaft Stadt & Kaufmannschaft                      | 12           |
| P5 MICE-Macher   | 12           |
| P7 Meer Freiheit   | 13           |
| P9 Geschäftsfeld Fischerlebnis                               | 13           |
| P10 Ladenflächenmanagement                                   | 14           |
| 3.3 Kommunikation & Beteiligungsformate Stadtmarketing       | 15           |
| B1 Kommunikationsplattform                                   | 15           |
| B2 Meer ausmachen  | 16           |
| B3 Meer Perspektive  | 16           |
| B4 Meer Atmosphäre   | 17           |
| <b>4. Gesamtübersicht Kosten Stadtmarketing 2024</b>         | <b>18-20</b> |

## **1. Profilierung im Wettbewerb der Städte und Regionen**

Wichtige Profilierungsfelder der Stadt Bremerhaven zu identifizieren, strategisch zu bündeln und nach außen zu vertreten gehört zu den Aufgaben der Erlebnis Bremerhaven Gesellschaft für Touristik, Marketing und Veranstaltungen mbH (nachfolgend Erlebnis Bremerhaven GmbH). Um als Motor und Moderator im Prozess der Weiterentwicklung der Stadt zu fungieren, ist eine Balance zwischen strategischen und operativen Aufgaben ebenso grundlegend, wie ein übersektorales Denken, ein konsequent kooperativer Ansatz und eine Orientierung an den zahlreichen Anspruchsgruppen der Stadt. Zudem muss es gelingen, Bürgerinnen und Bürger aktiv und transparent zu beteiligen: An den Diskussionsprozessen ebenso wie an den konkreten Maßnahmenumsetzungen.

Arbeitsgrundlage der Erlebnis Bremerhaven GmbH ist der am 02. August 2017 vom Magistrat der Stadt Bremerhaven beschlossene „Masterplan Stadtmarketing Bremerhaven“. Im Masterplan sind im besten Sinne des Stadtmarketingansatzes gemeinsam mit anderen Treibern der Stadtentwicklung (Stakeholdern) das maritime Profil der Stadt durch die erarbeitete Markenidentität und Markenpositionierung konkretisiert, wichtige Profilmfelder identifiziert und Lösungsansätze kooperativ erarbeitet worden.

Aus dem Beschluss des Magistrats folgt für die Erlebnis Bremerhaven GmbH, dass die von ihr entwickelte konzeptionelle und inhaltliche Planung zur Umsetzung des Masterplans die Grundlage bildet, um in Abstimmung mit dem Stadtmarketingbeirat geeignete bzw. verantwortliche Akteure und Partner zu suchen, um sich insbesondere der Umsetzung der Vorschläge und Projekte aus dem 10-Punkte Programms anzunehmen.

Sowohl der Masterplan und auch das 10-Punkte Programm unterliegen einem dynamischen Prozess. Projekte werden abgeschlossen oder aufgrund von veränderten gesellschaftlichen oder finanziellen Voraussetzungen verworfen. Andere zur Zielsetzung passende Projekte werden entwickelt oder sind in Planung. Besonders die Corona Pandemie in 2020/21 hat aufgezeigt, dass sich die resiliente, zukunftsfähige Stadt auf einschneidende Veränderungen einstellen und spontan Lösungen anbieten muss. Für das Jahr 2024 wurde der 10 Punkte Plan dahingehend überarbeitet und fortgeschrieben.

Das Stadtmarketingkonzept 2024 geht mit neuen Projekten darauf ein und zeigt die Vorhaben auf, die sich aus der Verantwortlichkeit des Stadtmarketings in den kooperativen Netzwerken ergeben. Die Arbeit in diesen Netzwerken zielt darauf ab, wichtige Profilmfelder im Sinne des Masterplans zu identifizieren und Lösungsansätze kooperativ umzusetzen. Das Stadtmarketingkonzept 2024 gibt die Entwicklung aller Projekte wieder, auch wenn diese bereits umgesetzt aber immer noch betreut werden müssen. Um die Ziele und Projekte des Stadtmarketings der Stadtbevölkerung zu vermitteln, wurde in 2020

eine Stadtmarketing Website erstellt. Die dafür vorgesehenen Beteiligungsformate wurden in einem ersten Schritt für den Bereich Gewerbe/Quartiere umgesetzt. Die Website kann jedoch jederzeit auf weitere Bereiche ausgeweitet werden. Dies gilt zum Beispiel für den Bereich Ladenflächenmanagement. Auf der Stadtmarketingseite besteht seit 2021 unter dem Reiter Projekte für Eigentümern und Maklern einer Gewerbeimmobilie die Möglichkeit ihre leerstehenden Ladenlokale einzustellen. Die Website wird auch genutzt um das Bundesförderprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ mit dem Stadtmarketing Projekt „Ideenwettbewerb Freiraum- Deine Geschäftsidee“ zu kommunizieren und sich zu beteiligen.

## **2. Strategische Zielsetzungen**

Allen Vorhaben gemein ist, dass sie sich grundsätzlich in die strategischen Zielsetzungen der vom Magistrat der Stadt Bremerhaven am 02. August 2017 beschlossenen konzeptionellen und inhaltlichen Planung zur Umsetzung des Masterplans einordnen lassen:

- **Binnenmarketing / Außenmarketing**  
Die raue und bodenständige Mentalität bringt es mit sich, dass viele Bürger/innen immer noch die Zukunftspläne der Stadt mehr als Projekte der Vernunft und nicht als ihre Herzenssache empfinden. Deshalb sollen insbesondere Maßnahmen eine Bedeutung erhalten, die dazu beitragen einen „Perspektivwechsel“ zu ermöglichen, um auf die Menschen positiv identitätsstiftend und -stärkend einzuwirken. Dem Grundsatz: „Nur dort, wo sich Einheimische wohl fühlen, tun dies auch die Besucher/innen“ folgend, kommt dem Binnenmarketing eine besondere Bedeutung zu, bzw. ist generell durch Maßnahmen mindestens eine (emotionale) Involvierung der eigenen Bevölkerung sicherzustellen. In den kommenden Jahren soll dies verstärkt durch die Unterstützung der Quartiere erfolgen, da diese die Bevölkerung und Gewerbetreibenden vor Ort mit ihren Bedürfnissen am besten kennen.
- **Markenpositionierung / Markenidentität**  
Es ist von zentraler Bedeutung, dass alle Marketingaktivitäten letztlich auf die Stadtmarke „einzahlen“. Insoweit geht es darum sich sowohl an der zielgruppenübergreifenden, als auch der zielgruppenspezifischen (Bürger, Touristen, Unternehmen) Markenpositionierung zu orientieren und die Markenidentität (Herkunft, Kompetenz, Werte/Persönlichkeit) zu beachten.
- **Information / kooperative Beteiligung**  
Die Bürgerinnen und Bürger werden über den Sinn und Zweck des Masterplans und die geplanten Maßnahmen durch die Stadtmarketing Website informiert. Zugleich werden sie aktiv und transparent an der Weiterentwicklung des Masterplans, insbesondere in Form konkreter Projekte und deren Umsetzung beteiligt. Die

Umsetzung von Maßnahmen soll sich in besonderem Maße durch Kooperationen in Form der Beteiligung mit eigenen Ressourcen auszeichnen.

- reale / emotionale Veränderungen  
Die Maßnahmen dürfen sich nicht auf die Werbung des Ist-Zustandes der Stadt beschränken, sondern müssen nach Möglichkeit neben Emotionalität auch sicht- und wahrnehmbare Veränderungen am „Produkt“ Stadt und dessen Lebensqualität beinhalten.
- kurzfristig und mittel-/langfristig  
In Hinblick auf die Wahrnehmung der konzeptionell und inhaltlich geplanten Vorhaben zur Umsetzung des Masterplans Stadtmarketing gilt es eine Kombination von kurzfristig wirksamen – möglicherweise kleiner dimensionierten – Maßnahmen und mittel- bis langfristig orientierten – eher größeren - Vorhaben zu planen und umzusetzen.

### **3. Projekte & Themen Stadtmarketing 2024**

#### **3.1 Kooperationsprojekte durch Netzwerke (K1 – K7)**

##### **K1 Pier der Wissenschaft**

Die Pier der Wissenschaft ist ein interdisziplinäres Netzwerk bestehend aus wissenschaftlichen und kulturellen Institutionen, zur Verankerung der Wissenschaftskommunikation in der Stadtgesellschaft. Das Netzwerk wurde 2005 gegründet und resultiert aus der Bewerbung der Städte Bremen und Bremerhavens um den Titel „Stadt der Wissenschaft“. Ziel des Netzwerks ist die Entwicklung und Umsetzung von Kommunikationsformaten, um Berührungspunkte zwischen den wissenschaftlichen Einrichtungen und der Stadtgesellschaft zu schaffen.

Als Geschäftsstelle des Netzwerks stellt die Erlebnis Bremerhaven GmbH seit 2014 insbesondere die kommunikative Umsetzung der Programm- und Marketingaktivitäten sicher. Das Netzwerk wird seit Herbst 2019 durch die beim Magistrat angesiedelte Koordinierungsstelle für Wissenschaft und Wissenstransfer unterstützt.

Die sogenannte Wissenschaftsmeile der Pier-Mitglieder soll mit unterschiedlichen Informationsangeboten und Mitmach-Aktionen während der maritimen Tage in 2024 wieder angeboten werden.

Auch die Veranstaltungsreihe SCIENCE GOES PUBLIC! soll wie gewohnt mit einer Frühjahrsreihe und einer Herbstreihe mit SCIENCE SLAM in 2024 durchgeführt werden. Diese

beiden populärwissenschaftlichen Vermittlungsformate zielen darauf ab, wissenschaftliche Themen in lockerer Atmosphäre in die Breite zu tragen.

Das Netzwerk hat 2021 in Kooperation mit der Koordinierungsstelle für Wissenschaft und Wissenstransfer zwei Geocaching-Touren zum „Wissenschaftsjahr 2020|21 – Bioökonomie“ entwickelt. Die vom Bundesministerium für Bildung und Forschung geförderten Touren sollen auch nach Beendigung des Themenjahrs weiter angeboten und betreut werden. – Beide Touren wurden Mitte des Jahres von einem Experten überprüft und in die englische Sprache übersetzt. Die festgestellten Mängel sind nicht unerheblich. Derzeit wird geprüft, wer diese beheben könnte und welche Kosten dadurch auf uns zukommen. Da das Format immer noch gut angenommen wird, möchte man die Tour unbedingt wieder instandsetzen. Einige Standorte werden aktualisiert um sie gegen Witterung und Nutzung resilienter zu gestalten.

Im Rahmen des Wissenschaftsjahres 2022 gab es einen Aufruf generelle Fragen zum Thema Wissenschaft auf einem Online Portal zu stellen. Diese Fragen wurden dann gefiltert und beantwortet. Zu diesem Fragenpool wurden von zwei Städten bereits interaktive und auch digitale Führungen entwickelt. Eine solche Führung befindet sich auch für Bremerhaven im frühen Stadium der Entwicklung.

Bei der Science-Seeing-Tour geht es darum, dass an verschiedenen Stationen in der Innenstadt wissenschaftliche Fragen (so dass diese Stationen auch zur Frage passen) verortet und diese von Expertinnen/en beantwortet werden sowie ein interaktives Element beinhalten. Die Fragen selber werden aus dem Pool an Fragen des Wissenschaftsjahrs 2022, eigenen Fragen von Forschungsschwerpunkten oder durch Bürgerbeteiligung gewonnen.

#### Maßnahmen 2024 (einschließlich Kommunikationsmittel):

- SCIENCE GOES PUBLIC!
- SCIENCE SLAM Bremerhaven
- Wissenschaftsmeile
- Geocaching-Touren zur Bioökonomie
- Science-Seeing-Tour
- Social Media Gewinnspiele/Wettbewerbe/Glücksrad

#### **K2+P8 Bremerhaven digital**

Die Stärkung der Digitalisierungskompetenz des Einzelhandels bleibt auch in 2024 eine wichtige Aufgabe auch wenn der Digital -Lotse nun bei der BIS beschäftigt wird. Er wird dort seine Aufgabe weiterhin wahrnehmen und den Händlern der Stadt bei Fragen zum

Thema Digitalisierung mit Rat und Tat zur Seite stehen. In 2020 wurden durch den Corona bedingten Lockdown mehrere Digitalplattformen (heimatshoppen-bremerhaven, jetzt-einkaufen-in-bremerhaven, heimatpraesent, ...) kurzfristig online gestellt, um dem Einzelhandel während dieser schwierigen Zeit eine zusätzliche Vermarktungsmöglichkeit zu bieten. Die Inhalte wurden in 2021 weitestgehend auf der Seite des Stadtmarketings integriert und diese so erweitert, dass ein Filtern der Unternehmen nach den jeweiligen Vertriebsmöglichkeiten über die Seite möglich ist. Derzeit wird gemeinsam mit dem Digitallotsen, der WfB, der IHK für Bremen und Bremerhaven und der Hochschule Bremerhaven die Lage sondiert, um herauszufinden welche Form der digitalen Unterstützung und welche Plattform möglich und nötig ist. Eine Zusammenarbeit oder Beteiligung an einer Lokalen Onlineplattform für Bremerhaven wird somit immer noch verfolgt. Das Projekt „R3 – Resilient, Regional, Retail in der Metropolregion Nordwest“ der Hochschule Bremerhaven wird durch die Erlebnis Bremerhaven als Antragsteller bei der Metropolregion und dem Referat für Wirtschaft über zwei Jahre unterstützt. Nachhaltige Versorgung und Logistik durch den regionalen Einzelhandel stützt den Gedanken der Zusammenarbeit zwischen Einzelhändler:innen und regionalen Logistiker:innen und steht im Fokus des Forschungsvorhabens der Hochschule Bremerhaven mit der geplanten Plattform für eine nachhaltige und wettbewerbsfähige Versorgungs- und Logistikstruktur für die Metropolregion. Zentrales Anliegen ist es, den regionalen Einzelhandel digital zu „empowern“ und im - durch die aktuelle Corona-Krise – dramatisch verschärften Wettbewerb mit den „großen Online-Händlern“ zu stärken. Innerhalb des Projektes soll somit eine Plattform konzipiert und designt werden, mit welcher der regionale Einzelhandel gegenüber den großen Online Plattformen bestehen kann und die als Grundlage für weitere Planungen dient. Um den stationären Handel schon heute besser einzubinden, wurde 2021 mit mehreren Pilotprojekten gestartet. Unter dem Namen „Allgemeinladen“ wurde in Bremerhaven an mehreren Standorten Produkte bei Händlern angefragt, um diese im Schaufenster des Allgemeinladens auszustellen. Diese Produkte können mit Artikelbezeichnung, sowie einem Link zu den jeweiligen Produkten im Onlineshop des Händlers, auf einer der bekannten Plattformen oder als Neueintrag auf der Projekt-Website [handeln-nachhaltig.de](https://handeln-nachhaltig.de) direkt bestellt werden. Die Produkte lokaler Einzelhändler werden innerhalb der gemeinsamen Schaufensterfläche präsentiert. Das Besondere dabei ist, dass unabhängig von der Öffnungszeiten über verknüpfte QR-Codes Informationen zu Produkten und Händlern eingesehen und gekauft werden können. Die Erlebnis Bremerhaven hat in den letzten Jahren mehrfach das Projekt unterstützt, indem Sie die professionelle Dekoration der Ladenfläche finanziert hat. Das Projekt „R3 – Resilient, Regional, Retail in der Metropolregion Nordwest“ endet im November 2023.

### **K3 MBQ e.V.**

Die Marketinginitiative Bremerhavener Quartiere (MBQ) wurde in 2020 von einem nicht rechtsfähigen Zusammenschluß der Werbegemeinschaften aller Stadtteile in die Organisationsform eines Vereins überführt. Zweck des Vereins ist der weitere Ausbau der oberzentralen Position Bremerhavens als Einkaufsstadt für die Region und ihre Touristen und damit insbesondere die Stärkung der Wirtschaftskraft der Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe. Die Erlebnis Bremerhaven GmbH wird auch weiterhin die Geschäftsstelle und somit die administrativen Aufgaben für den Verein übernehmen und ist als geborenes Mitglied auch im Vorstand vertreten.

Darüber hinaus wird die MBQ auch weiterhin konzeptionell und operativ bei der Erarbeitung und Umsetzung von Marketingprojekten unterstützt, wenn diese zur werblichen Profilierung des Einzelhandels- und Dienstleistungsstandortes Bremerhaven unter Wahrung der allgemeinen fachlichen und politischen Ziele des Bremerhavener Stadtmarketings beitragen.

Auch wenn der Fokus im Handel derzeit nicht auf dem Thema Servicequalität liegt, möchten wir das Thema „Qualifizierung“ gemeinsam mit der Initiative „Service Q“ auch künftig weiter vorantreiben. Für 2024 ist eine Erweiterung des Seminarangebots für die Mitglieder und deren Angestellte geplant, wobei das kostenlose Seminarangebot strikt am Bedarf der Mitglieder ausgerichtet werden soll und z.B. Kurse zum Einsparpotential im Bereich der Energiekosten oder auch Neuromarketing umfassen kann.

Im September eines jeden Jahres bündeln die lokalen Akteure im Handel- und Dienstleistungsgewerbe bundesweit ihre Aktivitäten unter dem Claim „Heimat shoppen“, um die Bedeutung und den Wirkungsgrad des lokalen Einkaufens zu betonen. Sichtbares Zeichen der Unterstützung ist die markante Papiertüte mit dem Logo der Aktion. Die Bremerhavener Werbe- und Quartiersgemeinschaften nehmen gesteuert über die MBQ seit 2019 an der bundesweiten Aktion teil. In einer breit angelegten Gemeinschaftsaktion wurde 2022 eine Stempelkarten-Aktion umgesetzt. Für 2024 wird damit gerechnet, dass sich stadtweit wieder alle Gewerbe-, Werbe- und Interessengemeinschaften mit eigenen Aktionen daran beteiligen. Dabei soll die Stadtmarketinginitiative „Heimat shoppen“ in 2024 mit frischen Ideen für quartiersübergreifende Aktionen die Gemeinschaft weiter stärken.

### **K4 Zu Gast in Deiner Stadt (P6)**

Erstmalig 2014 hatte die Erlebnis Bremerhaven GmbH in Kooperation mit dem Tourismusausschuss der Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven, dem DEHOGA Fachverband Bremerhaven und der MBQ die Aktion „Unsere Stadt. Unser Wochenende.“ durchgeführt. Die Bürger einzuladen, ein Wochenende lang in der eigenen Stadt als „Touristen“ unterwegs sein zu können, verfolgt das Ziel, dass sich die Einwohner



Bremerhavens mit dem Tourismus in der Stadt nicht nur arrangieren, sondern sich idealerweise auch damit identifizieren. Das eingeführte Binnenmarketingformat soll unter dem bundesweit bekannten Namen „Zu Gast in Deiner Stadt“ im Frühjahr 2024 wieder durchgeführt werden. Die Bremerhavener:innen sollen mit der Aktion, die mit einer vergünstigten Nutzung der

Leistungen lockt, die touristischen Einrichtungen und buchbaren Angebote ihrer Stadt besser kennen- und schätzenlernen und dadurch anschließend nach außen dafür werben. Die Aktion findet in den für die Tourismusbranche unattraktiven Monaten - in der Vergangenheit üblicherweise im Januar oder Februar - statt.

Die vergünstigte Nutzung der Leistungen wurde in den letzten Jahren über die beteiligten Unternehmen und gewährten Rabatte erreicht. Aufgrund der Corona-Pandemie und den damit verbundenen Einnahmeeinbußen bei Hotellerie, Gastronomie und den touristischen Einrichtungen sind die Unternehmen aber nicht in der Lage, sich wie in den vergangenen Jahren zu engagieren. Die Erlebnis Bremerhaven GmbH plant deshalb ein Kontingent an Angebotspaketen zu schnüren und diese zur Unterstützung der Branche vergünstigt anzubieten.

#### Maßnahmen 2024:

- Anzeigenwerbung (Medienpartnerschaft angestrebt)
- Internetauftritt/Handzettel
- Social Media
- Gewinnspiele

#### **K5 Meer Nachhaltigkeit (P4)**

Die Erlebnis Bremerhaven GmbH leitet den AK Nachhaltiger Tourismus der Klimastadt Bremerhaven. Diese Tätigkeit bietet eine gute Voraussetzung, eine Bearbeitung des Projektes „Meer Nachhaltigkeit“ im Sinne des 10-Punkte Programms des Masterplans zu realisieren. Auf eine gesonderte Darstellung des ehemals als P4 geführten Projektes wird unter 3.2 „Vorhaben des 10-Punkte Programms“ deshalb verzichtet.

Mit der zunehmenden Sensibilisierung für die Dringlichkeit des Klimaschutzes, rücken die Projekte zum Nachhaltigen Tourismus verstärkt in den Fokus. Aus diesem Grund wurde bereits eine Microsite als Unterseite auf bremerhaven.de installiert, die auf die touristische Angebote im Bereich der Nachhaltigkeit hinweist.

Seit 2023 und im Hinblick auf die anstehenden Herausforderungen in diesem Bereich wurde für die Erlebnis Bremerhaven eine Nachhaltigkeitsbeauftragte aus den eigenen Reihen bestimmt.

Die Bewerbung zum Bundeswettbewerb Nachhaltiger Tourismus in 2023 konnte im Bereich „Starter“ die Tourismusdestination Bremerhaven als Dritt-Platzierter glänzen und von einem Marketingpaket der Deutschen Zentrale für Tourismus e. V. (DZT) profitieren. Besonders überzeugt hat das Engagement, das touristische Angebot möglichst vielen Menschen zugänglich und barrierefreie Angebote und Urlaubsinspirationen stärker sichtbar zu machen.

Bremerhaven hat unter anderem Maßnahmen zur Förderung einer umweltverträglichen Freizeitmobilität mit dem Fahrrad, wie etwa thematisch geführte Touren zum maritimen kulturellen Erbe der Stadt und eine noch in der Umsetzung befindliche Tour zum Thema Energiewandel, als Belege für die nachhaltige Ausrichtung des Tourismuskonzeptes aufgezeigt.

Im Rahmen des Bundeswettbewerbs Nachhaltige Tourismusdestinationen haben wir Interesse am angebotenen Tandem-Programm „PraxisIMPULSE“ geäußert und den Zuschlag erhalten. Als bilaterales Austauschprogramm sollen gleichgesinnte Destinationen zusammengebracht werden. Ermöglicht werden soll ein Wissenstransfer und praxisorientierter Austausch in Zweier-Teams auf Augenhöhe. Begleitet durch erfahrene Mentor:innen entwickeln die teilnehmenden Destinationen über einen Zeitraum von neun Monaten systematisch Lösungsansätze und Maßnahmenpläne zur Umsetzung von mehr Nachhaltigkeit vor Ort. Im Fokus stehen dabei die beiden drängenden Themen „Klimaschutz“ und „Biodiversität“.

Die geplante Einführung eines stadtweiten Pfandbechersystems hat sich aufgrund der Komplexität und der Vielzahl der zu beteiligen Akteure verzögert. Mittlerweile ist dies nun ein Projekt des Landes und die Erlebnis Bremerhaven wie auch die Kollegen der BIS sind im Rahmen des Forschungsprojektes „Mehrweg-Roadmap“ des Instituts für Energie und Kreislaufwirtschaft an der Hochschule Bremen GmbH eingebunden.

Im Rahmen des Interreg Europe Projektes DESTI-SMART wurde in 2023 eine „Tour des Klimas“ umgesetzt. Diese verfolgt das Ziel, den Tourismus- und den Mobilitätssektor enger miteinander zu verzahnen und die öffentliche Bewusstseinsbildung für nachhaltige Mobilitätslösungen im Tourismussektor zu schärfen. Die Tour soll an Orten mit dem Fokus auf CO<sub>2</sub>-arme Energiequellen und alternative Mobilitätsformen entlangführen, aber auch Maßnahmen benennen, um die Wirkung und Nutzung von Wasserstoff-Einsatzgebieten aufzuzeigen. Grundsätzlich soll das Interesse an dieser innovativen Technologie geweckt und über die Herausforderungen und Risiken informiert werden, um Ängste und Vorurteile gegenüber Hybrid- und Wasserstofftechnologien abzubauen.

In einem ersten Step wurde in 2023 die EnergieKlimaTour in den BremerhavenGuide integriert. Zu den insgesamt 10 Standorten der Tour sind umfangreiche Informationen rund um das Thema Nutzung nachhaltiger Energieträger eingetragen worden, die nun kostenlos und individuell für Jedermann abrufbar sind. Für 2024 soll die Tour dann als eine der neuen Themenführungen mit angeboten werden.

## **K6 EU-Projekte**

Das 2021 gestartete Projekt DESTI-SMART (**D**elivering **E**fficient **S**ustainable **T**ourism with low-carbon transport **I**nnovations: **S**ustainable **M**obility, **A**ccessibility and **R**esponsible **T**ravel) konnte 2022 erfolgreich abgeschlossen werden. Der gemeinsam mit den Stakeholdern entwickelte Aktionsplan mit Umsetzungsüberwachung und -bewertung wird noch viele Jahre nachwirken.

Die Integration regionaler/lokaler Strategien für nachhaltige Mobilität, Zugänglichkeit und verantwortungsbewusstes Reisen mit Maßnahmen für einen effizienten nachhaltigen Tourismus wird die Erlebnis Bremerhaven als Aufgabe in den kommenden Jahren weiter begleiten. Die in K5 beschriebene „Tour des Klimas“ wurde thematisch erweitert und in EnergieKlimaTour umbenannt.

In 2022 wurde ein Projektantrag für ein neues EU-Projekt mit dem Namen IT SO GREEN-INN (COSME Call; inklusive Leadpartnerschaft) eingereicht. Dabei geht es um mehr digitale, grüne und sozial nachhaltige Innovationen in Klein- und Kleinstbetrieben des Beherbergungs- und Gastronomiegewerbes. Dieses EU-Projekt unterstützt die Wettbewerbsfähigkeit der Unternehmen im Tourismussektor, bezüglich des Aufbaus von Kapazitäten im Bereich Nachhaltigkeit. Gefördert wird z.B. die Einrichtung von Ecolabeln, Seminaren und Fortbildungen zur Nachhaltigkeit sowie Klimaanpassungsstrategien. Der Antrag wurde im März 2022 eingereicht. In der ersten Auswahlrunde wurde das Projekt nicht bewilligt, jedoch stehen die Chancen für eine Bewilligung in zweiter Runde gut. Die Bewerbung für die zweite Runde ist in 2023 erfolgt. Die Entscheidung steht zum jetzigen Zeitpunkt noch aus.

Des Weiteren beteiligte sich die Erlebnis Bremerhaven an zwei weiteren Projektaufufen im Interreg Europe Raum. Für das Projekt TURBO mit dem Focus Förderung der grünen und digitalen Transformation von KMUs in der Tourismusbranche. Der Tourismussektor hat derzeit mit zwei Herausforderungen zu kämpfen: Die Notwendigkeit die Auswirkungen auf die Umwelt zu verringern und sich an eine sich schnell entwickelnde digitale Landschaft anzupassen, um zukunftsfähige und umweltfreundliche Angebote und Services zu gewährleisten. Der nachhaltige Wandel beinhaltet die Förderung eines verantwortungsvollen Tourismus. Dies soll in einem gemeinsamen Austausch auf EU-Ebene erarbeitet werden.

## **K7 Radtourismus**

Im Einklang mit dem Ziel der erweiterten Digitalisierung und zur Förderung des Radtourismus in Bremerhaven wurde angestrebt die bisherigen Rad- und Wandertouren in einer App zu integrieren und auch die jetzige Webansicht der Routen auf Bremerhaven.de vereinfacht, interaktiver und übersichtlicher anzuzeigen.

Nach vorangegangener Recherche, Vergleich und Testung verschiedener Anbieter, sowie Austausch mit Partnern über die Erfahrungen mit verschiedenen Anwendungen, wurde sich für die APP „outdooractive“ entschieden und ein Angebot eingeholt. Ziel ist es, der Touristin/dem Touristen eine digitale Lösung zur Radroutenplanung und Durchführung sowie insgesamt einen Mehrwert zur Radtour auf dem Papier zu bieten.

Bei der Befahrung des Weser-Radwegs wurden erhebliche Mängel festgestellt. Aus diesem Grund wurden u.a. zur Beseitigung dieser Mängel weitere Schilder für eine bessere Signalik des beliebtesten Radfernweges Deutschlands bestellt. Auch ausgeblichene und beschädigte Schilder wurden zusätzlich ausgetauscht. An einer Beseitigung der restlichen Mängel wird weiterhin gearbeitet. Die Kosten für den Bereich Radtourismus werden im Rahmen des Stadtmarketingkonzeptes eingestellt.

### **3.2 Vorhaben des 10-Punkte Programms (P1-P3, P5, P7, P9, P10)**

#### **P1 touristisches Kommunikationskonzept**

Auf der Grundlage der Tourismusstrategie Bremerhaven 2025 wurde in 2018 / 2019 begonnen, in Projektgruppen und Arbeitskreisen die Profilt Themen / Geschäftsfelder und die Profilt Themenübergreifenden Schlüsselprojekte umsetzungsreif vorzubereiten. Aus dem Schlüsselprojekt „Strategischer Marketingplan“ wird das touristische Kommunikationskonzept abgeleitet. Die Erlebnis Bremerhaven GmbH erstellt jährlich einen Marketingplan für das Außenmarketing, der auf die identifizierten Zielgruppen zugeschnitten ist und alle wichtigen Herkunftsdestinationen berücksichtigt.

#### **P2 strategisches Veranstaltungskonzept**

„Veranstaltungsplanung / -architektur“ ist ein eigenes Profilt Themenübergreifendes Schlüsselprojekt der Tourismusstrategie Bremerhaven 2025. Die Erlebnis Bremerhaven GmbH koordiniert seit 2019 ein Veranstaltertreffen, auf dem sich die Akteure aus dem Veranstaltungsbereich austauschen können, um so ggf. Termindopplungen im Bereich Veranstaltungen zu vermeiden. Das Veranstaltertreffen wird auch in 2024 wieder stattfinden.

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

Zur Stärkung dieser Partnerschaft ist die Erlebnis Bremerhaven GmbH seit vielen Jahren als Geschäftsstelle für die Marketinginitiative Bremerhavener Quartiere (MBQ) tätig und hat die Initiativen auch auf dem Weg in die Neuorganisation als eingetragener Verein begleitet. Nach der Auflösung des Innenstadtmanagement CITY SKIPPER Bremerhaven e.V. hat die Erlebnis Bremerhaven die entstandene Lücke gefüllt und für die vier verkaufsoffenen Sonntage ein Programm organisiert. Dies kann die Arbeit eines Citymanagements nicht ersetzen. Der Aufbau einer neuen Vertretung der Innenstadthändler sollte für 2024 ein Ziel sein.

Angesichts der Dynamik der Veränderungsprozesse und dem durch die Corona Pandemie beschleunigten Strukturwandel in der Bremerhavener Innenstadt, gilt es kurzfristig mit verschiedenen Maßnahmen gegenzusteuern. Die Leitbranche der Innenstädte wird sich deutschlandweit als Besuchsgrund abschwächen, so dass man sich die Frage stellen muss, wie die Bedeutung und Funktion der Innenstadt als zentraler Ort gesichert werden kann. Dazu gehört beispielsweise auch die Überlegung, wie die Nutzungsvielfalt der Innenstadt weiter gestärkt werden kann. Es gilt, die Stellung des städtischen Einzelhandels zu stärken und die Partnerschaft zwischen Stadt und Kaufmannschaft in 2024 weiter auszubauen.

### **P5 MICE-Macher**

Tagungen und Kongresse sind eines der vier in der Tourismusstrategie Bremerhaven 2025 festgelegten Profilt Themen / Geschäftsfelder. Die Wirtschaftsförderungsgesellschaft BIS hat in 2019 gemeinsam mit der EBG die konzeptionellen Grundlagen und das Vermarktungskonzept zur Profilierung von Bremerhaven im Kongress- und Tagungsmarkt ausgearbeitet. Das Projektmanagement ist in 2020 an die Erlebnis Bremerhaven GmbH übergegangen. In 2019 sind noch gemeinsam mit der BIS die Website MICE-Bremerhaven konzipiert und bereits erste Tagungen und Kongresse erfolgreich akquiriert und begleitet worden. Um das MICE-Netzwerk der touristischen Leistungsträger in Bremerhaven zu stärken, wurde im Jahr 2019 der sog. MICE-Stammtisch eingeführt.

Im Jahr 2023 waren/sind 21 Tagungen in Planung. Davon wurden 12 bereits durchgeführt, 9 sind noch vorgesehen. Eine Tagung wurde abgesagt.

Darüber hinaus hat der MICE-Stammtisch im März 2023 im Fischbahnhof in Präsenz stattgefunden. Der nächste Termin ist für September 2023 angesetzt. Nach einer Abfrage, u. a. zu der Frequenz dieser Veranstaltung, wird der MICE-Stammtisch zukünftig zwei Mal im Jahr durchgeführt.

Für das Jahr 2024 sind bisher drei Tagungen geplant.

## **P7 Meer Freiheit**

Die Barrierefreiheit ist ein übergeordnetes Thema der Tourismusstrategie Bremerhaven 2025. Darin wird die Weiterentwicklung des barrierefreien touristischen Angebotes für Bremerhaven als Erfolg versprechendes Potenzial dargestellt, mit der die Stadt eine starke Rolle im barrierefreien Deutschlandtourismus einnehmen kann. Als erste Stadt Deutschlands wurde Bremerhaven das bundesweit anerkannte Zertifikat „Tourismusort Barrierefreiheit geprüft“ verliehen und etliche Betriebe der touristischen Leistungskette konnten zertifiziert werden. Bei der Re-Zertifizierung gelang es außerdem neue Betriebe hinzuzugewinnen.

Das neue Besucherwegeleitsystem mit 72 Stelen ist installiert und enthält einige taktile Stationen (Braille- und Prismenschrift) an zentralen Orten sowie teilweise tastbare und bewegliche Elemente. So können Menschen mit Sehbeeinträchtigung und Blinde beispielsweise die Funktionsweise der Klappbrücke ertasten.

Auf den Firmeneigenen Websites wurde die Navigation in Leichte Sprache und in Gebärdensprache integriert.

Die BremerhavenGuide-App wurde um einen Rundweg für Menschen mit Mobilitätseinschränkung und/oder Rollstuhlfahrende erweitert.

Das Thema Barrierefreiheit ist und bleibt ein fester Bestandteil des Blogs auf [www.logbuch-bremerhaven.de](http://www.logbuch-bremerhaven.de).

Die Erlebnis Bremerhaven GmbH war auf der IRMA 2023 in Bremen Anschließter an einem Gemeinschaftsstand zum Thema Barrierefreiheit.

2023 begrüßte Bremerhaven zusammen mit Bremen Host-Town für die Delegation mit rund 200 Personen aus den USA zu den Special Olympics und Sportler:innen und Begleiter:innen zu einem erlebnisreichen Tag mit viel Programm in der Seestadt Bremerhaven.

## **P9 Geschäftsfeld Fischerlebnis**

Fisch in Verbindung mit Ernährung, Nachhaltigkeit, Wissenschaft /Forschung und Kreativwirtschaft hat in Bremerhaven ein deutliches Potential, um eine nachhaltige Stadtentwicklungsstrategie zu erarbeiten. Da das Vorhaben „UNESCO Creative City of Gastronomy Bremerhaven - FISH at its BEST“ derzeit nicht weiterverfolgt wird, wurde das Projekt aus dem 10 Punkte Programm umbenannt in Geschäftsfeld „Fischerlebnis“ der Tourismusstrategie Bremerhaven 2025. Das Projektmanagement liegt bei der Erlebnis Bremerhaven GmbH.

Derzeit beschäftigt sich die Erlebnis Bremerhaven GmbH mit der Umsetzung einzelner Projekte im Geschäftsfeld „Fischerlebnis“. Dazu gehört die Mitgliedschaft bei der Deutschen Fisch-Genuss-Route, und eine Video-Reihe „Fish at its best!“, in der gastronomische Betriebe vorgestellt werden. Dafür wurden in 2021, finanziert über das Aktionsprogramm Aufenthalts- und Erlebnisqualität Innenstadt 2020/21 – Maßnahmen Stadtteile aus dem Bremerhaven Fonds zur Bewältigung der Coronapandemie, sieben professionelle Kurzfilmbeiträge mit einer Dauer von ca. 3 Minuten, über Bremerhavener Gastronomen:innen und deren jeweiliges Lieblingsfischrezept produziert. Die Imagefilm-Reihe wurde so gestaltet, dass die Beiträge dazu geeignet sind, weit über das regionale Einzugsgebiet eine Wirkung zu entfalten. Bremerhavener:innen sowie Tourist:innen bekommen die Gelegenheit sich zunächst über das bewegte Bild – in einer attraktiv aufgemachten, unterhaltsamen Form – dem Erlebnis Fisch zu nähern. Die Imagefilm-Reihe wurde über verschiedene Social Media Plattformen wie Instagram, Facebook und der Webseite [www.bremerhaven.de/fischerlebnis](http://www.bremerhaven.de/fischerlebnis) in 2022 vermarktet.

Unter dem Titel „Multikulturelle Fischküche“ präsentierten 2021 Bremerhavener:innen aus 12 Nationen ihre Lieblingsfischrezepte im neusten Band der „Bremerhavener Hefte“ und allerhand Leckeres zum Nachkochen. Angereichert werden die Rezepte, die sowohl in Deutsch als auch der jeweiligen Landessprache abgedruckt sind, durch redaktionellen „Beifang“ zu Themen wie Angeln in Bremerhaven, Fisch-Kunst oder Wissenswertes zur Ernährung mit Fisch. Um das Rezeptheft und die Fischrezepte auch den Besuchern der Stadt nahezubringen wurden Klappkarten „Lust auf ein persönliches Fischerlebnis“ mit einem Scampi Rezept, Garnelen nach kroatischer Art, angefertigt. Die Rezeptkarte werden kostenlos in den Hotels verteilt und sollen so auf das Thema Fisch und Fischerlebnis in Bremerhaven aufmerksam machen.

In 2023 wurde die „Multikulturelle Fischküche“ durch eine 2. Auflage zum Thema „Krustentiere“ ergänzt. Die Ergänzung blieb dem Original fast gänzlich treu, nur der Umfang wurde von 12 auf 6 neue Nationen konzentriert.

#### Maßnahmen:

- Über eine Agentur wurden Routen für Wohnmobilisten:innen, Radfahrer:innen und Segler:innen entlang der Deutschen Fisch-Genuss-Route entwickelt und diese auf einer Projektwebsite sowie auf weiteren Werbeträgern veröffentlicht
- *Kochbuch „Multikulturelle Fischküche – Krustentiere“ sowie 6 Kurzvideos*

#### **P10 Ladenflächenmanagement**

In 2020 wurde aufgrund der Entwicklungen im stationären Einzelhandel ein kommunales Ladenflächenmanagement installiert, ein Leerstandskatasters aufgebaut und die vakanten Flächen in SYNERGIS eingepflegt. Eine proaktive Eigentümeransprache und eine Immobilienbörse mit allen immobilienwirtschaftlich relevanten Daten wurden auf der

Website [stadtmarketing-bremerhaven.de](http://stadtmarketing-bremerhaven.de) integriert. Dort ist auch ein Projekterfassungsbogen hinterlegt, über den die Eigentümer der Erlebnis Bremerhaven GmbH direkt ihren Leerstand melden können. Zur Ansprache von möglichen Investorinnen und Investoren bedarf es der Entwicklung einer Standortbroschüre mit fundierten Kennzahlen und Frequenzmessungen. Die konzipierte Broschüre muss aufgrund von Planungsänderungen im Bereich des KARSTADT Komplexes nochmal grundlegend neu aufgesetzt werden. Eine Überarbeitung mit den aktuellen Planungen steht an. Die Anschaffung oder das Leasing einer digitalen Zählanlage musste auch verschoben werden, da sich über die Entwicklung und für alle deutschen Kommunen frei zugänglichen Datenbanklösung LeAn eine integrierte Anschaffung als sinnvoll ergeben hat. Die Erlebnis Bremerhaven GmbH hat sich als vermittelnde Ansprechpartnerin zwischen Eigentümer:innen, bzw. Makler:in und potentiellen Nutzer:innen etabliert. Darauf aufbauend sollen in 2024 weiter ansiedlungsinteressierte Einzelhändler:innen und Investor:innen angesprochen werden. Der bereits angesprochene Ideenwettbewerb „Freiraum - Deine Geschäftsidee“ kann dabei helfen.

Grundsätzlich ist eine enge Zusammenarbeit mit den Akteuren der örtlichen Immobilienwirtschaft sowie den Eigentümern zwingend nötig. Dafür wurde bereits in 2020 der erste Runde Tisch Immobilienwirtschaft durchgeführt. Dieser wird seitdem regelmäßig einmal im Quartal zum Austausch der Innenstadtakteure angeboten und durch die Erlebnis Bremerhaven GmbH moderiert.

Die großflächigen Leerstände in der Hafenspassage wurden in 2021 durch eine attraktive Schaufenster Beklebung verschönert. Eine Vermarktung der leeren Flächen in der Hafenspassage über die Initiative "Springflut Bremerhaven" der STÄWOG konnte nicht umgesetzt werden, da dort die personellen Kapazitäten nicht vorhanden waren. In Abstimmung mit dieser Initiative wurden in 2022 gemeinsam mit Seestadt Immobilien dann die Fläche durch die Erlebnis Bremerhaven GmbH vermarktet, ein Projektlogo „zwischen[Raum]“ entwickelt und für alle zur Vermietung freigegebenen 12 Shops eine neue Nutzung gefunden.

Die Leerstände in der Innenstadt konnten mit Ausnahme der ehemaligen Karstadtfläche und der Flächen in den Centern von 7 auf derzeit 4 reduziert werden.

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

#### **B1 Kommunikationsplattform**

In der vom Magistrat der Stadt Bremerhaven beschlossenen konzeptionellen und inhaltlichen Planung zur Umsetzung des Masterplans Stadtmarketing gehört die Beteiligung der Bevölkerung in Verbindung mit einer eigenen Website zum 10-Punkte-Programm. Für das Stadtmarketing als Motor und Moderator im Prozess der Weiterentwicklung einer Stadt



aus der Sicht ihrer Anspruchsgruppen gehört neben Kooperation und Koordination vor allem die Kommunikation zu einer wichtigen Aufgabe, um die Bürgerinnen und Bürger zu informieren und zu beteiligen. Das gilt sowohl für die Diskussionsprozesse als auch für die konkreten Projektumsetzungen. In 2020 wurde die Stadtmarketing Website [www.stadtmarketing-bremerhaven.de](http://www.stadtmarketing-bremerhaven.de) online gestellt.

Die Webseite ist auf bremerhaven.de verlinkt und berichtet über

- Stadtmarketing allgemein,
- Handlungsfelder, wie den Masterplan mit dem 10-Punkte Programm und das Tourismuskonzept Bremerhaven 2025 mit den Geschäftsfeldern sowie den Konzepten,
- kooperative Netzwerkprojekte (Pier der Wissenschaft, Marketinginitiative Bremerhavener Quartiere, Runder Tisch Radverkehr, Runder Tisch Ladenflächenmanagement, ...)
- Gewerbe und Quartiere,
- Projekte sowie aktuelle Vorhaben,
- Beteiligung / Kontakt / Interaktion

Integriert wurden auf der neuen Stadtmarketing-Website alle früheren Seiten und Blogs, wie z.B. heimatshoppen-bremerhaven.de, service-unser-kurs.de und pierderwissenschaftsblog.com. Zusätzlich wurde eine Seite für die Quartiere etabliert und Unternehmenseinträge ermöglicht.

## **B2 Meer ausmachen**

Eine erfolgreiche Zukunftsgestaltung kann nur durch ein starkes zivilgesellschaftliches Engagement zusammen mit Wissenschaft und Wirtschaft erfolgen. Gemäß Masterplan Stadtmarketing für Bremerhaven sollen künftig vermehrt Projekte, die die Stadt prägen, sie verändern und noch lebenswerter machen durch das Stadtmarketing begleitet und in einem überschaubaren Umfang auch unterstützt werden. Die bereits gute Zusammenarbeit mit den Quartiersgemeinschaften soll künftig noch intensiviert werden. Die Idee, daraus einen Ideenwettbewerb zu machen, wird vorerst nicht mehr verfolgt. Die Erlebnis Bremerhaven GmbH will stärker auf Hilfe zur Selbsthilfe und das „Grassroots Prinzip“, der Unterstützung von Initiativen, die aus der Basis der Bevölkerung entstehen, setzen. Es sollen gute Ideen aus den Quartieren gestärkt und bei Bedarf unterstützt werden.

## **B3 Meer Perspektive**

Um eine deutlich stärkere positive öffentliche Wahrnehmung zu erreichen, sollen künftig die Quartiere mit ihren speziellen Angeboten und deren einzigartigem Charakter unterstützt werden.

Bereits seit einiger Zeit ist die Erlebnis Bremerhaven GmbH Kooperationspartner der wunderwerft und hat die neu entwickelte Imagekampagne finanziell und ideell unterstützt.

Die Kampagne „Schenke Lehe ein Lächeln“ beinhaltet Fotos von den Menschen auf der Hafestraße. Das Projekt wurde auch in 2023 weiter unterstützt, durch die Unterstützung der Liefergemeinschaften. In 2023 wurde die Kampagne „Gesichter, Geschichten von Menschen die handeln“ weiterentwickelt. Mit einem Lächeln erzählen die Menschen vom Besonderen im täglichen Leben und Handeln auf ihrer Straße, dabei sind 12 Filme produziert worden, die überraschen und beeindrucken. Mit Unterstützung der Erlebnis Bremerhaven konnte ein Zusammenschnitt der Videos auch für einen Monat im Kino gezeigt werden. In 2023 ist geplant über die Plattform LeAn auch im Bereich Ladenflächenmanagement stärker zusammenarbeiten.

#### **B4 Meer Atmosphäre**

2018 wurde die weihnachtliche Inszenierung der Fußgängerzone neugestaltet. Die Beleuchtung basiert auf dem Konzept der Firma MK Illumination, das neben gestalterischen Grundelementen, wie den Lichterketten unterhalb der gläsernen Vordächer und der Allee leuchtender Bäume, auch leuchtende Highlights beinhaltet. 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 wurden seit 2018 angeschafft. Sie sind zu Landmarken und beliebten Fotospots des Weihnachtsmarktes Bremerhaven geworden. 2020 wurde das Beleuchtungskonzept außerdem um die Illumination des Eingangsportals Kinopassage erweitert, die Fährstraße und auch die neuen Bäume auf den Theodor-Heuss-Platz wurden mit einbezogen. 2022 mussten die Bäume in der Bürgermeister-Smidt-Straße erstmals instandgesetzt werden, da durch vermehrtes Wachstum die mitwachsenden Lichterketten in den Bäumen neu gewickelt werden mussten.

Die Organisation der Auf- und Abhängung, die Stromkosten, die Einlagerung sowie die Anfrage auf Beteiligung der Anlieger an den Kosten der Weihnachtsbeleuchtung in der Bürgermeister-Smidt-Straße und den angrenzenden Bereichen wird seit 2020 von der Erlebnis Bremerhaven GmbH betreut. Dies wird auch in 2024 wieder durch die Erlebnis Bremerhaven GmbH organisiert. Der Hinweis auf Beteiligung der Anlieger durch einen Aufkleber, der in Form eines Sterns mit Jahreszahl die Beteiligung dokumentiert, wurde von den Anliegern positiv angenommen.

#### 4. Gesamtübersicht Kosten Stadtmarketing 2024

| K  | Kooperationen / Netzwerke    | 2023                | Plan 2024          | Anmerkungen 2024   |
|----|------------------------------|---------------------|--------------------|--|
| K1 | Pier der Wissenschaft        | 20.000,00 €         | 20.000,00 €        | RfW; Mitgliedsbeiträge und Sponsoren                             |
| K2 | Bremerhaven digital          | 106.800,00 €        | 0,00 €             | Das Projekt R3 ist geendet                                       |
| K3 | MBQ e.V.                     | 6.000,00 €          | 16.000,00 €        | Institutionelle Förderung des Vereins                            |
| K4 | Zu Gast in Deiner Stadt (P6) | 15.000,00 €         | 5.000,00 €         | Finanzierung durch RfW   |
| K5 | Meer Nachhaltigkeit (P4)     | 10.000,00 €         | 10.000,00 €        | Finanzierung durch RfW   |
| K6 | EU-Projekte                  | 0,00 €              | 0,00 €             | Die Kalkulation ist erst nach einem Förderentscheid darstellbar. |
| K7 | Stärkung Radverkehr          | 0,00 €              | 5.000 €            | Finanzierung durch RfW/Neuer Antrag                              |
|    | <b>Zwischensumme K</b>       | <b>157.800,00 €</b> | <b>56.000,00 €</b> |  |

#### 4. Gesamtübersicht Kosten Stadtmarketing 2024

| P   | Projekte 10 Punkte-Programm          | 2023               | Plan 2024          | Anmerkungen 2024                    |
|-----|--------------------------------------|--------------------|--------------------|-------------------------------------|
| P1  | touristisches Kommunikationskonzept  | 0,00 €             | 0,00 €             | Projekt Tourismusstrategie 2025     |
| P2  | strategisches Veranstaltungskonzept  | 0,00 €             | 0,00 €             | Projekt Tourismusstrategie 2025     |
| P3  | Partnerschaft Stadt & Kaufmannschaft | 10.000,00 €        | 10.000,00 €        | Finanzierung durch RfW              |
| P5  | MICE-Macher                          | 0,00 €             | 0,00 €             | Projekt Tourismusstrategie 2025     |
| P7  | Meer Freiheit                        | 0,00 €             | 0,00 €             | Projekt Tourismusstrategie 2025     |
| P9  | Geschäftsfeld Fischerlebnis          | 12.500,00 €        | 12.500,00 €        | Projekt Tourismusstrategie 2025     |
| P10 | Ladenflächenmanagement               | 65.200,00 €        | 0,00 €             | Finanzierung durch RfW/neuer Antrag |
|     | <b>Zwischensumme P</b>               | <b>70.700,00 €</b> | <b>22.500,00 €</b> |                                     |

#### 4. Gesamtübersicht Kosten Stadtmarketing 2024

| B  | Beteiligung / Kommunikation                         | 2023                | Plan 2024           | Anmerkungen 2024          |
|----|---|---------------------|---------------------|---------------------------|
| B1 | Kommunikationsplattform                             | 500,00 €            | 500,00 €            | Finanzierung durch RfW    |
| B2 | Meer ausmachen                                      | 2.500,00 €          | 2.500,00 €          | Finanzierung durch RfW    |
| B3 | Meer Perspektive                                    | 2.500,00 €          | 2.000,00 €          | Finanzierung durch RfW    |
| B4 | Meer Atmosphäre                                     | 30.000,00 €         | 30.000,00 €         | Finanziert durch City Tax |
|    | Aufwendungen Stadtmarketing                         | 5.000,00 €          | 5.000,00 €          | Finanzierung durch RfW    |
|    | <b>Zwischensumme B</b>                              | <b>40.500,00 €</b>  | <b>40.000,00 €</b>  |                           |
|    |   |                     |                     |                           |
|    | <b>Zwischensumme K</b>                              | <b>157.800,00 €</b> | <b>56.000,00 €</b>  |                           |
|    | <b>Zwischensumme P</b>                              | <b>70.700,00 €</b>  | <b>22.500,00 €</b>  |                           |
|    | <b>Zwischensumme B</b>                              | <b>40.500,00 €</b>  | <b>40.000,00 €</b>  |                           |
|    | <b>Gesamtsumme Aufwendungen Stadtmarketing 2024</b> | <b>269.000,00 €</b> | <b>118.500,00 €</b> |                           |