

Sachstandsbericht

Masterplan Stadtmarketing Bremerhaven

2023

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

31. März 2024

Inhaltsverzeichnis

1. Vorbemerkung

2. Projekte & Themen Stadtmarketing 2023

Kooperationsprojekte durch Netzwerke

K1	Pier der Wissenschaft	Seite 3
K2	Bremerhaven digital (P8)	Seite 5
K3	MBQ e.V.	Seite 6
K4	Zu Gast in Deiner Stadt (P6)	Seite 7
K5	Meer Nachhaltigkeit (P4)	Seite 8
K6	EU Projekte	Seite 8

Vorhaben des 10-Punkte Programms

P1	touristisches Kommunikationskonzept	Seite 9
P2	strategisches Veranstaltungskonzept	Seite 10
P3	Partnerschaft Stadt & Kaufmannschaft	Seite 10
P5	MICE-Macher	Seite 11
P7	Meer Freiheit	Seite 12
P9	Geschäftsfeld Fischerlebnis	Seite 12
P10	Ladenflächenmanagement	Seite 14

Kommunikation & Beteiligungsformate Stadtmarketing

B1	Kommunikationsplattform	Seite 15
B2	Meer ausmachen	Seite 16
B3	Meer Perspektive	Seite 17
B4	Meer Atmosphäre	Seite 17

3. Weitere Aktivitäten im Rahmen der kooperativen Stadtentwicklung

USE-It-Netzwerk	Seite 18
Verkaufsoffene Sonntage	Seite 18

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 2023 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 in 2023 neu ausgerichteten 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 2023.

2. Projekte & Themen Stadtmarketing 2023

Kooperationsprojekte durch Netzwerke

K1 Pier der Wissenschaft

Die Pier der Wissenschaft ist ein Zusammenschluss der wissenschaftlichen Einrichtungen Bremerhavens, der anlässlich der Bewerbung zur Stadt der Wissenschaft 2005 gegründet wurde. Als Geschäftsstelle des Netzwerks „Pier der Wissenschaft“ hat die Erlebnis Bremerhaven in 2023 wieder regelmäßig zu den Netzwerktreffen eingeladen. Die vier Netzwerktreffen wurden in Präsenz durchgeführt. Die gemeinsame Präsentation des Netzwerks auf der Wissenschaftsmeile während der Maritimen Tage 2023 war ein voller Erfolg. Acht Netzwerkpartner:innen stellten ihre Projekte aus und nutzten, wie z. B. das AWI und das DLR, die Gelegenheit, mit den Besuchern in Kontakt zu treten und spannende Exponate vorzustellen, mit denen die Passanten interagieren konnten. Dazu gehörte der Unterwasserroboter (ROV) mit Greifarm und der Roboterhund „Idefix“.

Neu dabei war auf der Wissenschaftsmeile die Seemannsmission in Kooperation mit der Hochschule Bremerhaven mit der Kampagne #seafarersworld. Die Studierenden des Studiengangs Gründung Innovation Führung der HS Bremerhaven hatten sich zum Ziel gesetzt, sowohl die Arbeit der Seemannsmission als auch das Leben der Seeleute ins Rampenlicht zu stellen. Während der Maritimen Tage wollten sie in erster Linie auf die Kampagne aufmerksam machen. Mithilfe von Werbemitteln und direkten Gesprächen wurden die Arbeit und das Leben der Seefahrenden präsentiert und aufgezeigt, warum die Arbeit der Seemannsmission Bremerhaven so wichtig ist und bereits kleine Spenden an die Mission viel bewirken können.

Die Arbeitnehmerkammer hatte für Kinder ein "Hafenrollenspiel" vorbereitet. Zwei große Banner, die historische Hafensituationen zeigten, dienten als Kulisse. Die Kinder konnten sich als Hafearbeiter verkleiden. Dafür wurde Arbeitskleidung (Blaumänner), Helme, Funkgeräte, Baufahrzeuge bereitgestellt. In dieser Montur konnten sich die Kinder dann vor den Bildern fotografieren lassen und als Andenken ein Polaroid Foto mitnehmen. Für die Erwachsenen wurde ein Wissensquiz angeboten. Parallel wurden O-Töne von den Besucher:innen für die nächste Veranstaltung „Visionen für Bremerhaven“ aufgenommen.

Das ttz hat auf der Wissenschaftsmeile in 2023 den Focus auf das EU Projekt CI-TIES2030 und NextGenProteins gelegt. Bereits im Juli 2023 wurde eine Sonderedition der Scavenger Hunt Bremerhaven durchgeführt. Die einzelnen Wegpunkte und Aufgaben wurden im Rahmen der Wissenschaftsmeile aufgezeigt und die Preisverleihung vor dem Zelt durchgeführt.

Das Deutsche Auswandererhaus hat an einem Tag im Rahmen der Wissenschaftsmeile neue Projekte vorgestellt, die im Rahmen von „Museum4Punkt0“ entstanden sind, und hat so ein Stück Museum auf die Maritimen Tage gebracht.

Das Thünen-Institut für Seefischerei informierte auf der Wissenschaftsmeile über die Möglichkeiten der nachhaltigen Fischerei und das Ökosystem Meer: Denn wer nachhaltig fischen will, muss nicht nur genau wissen, was von den Flotten gefangen, angelandet oder zurückgeworfen wird, sondern auch in welchem Zustand sich die Fischbestände befinden. Auf der Wissenschaftsmeile der Maritimen Tage

standen in 2023 die Welt der Fischeier und -larven sowie deren Entwicklung im Mittelpunkt. Ganz nach dem Motto: Vom Ei bis zum Fisch - wie der Nachwuchs die Bestandsgröße verändert.

Die Hochschule Bremerhaven hat an zwei Tagen Experimente für Kinder mitgebracht und eine Verkostung von zuckerreduzierten Biolebensmitteln angeboten, die im Projekt "ReformBIO" entwickelt wurden.

Die Wissenschaftsmeile war neben den Mitarbeitenden aus den Forschungseinrichtungen an allen Tagen durch Personal aus der Abteilung Stadtmarketing besetzt. Am frequenzstarken Sonntag wurde neben der Ausstellungsfläche des Awi's durch das „Pier der Wissenschaft“-Glücksrad immer wieder der Kontakt zu den vorbeilaufenden Passantinnen und Passanten gesucht. Von den teilnehmenden Einrichtungen wurde dies sehr begrüßt.

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 2023 wie gewohnt geplant und im Frühjahr und Herbst an jeweils sechs Terminen durchgeführt. Zusätzlich wurde in Zusammenarbeit mit dem ttz eine Sonderreihe zu Next-GenProteins mit weiteren vier Terminen angeboten. Auch der beliebte „Science Slam Bremerhaven“ wurde wieder durchgeführt und konnte in der neuen Location „Apollo“ erneut viele interessierte Bürger:innen erreichen. Die Werbemittel für die Veranstaltungen wurden in diesem Jahr wieder gemeinsam mit Bremen gestaltet und finanziert.

Von Überlegungen, das in Zusammenarbeit mit der Stadtbibliothek in der Corona Pandemie entwickelte Format Science at Home weiterzuführen, wurde aufgrund fehlender personeller Ressourcen bei der Stadtbibliothek Abstand genommen.

K2 Bremerhaven digital (P8)

Die Stärkung der Digitalisierungskompetenz im Handel ist weiterhin ein Schwerpunkt des Stadtmarketings als Geschäftsstelle der MBQ. Dies hat sich durch den Wechsel des Digitallotsen zu B!S nicht geändert.

Das Projekt „R3 – Resilient, Regional, Retail in der Metropolregion Nordwest“ der Hochschule Bremerhaven wurde durch die Erlebnis Bremerhaven als Antragsteller bei der Metropolregion und dem Referat für Wirtschaft über drei Jahre intensiv 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 war es, den regionalen Einzelhandel digital zu unterstützen und im Wettbewerb mit den „großen Online-Händlern“ zu stärken. Innerhalb des Projektes wurde eine Plattform konzipiert und designt, mit welcher der regionale Einzelhandel gegenüber den großen online Plattformen bestehen kann und die als Grundlage für weitere Planungen dient. Um den stationären Handel 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 konnten mit Artikelbezeichnung sowie einem Link zu den jeweiligen Produkten im Onlineshop des Händlers auf einer der bekannten Plattformen oder als Neueintrag auf der Projektwebsite handeln-nachhaltig.de direkt bestellt werden. Die Produkte lokaler Einzelhändler wurden innerhalb der gemeinsamen Schaufensterfläche präsentiert. Das Besondere dabei war, dass unabhängig von der Öffnungszeiten über verknüpfte QR-Codes Informationen zu Produkten und den Händlern eingesehen und gekauft werden konnten. In 2023 wurde das Schaufenster in der Hafenterrasse insgesamt dreimal neugestaltet. Im Herbst wurde eine besonders aufwendige Gestaltung zum Thema „Nachhaltigkeit“ konzipiert, die dann zum Abschluss des Projektes Ende November 2023 mit den Ergebnissen des Projektes ergänzt wurde. Die Abschlussveranstaltung war für Ende November geplant, musste jedoch aus gesundheitlichen Gründen in den Januar verschoben werden. Die Ergebnisse des Forschungsprojektes werden im Frühjahr 2024 vorliegen.

K3 MBQ e.V.

Die Erlebnis Bremerhaven ist seit 2008 als Geschäftsstelle der Marketinginitiative Bremerhavener Quartiere (MBQ) tätig, dem freiwilligen Zusammenschluss aller

Werbegemeinschaften der Stadt Bremerhaven. Die Mitgliederversammlungen des Vereins konnten in 2023 wieder in Präsenz in der IHK stattfinden. Die Werbe- und Quartiersgemeinschaften haben sich in 2023 viermal getroffen und über die anstehenden Projekte, die Probleme in den jeweiligen Einkaufslagen, die schwindende Kaufkraft, die Auswirkungen der großflächigen Leerstände und die Probleme durch die Methadonabgabe in der Innenstadt ausgetauscht. Die Erlebnis Bremerhaven als Geschäftsstelle hat die Sitzungen vorbereitet und quartiersübergreifende Projekte wie Heimat Shoppen oder den online Adventskalender organisiert. Die kaufmännische Abwicklung der Projekte und die Kontoführung liegen seit der Vereinsgründung ebenfalls in der Geschäftsstelle. In 2023 hat die Geschäftsstelle über das Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft eine institutionelle Förderung erhalten.

K4 Zu Gast in Deiner Stadt (P6)

Die Stadtmarketingaktion „Zu Gast in Deiner Stadt“ wurde in 2023 mit für die Leistungsträger attraktiven Teilnahmebedingungen durchgeführt, da der Rabatt über das Aktionsprogramm Tourismus finanziert wurde. Unter dem Motto „Zu Gast in Deiner Stadt“ ein Wochenende lang Bremerhaven entdecken und als „Tourist“ die Stadt aus der eigenen Perspektive erleben, war auch für 2023 wieder Ziel der Kampagne. Die Bürger:innen konnten mit vergünstigten Konditionen die touristischen Einrichtungen und buchbaren Angebote ihrer Stadt besser kennen und schätzen lernen. Die reduzierten Hotelpreise, vergünstigten Tickets in die touristischen Attraktionen der Seestadt und die speziellen Angebote in den teilnehmenden Restaurants wurden vom 10. bis 12. Februar 2023 angeboten. Das Aktionswochenende war ausschließlich über die online Buchungsplattform der Erlebnis Bremerhaven buchbar. 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 Einnahmeverlusten bei Hotellerie, Gastronomie und den touristischen Einrichtungen waren die Unternehmen in 2023 nicht in der Lage, sich wie in den vergangenen Jahren zu engagieren. Wer mal seine eigenen vier Wände gegen ein Zimmer im Hotel tauschen oder dieses für Freunde oder Familie buchen wollte, der hatte dazu in 13 Hotels Bremerhavens Gelegenheit. 10 Euro pro Nacht, Person, Zimmer und Stern kostete der Kissentausch. Möglich war dieser in edlen 4-Sterne Hotels wie

dem Atlantic Hotel SAIL City, Best Western Plus Hotel Bremerhaven oder Hotel Haverkamp. Aber auch das Hotel Amaris, im-jaich-boardinghouse oder das haven-hostel beteiligten sich.

Um das Erleben komplett zu machen, nahmen die touristischen Highlights der Stadt an der Aktion teil. Kostengünstig zu erleben waren unter anderem Auswanderergeschichten, die Reise durch die Klimazonen der Welt oder eine exklusive Busfahrt durch die Häfen. Das Seefischkochstudio lockte mit einer unterhaltsamen Kochshow. Zu einem Sonderpreis Essen zu gehen war in fünf Restaurants möglich, darunter das Pier 6 mit einem spektakulären Blick auf den Neuen Hafen oder der Salondampfer Hansa in Fischereihafen. Sie servierten besondere „Stadt-Gerichte“ für 10 Euro oder ein „3 Gang Stadt-Menü“ für 30 Euro.

K5 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 Bewerbern nominiert. Der Wettbewerb wurde 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. Im zweistufigen Wettbewerb wurde Bremerhaven mit dem Gewinn des dritten Platzes im Starter-Feld geehrt und damit als eine der zehn Urlaubsgebiete im bundesdeutschen Tandem-Programm PraxisIMPULSE berücksichtigt. Regelmäßige digitale Treffen, gegenseitige Besuche und weitere Vernetzungsveranstaltungen sollen einen zielgerichteten und langfristigen Austausch zwischen zwei Urlaubsgebieten ermöglichen, die gemeinsam einen „Fahrplan“ für die Umsetzung vor Ort erarbeiten. In dem Coachingprogramm ist Freiburg/Breisgau Sparringspartner von Bremerhaven.

2023 wurde wie geplant die Tour des Klimas entwickelt und als Route in den Bremerhaven Guide eingepflegt. Die Tour ist damit jederzeit von Besucher:innen und Bürger:innen nutzbar.

Die ebenfalls für 2023 geplante stadtweite Einführung eines Pfandbechersystems verzögert sich, da zunächst eine von Bremen in Auftrag gegebene Studie des Instituts für Energie- und Kreislaufwirtschaft an der Hochschule Bremen abgewartet werden soll. Die Studie soll noch in diesem Jahr vorgestellt werden. Die EBG und die BIS stehen mit dem Institut im Kontakt.

K6 EU PROJEKTE

Bremerhaven hat sich in 2023 um die Auszeichnung „**Europäische Hauptstadt im Smart Tourism 2024**“ beworben. Dabei handelt es sich um einen anspruchsvollen Wettbewerb mit internationalen Teilnehmern. Aus 30 Kandidaten und 17 Ländern wurde Bremerhaven als Finalistenstadt ausgewählt. Ausgezeichnet werden Städte für ihre herausragenden, innovativen und nachhaltigen Praktiken im Tourismus. Der Wettbewerb zielt darauf ab, die positiven Effekte des Tourismus hervorzuheben und die Attraktivität der Städte zu steigern. Bremerhaven präsentierte sich neben Cork und Dublin (Irland), Genua (Italien), Helsingborg (Schweden) und San Sebastián (Spanien) im November in der belgischen Hauptstadt vor einer europäischen Jury. Der Titel „European Capital of Smart Tourism 2024“ ging an Dublin.

Parallel wurde in 2023 ein **COSME Antrag** vorbereitet, der im Februar 2024 eingereicht wird. Dabei geht es um Initiativen für nachhaltige innovative Praktiken, Resilienz und Empowerment in Tourismus-KMUs. Die Erlebnis Bremerhaven würde mit Zuschlag als Lead Partner fungieren. Das Konsortium besteht aus sieben Partnern aus sechs EU-Ländern, von denen jeder sein eigenes Fachwissen einbringt: zwei DMOs, drei BSOs, eine Hochschule, eine angeschlossene Stadt und ein EU-Netzwerk. Das EU Projekt würde im November 2024 starten und bis Ende Oktober laufen. Ein starker Fokus wird auf dem „EU Transition Pathway for Tourism“ liegen. Bausteine sind der ökologische Wandel von Tourismusunternehmen und KMU, die Unterstützung der Digitalisierung von Tourismus-KMUs und Reisezielen, die Sensibilisierung für Veränderungen in der touristischen Nachfrage und die Chancen des doppelten Übergangs für den Tourismus sowie die Verbesserung

der Zugänglichkeit touristischer Dienstleistungen für Besucher und Einwohner gleichermaßen. Dabei werden insgesamt 60 KMU-Partnerschaften eine direkte finanzielle Unterstützung erhalten. Die Wirkung des Projekts wird weit über diese Zahl hinausgehen, da die Veranstaltungen zum Kapazitätsaufbau für jedermann offen sind und das gesamte touristische Ökosystem als Multiplikatoren einbezogen wird. Dabei geht es um nachhaltiges Wachstum und Stärkung der Widerstandsfähigkeit im Tourismus sowie der Befähigung von KMUs zur Bewältigung des doppelten Wandels.

Vorhaben des 10-Punkte Programms

P1 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 aller Akteure.

P2 strategisches Veranstaltungskonzept

„Veranstaltungsplanung / -architektur“ ist ein eigenes profilt themenübergreifendes Schlüsselprojekt der Tourismusstrategie Bremerhaven 2025. Die Erlebnis Bremerhaven GmbH hat im November 2023 alle bekannten Veranstalter per Mail abgefragt und die Ergebnisse den Veranstaltern zur Verfügung gestellt, um so die

Möglichkeit einer stadtweiten Abstimmung der Veranstaltungstermine zu gewährleisten und ggf. Termindopplungen im Bereich Veranstaltungen zu vermeiden. 2023 gab es keine problematischen Überschneidungen-

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 weiter um sich. Bundesweit schwächeln die Innenstädte und Stadtteilzentren als Orte lokaler und regionaler Marktplätze. Mit Aktionen und durch die Unterstützung der Handelnden vor Ort soll dem entgegnet werden.

Als übergeordnete Händlergemeinschaft hat Bremerhaven in 2023 wieder an den bundesweiten Aktionstagen „Heimat Shoppen“ teilgenommen. Der MBQ e.V. hat im Herbst für die Mitglieder und die Einzelhändler sowie Dienstleister der Stadt eine stadtweite Social Media Aktion zum bundesweiten Aktionstag „Heimat Shoppen“ organisiert. Mit der Hilfe einer Werbeagentur wurde den Mitgliedern und allen interessierten Händlern und Dienstleistern kostenlos die Produktion kleiner Social Media Clips/Reels angeboten. Elf Reels wurden produziert, welche im Aktionszeitraum auf den Social-Media-Kanälen der Erlebnis Bremerhaven gepostet wurden. Nicht nur an dem Aktionswochenende, sondern das gesamte Jahr über ist es wichtig, an „Heimat shoppen“ zu erinnern und die zentrale Bedeutung der lokalen Einzelhändler, Dienstleister und Gastronomen für die Lebensqualität in unseren Quartieren mehr ins Bewusstsein zu rücken. Sie sichern Arbeits- und Ausbildungsplätze und tragen durch ein vielseitiges Engagement dazu bei, dass unsere Städte lebenswert bleiben.

Zu Weihnachten wurde dann erstmals ein online Adventskalender Gewinnspiel für die Mitglieder und Händler in Bremerhaven angeboten. Diese Aktion wurde über die Social-Media-Kanäle der Erlebnis Bremerhaven kommuniziert. Bei der Aktion wurden von den Händlern Gutscheine in einem Wert von über 2.000 € eingeworben. Insgesamt haben 4.705 Personen an dem Gewinnspiel teilgenommen. Die Werbewirksamkeit der Aktion für die teilnehmenden Händler lag bei 391

Followern bei Instagram und 20.374 bei Facebook. Die Aktion wurde stadtweit in den Quartieren angeboten und von Seiten der Geschäftsstelle unterstützt. Die Mitglieder ziehen eine positive Bilanz bezüglich Abwicklung und Werbewirkung.

Insgesamt hat sich das Netzwerk des MBQ e. V. viermal zu einer Mitgliederversammlung und zum allgemeinen Austausch in den Räumlichkeiten der IHK, sowie auch einmal im Stadttheater getroffen.

P5 MICE-Macher

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 2023 wurden ca. 2.300 Veranstaltungsteilnehmer:innen bei 24 MICE Veranstaltungen in Bremerhaven erwartet, die an verschiedenen Tagungen oder Veranstaltungen, wie z. B. der Tatort Preview, dem Forumtreffen des Deutschen PresseClubs oder dem Vorprogramm der Special Olympics teilgenommen haben.

Darüber hinaus hat der MICE-Stammtisch wieder zweimal stattgefunden. Hier treffen sich alle Leistungsträger:innen aus Bremerhaven, die in der MICE-Branche integriert sind. In 2023 war im März der Fischbahnhof der Austragungsort und im September war das Deutsche Auswandererhaus der Gastgeber.

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 2023 der MICE-Treff am Starnberger See sowie in Düsseldorf und erneut die Assistants World in Frankfurt.

P7 Meer Freiheit

Drei barrierearme Fahrräder für Menschen mit unterschiedlichsten Behinderungen ergänzen seit 2022 das Mietradangebot der Tourist-Info Hafensinsel. In 2023 wurden die barrierefreien Räder 22-mal vermietet.

Im September 2023 gab es im Schaufenster Fischereihafen eine Veranstaltung zur Europäischen Mobilitätswoche. Auf der Veranstaltung hat sich die Erlebnis Bremerhaven präsentiert und Gäste konnten unter anderem auch die barrierearmen Fahrräder testen. Zudem hat die Mobilitätsbeauftragte des Magistrats auf der Tagung Nationaler Radverkehrstag (NRVK) in Frankfurt das umfangreiche Angebot an Mieträdern bei der Erlebnis Bremerhaven auf einem Poster ausgestellt. In 2023 hat die Erlebnis Bremerhaven an der Messe IRMA Bremen (internationale Reha- und Mobilitätsmesse) als Mitaussteller teilgenommen, war auf der NZ-Mobilitätsmeile in der Bremerhavener Innenstadt, auf dem Mobilitätstag des ADFC in der Alten Bürger und dem Gesundheitstag in der Stadthalle mit einem Informationsstand präsent.

Zudem war Bremerhaven im Vorprogramm der 2023 in Berlin stattfindenden Special Olympics als Vorprogramm Gastgeber für die Delegation der USA. In diesem Rahmen hat am 14. Juni 2023 ein barrierefreies touristisches Programm inkl. einer Abendveranstaltung im Weserstrandbad in Bremerhaven stattgefunden.

P9 Geschäftsfeld Fischerlebnis

Im Tourismuskonzept 2025 ist „Fischerlebnis“ eines der prägenden Profilt Themen für Bremerhaven. Das Stadtmarketing ist federführend im Führungs-/ Koordinierungsteam zur Geschäftsfeldentwicklung tätig. Derzeit beschäftigt sich die Erlebnis Bremerhaven mit der Umsetzung einzelner Projekte im Geschäftsfeld „Fischerlebnis“.

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 plziert. In den sozialen Medien (Facebook, Instagram, YouTube) und auf der Website www.bremerhaven.de/fischerlebnis wird das Projekt beworben.

Im Jahr 2023 wurde die zweite Auflage der multikulturellen Fischküche fertiggestellt. Hierzu wurde das Fischkochheft No. 2 inhaltlich erarbeitet und liegt seit August in gedruckter Form vor. Im Fischkochstudio wurde unter Anleitung und Unterstützung eines Kochs das Thema Krusten- und Schalentiere in der jeweiligen landestypischen Art und Weise (China, Italien, Marokko, Griechenland, Island und Ukraine) zubereitet. Sechs Kurzvideos für Facebook sowie sechs Reel-Videos für Instagram wurden produziert. Es wurde in den folgenden sechs Monaten einmal pro Monat ein Video veröffentlicht, um auf die Hefte, die bereits in den Tourist-Informationen und im Online Shop erhältlich sind, aufmerksam zu machen.

„Fischgenuss erleben“ Kooperation: Die Marketing- und Vertriebspartnerschaft „Fischgenuss erleben“ (ehemals Deutsche Fisch-Genuss-Route) startete im 2. Quartal 2021 mit Bremerhaven als einer von 10 Partnern. Im Jahr 2023 sind verschiedene Partnerregionen abgesprungen. Eine Neufindung und Umbenennung erfolgte Ende 2023. Das Leitmotiv „Fischgenuss“ soll über Fisch-/Meeresfrüchte-Kulinarik in all seinen Facetten entlang von Fischorten, maritimen Sehenswürdigkeiten und auf verschiedenen Erlebnisrouten (per Rad, PKW und Wohnmobil) erlebbar gemacht und touristisch in Wert gesetzt werden. Mit „Fischgenuss erleben“ trifft die Ausrichtung den aktuellen Nerv der Zeit und schafft Anreize, die Route im Sommer, Spätsommer und in den Winter hinein zu entdecken, um damit wichtige Wertschöpfungseffekte außerhalb der Hauptsaison zu schaffen. Die professionelle Website <https://fischgenussroute.de> befindet sich im Relaunch Prozess. In 2023 erfolgte eine Bloggerreise, welche das Marketing und die Social-Media-Aktivitäten mit vielen Beiträgen bereicherte. Es fanden mehrere „Jour Fix“ Meetings sowie Partnermeetings in Bremen und Cuxhaven statt.

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 auch in 2023 stark nachgefragt und ist nun fester Bestandteil des Touren-Programms der Erlebnis Bremerhaven. Während der Saison wird die Tour wöchentlich, jeweils samstags um 10 Uhr ab Tourist-Info Schaufenster Fischereihafen, mit Gästeführer:innen angeboten. www.bremerhaven.de/fisch-happentour

P10 Ladenflächenmanagement

Bereits in 2020 wurde aufgrund der Entwicklungen im stationären Einzelhandel ein kommunales Ladenflächenmanagement installiert, ein Leerstandskatasters für die Innenstadt aufgebaut und die vakanten Flächen in SYNERGIS eingepflegt. Eine proaktive Eigentümeransprache und die zur Verfügung gestellten Exposés wurde auf der Website stadtmarketing-bremerhaven.de integriert. Dort ist auch ein Projekterfassungsbogen hinterlegt, über den die Eigentümer der Erlebnis Bremerhaven direkt ihren Leerstand melden können. Zur Ansprache von möglichen Investorinnen und Investoren sollte in 2022/23 eine Broschüre entwickelt werden. Diese lag bereits im Entwurf vor, als sich Ankauf und erste Planungen für die Freifläche des ehemaligen Karstadt Komplexes von Grund auf verändert haben. Die erarbeiteten Inhalte hatten sich somit zu diesem Zeitpunkt bereits überholt. Anfang 2023 wurde dann eine vom Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft in Auftrag gegebene umfangreiche Standortbroschüre an einen großen Verteiler aus dem Bereich Wirtschaft versendet, was eine Aktualisierung der Broschüre zu diesem Zeitpunkt als nicht mehr als sinnvoll erscheinen ließ.

Eine Dekoration oder Beklebung leerstehender Schaufensterflächen erfolgt weiterhin nach Bedarf.

Die Erlebnis Bremerhaven hat sich als vermittelnde Ansprechpartnerin zwischen Eigentümer:innen, bzw. Makler:in und potentiellen Nutzer:innen etabliert. In 2023 wurde den Teilnehmern des Runden Tisch Ladenflächenmanagement die Plattform LeAn® zur Erfassung von leerstehenden Ladenlokalen und ein aktives Ansiedlungsmanagement vorgestellt. Mit der Möglichkeit eines aktiven Ansiedlungsmanagements soll das umgreifende Problem des Verlustes der Attraktivität in den Handelslagen entgegengewirkt werden. Bundesweit hat die Zunahme des Online Handels und die Corona Pandemie den Besatz in den Innenstädten weiter ausgedünnt. Nicht nur in Bremerhaven, sondern auch in den großen Einkaufsmetropolen tritt vermehrt Leerstand in den Fußgängerzonen und den Centern auf. Kaufzurückhaltung durch den Ukraine Krieg, die Inflation und die immer noch hohen Energiekosten tun ihr übriges. Eine Herausforderung, mit der die Erlebnis Bremerhaven in den kommenden Jahren konfrontiert ist, betrifft die zunehmenden Ladenleerstände in der Innenstadt, den Centern und den Stadtteilen. Um dieser Problematik entgegenzuwirken und die Aufenthaltsqualität in den Bremerhavener Quartieren zu steigern, ist eine stadtteilübergreifende Zusammenarbeit bei

der Erfassung von leerstehenden Ladenlokalen mit Hilfe einer digitalen, datenbasierten Plattform sowie die Implementierung eines aktiven Ansiedlungsmanagements in 2023 auf den Weg gebracht worden. Zudem hat sich der regelmäßige Austausch und die enge Zusammenarbeit mit den Akteuren der örtlichen Immobilienwirtschaft sowie den Eigentümern verstetigt.

Darauf aufbauend wurden in 2023 ansiedlungsinteressierte Einzelhändler über den Bundeswettbewerb ZIZ und dem Projekt „Freiraum – Deine Geschäftsidee“ für die Innenstadt angesprochen. Drei neue und den Besatz ergänzende Konzepte wurden durch eine Jury ausgewählt. Das Projekt „Freiraum – Deine Geschäftsidee“ ist durch den Bund mit einer Zuwendung von 409.000 € für Marketing, Mietkosten, Preisgeldern und Renovierungskosten ausgestattet. Die Projektleitung liegt bis zum Ende der Förderperiode im August 2025 bei der Erlebnis Bremerhaven.

Die Leerstände in der Innenstadt konnten mit Ausnahme der ehemaligen Karstadt Fläche, dem Hanse Carré und den Flächen in den Centern von 6 auf derzeit 4 reduziert werden.

Kommunikation & Beteiligungsformate Stadtmarketing

B1 Kommunikationsplattform

Stadtmarketing wird in Bremerhaven als wichtiger Partner im Prozess der Stadtentwicklung gesehen. Dazu gehört neben Kooperation und Koordination der Akteure: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.

Aufbauend auf den Erkenntnissen aus den Workshops zum Integrierten Innenstadtkonzeptes, wurde in 2022 dem Projektauftrag des BBSR gefolgt und durch das Stadtplanungsamt ein Antrag auf Förderung aus dem Programm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ gestellt, um gemeinsam mit weiteren Innenstadtkteur:innen die Attraktivität der Bremerhavener Innenstadt für Bürger:innen, Besucher:innen und die Gewerbetreibenden zu erhöhen und die Innenstadt in die Zukunft zu führen. In mehreren online Befragungen wurden mit Hilfe des online

Befragungstools „Swipocratie“ 2023 Bürger:innen zu diversen Fragestellungen der einzelnen Projekte befragt und konnten ihre Wünsche und Ideen zur Gestaltung der Flächen einbringen. Es wurden zielgerichtet Beteiligungsverfahren mit jungen Menschen organisiert und Bürgerdialoge organisiert, die die Wünsche und Bedürfnisse an die neuen Grünflächen aufzeigen um diese zu Begegnungs- und kulturellen Interaktionsräumen werden zu lassen. So soll die Aufenthaltsqualität in der Innenstadt noch deutlich gesteigert werden.

Die Erlebnis Bremerhaven ist mit zwei Projekten am Förderprojekt Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren beteiligt. Nach den Vorbereitungen in 2022 für die Projektübernahme (Überleitungsvertrag) wurde im Jahr 2023 die Koordinatorinnen Stelle besetzt und mit der Ausschreibung zum Leerstandswettbewerb „Freiraum - Deine Geschäftsidee“ das erste Projekt konkret angegangen. Mit drei Motiven auf verschiedenen Werbeträgern (Social Media, Plakatierung und Digitalscreens) sowie die direkte Ansprache auf dem Social Impact Lab in Bremen und über den Newsletter des Creativ Hub Bremen startete die umfangreiche Marketingkampagne im Juni 2023. Im Juli wurden die ersten Miet- und Untermietverträge erstellt. Bis zum 31. Juli 2023 sind 21 Bewerbungen form- und fristgerecht eingegangen. Davon wurden in einer Vorauswahl neun Bewerber ausgewählt, die die Bewerbungskriterien erfüllten und am 1. August ihre Geschäftsidee vortragen konnten. Aus den Bewerbern wurden vier Geschäftskonzepte von der Jury ausgewählt. Die Konzepte der Bewerber wurden in vertiefenden Gesprächen mit Gründungsberaterinnen auf ihre Nachhaltigkeit geprüft.

B2 Meer ausmachen / gemeinsam Zukunft 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 2023 vermehrt Projekte, die die Stadt prägen, sie verändern und noch lebenswerter machen, durch das Stadtmarketing begleitet und in einem überschaubaren Umfang auch unterstützt. Dazu gehörten der Gläserne Proberaum, die Multikulturelle Fischküche (2. Auflage Krustentiere), die Wanderausstellung Fisch und Wissenschaft sowie Aktionen der Wunderwerft

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

B3 Meer Perspektive / Unterstützung der Quartiere

Bereits seit dem Bestehen der „wunderwerft“ ist die Erlebnis Bremerhaven mit der Abteilung Stadtmarketing Kooperationspartnerin und unterstützt die Arbeit der Akteure vor Ort. Mit der ersten Themenwoche 2023 zum Thema Energiesparen in den Ladengeschäften auf der Hafensstraße wurde mit der Hilfe der gemeinnützigen Klimaschutzagentur energiekonsens aus Bremen den Geschäften dabei geholfen, ihre Energiekosten zu senken und gleichzeitig das Klima zu schützen.

Ob Friseur, Boutique, Schmuckgeschäfte oder Restaurant – die Hafensstraße in der Seestadt ist geprägt von kleineren, inhabergeführten Ladenlokalen mit buntem Angebot. Insbesondere diese Geschäfte leiden stark unter den, infolge des Ukraine-Krieges, gestiegenen Energiekosten. Mit der „Energievisite für Kleinbetriebe“, einem kostenlosen Angebot für Unternehmen mit bis zu zehn Mitarbeitenden, hat die wunderwerft und energiekonsens insgesamt 13 Geschäfte beraten und ihnen gezeigt, wie sie mit kleinen, kostengünstigen Maßnahmen ihre Energieverbräuche verringern können.

Im Mai und Oktober wurden in 2023 Aktionstage für Recycling- und Upcycling-Projekte im Goethequartier und umzu angeboten. Die wunderwerft öffnete dafür zusammen mit dem Repair Café und der KlimaSchutzWerkstatt Bremerhaven ihre Türen. Bei Kaffee und Kuchen versuchen die Reparatuer:innen des Repair Cafés Bremerhaven mit den Gästen deren Alltags-Gegenstände zu reparieren. Defekte Toaster, Lampen, Föhne, Kleidungs-Stücke, Spiel-Zeuge, Elektro-Kleingeräte, einfach alles, was nicht mehr funktioniert, kaputt oder beschädigt ist, wurde mitgebracht. Zum Abschluss des Jahres wurde von der Hafensstraße und der Quartiersmeisterei Lehe ein Musikflohmarkt aufgelegt. Beim „funky flowmarkt“ wurden Menschen dazu eingeladen, Tonträger, Musikgeräte, Fotoapparate oder vielleicht auch Instrumente zum Verkauf anzubieten. Die Gruppe Ifos Sound legte dazu auf. Natürlich konnten auch andere Flohmarktgegenstände mitgebracht und aufgestellt werden. Die Aktionen der wunderwerft, wie zum Beispiel „Schenke Lehe ein Lächeln“, haben im Jahr 2023 weit über die Grenzen der Straße gewirkt.

B4 Meer Atmosphäre / Unterstützung Weihnachtsbeleuchtung

Die Weihnachtsbeleuchtung sollte in 2023 trotz steigender Stromkosten umgesetzt werden. In Abstimmung mit der Politik und den Schausteller:innen hat die Geschäftsleitung der Erlebnis Bremerhaven den Betrieb der Weihnachtsbeleuchtung zwar zeitlich wie im Vorjahr eingeschränkt, aber der gewohnte Umfang sollte auch zur Unterstützung der innerstädtischen Wirtschaft beibehalten werden. Somit wurden in 2023 basierend auf dem Konzept der Firma MK Illumination alle Leuchtelemente installiert. Dazu gehören die Lichterketten unterhalb der gläsernen Vordächer, die 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 den Dual Color Lichterketten, der große beleuchtete und begehbare Sternenbogen, 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 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 ebenso wie die Abrechnung der Stromkosten von der Erlebnis Bremerhaven betreut.

Auch in 2023 wurde das leere Schaufenster des ehemaligen Saturn wieder 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. Jedes Märchen wurde noch mit einem QR-Code versehen, damit die Märchen direkt vor Ort digital nachgelesen werden konnten.

3. Weitere Aktivitäten im Rahmen der kooperativen Stadtentwicklung

Bremerhaven hat sich im USE-IT-NETZWERK etabliert. Die deutschen Pläne der ersten Auflage waren so schnell vergriffen, so dass bereits 2022 eine Neuauflage des individuellen Stadtplans für junge Leute konzipiert wurde. In Zusammenarbeit den Abteilungen Marketing und Kommunikation, Service und Vertrieb sowie

Stadtmarketing wurde in 2023 die Neuauflage produziert. Um tatsächlich die relevantesten Insidertipps 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. Außerdem wurden Orte hinzugefügt, die es nicht in die Vorgängerversion geschafft haben. Die Gestaltung der Titelseite und des Stadtplans wurde für die zweite Auflage überarbeitet. Die Havenwelten mit den musealen Einrichtungen haben natürlich wieder ihren Platz in der USE-IT Map erhalten. 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. Das Feedback zu den 2023 neu aufgelegten Stadtplänen von Kunden und Leistungsträgern war durchweg positiv. Diese Stadtpläne in deutscher und englischer Sprache werden durch die Erlebnis Bremerhaven im gesamten Distributionsbereich (Hotels, Kultur-, Freizeiteinrichtungen etc) sowie auf Messen ausgelegt und verteilt. Auch die beiden Initiatorinnen der Stadtpläne sind dabei aktiv, denn ein Großteil wird direkt an die Hochschule Bremerhaven (1500 Stück in Deutsch und 450 Stück in Englisch) geliefert. Die Bars und Kneipen in der Alten Bürger werden ebenfalls direkt beliefert.

Zudem hat die Erlebnis Bremerhaven mit den Abteilungen Veranstaltung, Marketing und Stadtmarketing die Planung und Durchführung von vier Verkaufsoffenen Sonntagen organisiert. Dazu gehörte die Abstimmung und Festsetzung der Verkaufsoffenen Sonntage, die Organisation der begleitenden Veranstaltungen, wie dem Bürgerbummel, dem Weinfest, dem Goldenen Oktober und dem Laternenfest. Zu den einzelnen Veranstaltungen wurde eine umfangreiche Kommunikationsstrategie entwickelt und die Händler mit Gemeinschaftsaktionen wie der Weinreise zum Weinfest eingebunden.