

# **Sitzungsunterlagen**

**FWA - Bereich Wirtschaft FWA - 6/2023-2027**

**09.12.2024, 16:00**

**Stadt Bremerhaven**



**Tagesordnung für die 6. öffentliche Sitzung  
des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft -  
in der Wahlperiode 2023/2027 am 09.12.2024**

**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 5. öffentlichen Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 10.09.2024	21/2024
<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 09.12.2024	23/2024
<b>4</b>	<b>Vorlagen/Vorträge</b>	
4.1	Vorlage der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation: „Handlungsfeld Klimaschutz, Klimahaus Bremerhaven Ausstellungenbereich „Wetterextreme“ und Content-Management, hier: Bericht zu Mehrkosten und Mittelumwidmung“	22/2024
4.2	Bericht zum Sachstand des Projektes „EnergyPort“	24/2024
4.3	Tätigkeitsbericht WFB: Integriertes Standortmarketing 2023	25/2024
4.4	Bund-Länder Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW) Planung und Umsetzung der Erschließung des kleinteiligen Gewerbegebietes Weserportstraße in Bremerhaven Hier: Bericht zu Mehrkosten und deren Finanzierung	26/2024
4.5	Sachstandsbericht zum Museumshafen des Deutschen Schifffahrtsmuseums (DSM)	27/2024
<b>5</b>	<b>Anträge</b>	
<b>6</b>	<b>Anfragen</b>	
<b>7</b>	<b>Mitteilungen</b>	
<b>8</b>	<b>Verschiedenes</b>	

<b>Vorlage Nr. 21/2024</b>		
für die Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft.		
Beratung in öffentlicher Sitzung:	<b>ja</b>	Anzahl Anlagen: 1

**Genehmigung der Niederschrift der 5. öffentlichen Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 10.09.2024**

Die Niederschrift der 5. öffentlichen Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 10.09.2024 (s. Anlage) ist zu genehmigen.

**G Beschlussvorschlag**

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss - Bereich Wirtschaft - genehmigt die Niederschrift der 5. öffentlichen Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 10.09.2024 in der vorgelegten Fassung.

Grantz  
Oberbürgermeister

Anlage: Entwurf der Niederschrift der 5. öffentlichen Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 10.09.2024



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

## über die 5. öffentliche Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 10.09.2024

---

Sitzungsraum: Stadthaus 1, Raum 237, großer Sitzungssaal  
Beginn: 16:00 Uhr  
Ende: 16:15 Uhr

### **Teilnehmende:**

#### **Vorsitzender**

Herr Oberbürgermeister Grantz

#### **SPD-Fraktion**

Frau Stadtverordnete Böttger-Türk

Herr Stadtverordneter Caloglu

Herr Stadtverordneter Hoffmann

Herr Stadtverordneter Viebrok

(für Herrn Stadtverordneten Allers)

#### **CDU-Fraktion**

Frau Stadtverordnete Milch

Herr Stadtverordneter Raschen, MdBB

Herr Stadtverordneter Ventzke

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

Herr Stadtverordneter Kaminiarz

#### **BD-Fraktion**

Frau Stadtverordnete Tiedemann, MdBB

#### **Fraktion DIE LINKE**

Herr Stadtverordneter Secci

#### **FDP-Fraktion**

Herr Stadtverordneter Prof. Dr. Hilz, MdBB

#### **WfB-Fraktion**

Herr Stadtverordneter Schäfer

#### **AfD-Gruppe**

Herr Stadtverordneter Koch

#### **Einzelstadtverordneter Class Schott**

Herr Stadtverordneter Schott

#### **Magistrat**

Herr Bürgermeister Neuhoff

#### **Schriftführer**

Herr Beckmann

#### **Entschuldigt**

Herr Stadtverordneter Allers

Herr Stadtverordneter Lichtenfeld, MdBB

### **Weitere Teilnehmende:**

Stadtkämmerei:

Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft:

Herr Emmerlich, Herr Khalaf, Frau Mangels

Herr Dr. Meyer

Gesamtpersonalrat:  
Gesamtschwerbehindertenvertretung:  
Dezernat XIII:

Frau Hansing  
Herr Thomas  
Frau Eulig

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

**1. Einwohnerfragestunde**

Es liegen keine Anfragen vor.

**2. Genehmigung der Niederschrift**

**2.1. Genehmigung der Niederschrift der 4. öffentlichen Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 07.05.2024** **14/2024**

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss - Bereich Wirtschaft - genehmigt die Niederschrift der 4. öffentlichen Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 07.05.2024 **mit folgender Änderung:**

Der Eintrag „Entschuldigt Herr Stadtverordneter Koch“ wird gestrichen. Unter dem Punkt „Teilnehmende“ wird das Protokoll wie folgt ergänzt:  
„AfD-Gruppe Herr Stadtverordneter Koch“.

***mehrheitlich beschlossen bei 3 Enthaltungen von Herrn Hoffmann, Herrn Secci und Herrn Schäfer***

**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 10.09.2024** **16/2024**

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

**4. Vorlagen/Vorträge**

**4.1. Sachstand zur Beteiligung der Stadt Bremerhaven am Netzwerk Wasserstoff-Mobilität und Lebensmittelwirtschaft (H2-InnoNet)** **15/2024**

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss nimmt den Sachstand zur Beteiligung der Stadt Bremerhaven am Netzwerk Wasserstoff-Mobilität und Lebensmittelwirtschaft (H2-InnoNet) zur Kenntnis.

**4.2. Masterplan Stadtmarketing Bremerhaven** **18/2024**  
**Hier: Sachstandsbericht 2023**

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss nimmt den Sachstandsbericht über das Stadtmarketing 2023 zur Kenntnis.

**4.3. Standortmarketing 2024** **19/2024**

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss nimmt vorbehaltlich der Rechtskraft des Bremerhavener Haushalts 2024 das Standortmarketingkonzept für das Jahr 2024 zur Kenntnis.

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss stimmt zu, dass die BIS für die Durchführung des im Rahmen ihres Gesellschaftszweckes umzusetzenden Standortmarketings eine Zuwendung von 144.000 € aus dem Haushalt des Referates für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft erhält.

***einstimmig beschlossen***

**4.4. Wertquartier Bremerhaven: Berichterstattung 2024, Sicherung der 20/2024  
anteiligen Finanzierung Land Bremen/Stadt Bremerhaven**

*Herr Stadtverordneter Kaminiarz begrüßt die Weiterentwicklung des Wertquartiers Bremerhaven. Vor dem Hintergrund der Genehmigung des Haushaltes 2024 unter Auflagen vom Senat der Freien Hansestadt Bremen blickt er mit Sorge auf die finanzielle Entwicklung der Stadt Bremerhaven. Laut der Beschlussempfehlung sollen zur weiteren Finanzierung des Wertquartiers Haushaltsmittel im Doppelhaushalt 2026/2027 gebunden werden. Zur Finanzierung der jeweiligen öffentlichen Investitionen soll in erster Linie der bislang erfolgreiche Weg der Einbindung von Drittmitteln der EU und des Bundes sowie andere Förderprogramme fortgesetzt werden. Herr Stadtverordneter Kaminiarz bittet um Auskunft, wie die Verwaltung sicherstellen will, dass bei der Vielzahl der Förderprogramme auf EU- und Bundes- sowie Landesebene alle Förderprogramme gesichtet und dann in Anspruch genommen werden können.*

*Herr Oberbürgermeister Grantz erläutert, dass der Magistrat der Stadt Bremerhaven die Inanspruchnahme von entsprechenden Förderprogrammen auf EU-, Bundes- oder Landesebene fachbezogen aber auch im Rahmen der Lenkungsgruppe Wertquartier sicherstellt. Die entsprechende Zuarbeit erfolge hierzu durch die BIS im Rahmen der Projektsteuerung mit Unterstützung der EU-Referentin des Referates für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft.*

*Herr Stadtverordneter Kaminiarz führt aus, dass er bei der Vielzahl an angebotenen Förderprogrammen sowohl die BIS als auch das Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft personell für nicht in der Lage halte, die Aufgabe Drittmittelinwerbung vollumfassend zu bewältigen. Er schlägt daher vor, insbesondere vor dem Hintergrund der Finanzierung des Wertquartiers, aber auch generell für die Aufgabe Drittmittelinwerbung, das Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft personell zu verstärken, um möglichst alle Fördermöglichkeiten zu Sichten und ggf. in Anspruch nehmen zu können.*

*Herr Oberbürgermeister Grantz vertritt die Auffassung, dass eine personelle Verstärkung des Referates für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft für die Drittmittelinwerbung nicht erforderlich sei.*

*Für die Einwerbung von Drittmitteln aus Förderprogrammen der EU, des Bundes bzw. des Landes sei die personelle Ausstattung beim Magistrat ausreichend, zumal diese dezentral in den jeweiligen Fachbereichen wahrgenommen wird.*

*Frau Stadtverordnete Tiedemann teilt mit, dass auf Landesebene eine personelle Stelle zur Koordination von klimarelevanten Projektförderungen auf EU- und Bundesebene geschaffen werden solle und somit von dort eine Unterstützung gegeben wäre.*

**Beschluss:**

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss nimmt den Bericht über den Sachstand der Gesamtmaßnahme „Wertquartier Bremerhaven“ zur Kenntnis. Er begrüßt die kontinuierlichen Planungsarbeiten zum Wertquartier und bittet die beteiligten Dienststellen und Gesellschaften diese weiter fortzusetzen.

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss sichert zu, für den Doppelhaushalt 2026 und 2027 Ansätze für das Wertquartier anzumelden, die auf einen Ausgleich der Zahlungsdisparität ausgerichtet sind.

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss bittet die Dezernate I und II zur Finanzierung der jeweiligen öffentlichen Investitionen und Grundstückstausche eine Beschlussfassung im Rahmen von Einzelvorlagen herbeizuführen. Dabei soll in erster Linie der bislang erfolgreiche Weg der Einbindung von Drittmitteln der EU und des Bundes und anderer Förderprogramme fortgesetzt werden.

***einstimmig beschlossen***

**5. Anträge**

Es liegen keine Anträge vor.

## 6. Anfragen

### 6.1. Umsetzung der Tourismusabgabe City-Tax Bremerhaven

17/2024

„Nachdem der Magistrat die Anfrage vom 25.04.2024 zu den „Einnahmen und Ausgaben aus der Tourismusabgabe City-Tax Bremerhaven“ beantwortet hat, möchten wir wissen, wie die Umsetzung der Tourismusabgabe erfolgt. Aus der Antwort geht hervor, dass über 30 Projekte im Jahr 2024 von der Tourismusabgabe profitieren.

Wir fragen den Magistrat:

1. Wann werden dem Finanz- und Wirtschaftsausschuss die 30 Projekte vorgestellt, die durch die City-Tax in 2024 gefördert werden?
2. Wer wird die vier Konzepte für die Weiterentwicklung der Projekte „MICE“, „Hafenerlebnis“, „Wissens- und Erlebniswelten und Barrierefreiheit“ und „Nachhaltigkeit im Tourismus“ ausarbeiten?
  - a) Wann werden die Ergebnisse dem Finanz- und Wirtschaftsausschuss präsentiert?
3. Wer oder welches Gremium hat in der Vergangenheit über die Vergabe der Mittel aus der City-Tax durch das Referat für Wirtschaft und Wissenschaft entschieden?
4. Wer oder welches Gremium wird in Zukunft über die Vergabe der Mittel aus der City-Tax durch das Referat für Wirtschaft und Wissenschaft entscheiden?
5. Gibt es bereits Planungen, wie die Einnahmen aus der City-Tax für das Jahr 2025 eingesetzt werden sollen?

Wenn ja:

- a) Welche Projekte sollen in 2025 durch die City-Tax gefördert werden und in welcher Höhe?
- b) Mit welchem finanziellen Volumen der City-Tax wird derzeit für 2025 geplant?

Thorsten Raschen,  
Thomas Ventzke  
und CDU-Fraktion“

Herr Oberbürgermeister Grantz antwortet schriftlich wie folgt:

#### Einleitende Anmerkungen:

Bei den in der Antwort auf die Anfrage vom 25.04. genannten Projekten für 2024 handelt es sich entsprechend der Fragestellung um **Planungen, Stand April 2024**. Die gelisteten Maßnahmen haben dabei einen unterschiedlichen Konkretisierungsgrad (angefangenen von der Idee über bereits vorliegenden Anträgen, bis hin zu gefassten Beschlüssen). Da es sich bei den Planungen um einen dynamischen Prozess handelt, ist der aktuelle Planungstand (Stand August 2024) zwar in vielen Teilen, nicht aber insgesamt mit dem vom April identisch.

Zudem kann der für die Ausgaben der Tourismusabgabe eingestellte Ansatz nicht zwingend vollständig verausgabt werden. Die Finanzierung von Maßnahmen hängt vielmehr von der tatsächlichen Vereinnahmung der sog. Citytax-Mittel ab, so dass die Realisierung der Planungen resp. eine Antragsbewilligung grundsätzlich nur sukzessive, mit Realisierung der tatsächlichen Einnahmen bzw. unter Berücksichtigung sicher zu erwartender Einnahmen, erfolgen kann. (Anmerkung: Auf Basis der bisher erzielten Einnahmen aus der Tourismusabgabe geht das RfWTW derzeit nicht davon aus, dass der Haushaltsansatz 2024 erreicht werden kann. Auch vor diesem Hintergrund sind die mit Stand April vorgestellten Planungen anzupassen.)

Zu 1. Eine Vorstellung der in den Planungen von April 2024 aufgelisteten Projekte ist vor dem Hintergrund der eingangs vorangestellten Erläuterungen nicht vorgesehen.

Zu 2. Der Einsatz der Tourismusabgabe basiert auf der vom Finanz- und Wirtschaftsausschuss beschlossenen Tourismusstrategie 2025, die die Geschäftsfelder MICE, Hafenerlebnis, Wissens- und Erlebniswelten, Fischerlebnis und Querschnittsthemen wie Barrierefreiheit und Nachhaltigkeit sowie den Kreuzfahrttourismus als Schwerpunkte des Tourismus für Bremerhaven herauskristallisiert hat.

Entsprechend wurden die Planungen für die Verwendung der Tourismusabgabe gegliedert. Die unter Weiterentwicklung der Geschäftsfelder MICE, Hafenerlebnis etc. ausgewiesenen Planmittel stellen nur eine beabsichtigte Mittelverteilung für die Geschäftsfelder dar, die (unter der Maßgabe, dass Citytax-Mittel in entsprechender Höhe eingenommen werden) perspektivisch für noch nicht definierte, sondern unterjährig zu entwickelnde Projekte der Erlebnis Bremerhaven vorgesehen sind. Diese Projekte können auch konzeptioneller Art sein, müssen es aber nicht.

- Zu 3. Bei stadtpolitisch bedeutsamen Maßnahmen wie der SAIL, den Maritimen Tagen, der Unterstützung der Schaufenster Fischereihafen Werbe- und Veranstaltungsgesellschaft etc. wurden der Magistrat bzw. der Finanz- und Wirtschaftsausschuss befasst. Die Finanzierung der Beteiligung an der TANO aus Citytax-Mitteln wurde im Haushaltsaufstellungsverfahren beschlossen. Die übrigen Maßnahmen wurden als laufendes Geschäft der Verwaltung im Antragsprüfverfahren entschieden.
- Zu 4. Grundsätzlich soll das Verfahren wie in der Vergangenheit fortgeführt werden. Allerdings ist geplant, dass die Erlebnis Bremerhaven anstatt diverser Einzelanträge für die Geschäftsfelder MICE, Hafenerlebnis, Fischereierlebnis, Wissens- und Erlebniswelten, Marketing, Veranstaltungen sowie Barrierefreiheit und Nachhaltigkeit zukünftig einen Antrag stellt, der ihr unter Festlegung einzelner Eckpunkte z. B. die Durchführung des Weihnachtsmarktes und der verkaufsoffenen Sonntage einen größeren Spielraum für flexible Anpassungen ermöglicht. Die Maritimen Tagen sollen dagegen, wie in der Vergangenheit, nach der Beschlussfassung durch den Finanz- und Wirtschaftsausschuss über einen separaten Bescheid abgewickelt werden.
- Zu 5. Auch für 2025 gibt es bereits Planungen/Ideen. Neben der Fortführung bereits beschlossener Maßnahmen (SAIL 2025), der Beteiligung an der TANO und der Finanzierung der (De-Montage) und des Transports der Steganlage an der Kennedybrücke, ist die Beteiligung an der ITB, dabei insbesondere die erneute Durchführung des erfolgreichen Kreuzfahrtpodiums auf der ITB, sowie weitere Maßnahmen im Kreuzfahrtmarketing vorgesehen. Weitere Überlegungen sind die Errichtung eines Escape-Rooms im Museumshafen und die Durchführung einer Wissenschaftskonferenz in den Havenwelten. Zudem werden ggf. Mittel für eine Lösung im Veranstaltungsbereich Schaufenster Fischereihafen benötigt. Für die Geschäftsfelder MICE, Hafenerlebnis, Fischereierlebnis, Wissens- und Erlebniswelten, Marketing, Veranstaltungen sowie Barrierefreiheit und Nachhaltigkeit ist (s. Antwort zu Frage 4) geplant, der Erlebnis Bremerhaven bis zu 600 Tsd. € zur Verfügung zu stellen.

**7. Mitteilungen**

Es liegen keine Mitteilungen vor.

**8. Verschiedenes**

Es erfolgen keine Wortmeldungen.

Vorsitzender

Schriftführer

---

Grantz  
Oberbürgermeister

---

Beckmann  
Oberamtsrat

<b>Vorlage Nr. 23/2024</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 09.12.2024**

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 09.12.2024

Lfd. Nr.	Be-schluss-datum	Nr. der Vorlage	Beschluss-lage (ggf. Frist)	Zuständig-keit (Dez./Amt)	Bearbei-tungsstand	Bemerkungen
1	08.03.2021	2/2021 Gemeinschaftsaufgabe Ver- besserung der regionalen Wirtschaftsstruktur, GRW Hier: Planung und Umset- zung der Erschließung des kleinteiligen Gewerbegebietes Carsten-Lücken-Straße	Einstimmig beschlossen	Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissen- schaft	offen	Die Lph 1-3 für die Vorzugsvariante „Turbokreisel“ läuft zur- zeit. Daher sind die Mehrkosten noch nicht beziffert.
2	05.10.2021	15/2021 Gemeinschaftsaufgabe Ver- besserung der regionalen Wirtschaftsstruktur, GRW Hier: Verlängerung Regio- nalmanagement: Green Eco- nomy	Einstimmig beschlossen	Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissen- schaft	offen	Die Umsetzung der Teilprojekte erfolgt bis zum 31.12.2024. Neu hinzugekommene Projekte sind: Etablierung eines Nachhaltigkeitsmanagements u. Konzeptarbeit für eine kli- maneutrale BIS, Photovoltaik-Förderung plus Förderrichtli- nien, Planung des Nahwärmenetzes Lune Delta, Energy- Port, Potenziale der Tiefengeothermie sowie der Rück- bau/Recycling von Windenergieanlagen.
3	05.10.2021	18/2021 SAIL Bremerhaven 2025 vom 13.-17. August 2025	Einstimmig beschlossen	Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissen- schaft	offen	Die Planungen für die SAIL laufen.
4	21.06.2022	07/2022 Aktionsprogramm Tourismus - Maßnahmenpaket zur Be- wältigung der Folgen der Corona-Pandemie	Einstimmig beschlossen	Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissen- schaft	abgeschlos- sen	Das Programm wurde umgesetzt.
5	21.06.2022	09/2022 Klimahaus® Bremerhaven: Neugestaltung des Ausstel- lungsbereichs „Perspektiven“, Planung (Leistungsphasen 1-3)	Einstimmig beschlossen	Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissen- schaft	teilweise er- ledigt	Die Prüfungen der BZP und die Abstimmung dauern an.

6	20.09.2022	14/2022 Bremerhaven-Fonds - Zukunftsinvestition Innenstadt	Mehrheitlich beschlossen	Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft	offen	Der Auftrag für den Abbruch wurde erteilt und mit den Arbeiten wurden begonnen.
7	13.12.2022	19/2022 Gemeinschaftsaufgabe Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur, GRW Hier: Fortführung des Regionalmanagements Wasserstoff	Einstimmig beschlossen	Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft	offen	Das Regionalmanagement wird fortgeführt. Die Maßnahme läuft bis zum 31.12.2025.
8	28.02.2023	04/2023 Bund-Länder-Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW): Errichtung eines Gewerbe-zentrums für Gründer aus dem Bereich „Green Economy“ im Gewerbe- und Industriegebiet LuneDelta im südwestlichen Stadtgebiet von Bremerhaven Hier: Beschluss zur Umsetzung der Maßnahme (Leistungsphasen 4-9)	Mehrheitlich beschlossen	Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft	offen	Der Baubeginn ist erfolgt.
9	09.05.2023	13/2023 Reparatur des Dampf-Eisbrechers WAL der SCB Schifffahrts-Compagnie Bremerhaven e. V.	Mehrheitlich beschlossen	Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft	offen	Eine vollständige Abrechnung der durchgeführten Reparatur war durch die beteiligten Firmen nicht möglich. Der Bewilligungszeitraum wurde bis zum 31.12.2024 verlängert. Bis zum 30.06.2025 ist der Verwendungsnachweis vorzulegen.
10	05.09.2023	22/2023 Wertquartier: Kofinanzierung für Bundesmittel aus dem Förderprogramm „Anpassung urbaner Räume an	Mehrheitlich beschlossen	Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft	erledigt	Da die Fastlane-Mittel nicht mehr zur Verfügung stehen, werden die Planungsmittel für die beiden Fahrradbrücken im Wertquartier durch den Senat über dessen Haushalt finanziert. Die BIS wird direkt Zuwendungsempfängerin.

		den Klimawandel“, Antrag der Stadt Bremerhaven RE:SET für den Grünen Finger auf der Kulleninsel				
11	05.09.2023	24/2023 Maritime Tage Bremerhaven 2024 vom 14. bis 18. August 2024	Einstimmig beschlossen	Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft	erledigt	Die Veranstaltung fand vom 14. bis 18. August statt.
12	12.12.2023	28/2023 „Innenstadt wandel Bremerhaven“ 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.
13	12.12.2023	29/2023 (Antrag) 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 EBG	offen	In Bearbeitung.
14	12.12.2023	30/2023 (Antrag) Stärkung der Gründerkultur in Bremerhaven (SPD, CDU, FDP)	Mehrheitlich beschlossen	Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft BIS	offen	Der Bericht der BIS unter Beteiligung des Staathauses Bremen/Bremerhaven, BAB und AFZ wird Anfang 2025 vorgelegt.
15	12.12.2023	31/2023 Bund-Länder-Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW) Lüne Delta, Umsetzung erster Bebauungsplan	Mehrheitlich beschlossen	Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft	offen	Der B-Plan ist rechtskräftig geworden.

16	29.02.2024	6/2024 Mehrbedarfe Sanierung ELBE 3 und Umwidmung von Finanzmittel der institutionellen Förderung für den Museumshafen des Deutschen Schiffahrtsmuseums (DSM) für die Jahre 2022 und 2023	Mehrheitlich beschlossen	Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft	teilweise erledigt	Die ELBE 3 ist saniert und liegt wieder im Museumshafen. Das DSM erstellt aktuell einen Bericht zur Verwendung der kommunalen Mittel. Die Verwendungsnachweisprüfung steht noch aus.
17	10.09.2024	19/2024 Standortmarketing 2024	Einstimmig beschlossen	Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft	offen	Das Standortmarketing wird derzeit von der BIS umgesetzt.
18	10.09.2024	20/2024 Wertquartier Bremerhaven: Berichterstattung 2024, Sicherung der anteiligen Finanzierung Land Bremen/Stadt Bremerhaven	Einstimmig beschlossen	Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft und Stadtplanungsamt	offen	Die zu erstellenden Einzelvorlagen werden im Laufe des Jahres 2025 eingebracht.

<b>Vorlage Nr. 22/2024</b>		
für die Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft.		
Beratung in öffentlicher Sitzung:	<b>ja</b>	Anzahl Anlagen: 1

**Vorlage der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation: „Handlungsfeld Klimaschutz, Klimahaus Bremerhaven Ausstellungsbereich „Wetterextreme“ und Content-Management, hier: Bericht zu Mehrkosten und Mittelumwidmung“**

#### **A Problem / B Lösung**

Der Senat hat in seiner Sitzung am 27.08.2024 die Vorlage „Handlungsfeld Klimaschutz, Klimahaus Bremerhaven Ausstellungsbereich ‘Wetterextreme’ und Content-Management, hier Bericht zu Mehrkosten und Mittelumwidmung“ der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation beschlossen (s. Anlage).

Der Magistrat hat in seiner Sitzung am 25.09.2024 einen entsprechenden Beschluss gefasst.

#### **C Alternativen**

Keine.

#### **D Auswirkungen des Beschlussvorschlages**

Es sind keine Auswirkungen nach § 35 Abs. 2 GOSTVV ersichtlich.

#### **E Beteiligung/Abstimmung**

Keine.

#### **F Öffentlichkeitsarbeit/Veröffentlichung nach dem BremIFG**

Gegen eine Veröffentlichung nach dem BremIFG bestehen keine Bedenken.

#### **G Beschlussvorschlag**

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss nimmt die anliegende Senatsvorlage „Handlungsfeld Klimaschutz, Klimahaus Bremerhaven Ausstellungsbereich ‘Wetterextreme’ und Content-Management, hier Bericht zu Mehrkosten und Mittelumwidmung“ der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation zur Kenntnis.

Grantz  
Oberbürgermeister

Anlage: Senatsvorlage „Handlungsfeld Klimaschutz, Klimahaus Bremerhaven Ausstellungsbereich „Wetterextreme“ und Content-Management, hier: Bericht zu Mehrkosten und Mittelumwidmung“

**Vorlage für die Sitzung des Senats am 27.08.2024**

**Handlungsfeld Klimaschutz, Klimahaus Bremerhaven  
Ausstellungsbereich „Wetterextreme“ und Content-Management-System  
Hier: Bericht zu Mehrkosten und Mittelumwidmung**

**A. Problem**

**A.1 Ausgangssituation**

Im Klimahaus Bremerhaven besetzt der neue Ausstellungsbereich „Wetterextreme“ ein Thema, das weltweit an Aktualität und persönlicher Betroffenheit an vorderster Stelle steht und mittel- und langfristig nicht an Aktualität verlieren wird. Die Vermittlungsmethodik setzt dabei mit einer Mischung aus Wissenschaft und Entertainment auf das populärwissenschaftliche Konzept „Edutainment“, das mittlerweile von vielen Besucher:innen erwartet wird. Das Konzept führt die Besucher:innen nicht mehr zu Fuß durch Inszenierungen, sondern lenkt diese auf eine drehbare Hubplattform, auf der die Besucher:innen sitzend durch die „Ausstellungsräume“ geführt werden. Begleitet wird die Fahrt durch verschiedene Spezialeffekte, um den Besucher:innen die Wetterereignisse über möglichst viele Sinneseindrücke näher zu bringen (Sprühnebel für Regen, Warmluft für Feuer, Kaltluft für Wind, Vibrations- und Kühlelemente in Sitzen und Armlehnen etc.). Sowohl das Klimahaus als auch der Standort Bremerhaven können sich durch die Realisierung der Ausstellung als Kompetenz-Zentrum für Klima und Wetter national und international weiter profilieren.

Die Umsetzung der Maßnahme erfolgt durch die Bremerhavener Entwicklungsgesellschaft Alter/Neuer Hafen mbH (BEAN), als Eigentümer des Klimahauses.

## **A.2 Zuwendungen der Gesamtmaßnahme**

Fördertechnisch teilt sich die Planung und Umsetzung des Ausstellungsbereiches „Wetterextreme“ in drei Zuwendungsmaßnahmen mit förderfähigen Kosten von insgesamt 11.739.729 € (ohne Content-Management-System), die im Zuge der Entwurfsplanung ermittelt und von der baufachtechnischen Zuwendungsprüfung des Senators für Finanzen Mitte 2022 bestätigt wurden.

### **A.2.1 Bescheid 1: Planung Lph 1-3,**

#### **i. H. v. 950.000 €, Eigenmittel BEAN sowie Haushaltsmittel**

Der Senat der Freien Hansestadt Bremen hat am 18.12.2018 folgenden Beschluss gefasst: „Der Senat stimmt dem dargestellten Konzept für die Reattraktivierung im Klimahaus zum Thema Extremwetter und damit einer Finanzierung der notwendigen Planungskosten in Höhe von 650.000 € (Anteil SWAH) im Jahr 2019 zu.“ Darüber hinaus wurden Eigenmittel der BEAN i.H.v. 300.000 € dargestellt. Die Maßnahme wurde aktuell mit einem Kostenstand i.H.v. 975.616,52 € abgerechnet. Die Mehrkosten i.H.v. 25.616,52 € werden von der BEAN finanziert.

### **A.2.2 Bescheid 2: Planung Lph 4-5,**

#### **i.H.v. 400.625 €, GRW-Mittel**

Die Finanzierung der Planungen der Lph 4 und 5 erfolgte im Rahmen der Beleihung der Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung mbH (BIS) für die Umsetzung des GRW-Programms mittels eines Antragsprüfvermerkes der BIS vom 14.10.2020 und wurde der BEAN zur Verfügung gestellt. Die Planungen wurden vom 3. Quartal 2020 bis Ende 2021 durchgeführt. Die Teilmaßnahme wurde mit Minderkosten i.H.v. 100.157 € und einem Endkostenstand i.H.v. 300.468 € abgerechnet.

### **A.2.3 Bescheid 3: Planung und Umsetzung Lph 6-9 sowie Content-Management-System, i.H.v. 11.374.604 €, Mittel Handlungsfeld Klimaschutz**

Der Senat der Freien Hansestadt Bremen hat weiterhin am 05.07.2022 folgenden Beschluss gefasst: „Der Senat stimmt der Errichtung eines Ausstellungsbereiches Wetterextreme und der Errichtung eines Content-Management-Systems im Klimahaus Bremerhaven mit Kosten i.H.v. insgesamt 11.408.604 € zu“.

Die zur Verfügung gestellten Mittel unterteilen sich in 10.389.104 € für die Lph 6-9 des Ausstellungsbereiches Wetterextreme sowie 985.500 € für die Errichtung eines Content-Management-Systems für alle Ausstellungsbereiche des Klimahauses (in Summe 11.374.604 €). Ein Content-Management-System (kurz CMS, deutsch: Inhaltsverwaltungssystem) ist eine Software, die dabei unterstützt, digitale Inhalte zu erstellen, zu verwalten, zu speichern und zu ändern, ohne dass spezielle technische Kenntnisse erforderlich sind. Hierdurch können Ausstellungsinhalte textlich, bildlich und in der interaktiven Anwendung einfach organisiert und aktualisiert werden.

### **A.3 Sachstandsbericht „Wetterextreme“**

Die Baumaßnahmen und der Ausstellungsbau für die „Wetterextreme“ wurden seit Ende 2022 durchgeführt und sind mit heutigem Stand nahezu abgeschlossen. Der Einbau von Show-Beleuchtung und Spezialeffekten soll bis Ende August 2024 abgeschlossen sein. Diesem folgt eine Phase der Programmierung, Inbetriebnahme und Synchronisierung der einzelnen Bestandteile.

Die Maßnahme wird durch die „Deutsche Gesellschaft für Nachhaltiges Bauen“ (DGNB) begleitet. Die DGNB plant, ihr Zertifizierungssystem zu erweitern und hat einen neuen Kriterienkatalog für Ausstellungen und Museen entwickelt, der vor seiner offiziellen Einführung getestet werden soll. An diesem Testaudit nehmen eine Reihe namhafter Projekte, darunter die „Wetterextreme“, teil.

Ab September 2024 ist ein Probetrieb mit anschließendem Soft -Opening geplant. Im Rahmen des Soft- Openings werden Besucher:innen temporär bereits die Möglichkeit haben, den Ausstellungsbereich zu besuchen. Dieser Probetrieb dient dazu durch Besucherrückmeldungen kleinere Fehler im Ablauf zu identifizieren und der Ausstellung den letzten Feinschliff zu geben. Die offizielle Eröffnung ist für den 06. November 2024 terminiert.

Im Rahmen der aktuellen Kostenverfolgung weisen die prognostizierten Gesamtkosten für die Leistungsphasen 1-9 (ohne CMS) eine Summe in Höhe von 14.553.559 € auf. Die bereitgestellten Mittel i.H.v. insg. 11.739.729 € (950.000 € + 400.625 € + 10.389.104 €) werden damit um 2.813.830 € oder 23,97% überschritten.

<b>Kostengruppen</b>	<b>Plankosten</b>	<b>Ist-Kosten</b>	<b>Mehrkosten</b>	<b>In %</b>
KG 300, Baukonstruktion	742.685 €	1.344.398 €	601.713 €	81,02 %
KG 400, Technische Anlagen	829.394 €	2.242.150 €	1.412.756 €	170,34 %
KG 600, Ausstattung/Kunstw.	7.879.150 €	8.332.658 €	453.508 €	5,76 %
KG 700, Baunebenkosten	2.288.500 €	2.634.353 €	345.853 €	15,11 %
Gesamt	11.739.729 €	14.553.559 €	2.813.830 €	23,97 %

Die Kostensteigerungen in Höhe von 2.813.830 € sind ausschließlich mit Submission im Zuge der Leistungsphase 7 entstanden. Folgende Begründungen und Herleitungen werden hierzu angeführt:

Während der Baukonjunktur ab 2010 war mit mäßigen Kostenzuwächsen von 1-2% jährlich eine gut kalkulierbare Größe gegeben. Im Zuge der Corona- Pandemie sind diese Werte ab 2020 stark gestiegen. Die entsprechende Maßzahl, der Baukostenindex, weist für den Zeitraum QIII 2020 (Erarbeitung der Kostenberechnung) bis QII 2023 (Beauftragung der wesentlichen Leistungen) eine Kostensteigerung von Index 115 auf Index 162 aus, was einer Steigerung von etwa 40% entspricht. Auffällig ist, dass die Kostensteigerungen in den einzelnen Kostengruppen sehr unterschiedlich ausfallen.

Im Falle der Wetterextreme ist insbesondere die Kostengruppe 400 / Technische Anlagen mit einer durchschnittlichen Kostensteigerung von 170,34% ursächlich für den erhöhten Mittelbedarf. Die Kostengruppe beinhaltet Elektroinstallationen, MSR Technik, Brandmeldesystem, Sprinkleranlage, Heizung/Lüftung/Sanitär, Wasser/Abwasser, Isolierung, Lüftung und Gebäudetechnik. Die Arbeiten für die Elektroinstallation wurden in der öffentlichen Ausschreibung mit mehr als dem Dreifachen der Schätzkosten submittiert. Durch die Aufhebung der Ausschreibung und nachfolgende freihändige Vergabe konnte die Auftragssumme auf etwa das Doppelte der ursprünglichen Schätzkosten reduziert werden. Auf die öffentliche Ausschreibung der zusammengefassten Gewerke Heizung, Lüftung, Sanitär wurde kein Angebot eingereicht. Die Leistung wurde in die

Einzelgewerke Heizung/ Kälte, Wasser/ Abwasser, Isolierung und Lüftung aufgeteilt und freihändig mit Vergleichsangeboten vergeben. Der Gesamtauftrag liegt im Ergebnis um mehr als 100% über den ursprünglichen Schätzkosten. Für die Kostengruppe 400 lässt sich insgesamt feststellen, dass sich die Baukosten in den letzten Jahren massiv nach oben entwickelt haben, während die Firmen, die für die Auftragsausführung in Frage kommen, noch immer über gut gefüllte Auftragsbücher verfügen. Dies ist vor allem auf die reduzierte Verfügbarkeit von Handwerksleistungen zurückzuführen, die zum einen am Fachkräftemangel und zum anderem an der zunehmenden Schließung von Handwerksbetrieben liegt.

Weiterhin sind auch die Kostensteigerungen der Kostengruppe 300 / Bauwerk und Baukonstruktion mit einer durchschnittlichen Steigerung von 81,02% zu nennen. Die Kostengruppe beinhaltet u. a. Rohbau-, Abbruch- und Stahlbauarbeiten, Trockenbau, Malerarbeiten, Beschichtungen etc.

Darüber hinaus ergaben sich bei den Abbrucharbeiten einige Erschwernisse, die erst im Zuge der Arbeiten erkennbar wurden.

Die Kostensteigerungen der Kostengruppen 600 (Ausstattung/Kunstwerke) und 700 (Baunebenkosten) sind, vor dem Hintergrund der durchschnittlichen Kostensteigerungen von 40% mit 5,76 % und 15,11%, als moderat zu bewerten.

#### **A.4 Sachstandsbericht Content-Management-System (CMS)**

Durch das CMS sollen die Besucher:innen über neu zu installierende Medienstationen Zugriff auf weiterführende Informationen und wissenschaftliche Grundlagen bekommen und durch Interaktion mit in die Präsentationen eingebunden werden.

Die ursprünglichen Planungen für das CMS waren bis Ende 2022 wenig fortgeschritten, da die wissenschaftlichen Kapazitäten des damaligen Betreibers für die Erarbeitung der Grundlagen für die Realisierung der Wetterextreme benötigt wurden.

Der Wechsel des Betreibers und die avisierte Umstrukturierung der Betriebsgesellschaft in eine gemeinnützige GmbH zum 01.01.2025 (nähere Erläuterungen siehe Anhang) bieten eine Vielzahl an neuen Optionen in der Zusammenarbeit mit wissenschaft-

lichen Einrichtungen. Diese neuen Möglichkeiten der wissenschaftlichen Zusammenarbeit eröffnen die Chance, den Besucher:innen ein breiteres Themenfeld in größerer Tiefe zu präsentieren. Dies soll in zukünftige Ausstellungsneukonzeptionen einfließen und ist insbesondere für das CMS von Bedeutung. Vor diesem Hintergrund soll die Konzeption des CMS noch einmal grundsätzlich überarbeitet werden.

Die bereitgestellten Mittel für das CMS in Höhe von 985.500 € wurden aktuell noch nicht verausgabt.

## **B. Lösung**

Im Rahmen der Beschlussvorlagen zur Realisierung des Ausstellungsbereiches „Wetterextreme“ vom 05.05.2022 ist Folgendes festgelegt worden: „Sollten im Rahmen der Maßnahme Mehrkosten entstehen, ist die Finanzierung von der Stadt Bremerhaven sicher zu stellen.“

Für die Finanzierung der Mehrkosten für die Realisierung des Ausstellungsbereiches „Wetterextreme“ in Höhe von 2.813.830 € im Jahr 2024 wird folgendes Vorgehen vorgeschlagen:

### **B.1 Finanzierung der Mehrkosten i.H.v. 985.500 € durch Umwidmung der Mittel für das Content-Management-Systems**

Mit Schreiben vom 14.04.2024 hat die BEAN als Zuwendungsempfänger der Maßnahme eine Umwidmung der für das CMS vorgesehenen Mittel in Höhe von 985.500 € für die Finanzierung der Mehrkosten des Ausstellungsbereiches „Wetterextreme“ im Klimahaus beantragt. In diesem Zusammenhang wird von der BEAN erläutert, dass die Realisierung des CMS grundsätzlich weiterhin erforderlich und vorgesehen ist. Die Finanzierung erfolgt im Rahmen des Reattraktivierungsbudgets (ggfs. Zusammenlegung mehrerer Jahre) des Betreibers.

Seit 2022 haben sich auch die Kosten für die ursprünglich vorgesehene Konzeption des CMS nach überschlägiger Kontrolle ähnlich nach oben entwickelt, wie die Kosten für die Umsetzung der Wetterextreme. Um die Kosten der Realisierung auf dem ursprünglichen Niveau zu halten ist im Zuge der inhaltlichen Neukonzeption ebenfalls eine Überprüfung der Stückzahl der Infopunkte vorgesehen. Aktuell wird eine Realisierung des CMS bis 2026 geplant.

## **B.2 Finanzierung der Mehrkosten i.H.v. 1.828.330 € im Rahmen des Wirtschaftsplans der BEAN**

Der Wirtschaftsplan der BEAN wird von der Stadt Bremerhaven finanziert und sieht jährliche Ausgaben in Höhe von ca. 3 Mio. € für das Klimahaus vor. Neben unabdingbaren Wartungs- und Reparaturarbeiten sind in diesem Budget auch Maßnahmen vorgesehen, deren Verschiebungen vertretbar sind. Beispielsweise war für das Jahr 2024 die Erneuerung der Fassadenbeleuchtung mit Kosten von 320.000 € vorgesehen. Diese Maßnahme, die der reinen optischen Attraktivität der Fassade zu Gute kommt, wird zurückgestellt. Weiterhin ist am Stahltragwerk der Klimahausfassade eine präventive Instandhaltung durch Korrosionsschutzarbeiten an der Stahlfassade geplant. Diese Maßnahmen, die mit einem Gesamtbudget von 750.000 € für einen Zeitraum von fünf Jahren ausgelegt ist, wird erst zwei Jahre später beginnen. Die Sanierung des Aquarium-Tiefseebeckens, das Undichtigkeiten aufweist, wird mit einem Budget von 1 Mio. € um ein Jahr verschoben.

## **B.3 Bewertung der Lösung durch SWHT**

Aus Sicht der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation wird mit oben dargestellten Lösungsansatz den Auflagen des Senats der Freien Hansestadt Bremen (Finanzierung von Mehrkosten durch BHV) Rechnung getragen. Durch die Umwidmung der Mittel des CMS in Höhe von rd. 0,985 Mio. € werden die Möglichkeiten des Liquiditätsmanagements bei der BEAN erweitert. Die Realisierung des beschlossenen CMS wird voraussichtlich im Jahr 2026 umgesetzt. Über die zeitlich verschobene Errichtung des CMS ist zu gegebener Zeit den Landesgremien zu berichten.

## **C. Alternativen**

Keine Umwidmung der Mittel.

Für die BEAN bestehen für die Realisierung der Maßnahme „Wetterextreme“ insgesamt Verpflichtungen in Höhe von insgesamt 14.553.559 €. Die Finanzierung ist aktuell durch Zuwendungen in Höhe von insg. 11.739.729 € gewährleistet. Darüber hinaus kann die BEAN, im Rahmen des Maßnahmen- und Liquiditätsmanagement des Wirtschaftsplanes, die Mehrkosten in Höhe von 1.828.330 € darstellen.

Findet keine Umwidmung der für das CSM vorgesehenen Mittel in Höhe von 985.500 € statt bedeutet dies, dass die BEAN zwingend erforderliche Wartungsarbeiten und Instandsetzungsmaßnahmen an anderer Stelle nicht durchführen könnte. Dies kann zu vorzeitigem Versagen von Anlagen und damit erhöhten Folgekosten für die kommenden Jahre führen. Gegebenenfalls wäre hiervon auch die Verkehrssicherung betroffen, was dazu führen könnte, dass Bereiche im Klimahaus für Besucher:innen gesperrt werden müssten. Dies würde zu Einschränkungen beim Besuch des Klimahauses führen, die Einnahmeverluste und ein negatives Medienecho zur Folge hätten.

## D. Finanzielle, personalwirtschaftliche, genderbezogene Auswirkungen und Klimacheck

### D.1 Finanzielle Auswirkungen

Die bereitgestellten Mittel sowie deren Abrechnungsstand stellen sich in der Übersicht wie folgt dar:

Teilmaßnahme	Beschluss APV / Gesamtsumme	Mittelbereitstellung	HH Stelle	Abrechnungssumme	Mehrkosten / Minderkosten
Planungen Lph 1-3	Senat am 18.12.2018	650.000 € PPL 81  300.000 € Eigenmittel der BEAN	0706/891 21-8	975.617 €	25.616 €
Planungen Lph 4-5	APV vom 14.10.2020	400.625 €	0709/891 80-4 GRW-Maßnahmen (BIS).	300.468 €	- 100.157 €
1. Planungen und Umsetzung Wetterextreme Lph 6-9,  2. Content-Management-System	Senat am 05.07.2022	HFK, 10.389.104  HFK, 985.500 €	0801/891 15-2	13.202.934 €  ./.	<b>2.813.830 €</b>
<b>Gesamt, Wetterextreme</b>		11.739.729 €		14.479.019 €	

Die dargestellten Teilmaßnahmen wurden aus unterschiedlichen Quellen finanziert (Haushalt, GRW, HFK), so dass die im Rahmen der Lph 4/5 entstandenen Minderkosten i.H.v. 100.157 € nicht mit den entstandenen Mehrkosten der anderen Teilmaßnahmen ausgeglichen werden können sondern in den GRW Haushalt zurückgeführt wurden. Die im Rahmen der Lph 1-3 entstandenen Mehrkosten i.H.v. 25.616 € wurden von

der BEAN finanziert. Bei den aktuell darzustellenden Mehrkosten handelt es sich ausschließlich Mehrkosten der Lph 7 i.H.v. 2.813.830 €.

Durch die Umwidmung der zur Verfügung gestellten Mittel für die Errichtung eines CMS hin zur Finanzierung der Mehrkosten des Ausstellungsbereiches „Wetterextreme“ und die Finanzierung des zu einem späteren Zeitpunkt umzusetzenden CMS durch die Betreibergesellschaft entstehen für das Land Bremen keine finanziellen Auswirkungen.

### **D.1.2 Wirtschaftlichkeitsuntersuchung**

Im Rahmen der Beschlussfassung zu den Planungskosten (Leistungsphasen 1-3) am 18.12.2018 wurde für die perspektivische Umsetzung der Maßnahme bereits eine Wirtschaftlichkeitsuntersuchung auf Basis einer Kostenschätzung durchgeführt. Die baufachtechnisch geprüften Kosten lagen bei 10.389.104 €. Die Berechnungen des gesamtwirtschaftlichen Tools des Senators für Finanzen im Jahre 2018 bezogen sich auf den neu zu errichtenden Bereich „Wetterextreme“ des Klimahauses sowie die hierdurch verursachten Kosten und zu erwartenden zusätzlichen Einnahmen. Diese Berechnungen ergaben langfristig keine positiven fiskalischen Effekte.

### **D.2 Personalwirtschaftliche Auswirkungen**

Die Umwidmung der bereitgestellten Mittel für das CMS auf die Finanzierung der Mehrkosten des Ausstellungsbereiches „Wetterextreme“ hat keine personalwirtschaftlichen Auswirkungen.

### **D.3 Genderspezifische Auswirkungen**

Die Umwidmung der bereitgestellten Mittel für das CMS auf die Finanzierung der Mehrkosten des Ausstellungsbereiches „Wetterextreme“ hat keine besondere Gender-Relevanz.

### **D.4 Klimacheck**

Die aktuelle Vorlage nimmt Bezug auf den Beschluss zur Umsetzung des Ausstellungsbereiches Wetterextreme und CMS im Klimahaus Bremerhaven vom 05.07.2022. Zu diesem Zeitpunkt war die Durchführung eines Klimachecks nicht vorgesehen.

Bei der aktuellen Vorlage handelt es sich lediglich um einen Bericht zu entstandenen Mehrkosten sowie eine finanztechnische Umwidmung von Mitteln.

Der Klimacheck wurde mit folgendem Ergebnis durchgeführt: „Die Beschlüsse in der aktuellen Senatsvorlage haben, auf Basis des Klimachecks, keine Auswirkungen auf den Klimaschutz.“

#### **E. Beteiligung und Abstimmung**

Die Abstimmung mit dem Magistrat Bremerhaven, der Senatorin für Umwelt, Klima und Wissenschaft, dem Senator für Finanzen und der Senatskanzlei ist erfolgt.

#### **F. Öffentlichkeitsarbeit und Veröffentlichung nach dem Informationsfreiheitsgesetz**

Die Maßnahme ist für eine Veröffentlichung geeignet. Einer Veröffentlichung nach dem Informationsfreiheitsgesetz steht nichts entgegen.

#### **G. Beschluss**

1. Der Senat der Freien Hansestadt Bremen nimmt die Darstellung der Mehrkosten für den Ausstellungsbereich „Wetterextreme“ des Klimahauses Bremerhaven in Höhe von insgesamt 2.813.830 € in 2024 zur Kenntnis.
2. Der Senat der Freien Hansestadt Bremen stimmt der Umwidmung der zur Finanzierung des Content-Management-Systems bereitgestellten Mittel in Höhe von 985.000 € zur Finanzierung von Mehrkosten des Ausstellungsbereiches „Wetterextreme“ im Klimahaus Bremerhaven zu.
3. Der Senat bittet die Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation die Deputation für Wirtschaft und Häfen in der nächsten Sitzung mit den Mehrbedarfen zu befassen und die Vorlage über den Senator für Finanzen an den Haushalts- und Finanzausschuss zur Beschlussfassung weiterzuleiten.

Anlage:

Basisinformation Klimahaus

## **Anlage 1: Basisinformation Klimahaus**

(Stand, Juli 2024)

Zur Eröffnung 2009 genoss das „Klimahaus® Bremerhaven 8° Ost“ weltweit weitgehendes Alleinstellungsmerkmal in der musealen und ausstellungstechnischen Aufarbeitung des komplexen Themenbereiches „Klima“. Die Ausstellung untergliedert sich gestalterisch und didaktisch in die Bereiche REISE, PERSPEKTIVEN, WORLD FUTURE LAB und dem OFFSHORE-CENTER und präsentiert das Thema Klima und Nachhaltigkeit aus verschiedenen Perspektiven. Das anhaltende öffentliche und mediale Interesse, das dem Klimahaus seit der Eröffnung zuteilwurde sowie die aktuellen nationalen und internationalen Extremwetter-Ereignisse haben dazu geführt, dass auch an anderen Orten vergleichbare Konzepte und Planungen aufgelegt wurden („Klimaarena“ in Sinsheim, „Biosphäre“ in Potsdam, Science-Center in der Hafencity Hamburg).

Für das Bauprojekt „Klimahaus“ mit seinem markanten Baukörper sowie die Erstausrüstung der Ausstellung hat das Land Bremen Mittel von rd. 100 Mio. € bereitgestellt. Im weiteren Zeitverlauf wurden 2013/14 das Offshore Informationszentrum für 1,6 Mio. € errichtet und eröffnet. Seit 2016 wurden die Ausstellungsbereiche „Sardinien“, das World-Future-Lab sowie das „Café Südwärts“ sowie kleinere Erneuerungen aus Eigenmitteln der BEAN von insgesamt von rd. 1,2 Mio. € errichtet.

Eigentümer des Klimahauses ist die Bremerhavener Entwicklungsgesellschaft Alter/Neuer Hafen (BEAN), deren alleiniger Gesellschafter die Stadt Bremerhaven ist. Die BEAN ist für das Objekt Klimahaus und die damit verbundenen Projekte vorsteuerabzugsfähig.

Der Betrieb der Ausstellung wird seit Eröffnung des Klimahauses in 2009 von der Klimahausbetriebsgesellschaft mbH durchgeführt. Da die Laufzeit des Betreibervertrages auf 15 Jahre begrenzt war, wurde der Betrieb 2022/ 2023 europaweit neu ausgeschrieben. Durch diese Ausschreibung hat sich ab dem 01.07.2024 ein Betreiberwechsel ergeben. Im Vorgriff auf diesen Betreiberwechsel wurde die Klimahausbetriebsgesellschaft mbH zum 01.01.2024 an den Gesellschafter der zukünftigen Betriebsgesellschaft, den Bremer Windkraftunternehmer und Juristen Dr. Klaus Meier verkauft, die Geschäftsführung wurde abberufen und neu besetzt, so dass

der Betreiberwechsel faktisch schon zum Jahreswechsel 2023/ 2024 stattgefunden hat. Die neue Geschäftsführung besteht aus Personen mit langjähriger Klimahaus-Erfahrung. Abgesehen von der Geschäftsführung haben sich keine wesentlichen personellen Veränderungen ergeben.

Diesem Schritt ist eine echte Rechtsnachfolge in Form der Klimahaus Bremerhaven GmbH zum 1. Juli 2024 erfolgt. In einem zweiten Schritt soll diese Gesellschaft mit heutigem Ziel zum 1. Januar 2025 die Gemeinnützigkeit zuerkannt werden.

Die neue Gesellschaft wird breit aufgestellt und soll gesellschaftlich fest in Bremerhaven und im Land Bremen verankert sein. Konkret wird angestrebt, weitere Gesellschafter, vorzugsweise aus den Branchenfeldern Erneuerbare Energien und Ökologische Wirtschaft zu finden und zu beteiligen. Hierzu laufen aktuell bereits konkrete Gespräche.

Zusätzlich ist die Gründung eines Aufsichtsrats geplant, der die Klimahaus-Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mit einbinden soll.

DAS KLIMAH AUS-KONZEPT sieht, anders als in der Vergangenheit, ein neu zu definierendes Engagement der Betreibergesellschaft an den Betriebskosten des Hauses vor. Dazu zählt das Ziel, 97 Prozent der entstehenden Gewinne in das Ausstellungshaus zu reinvestieren. Im Mittelpunkt steht hierbei die Beteiligung an den langfristigen Kosten der Ausstellung. Ferner wird mittelfristig eine Erhöhung der Mitarbeitergehälter angestrebt.

Das Nutzungskonzept sieht eine deutlich stärkere Einbindung wissenschaftlicher Institute in den Betrieb und die Möglichkeit zur Darstellung wissenschaftlicher Expertise im Haus vor. Dazu existieren erste partnerschaftliche Planungen mit dem Alfred-Wegener-Institut (AWI) und dem Fraunhofer IWES Institut. Für den Ausstellungsbereich und mit der Hochschule Bremerhaven für den Bereich der Markt- und Tourismusforschung. Von hier ausgehend wird auch die Qualität der im Klimahaus stattfindenden Veranstaltungen neu bewertet. Das Klimahaus Bremerhaven soll dem wissenschaftlichen Austausch, v. a. aber auch der Kommunikation von Erkenntnissen als wichtige Plattform im bundesdeutschen Diskurs dienen. Das Haus soll gemeinsam mit seinen wissenschaftlichen Partnern zu einem zentralen Player in der öffentlichen Klimadiskussion werden.

In diesem Zusammenhang soll auch die Nutzung und die Gestaltung der wichtigsten Räume im Klimahaus ausgerichtet werden. Wichtigstes Beispiel ist hier der zentrale Eingangsbereich, das Foyer. Bis heute dient der größte Raum des Hauses als Einlassgrenze (Kasse) sowie als Vorbereitungsraum für den folgenden Ausstellungseintritt (Garderobe, Toiletten). Die Planungen sehen vor, diesen Raum ganz neu zu nutzen. Er soll ein mit der Havenplaza verbundener öffentlicher Begegnungsraum werden, für den es keinen Eintritt zu zahlen gilt. In ihm sollen die Menschen verweilen, moderne Sonderausstellungen sowie einzelne Exponate kennenlernen, an klimarelevanten Erkenntnissen und Prozessen beteiligt werden oder einfach nur Konzerte oder einen Kaffee genießen. Zu den fundamentalen Änderungen zählt eine künftig naturnahe Gestaltung mit vielen natürlichen Materialien und Elementen.

Schwerpunkt der Arbeit des Klimahauses Bremerhaven war es in den „ersten“ 15 Jahren seines Bestehens, die Menschen für das Thema Klima zu sensibilisieren. So ist beispielsweise auch die beliebteste Attraktion, die „Reise“ thematisch aufgebaut. Mit dem neuen Konzept sollen künftig auch „Klimalösungen“ und das Thema „Klimaanpassung“ auf der Agenda des Hauses stehen. Die Vermittlung dieser Ansätze soll kurzfristig in Form von entsprechenden Veranstaltungen mit engagierten Partnern und Verbänden geschehen und damit das neue Foyer wertiger nutzbar machen. Mittelfristig ist es geplant, diese neuen und wichtigen thematischen Ansätze in Form einer Neuausrichtung der Dauerausstellung „Perspektiven“ aufzubereiten und darzustellen.

Das Klimahaus-Team strebt eine neue Form der Zusammenarbeit nach innen wie nach außen an. Neben der partnerschaftlichen Kooperation mit Stadt, Land, wissenschaftlichen Instituten oder Verbänden ist es auch die Beteiligung der Mitarbeitenden an Themenfindung und Entscheidungen, die für das Haus wichtig sind. Ihre Expertise ist gefragt. Dazu werden die Kolleginnen und Kollegen regelmäßig in Workshops zu zentralen Fragen der Zukunft des Ausstellungshauses eingebunden. Beispiel hierfür ist die (Neu-) Planung des o. g. Foyers, bei der Arbeitsgruppen Funktionen und Aussehen mit „erdenken“. Ebenfalls steht ein Gesamtworkshop der Belegschaft rund um das Klimahaus an, der sich vor allem mit einer Neuausrichtung der Reisesationen in der so wichtigen zentralen Ausstellung, der „Reise“ thematisch wie technisch beschäftigen wird.

<b>Vorlage Nr. 24/2024</b>		
für die Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft.		
Beratung in öffentlicher Sitzung:	<b>ja</b>	Anzahl Anlagen: 1

## **Bericht zum Sachstand des Projektes „EnergyPort“**

### **A Problem / B Lösung**

Gemäß Beschluss des Magistrats vom 08.05.2024 (Vorlage Nr. I/83/2024) soll in den Sitzungen des Finanz- und Wirtschaftsausschusses jeweils zum Sachstand des Projektes „Energy-Port“ berichtet werden.

### **C Alternativen**

Keine.

### **D Auswirkungen des Beschlussvorschlages**

Es sind keine Auswirkungen nach § 8 Abs. 3 GOMag ersichtlich.

### **E Beteiligung / Abstimmung**

Keine.

### **F Öffentlichkeitsarbeit / Veröffentlichung nach dem BremIFG**

Gegen eine Veröffentlichung nach dem BremIFG bestehen keine Bedenken.

### **G Beschlussvorschlag**

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss - Bereich Wirtschaft - nimmt das Beschlussprotokoll der 2. Sitzung der Staatsrät:innenlenkungsgruppe EnergyPort am 12.08.2024 zur Kenntnis.

Grantz  
Oberbürgermeister

Anlage: Beschlussprotokoll 2. Sitzung der Staatsrät:innenlenkungsgruppe EnergyPort am 12.08.2024

Iven Krämer  
Tel. 361-97567

Sabrina Annika Müller  
Tel. 361-54341

20. Oktober 2024

## **Beschlussprotokoll**

### **2. Sitzung der Staatsrät:innenlenkungsgruppe EnergyPort**

**am 12.08.2024 von 13:00 bis 14:00 Uhr**

**Senatskanzlei, Katharinenstraße 37, Raum K02**

Der Chef der Senatskanzlei Ehmke begrüßt die Teilnehmenden zur Staatsrät:innenlenkungsgruppe #2 im Projekt Energy Port und weist darauf hin, dass in dieser Sitzung die Vorstellung und Diskussion der „Bedarfs- und Nutzeranalyse für den südlichen Fischereihafen“ durch den externen Gutachter, Herrn Prof. Dr. Ninnemann von der Firma HTC, im Mittelpunkt stehen wird.

Anschließend beschreibt Staatsrat Stührenberg den laufenden Arbeitsprozess und übergibt an den Gutachter, der auf Grundlage der als Anlage beigefügten Präsentation die Untersuchungsergebnisse vorstellt.

In der anschließenden Diskussion merkt Herr Oberbürgermeister Grantz an, dass die Perspektiven im Wasserstoff-Kontext insbesondere im Hinblick auf die Beschäftigungseffekte noch immer sehr vage seien. Staatsrat Stührenberg bekräftigt, dass die diesbezüglichen Feststellungen in der gemeinsamen Sprachregelung unverändert Bestand haben. Er weist darauf hin, dass am Standort Bremerhaven im Wasserstoff-Kontext bisher keine belastbaren unternehmerischen Interessen mit eigener Investitionsbereitschaft vorhanden seien. Staatsrat Fries fügt hinzu, dass eine klare Stringenz der Planungen auch im Hinblick auf künftige Verfahren erforderlich ist. Darauf aufbauend wird die gemeinsam definierte Priorität auf den Bereich der Windindustrie erneut bekräftigt.

In der weitergehenden Diskussion wird herausgestellt, dass eine Hafenentwicklung im Weserbereich mit direktem Zugang zum seeschifftiefen Wasser von zentraler Bedeutung für den späteren Projekterfolg ist. Eine Entwicklung von Flächen allein im Bereich hinter der Schleuse würde der Zielstellung eines Energy Ports nicht gerecht. Hinterfragt wird dazu die nach dem derzeitigen Kenntnisstand abzusehende zeitliche Perspektive, wozu

der Gutachter ausführt, dass eine Fertigstellung einer leistungsfähigen Hafenanlage in der Weser zur Mitte der 2030er Jahre absehbar ist.

Auf Nachfrage von Herrn Jürgens (SK) wird gemeinsam klargestellt, dass der Bau von Konverter-Stationen kein realistisches Szenario für den Untersuchungsbereich des Energy Ports im südlichen Fischereihafen darstellt. Diese Zielstellung wird vielmehr im Bereich der Lloyd Werft verfolgt, den der Senat mit dem Neubau einer Kaje entsprechend unterstützen wird.

Staatsrat Stührenberg erläutert, dass als Bestandteil der weitergehenden Planungen die Gespräche mit den Umweltverbänden NABU und BUND fortgesetzt werden. Die Prämisse in diesen Diskussionen besteht darin, dass der künftige Energy Port im Hinblick auf den erforderlichen Eingriff in Natur und Landschaft so klein wie möglich, aber natürlich so groß wie nötig gestaltet werden müsse. Zur Frage der nötigen Größe, so Staatsrat Stührenberg, werde noch eine gesonderte Analyse von der Deutschen Offshore Consult erarbeitet. Diese werde Vorschläge für das spätere Hafentlayout zum Gegenstand haben.

Staatsrat Fries erkundigt sich nach den Möglichkeiten zur Unterstützung der Energiewende im Bereich der bestehenden Hafenanlagen, zum Beispiel am Containerterminal. Staatsrat Stührenberg erklärt dazu, in der nächsten Lenkungsrunde weitere Informationen zu teilen.

Staatsrat Stührenberg weist abschließend noch einmal auf die bisher diskutierten Projektrisiken hin, woraufhin Staatsrätin Stuhrberg optimistisch anmerkt, dass sich zur gegebenen Zeit voraussichtlich ein passender Finanzierungsweg abzeichnen werde. Zudem erklärt Staatsrat Stührenberg, dass der Entwurf der ES Bau nach aktuellem Stand bis zum Jahresende ambitioniert sei, aber noch als möglich erscheine.

Der Chef der Senatskanzlei erklärt, dass die nachfolgenden Sitzungen der Staatsrät:innenlenkungsgruppe auch im Hinblick auf das Folgejahr zeitnah terminiert und kommuniziert werden. Die nächste Sitzung soll bereits Ende Oktober / Anfang November erfolgen.

Gez.  
Iven Krämer

<b>Vorlage Nr. 25/2024</b>		
für die Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft.		
Beratung in öffentlicher Sitzung:	<b>ja</b>	Anzahl Anlagen: 1

## **Tätigkeitsbericht WFB: Integriertes Standortmarketing 2023**

### **A Problem / B Lösung**

Die Deputation für Wirtschaft und Häfen hat in ihrer Sitzung am 04.09.2024 die anliegende Vorlage „Tätigkeitsbericht WFB: Integriertes Standortmarketing 2023“ zur Kenntnis genommen (s. Anlage).

Der Magistrat hat in seiner Sitzung am 20.11.2024 einen entsprechenden Beschluss gefasst.

### **C Alternativen**

Keine Alternativen.

### **D Auswirkungen des Beschlussvorschlages**

Der Beschlussvorschlag hat keine finanziellen, personalwirtschaftlichen und klimaschutzrelevanten Auswirkungen.

Anhaltspunkte für eine Genderrelevanz bestehen nicht. Besondere Belange von ausländischen Mitbürgerinnen und Mitbürgern, Menschen mit Behinderung oder des Sports sowie von Kindern, Jugendlichen und jüngeren Erwachsenen sind nicht betroffen. Eine besondere örtliche Betroffenheit eines Stadtteils kann nicht festgestellt werden.

### **E Beteiligung / Abstimmung**

Keine.

### **F Öffentlichkeitsarbeit/Veröffentlichung nach dem BremIFG**

Gegen eine Veröffentlichung nach dem BremIFG bestehen keine Bedenken.

### **G Beschlussvorschlag**

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss nimmt die anliegende Vorlage „Tätigkeitsbericht WFB: Integriertes Standortmarketing 2023“ für die Sitzung der Deputation für Wirtschaft und Häfen am 04.09.2024 zur Kenntnis.

Grantz  
Oberbürgermeister

Anlage: Vorlage der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation „Tätigkeitsbericht WFB: Integriertes Standortmarketing 2023“

Die Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation  
Referat 11

Mariola Hoinka  
Tel.: 361-8885  
23. August 2024

### Vorlage VL 21/2731

ÖFFENTLICH

NICHT ÖFFENTLICH UND VERTRAULICH

Beratungsfolge	Termin	Beratungsaktion
Staatliche Deputation für Wirtschaft und Häfen	4. September 2024	Kenntnisnahme
Städtische Deputation für Wirtschaft und Häfen	4. September 2024	Kenntnisnahme

**Wirtschaftlichkeit: Keine WU**

**VL-Nummer Senat: 21/178-L/S**

#### Titel der Vorlage

**Tätigkeitsbericht WFB: Integriertes Standortmarketing 2023**

#### Vorlagentext

##### A. Problem

Den Deputationen für Wirtschaft und Arbeit wurde zuletzt am 13.09.2023 für das Jahr 2022 der 21. Tätigkeitsbericht „Integriertes Standortmarketing“ der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH vorgelegt.

Die WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH hat jährlich einen Tätigkeitsbericht zum integrierten Standortmarketing zu erstellen.

##### B. Lösung

Die Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation legt den 22. Bericht zum „Integrierten Standortmarketing“ für das Jahr 2023 vor. Die WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH, Geschäftsbereich Marketing und Tourismus, Abteilung Bremen Marketing, beschreibt für das Jahr 2023 zum einen die Marketingmaßnahmen für das Standortmarketing und zum anderen die Projekte der Kultur- und Sportförderung für Bremen und Bremerhaven.

Insgesamt standen für das Standortmarketing 2023 Mittel in Höhe von 2.106.310 Euro zur Verfügung. Davon entfielen 421.300 Euro an das Standortmarketing in Bremerhaven.

Für die Förderung der Kultur- und Sportveranstaltungen in Bremen und Bremerhaven wurden 1,11 Mio. Euro (davon 275.000 Euro für Bremerhaven und 835.000 Euro für Bremen) in 2023 bereitgestellt. Die Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung mbH (BIS) ist verantwortlich für die Vergabe und die Bearbeitung der Veranstaltungsförderung Bremerhaven.

Im Folgenden werden die Schwerpunkte des Standortmarketings und der Kultur- und Sportförderung im Land Bremen zusammengefasst und beispielhaft dargestellt:

**1. Nutzenorientierte Image-/Besucher:innenwerbung (s. Anlage S. 5 - 14)**

Mit dem Instrument „Nutzenorientierte Imagewerbung“ werden der Tourismus, Veranstaltungen, Messen und Events in Bremen und Bremerhaven beworben. Die Zeitungsbeilage „Erlebnismagazin Bremen und Bremerhaven“, von der es 2023 drei Beilagen gab, ist eines der kontaktstärksten Marketinginstrumente der Besucherwerbung. Durch die Beilagen im Jahr 2023, die über das vielfältige kulturelle und sportliche Programm Bremens und Bremerhavens für Besucher:innen informierten, wurden mit einer Auflage von durchschnittlich 2,7 Mio. Exemplaren in regionalen Tageszeitungen, durchschnittlich 8,97 Mio. Kontakte pro Ausgabe erzielt. Aufgrund der Rückschlüsse der Kennzahlen, bestehend aus: Zahl der Anrufe und E-Mails sowie der eingesandten Coupons und der Transaktionen, wird das Werbemittel „Beilage“ und Werbeträger „Zeitung“ mit zielgruppengerechten Angeboten auch zukünftig im Kommunikationsmix des Stadtmarketings eingesetzt.

Hinzu kommen Anzeigen und Funkspotschaltungen sowie Schaltungen in der Außenwerbung und Online-Formate für die City-Kampagne, Wissenschaftsmarketing, Marketing-Kooperationen, Themenjahre (Umsetzung „Genussufer 2023 - Bremen am Wasser erleben“), Bildungsmarketing Wissenswelten, UNESCO Welterbe und Welterbetage in Anzeigen und auf Plakaten, Zeitungsanzeigen in der Rubrik „Museen und Galerien“, Anzeigen/TV-Präsenz/PR, Schlachte-Marketing u. a.

**Tabelle: Nutzenorientierte Image- und Besucherwerbung**

Kontakte und Budget der Bremen erleben-Beilagen 2023

	<b>Kontakte</b>	<b>Gesamt</b>
<b>1. Ausgabe</b>	8,65 Mio.	367.470,79 €
<b>2. Ausgabe</b>	8,65 Mio.	366.952,57 €
<b>3. Ausgabe</b>	9,61 Mio.	402.052,24 €
	<b>8,97 Mio. im Durchschnitt</b>	<b>1.136.475,60 €</b>

**2. Allgemeine Imagewerbung (s. Anlage S. 15 - 18)**

Zur allgemeinen Imagewerbung gehört u. a. der Pressedienst aus dem Bundesland Bremen. Hier werden positive Berichte aus Bremen mit hoher journalistischer Qualität über verschiedene Medien (wie Print- und soziale Medien) an rund 900 vornehmlich journalistische Multiplikator:innen verbreitet. Bei den Artikeln handelt es sich nicht nur um Werbe- oder PR-Texte, sondern auch um Autor:innenstücke, die journalistischen Kriterien gerecht werden, um so Glaubwürdigkeit und Authentizität zu erzeugen. Die Inhalte speisen sich aus den Bereichen Wirtschaft, Wissenschaft, Technologie, Kultur, Tourismus und Panorama/Vermischtes. Im Rahmen der allgemeinen Imagewerbung werden zum Teil auch Landesauftritte Bremens, wie z. B. am Tag der Deutschen Einheit, finanziert. Veranstalter war 2023 das Bundesland Hamburg.

### **3. Eventmarketing (s. Anlage S. 18 - 23)**

Die Kultur- und Sportveranstaltungsförderung in Bremen und Bremerhaven verfolgt folgende übergeordnete Zielsetzungen:

- Ermöglichung von Kultur- und Sportveranstaltungen, die überregionale, möglichst bundesweite Ausstrahlung haben,
- Stärkung der Metropolfunktion Bremens für den Nordwesten, um die Attraktivität und Bindungskraft zu erhöhen,
- Unterstützung der Bremer Kultureinrichtungen und Sportveranstalter:innen, Projekte und Veranstaltungen mit dem Anspruch auf überregionale Sichtbarkeit zu planen und durchzuführen sowie das Selbstverständnis Bremens als Kultur- und Sportstadt zu stärken.

Für die Förderung von Kulturveranstaltungen in der Stadt Bremen stand ein Etat in Höhe von 571.790 Euro zur Verfügung. Von insgesamt 19 geplanten Veranstaltungen konnten 18, wie z. B. das Festival Maritim, LA STRADA, die Breminale, SummerSounds, jazzahead! sowie der CSD, stattfinden. Eine Veranstaltung musste aufgrund anderer ausreichender Finanzierung die Förderung nicht in Anspruch nehmen.

Für die Förderung von Sportveranstaltungen in der Stadt Bremen stand ein Etat von 268.250 Euro zur Verfügung. Der Vergabeausschuss beschloss die Förderung von 10 Sportveranstaltungen. Dies waren u. a. Meet the Best – Hockey Länderspiele der Damen, der GEWOBA City Triathlon Bremen, das Roland Klinik SUP Event am Werdersee, Kuhcross sowie die German Beach Tour. Eine Veranstaltung hat nicht stattgefunden, da die Gesamtfinanzierung nicht gesichert war; eine zweite hat die Förderung nicht in Anspruch genommen.

Für die Stadt Bremerhaven standen 2023 für die Förderung von Kultur- und Sportveranstaltungen Mittel in Höhe von 233.553,00 Euro zur Verfügung. Der Vergabeausschuss in Bremerhaven beschloss davon am 05.07.2023 die Förderung von sechs Kulturveranstaltungen mit einer Gesamtfördersumme i.

H. von 189.000,00 Euro und fünf Sportveranstaltungen mit einer Gesamtfördersumme i. H. von 22.500,00 Euro.

Zudem wurden aus Mitteln des Standortmarketings weitere Events unterstützt, wie z. B. das Musikfest Bremen, der Freimarkt, die Osterwiese und der Weihnachtsmarkt.

#### **4. Markenwerbung/Allgemeines Marketing WFB (s. Anlage S. 24)**

Es wurden Mittel zur technischen Unterstützung, Fotoaufnahmen, Luftbilder und Bildrechte für die Websites der WFB als auch Printprodukte oder eine Monitor-Stele am Bremer Flughafen aufgewendet.

#### **5. Stadtportal im Internet „bremen.de/kultur“ (s. Anlage S. 24)**

Aus den Verstärkungsmitteln Standortmarketing konnte die Darstellung in der Kultur-Rubrik auf dem Stadtportal [www.bremen.de](http://www.bremen.de) verbessert werden. Die Mittel verteilen sich grob auf die Bereiche technische Entwicklung und Redaktion. Dabei konnte durch die in den vergangenen Jahren optimierten Eingabemöglichkeiten der Fokus auf die Entwicklung der Website „Dein Bremen Guide“ ([www.dein-bremen-guide.de](http://www.dein-bremen-guide.de)) und auf Social Media gesetzt werden.

#### **6. Unvorhergesehenes und Marktforschung (s. Anlage S. 24)**

Unter der Rubrik „Unvorhergesehenes“ sind verschiedene kleinere Maßnahmen zusammengefasst und finanziert, z. B. Außenwerbung, hauptsächlich Moskito-Belegung (aufmerksamkeitsstarkes und kostengünstiges Marketing im öffentlichen Raum), Anzeigen, Banner, Luftaufnahmen, Druckvorlagen, Übersetzungen usw. Weiterhin wurden verschiedene Projekte in Form von Kostenbeteiligungen oder dem Einkauf werblicher Leistungen unterstützt, z. B. offene Ateliers in der Neustadt, Buch Bamberger Familie, Heimat Shoppen, VBN Naherholungskampagne, Bremer Odessa Tage usw.

Im Bereich „Marktforschung“ wurde, wie auch in 2022, eine Untersuchung des Wirtschaftsfaktors Tourismus für die Städte Bremen und Bremerhaven in Auftrag gegeben (aktuelle Zahlen siehe Internetseite der WFB unter <https://www.wfb-bremen.de/de/page/wirtschaftsstandort-bremen/tourismus> ). Zudem wurde eine Publikumsbefragung beim Musikfest Bremen durchgeführt. Im Rahmen der Identitäts- und Imageanalyse Bremens durch die Universität Bremen wurde eine Zielgruppenerweiterung um Unternehmen durchgeführt, deren Ergebnisse im Herbst 2024 im Aufsichtsrat der WFB vorgestellt werden sollen.

#### **7. Maßnahmen Bremen-Nord (s. Anlage S. 25)**

Auch in 2023 wurde die Kommunikation des Mittelzentrums als Einkaufs- und Erlebnisstandort entsprechend der Vereinbarung mit dem Vegesack Marketing e. V. unterstützt. Mit dem Wirtschafts- und Strukturrat Bremen-Nord (WiR) arbeitet die WFB auf der Grundlage eines Partnerschaftsvertrags

zusammen. In 2023 konnten somit sieben Veranstaltungen direkt oder werblich unterstützt werden. Zudem wurde die Aufstellung des touristischen Autobahn-Schildes für den Denkort Bunker Valentin finanziert.

#### **8. Zusätzliche Projekte (s. Anlage S. 26)**

Im Sommer 2023 fand die Finaletappe der Deutschland-Tour, Deutschlands größtes Etappenradrennen, in Bremen statt. Das Marketing fand regional und überregional mit Anzeigen- und Social Media-Kampagnen statt, mit Plakatierungen, auf Großflächen und City Lights, mit redaktionellen Beiträgen in regionalen und überregionalen Printmedien sowie über Kanäle des Veranstalters. Über das Event berichteten insgesamt 300 Medienvertreter:innen, 42 Presse- und Bildagenturen, 13 TV- und Radiosender sowie 24 New Media Akteur:innen. Die Etappe wurde live im ZDF übertragen. Für die Deutschland-Tour fielen aus diesem Budget in 2023 insgesamt 188.250 Euro an.

Die neue Stadtmarketingkampagne „Mein Bremen ist echt“, die Bremer:innen dazu animieren soll, ihre Lieblingsplätze in Bremen, fernab der klassischen touristischen Sehenswürdigkeiten, vorzustellen, wurde über digitale Großflächenplakate, auf den Monitoren des ÖPNV und auf Screens in Bremer Einkaufszentren sowie auf diversen Social Media-Kanälen ausgespielt.

#### **9. Bremerhavener Projekte (s. Anlage S. 27 - 30)**

Unter der Dachmarke „Bremerhaven – Meer erleben“ wurden in 2023 aus den Verstärkungsmitteln für ein integriertes Standortmarketing Projekte des zentralen Marketings und des Cross Over Marketings finanziert (z. B. Bremerhaven-Beiträge in verschiedenen Publikationen und sozialen Medien, Fortführung und Ergänzung der Wegweisung an beispielsweise Autobahn, Einrichtung und Betrieb zentraler Infopunkte usw.). Zentrales Ziel ist es, Bremerhaven als maritimen Tourismusstandort, Reiseziel und Tagungsort zu profilieren und das Profil zu stärken. Hierzu wurden u. a. die Homepage, die Social-Media-Kanäle und das Buchungssystem für Unterkünfte, Arrangements, das Ticketsystem und der umfassende Veranstaltungskalender mit Hinweisen der Barrierefreiheit stetig weiterentwickelt. Ergänzt wird die Marke durch die „Havenwelten Bremerhaven“, die alle touristisch relevanten Inhalte und Ziele zwischen Weser und Geeste zusammenfasst und durch die Marke „Schaufenster Fischereihafen“. Mit den beiden Slogans „Bremen – Mehr als Märchen“ und „Bremerhaven – Hier ist das Meer los“, gelingt es, das besondere eigenständige maritim Profil Bremerhavens hervorzuheben und zu verdeutlichen und gleichzeitig eine klare Zusammenhörigkeit und Gemeinsamkeit mit Bremen darzustellen.

#### **C. Finanzielle und personalwirtschaftliche Auswirkungen, Gender-Prüfung**

Mit dem Bericht sind keine finanziellen und keine personalwirtschaftlichen Auswirkungen verbunden.

Das integrierte Standortmarketing, über das mit dieser Vorlage berichtet wird, zielt auf alle Geschlechter gleichermaßen ab, und unterstützt vielfältige Veranstaltungen, Marketingmaßnahmen und Projekte, unter anderem auch den Bremer Diversity Preis oder den Christopher Street Day (CSD).

### **Beschlussempfehlung**

Die Deputationen für Wirtschaft und Häfen nehmen den Tätigkeitsbericht über die Mittelverwendung „Integriertes Standortmarketing“ für das Jahr 2023 zur Kenntnis.

### Anlage(n):

1. 21\_178\_LS-Anlage\_22. Bericht Standortmarketing 2023



**BREMEN  
BREMERHAVEN**



**INTEGRIERTES  
STANDORTMARKETING 2023**

**22. BERICHT**

**WFB** WIRTSCHAFTS  
FÖRDERUNG  
BREMEN

## Inhaltsverzeichnis

<b>Einführung und tabellarische Übersicht über die Projekte</b> .....	3
<b>1 Nutzenorientierte Image- und Besucher:innenwerbung</b> .....	5
1.1 Beilagen überregional/regional.....	5
1.2 City-Kampagne .....	6
1.3 Wissenschaftsmarketing .....	7
1.4 Marketing-Kooperationen.....	7
1.5 UNESCO Welterbe .....	13
1.6 Ortseingangs-/Stadtinformations-Stelen (Balmerstelen).....	14
1.7 Anzeigen/TV-Präsenz/PR.....	14
1.8 ZEIT-Anzeigen .....	14
1.9 Schlachte Marketing.....	14
<b>2 Allgemeine Imagewerbung</b> .....	15
2.1 Pressedienst aus dem Bundesland Bremen .....	15
2.2 Landesauftritte .....	17
2.3 Standortmedia.....	18
<b>3 Eventmarketing</b> .....	18
3.1 Veranstaltungsförderung Kultur und Sport.....	18
3.2 Lange Nacht der Museen/Museumsmarketing.....	21
3.3 Ausstellung Haus der Wissenschaft (HdW).....	22
3.4 Hans Diers Marketing Symposium .....	22
3.5 Freimarktumzug .....	22
3.6 Wissenschaft auf der Maritimen Woche.....	23
3.7 Musikfest.....	23
3.8 Volksfeste: Osterwiese, Freimarkt, Weihnachtsmarkt.....	23
<b>4 Markenwerbung/Allgemeines Marketing</b> .....	24
<b>5 bremen.de/Kultur</b> .....	24
<b>6 Unvorhergesehenes</b> .....	24
<b>7 Marktforschung</b> .....	25
<b>8 Maßnahmen Bremen-Nord</b> .....	25
<b>9 Zusätzliche Projekte</b> .....	26
9.1 Deutschland-Tour .....	26
9.2 Binnenmarketing (Identitätsmarketing).....	27
9.3 Bremer Jazzpreis.....	27
<b>10 Bremerhavener Projekte</b> .....	27

## **Einführung und tabellarische Übersicht über die Projekte**

Für 2002 wurden erstmals „Verstärkungsmittel für das Standortmarketing für Bremen und Bremerhaven“, so die damalige Bezeichnung, in Höhe von seinerzeit 10 Mio. DM, dann 5,1 Mio. Euro, bereitgestellt. Seitdem wird über die Verwendung jährlich an die Deputation für Wirtschaft berichtet.

Der 22. Bericht über die Verwendung der Standortmarketing-Mittel in Höhe von nunmehr 2.106.310,00 Euro für Bremen und Bremerhaven im Jahr 2023 umfasst auch die Entscheidungen über die Vergabe der Kultur- und Sportförderung über 0,835 Mio. Euro für Bremen; die Mittel für die Bremerhavener Veranstaltungsförderung wurden ab 2023 nicht mehr über die WFB vergeben.

Im Geschäftsbereich Tourismus und Marketing, Abteilung Bremen Marketing, wurden auch in 2023 drei Sonderprojekte fortgesetzt:

- BIKE IT!
- Freizeit- und Naherholungskonzept Bremen-Nord (FuNK)
- Service-Qualität Deutschland

Für diese Maßnahmen werden Sachberichte vorgelegt.

Im Folgenden sind die Maßnahmen in 2023 im Detail mit Kostenangaben beschrieben.

Aufgabe	Standortmarketing	Standort- marketing Brhv	Drittmittel o. Fremdmittel
	2023	2023	2023
<b>1 Nutzenorientierte Image-(Besucher)werbung</b>			
1.1 Beilage regional/überregional	771.180,48	227.295,12	
Zusatzseite BHV		138.000,00	
1.2 City-Kampagne	115.234,06		
1.3 Wissenschaftsmarketing	18.458,44		
1.4 Marketing-Kooperationen			
Universum	149.930,88		
Botanika	52.000,00		
VegeSacker Geschichtenhaus	1.100,80		
Themenjahr Genussufer	59.248,31		
Themenjahr 2024 (Vorbereitung)	27.227,88		
Bildungsmarketing Wissenswelten	26.956,48		
1.5 UNESCO-Welterbe/City of Literature	43.041,89		
1.6 Ortseingangstelen/Balmerstelen	8.496,40		
1.7 Anzeigen/TV-Präsenz/PR	16.732,94		
1.8 ZEIT-Anzeigen	31.509,88		
1.9 Schlachtemarketing	22.506,33		
<b>Zwischensumme</b>	<b>1.343.624,77</b>	<b>365.295,12</b>	<b>0,00</b>
<b>2 Allgemeine Imagewerbung</b>			
2.1 Pressedienst Land Bremen	48.081,61	5.342,40	
2.2 Landesauftritte	76.596,98	15.977,41	
2.3 Standortmedia	40.362,05		
<b>Zwischensumme</b>	<b>165.040,64</b>	<b>21.319,81</b>	<b>0,00</b>
<b>3 Eventmarketing</b>			
3.1 Veranstaltungsförderung Kultur und Sport	835.000,00		
3.2 Lange Nacht der Museen/Museumsmarketing	26.330,30		
3.3 Ausstellung HdV	3.406,43		
3.4 Hans Diers Marketing Symposium	10.300,72		
3.5 Freimarktuzug	60.000,00		
3.6 Wissenschaft auf Maritimer Woche	12.000,00		
3.7 Musikfest-PR	25.000,00		
3.8 Volksfeste			
Osterwiese			62.749,01
Freimarkt			104.566,62
Weihnachtsmarkt			24.038,62
<b>Zwischensumme</b>	<b>972.037,45</b>	<b>0,00</b>	<b>191.354,25</b>
<b>4 Markenwerbung WFB</b>	13.050,22		
<b>Zwischensumme</b>	<b>13.050,22</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
5 Stadtportal bremen.de, Kultur	40.000,00		
6 Unvorhergesehenes	49.462,44		
7 Marktforschung	44.025,00		
8 Maßnahmen Bremen-Nord	115.975,66		
<b>Zwischensumme</b>	<b>249.463,10</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>9 Zusätzliche Projekte</b>			
9.1 Deutschland-Tour	188.250,41		
9.2 Binnenmarketing	20.041,79		
9.3 Jazzpreis	100.000,00		
<b>Zwischensumme</b>	<b>308.292,20</b>	<b>0,00</b>	<b>0,00</b>
<b>10 Bremerhavener Projekte</b>		174.000,00	
<b>Zwischensumme</b>		<b>174.000,00</b>	<b>0,00</b>
<b>Gesamt</b>	<b>3.051.508,38</b>	<b>560.614,93</b>	<b>191.354,25</b>

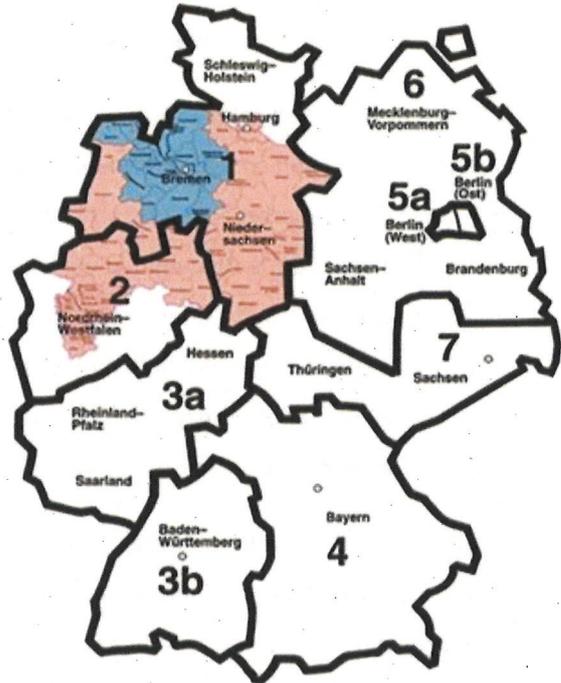
## 1 Nutzenorientierte Image- und Besucher:innenwerbung

### 1.1 Beilagen überregional/regional

Auch in 2023 erschienen drei Beilagen, mit einer Auflage von durchschnittlich gut 3,2 Mio. Exemplaren in regionalen Tageszeitungen in mehr als 50 % der Verbreitungsgebiete Nielsen 1 und 2 (s. Grafik rechts). Dadurch ergeben sich durchschnittlich 8,97 Mio. Kontakte, also Wahrnehmungschancen pro Ausgabe.

Das gesondert hervorgehobene Gebiet ist der Kerneinzugsbereich der Bremer City, der zusätzlich von der City-Kampagne (vgl. 1.2) erreicht wird.

Der Response auf die Print-Ausgaben, also die Zahl der Anrufe und E-Mails sowie der eingesandten Coupons und der Transaktionen, wird in der Abteilung Tourismus der WFB verarbeitet.



Auch wenn die Kontaktzahlen im März 2023 gegenüber dem Vorjahr geringfügig gesunken sind, so sind doch die Beratung und der Verkauf um 32 % gesteigert worden, Onlinebuchungen nahmen sogar um 55 % zu. Die Zahl der Kontakte ist dann im November 2023 gegenüber 2022 wieder gestiegen.

Die Beilagen in den regionalen Tageszeitungen erreichen immer noch 77 % (inkl. digitaler Nutzung) der deutschen Bevölkerung. In der Zielgruppe 50+ sogar 81 % (Quelle: ZMG b4p 2023 I).

Diese Kennzahlen sprechen eindeutig dafür, das Werbemittel Beilage und auch den Werbeträger Zeitung mit zielgruppengerechten Angeboten auch zukünftig im Kommunikationsmix des Stadtmarketings einzusetzen.

Selbstverständlich ist dabei der Response auch immer von der Attraktivität der vorhandenen und damit beworbenen Angebote, sozusagen der bremischen Produkte, abhängig.

Bei der Bewertung der Responsewerte ist zu beachten, dass es sich dabei nur um einen Indikator handelt. Die Wirkung geht weit über den Rücklauf hinaus, da in zunehmendem Maße die meisten Städtereisenden ihre Trips vollkommen eigenständig organisieren, besonders Tagesgäste. Außerdem geht der Imageeffekt durch die Angebotsvielfalt und -qualität über die konkreten Reaktionen (Organisation eines Besuchs) hinaus. Auch 2023 wurde wieder auf Vielfalt gesetzt – von Volksfest bis zur Kunstausstellung oder Festival – woraus sich ein Angebot für eine breite Zielgruppe ergibt.

Dass die Beilagen sehr gut ankommen und zu einem Impuls für einen Bremen-Besuch führen, zeigt auch eine Leser:innen-Befragung, die 2022 unter 4.300 Teilnehmenden durchgeführt wurde. Die Befragung zeigt, dass 40 % der Lesenden sich über Bremen informieren, jede:r Fünfte besucht einen Anbieter. Von den Personen, die sich weiter über Bremen informierten, hielten es 50 % für sehr wahrscheinlich Bremen (wieder) zu besuchen.

Das Erlebnismagazin interessiert vor allem Bremen- und Bremerhaven-Kenner:innen. Die meisten Lesenden sind schon einmal in Bremen oder Bremerhaven gewesen, die Hälfte über Nacht. Allen hatte Bremen bzw. Bremerhaven ausgesprochen gut gefallen. Die Wahrscheinlichkeit eines Wiederbesuches liegt bei nahezu 100 %. Sie wohnen etwas näher an Bremen oder Bremerhaven und jede:r Vierte bis Fünfte hat dort Freunde oder Verwandte. Die wenigen Bremen- und Bremerhaven-Neulinge sind tendenziell etwas jünger und haben eine weitere Anreise. Aber auch von ihnen haben zwei Drittel bis drei Viertel das Erlebnismagazin bereits einmal gelesen. Es gefällt ihnen ebenfalls gut und die Wahrscheinlichkeit, dass sie Bremen oder Bremerhaven besuchen, liegt zwischen 40 - 50 %.

In 2023 fielen für die drei Beilagen-Ausgaben Kosten in Höhe von insgesamt ca. 1.136.500 Euro für Text, Litho, Druck und Schaltung an (771.200 Euro aus dem Bremer und 365.300 Euro aus dem Bremerhavener Budget). Die finanzielle Beteiligung Bremerhavens fiel für alle drei Ausgaben proportional höher aus, da eine bzw. zwei zusätzliche Innenseiten mit Bremerhavener Angeboten belegt wurden; ein Hinweis dafür, dass auch die Bremerhavener Kolleginnen und Kollegen diesen Kommunikationskanal schätzen.

Aus den oben genannten Gründen wurde entschieden, das Instrument Beilage auch 2024 weiterzuführen; es sind drei Durchgänge geplant.

## **1.2 City-Kampagne**

Unter der obersten Zielsetzung, Schaffung von Frequenz, wurde mit der City Kampagne auch 2023 in der Region Nord-West (60 bis 80 km Umkreis) die Bremer Innenstadt als Erlebnisstandort (Kultur- und Veranstaltungsangebot) und des Einkaufs beworben. Zu diesem Zweck bringen Einzelhändler:innen und Wirtschaftsressort eine gleich hohe Summe auf. Diese wird durch die WFB mindestens verdoppelt. 2023 betrug die Gesamtsumme gut 205.640 Euro, der WFB-Anteil gut 115.230 Euro.

Daraus wurden zehn Anzeigen-Schaltungen, davon sieben in jeweils zwölf Tageszeitungen und acht Funkspotschaltungen realisiert. Hinzukommen (außerhalb dieses Budgets) Schaltungen in der Außenwerbung und Online-Formate, die auf dieselben Inhalte einzahlen. Die Anzeigen erschienen in einer Auflage von 5,6 Mio. und erzielten etwa 13,5 Mio. Kontakte. Die Themen sind über das Jahr breit

gestreut: Maritime Woche, verkaufsoffene Sonntage zur Osterwiese, zum Freimarkt und zu La Strada sowie lange Shoppingnacht und natürlich der Weihnachtsmarkt.

### **1.3 Wissenschaftsmarketing**

Das Thema Wissenschaft wird auf der bremen.de-Webseite durch unsere Abteilung bespielt und somit werden hier unterschiedlichste Inhalte stetig neu hinzugefügt und andere aktualisiert. Zudem sind wir Teil verschiedener Netzwerke im wissenschaftlichen Bereich.

Im Rahmen von **SCIENCE GOES PUBLIC!** werden originelle Wissenschaftsthemen in einer Frühjahrs- und einer Herbstreihe über jeweils sechs Wochen in 30 Minuten in ausgewählten Kneipen und Bars in Bremerhaven und in Bremen präsentiert. Das Ziel ist, Wissenschaft in die Kneipe zu bringen, um Bürger:innen in ihrem Alltag zu erreichen.

Die Frühjahrsreihe fand im Jahr 2023 mit achtzehn Vorträgen vom 2. März bis 6. April statt. Die Herbstreihe wurde ebenfalls mit achtzehn Vorträgen vom 12. Oktober bis 16. November veranstaltet. Sowohl altbekannte als auch neue Kneipen waren bei den Reihen dabei.

Beworben wurden die Events durch Flyer, Postkarten, Poster sowie durch die Sozialen Netzwerke und die Website [www.sciencegoespublic.de](http://www.sciencegoespublic.de).

In der monatlichen Porträt-Reihe **Wissenschaft persönlich** stellen sich seit 2016 Wissenschaftler:innen und Wissenschaftskommunikator:innen regelmäßig einem breitgefächerten Fragenkatalog. Es werden Menschen präsentiert, die den Erfolg der Bremer Wissenschaft vorantreiben.

Im Jahr 2023 konnten zwölf Interviews mit Bremer und Bremerhavener Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern aus den unterschiedlichsten Forschungsbereichen realisiert und veröffentlicht werden.

Die Gesamtausgaben für das Wissenschaftsmarketing und der hier erwähnten Maßnahmen betragen rund 18.500 Euro.

### **1.4 Marketing-Kooperationen**

#### **Universum® Bremen**

278.234 Gäste besuchten im Jahr 2023 das Universum® Bremen und das ist ein Grund zu feiern. Somit konnte nicht nur die Gästezahl im Vergleich zum bereits sehr erfolgreichen Vorjahr um mehr als 27 % gesteigert werden, sondern es wurde auch das beste Ergebnis seit 2010 erzielt. Für das Bundesland Bremen als Tourismusstandort besonders erfreulich: Rund drei Viertel der Ticketkäufe erfolgten von Gästen von außerhalb des Zwei-Städte-Staats. 41,1 % der Buchungen wurden beispielsweise von

Gästen aus Niedersachsen getätigt. 11 % der Reservierungen kamen aus Nordrhein-Westfalen und 5,5 % der Gäste sind aus dem Ausland angereist. Aber auch für alle Bremer:innen ist die Attraktivität des Universum® ungebrochen. So stieg die Anzahl der Jahreskarten-Inhabenden, die zu einem großen Teil aus Bremen und umzu kommen, um fast das Dreifache gegenüber dem Vorjahr.

Inhaltlich fand vor allem die nach wie vor laufende Sonderausstellung „Wolkenkuckucksheim – Bau dir deine Welt, wie sie dir gefällt!“ großen Anklang bei den Gästen – und wurde in der Kategorie „Nachhaltigkeit Bremen“ für den Tourismuspreis Bremen und Bremerhaven 2023 nominiert. Aufgrund des hohen Zuspruchs wurde das Wolkenkuckucksheim bis zum 7. April 2024 verlängert. Ein weiteres überregional strahlendes Highlight 2023 war unser umfangreiches Sommerprogramm „Sommersause – Theater wirbelt Wissenschaft“. Vom 20. Juli bis 20. August konnten unsere Besucher:innen Forschung und Wissenschaft in Interaktion mit Performance, Kunst und Theater aus ganz neuen und überraschenden Blickwinkeln kennenlernen. Das Sommersausen-Programm wurde mit einem großen Abschlusskonzert des bekannten Künstlers Flo Mega gebührend abgeschlossen.

Die Werbekampagnen waren so divers wie auch die Programme, Formate, Events, Kampagnen und Gäste. Um Streuverluste zu verhindern, wurde stets auf den besten Mix aus Radio-, Print- und Out-of-Home-Werbung gesetzt. Optimal gepaart mit individuellen Flyerverteilungen und dem Einsatz von City Cards Postkarten, haben wir die jeweilige Zielgruppe dort angesprochen, wo sie sich aufhält oder vorbeikommt. Hier einige Beispiele der Maßnahmen:

- Redaktionelle Anzeige (Wissen im Quadrat) in DEIN SPIEGEL
- Ganzseitige Advertorials in familie & co.
- 2-seitiger Eintrag in „1.000 Places to see before you die“
- Beilage in Eltern & Eltern family
- Großflächen in Bremen und Umland
- Präsentation auf touristischen Hinweisschildern in Cuxhaven
- WallDecaux City Lights und STRÖER Video-Werbung in Einkaufszentren und Innenstadt
- Radiospot-Schaltungen bei ffn, Energy, Bremen Vier und Radio Teddy
- Spot-Werbung bei digitalem Streamingdienst Spotify
- Recruiting Kampagne via Social-Media-App Jodel

Im Bereich Online-Marketing hat sich der Wissenschaftspodcast für Kinder „Wunder dich schlau“ als feste Größe in seinem Genre etabliert, mit einer wachsenden Fangemeinde im gesamten

deutschsprachigen Raum. Es wurden im letzten Jahr 12 neue Folgen veröffentlicht und insgesamt über 17.000 Streams erzielt.

2023 wurde die Universum®-Website über eine Millionen Mal aufgerufen, eine Steigerung von 88 % gegenüber dem Vorjahr. Die Website ist klar das zentrale Instrument zur Planung eines Besuchs unseres Hauses: Die drei am häufigsten aufgerufenen Seiten waren die Startseite, Öffnungszeiten/Preise sowie Anfahrt & Parkplätze. Etwa 50 % der Zugriffe erfolgten durch die organische Suche, 27 % über Google-Werbung, 13 % direkt über die URL und 10 % über sonstige Kanäle, wie Social Media. Unsere Newsletter fungieren als wichtige Kundenbindungsinstrumente, die durch sorgfältig kuratierte Inhalte im Dschungel der Inboxes positiv hervorstechen. Wir haben 2023 insgesamt 19 Newsletter an unterschiedliche Empfänger:innen-Kreise verschickt (Allgemein, Bildung, Talkabend, Jahreskarteninhabende).

Im Bereich Social Media ist TikTok der am meisten gewachsene Kanal: 2023 hat der Universum®-Account dort über 10.000 Follower:innen dazugewonnen. Die Engagement-Rate der Follower:innen ist auf Instagram und TikTok am höchsten. Seit dem 01.11.2023 ist das Universum® zudem mit einem eigenen Unternehmensaccount auf Pinterest aktiv. Auf dem Pinterest-Account erwarten die Nutzenden viele bunte Themen, die eine Geschichte rund um das Universum® erzählen: Von einer Pinnwand „Typisch Bremen“ über die Exponate als unsere „Herzstücke“ und die Vielfalt an Events bis zu DIY-Tipps im Kontext der Sonderausstellung „Wolkenkuckucksheim“. 2023 hat das Universum® Bremen ganzjährig Google Ads geschaltet. Damit konnten über 50.000 neue Nutzer:innen mit einer außergewöhnlich hohen Interaktionsrate von 65,84 % erreicht werden.

In 2023 wurden im journalistischen Bereich insgesamt 700 Veröffentlichungen über das Universum® Bremen verzeichnet – 335 Print-Artikel, 300 Online-Artikel, 36 Radio- und Podcast-Beiträge sowie 29 TV-Ausstrahlungen. Damit konnte das Presseergebnis aus dem Vorjahr deutlich ausgebaut werden (+ 11,8 %). Im gesamten Print-Bereich betrug die Auflagenhöhe 23,9 Mio. Exemplare (- 35,8 % im Vergleich zu 2022), womit bis zu 69,8 Mio. Leser:innen erreicht werden konnten (- 36,4 % im Vergleich zu 2022). Dieser Auflagen- und Reichweitenschwund lässt sich auf die generelle Entwicklung im Print-Journalismus zurückführen. Mit 82,4 % stammte die Mehrzahl der Print-Berichte aus Medien aus Bremen und Niedersachsen. Der Anteil der Berichterstattung in überregionalen und nationalen Print-Medien (z. B. Frankfurter Allgemeine Zeitung, GEO, TV DIGITAL sowie diverse Bus- und Touristikmagazine) betrug 8,7 %. Wichtig für die Pressearbeit bleiben weiterhin die klassischen Tageszeitungen, in denen auch 2023 mehr als die Hälfte (53,4 %) der Print-Berichte veröffentlicht wurde.

Bei den Online-Medien, in denen Artikel über das Universum<sup>®</sup> veröffentlicht wurden, betrug die Anzahl der monatlichen Nutzenden 8,8 Mio. (+ 79,6 % im Vergleich zu 2022) und die der monatlichen Visits 153,6 Mio. (+ 206,6 % im Vergleich zu 2022). Diese Angaben konnten jedoch nur bei einem Viertel (Nutzende) bzw. der Hälfte (Visits) aller Online-Medien erfasst werden, wodurch die tatsächlichen Zahlen somit noch einmal deutlich höher liegen dürften.

Bemerkenswert ist außerdem der Ausbau der Präsenz in den Hörfunk- und TV-Medien. Die Anzahl der Beiträge im Radio sowie in journalistischen Podcasts konnte gegenüber 2022 um 111,8 % gesteigert werden und die Anzahl der TV-Beiträge um 123,1 %. Die Berichterstattung konzentrierte sich vor allem auf die regionalen Programme (Radio Bremen TV, NDR, SAT.1 Regional, Bremen Eins, Bremen Zwei, Bremen Vier, Bremen Next), es gab aber auch bundesweite Beiträge, beispielsweise im Ersten, im ZDF, auf ProSieben sowie arte. Zusätzliche Aufmerksamkeit im Audibereich konnten wir wie schon im Vorjahr über Veranstaltungskooperationen mit journalistischen Wissenschafts-Podcasts wie „AstroGeo“, „Das Universum“ und „Sag mal, du als Physiker“ erreichen. Besonders freut uns, dass sich die Beliebtheit unserer Einrichtung im Tenor der Berichterstattung widerspiegelt: wie in den Vorjahren auch ist erneut keine negative Berichterstattung zu verzeichnen.

Dank der Unterstützung der WFB konnten in 2023 die aufgeführten Maßnahmen und viele andere Aktivitäten umgesetzt werden, durch die das Universum<sup>®</sup> als einzigartiger Erlebnis- und Lernort in Bremen stetig weiterentwickelt wird.

Aus Mitteln des Standortmarketings wurde das Universum mit knapp 150.000 Euro unterstützt.

### **botanika**

Im Jahr 2023 richteten sich die Marketingaktivitäten der botanika einerseits auf die weitere Bewerbung und Bekanntmachung des 2021 eröffneten Tropenhauses sowie auf die Bewerbung der anstehenden Änderungen durch das Projekt „botanika digital“, welches die botanika als Naturerlebniszentrum und attraktives Ausflugsziel in Bremen zusätzlich stärker in die digitale Welt einbindet. Hierzu wurde der Internetauftritt der botanika grundlegend überarbeitet und barrierefreier gestaltet sowie bestehendes Flyermaterial erneuert und Anzeigen in zielgruppenspezifischen Medien geschaltet. Social Media-Kanäle wurden verstärkt genutzt, um die Einbindung in die digitale Welt weiter voranzutreiben und die Bildmarke der botanika wurde gestärkt.

2023 fanden die beliebten Sonderausstellungen „Hallo Langohr“ sowie „Frühlingsblüte mit Azaleen“ und ein Sponsoring mit dem bekannten Künstler Phil Porter statt. Durch das Großprojekt „botanika digital“ wurden viele Ressourcen in die Bewerbung und Öffentlichkeitsarbeit der botanika investiert. Zu diesem Zweck wurden auch Social Ads und Google Ads geschaltet, Anzeigen in Printmedien veröffentlicht und mit der Kommunikations- und Designagentur GfG / Gruppe für Gestaltung

zusammengearbeitet. Viele dieser Marketingmittel bezogen sich auf die Botanik allgemein und nicht nur auf das Projekt „Botanik digital“. Im Laufe des Jahres fanden verschiedene Veranstaltungen, wie „Botanik goes space“, Konzerte des Bremer Kaffeehaus-Orchesters und das hinduistische Lichterfest „Diwali“ in der Botanik statt. Auch das Gruppenreisegeschäft wurde durch Anzeigen in verschiedenen Fachmagazinen der Branche weiter beworben.

Für das Jahr 2023 konnte die Botanik knapp 129.000 Besucher:innen verzeichnen. Damit liegen die Zahlen sogar noch deutlich höher als im bisherigen Rekordjahr 2019 mit 98.000 Besucher:innen.

Aus Mitteln des Standortmarketings wurde die Botanik mit 52.000 Euro unterstützt.

### **Vegetsacker Geschichtenhaus**

Die Kommunikation als Klassenfahrt- und Busreiseziel wurden im Jahr 2023 mit Mitteln des Standortmarketings in Höhe von 1.100 Euro finanziert.

### **Genussufer 2023 – Bremen am Wasser erleben**

Die Abteilung Marketing veranstaltete in diesem Jahr das Themenjahr „Genussufer 2023 – Bremen am Wasser erleben“. Dabei widmete sich Bremen mit 35 Partner:innen den vielfältigen Genussmomenten in und an Bremens Gewässern.

Bis Ende des Jahres 2023 waren mehr als 100 kleine und große Veranstaltungen, Locations und Formate Teil des Themenjahres, bei denen Bremen Tourist:innen sowie Einheimischen als lebenswerte Kulturstadt mit vielfältigem Genussangebot aus den Bereichen Musik, Sport, Theater, Kulinarik, Erholung, Natur, Kunst und Kultur nähergebracht wurde.

Das Themenjahr wurde durch einige Highlights und Promotioneinsätze sichtbar gemacht. Darunter zählten beispielsweise: „GenussZeit“ an der Schlachte, Poetry on the Road, Breminale, Seebühne Bremen, Shakespeare im Park, Hidden Treasure Festival, Tourentag Überseestadt, Festival Maritim sowie Musik und Licht am Hollersee und noch einige mehr. Auch regelmäßige Veranstaltungen im Bürgerpark, im GOP-Variété-Theater, auf der MS Aventura oder am Lankenauer Höft wurden von uns unterstützt.

Als Landingpage wurde [www.genussufer.de](http://www.genussufer.de) genutzt, auf der im Themenjahr-Zeitraum alle vergangenen und kommenden Events ersichtlich waren. Die Startseite wurde über 20.000 Mal aufgerufen. Die Social-Media-Kanäle wurden mehrmals die Woche mit Posts und Storys bespielt, es wurden über 200 Beiträge veröffentlicht. Zudem wurden zahlreiche Social Ads geschaltet sowie zehn Gewinnspiele mit über 4.100 Teilnehmenden und insgesamt 19 Gewinner:innen durchgeführt. Es konnten in den Sozialen Medien etwa 1.000 Follower:innen dazugewonnen und circa 600.000

Menschen erreicht werden. Außerdem wurden die Out-of-Home Medien genutzt sowie Anzeigen in unterschiedlichen Magazinen und Zeitungen on- und offline geschaltet. Zahlreiche Giveaways wurden auf Events und Promotionsinsätzen ausgegeben sowie in den Tourist-Infos, Veranstaltungshäusern, auf Messen und Workshops ausgelegt und Partner:innen zur Verfügung gestellt.

Die Gesamtausgaben der genannten Maßnahmen belaufen sich auf rund 59.200 Euro.

### **Themenjahr 2024 (Vorbereitung)**

Inhaltlich und organisatorisch sind die Planungen für das Themenjahr „FAHRRADja! 2024. Bremen bewegt Dich.“ vorangeschritten. „FAHRRADja! 2024“ hebt Events und Aktivitäten hervor, die das Fahrrad in den Mittelpunkt stellen. Das Fahrrad kann als Verkehrsmittel während der Veranstaltung aktiv eingesetzt und auf innovative Weise in das Format/die Aktion integriert werden. Ziel ist es, das Fahrrad auf vielfältige Art und Weise in den Vordergrund zu rücken, dem Verkehrsmittel langfristig mehr Bedeutung zu verleihen und damit neue, nachhaltige Erlebnisse in Bremen zu schaffen.

Die Agentur „r&r“ hat die Ausschreibung gewonnen und den Namen des Themenjahres 2024, das Logo und ein passendes Key Visual mit unserer Zusammenarbeit entwickelt. Die erstellte Landingpage [www.fahrradja.de](http://www.fahrradja.de) wird mit Inhalten und akquirierten Partner:innen gefüllt. Fortlaufende Abstimmungstermine mit potenziellen Partner:innen finden statt, mögliche Highlight-Veranstaltungen werden analysiert und geplant. Offline- und Online- Marketingaktivitäten werden vorbereitet, erste Merchandising-Artikel ausgewählt und bestellt.

Die Ausgaben für das Themenjahr 2024 belaufen sich im Berichtszeitraum auf rund 27.200 Euro.

## **Bildungsmarketing Wissenswelten**

Die Akteure der Wissenswelten trafen sich 2023 regelmäßig unter Leitung der WFB zu einem gemeinsamen Austausch über aktuelle Themen. An diesen Terminen nahmen auch Vertreter:innen des Wirtschaftsressorts, des Magistrats Bremerhavens, der Erlebnis Bremerhaven sowie der Touristik- und der Marketingabteilung der WFB teil.

Beim Wissenswelten-Termin am 22.06.2023 im Denkort Bunker Valentin stellte die WFB umfangreiche Marketing-Kampagnen und Social-Media-Aktivitäten für die Wissenswelten vor, mit denen Lehrkräfte bei ihrer Suche nach Ausflugszielen etc. erreicht werden sollen. Zudem begann die Erstellung von einzelnen Imagefilmen für die Wissenswelten zur Ansprache von Schülerinnen und Schülern.

Für die Ansprache der Lehrenden fand eine Direktansprache an 100 Schulen statt. Zusätzlich wurde in bildungsrelevanten Medien für Lehrende in Schleswig-Holstein, Niedersachsen und Nordrhein-Westfalen geworben. Zudem fand eine Ansprache der Veranstalter:innen von Klassenfahrten über Anzeigen und Berichte in Busmagazinen statt.

Die Ziele dieser Maßnahmen sind die Stärkung Bremens und Bremerhavens als Standort und touristisches Ziel für Lehrende, Schülerinnen und Schüler sowie Gäste und Besucher:innen, die die Häuser der Wissenswelten besuchen.

Die Gesamtkosten für diese Marketingmaßnahmen betragen 2023 knapp 27.000 Euro.

### **1.5 UNESCO Welterbe**

Am ersten Sonntag im Juni rückt der UNESCO-Welterbetag jährlich alle Kulturerbestätten, die in Deutschland unter dem Schutz der UNESCO stehen, in den Mittelpunkt. Dieser Tag wird in Bremen jährlich mit der Veranstaltungsreihe Bremer Welterbetage begleitet. Diese fanden vom 2. bis zum 4. Juni 2023 statt. Zum einen machte der Ratskeller auf dem Marktplatz mit einer Weinbox und passendem Programm auf die Weinkultur aufmerksam. Zum anderen gab es zahlreiche Themenführungen, einen Fotowettbewerb, eine Ausstellung „Bremen – Geschichte – Welterbe“ im Rathaus, ein Mitsingfest auf dem Marktplatz sowie eine szenische Lesung und eine Bücherbühne in der Stadtbibliothek. Das Europäische Hanse-Ensemble war zusätzlich mit dem Konzert "PAX AETERNA Musik aus der Hansestadt Danzig" zu Gast. Darüber hinaus wurde der Welterbetag in Anzeigen und auf Plakaten beworben. Die Kosten beliefen sich insgesamt auf rund 17.600 Euro.

In 2023 bewarb sich Bremen intensiv und erfolgreich um den Titel City of Literature, vergeben von der UNESCO. Dazu wurden die Figuren aus den Clips „Casting“ der Kulturhauptstadt-Bewerbung so überarbeitet, dass sie technisch auf dem neuesten Stand sind und grafisch genutzt werden konnten,

z.B. für Außenwerbung. Gerade die Kommunikation in die Öffentlichkeit wurde von der UNESCO gelobt. Insgesamt wurden für die erfolgreiche Bewerbung 25.450 Euro ausgegeben.

#### **1.6 Ortseingangs-/Stadtinformations-Stelen (Balmerstelen)**

Der WFB obliegt die Reinigung, Aktualisierung und Reparatur der rund 120 Stelen des Fußgängerleitsystems (sogenannte Balmerstelen) sowie deren Neuaufstellung. Es waren einige Reparaturen sowie Aktualisierungen und Reinigungsarbeiten an den Stelen notwendig. Hierfür wurden 2023 etwa 8.500 Euro aufgewendet.

#### **1.7 Anzeigen/TV-Präsenz/PR**

Auch in 2023 wurden aus diesem Budget eine Reihe von Anzeigenschaltungen (Magazine, Programmschriften, Sonderveröffentlichungen) finanziert. Geschaltet wurde unter anderem (anlässlich des Welttags des Buches) im Mix, im Programmheft der Sportgala, im Programmheft der GdP, zum 70. Geburtstag der Stadtmusikanten im WR, im Magazin des Weser Kurier zum Werder-Geburtstag, im Programmheft der Seebühne oder für das Servicebuch für Einwohnende. In 2023 wurde aus diesem Budget lediglich eine Veranstaltung gefördert, die Preisträgerlesung des Bremer Literaturpreises in Brüssel. Es wurden insgesamt rund 16.700 Euro aufgewendet.

#### **1.8 ZEIT-Anzeigen**

Auch in 2023 wurde in der Rubrik „Museen und Galerien“ der Wochenzeitung DIE ZEIT mehrmals die Anzeigen der Bremer Museen gebündelt und mit der Dachmarke und den Kontakten der Abt. Bremen Tourismus sowie einer einheitlichen Farbgestaltung versehen. Die Einzelauftritte der Museen sind im auffälligen „Bremen-Block“, an einer für Interessierte an der bildenden Kunst wichtigsten Rubrik, zusammengefasst. Die Museen tragen hiervon die Kosten einer Einzelanzeige selbst. Die Mehrkosten in Höhe von rund 31.500 Euro wurden aus Mitteln des Standortmarketings finanziert.

#### **1.9 Schlachte Marketing**

Mit ihrer maritimen Atmosphäre und dem gastronomischen Angebot am Fluss ist die Schlachte ein ganzjähriger Besuchsmagnet in der Innenstadt. In 2023 fand auch der Schlachtezauber wieder mit weihnachtlicher Beleuchtung statt. Das Schlachte Marketing wurde in 2023 aus dem Standortmarketing mit 22.500 Euro gefördert.

## **2 Allgemeine Imagewerbung**

### **2.1 Pressedienst aus dem Bundesland Bremen**

Bremen ist ein Land mit hoher Lebensqualität und vielen Chancen. Der Pressedienst sucht, findet und berichtet seit 2008 über genau diese Seiten des kleinsten Bundeslandes Deutschlands. Gute Nachrichten aus Bremen und Bremerhaven von hochwertiger journalistischer Qualität auf vielen verschiedenen Medien zu verbreiten, ist das Ziel des Dienstes. Er ist ein probates Mittel bei der Verbreitung in Printmedien sowie Onlinemedien und führt auch regelmäßig zu Veröffentlichungen in Hörfunk- und TV-Medien. Doch dabei bleibt es nicht, denn Auffindbarkeit über die WFB-Website, Suchmaschinen und soziale Medien nehmen eine wichtige Rolle ein für die Verbreitung der spannenden Bremer Geschichten.

Seit 2017 ist der Pressedienst in die digitale Kommunikationsstrategie der WFB integriert. Die Inhalte werden nicht mehr in Papierform an die Redaktionen versendet, sondern über die WFB-Internetseite, einen elektronischen Presseversand und die Social-Media-Kanäle der WFB verbreitet. Dabei wurde der Kerngedanke beibehalten, einen Dienst von Journalist:innen für Journalist:innen anzubieten.

Bei den Artikeln handelt es sich nicht um Werbe- oder PR-Texte, sondern um Autor:innenstücke, die journalistischen Kriterien gerecht werden, um so Glaubwürdigkeit und Authentizität zu erzeugen und den Dienst klar von Pressemitteilungen zu unterscheiden. Die Inhalte speisen sich aus den Bereichen Wirtschaft, Wissenschaft, Technologie, Kultur, Tourismus und Panorama / Vermischtes.

Von Januar bis einschließlich Dezember 2023 wurde der Pressedienst monatlich an rund 900 vornehmlich journalistische Multiplikator:innen versendet. Der Versand findet jeweils am Ende des Monats statt. Die Beiträge bleiben über den Versand hinaus auf der WFB-Webseite präsent und können dort über einen längeren Zeitraum gefunden und aufgerufen werden. Insgesamt erschienen im Jahr 2023 36 Artikel (durchschnittlich drei Artikel pro Monat) im Pressedienst.

#### **Zugriffszahlen auf Pressedienst-Artikel**

Zu den belieferten journalistischen Kontakten im Verteiler des Monatsaussands gesellen sich die Zugriffe des Online-Auftritts auf der Seite

<https://wfb-bremen.de/de/page/aktuelles/presse/pressedienst>.

Die Visits auf die einzelnen Artikel variieren je nach Geschichte. Die erfolgreichsten Stories 2023 waren:

- 1) „Grün-weiße Liebe am Eck“ von Janet Binder über die kultige Fußball-Kneipe Eisen im Bremer Viertel kommt auf 1.561 Seitenaufrufe
- 2) „Mit Hightech gegen das Bienensterben“ von Anne-Katrin Wehrmann erzielte 1.074 Seitenaufrufe

- 3) „Techno, Tanz und Törtchen über das Café Elektrik in der Bremer Schaulust von Ira Scheidig erreichte 1.028 Seitenaufrufe
- 4) „Sport als Ventil“ von Insa Lohmann über die in Bremen entstandene Idee des „Hood Training“ kommt auf 938 Seitenaufrufe

### **Der Pressedienst in den sozialen Medien**

Die Pressedienst-Themen finden auch in den sozialen Medien großen Anklang . Sie werden unter anderem auf der WFB-Facebook-Seite, bei Instagram und LinkedIn geteilt sowie beworben. Hierbei werden nicht nur Journalist:innen als Multiplikator:innen angesprochen, sondern ebenfalls Privatpersonen, die zur Zielgruppe des Themas passen. Neben höheren Reichweiten sind auch die Interaktionen durch Kommentare, Likes, Shares und Linkclicks vielfältiger geworden. Der beste Pressedienst-Artikel 2023 erreichte bei Facebook 47.155 Kontakte und lag damit weit über den durchschnittlichen Werten.

Besonders beliebt auf Facebook waren 2023:

- „Die grünen Lungen von Bremen“ über Parks in Bremen (Reichweite: 47.155)
- „Mit Hightech gegen das Bienensterben“ über Bienenduschen (Reichweite: 20.835)
- „Das Spiel mit den Klangfarben“ über die Sauerorgel im St. Petri Dom (Reichweite: 14.523)
- „Haggis, Bier und Christmas Pudding“ über den English Club (Reichweite: 13.841)
- „Grün-weiße Liebe am Eck über die Kultkneipe (Reichweite: 13.339)

Alle Beiträge wurden durch Sponsoring unterstützt.

Für Instagram ergibt sich (ohne Sponsoring) folgendes Bild:

- „Grün-weiße Liebe am Eck über die Kultkneipe Eisen (Reichweite: 1.355)
- „Kümmerer in Not“ über das Bremer Unternehmen Medical Helpline Worldwide (Reichweite: 864)
- „Gespür für den richtigen Hip-Hop-Sound“ über den Bremer Label-Manager Max Münster (Reichweite: 779)

### **Verbreitung in den Medien**

2023 war wieder ein erfolgreiches Jahr für die Pressedienstthemen. Die insgesamt 36 verbreiteten Artikel wurden rund 500-mal in Printmedien, auf Onlineplattformen und als TV- und Rundfunk-Beiträge veröffentlicht.

Einer der erfolgreichsten Artikel war der Bericht über Daniel Magel und sein nachahmenswertes „Hood Training“ (veröffentlicht im März 2023) mit mehr als 100 Veröffentlichungen in Zeitungen,

Onlinemedien und TV/Rundfunk, darunter die Ruhr Nachrichten, Welt online, Meppener Tagespost und Ems-Zeitung.

Auch der Bericht über den Bremer Autor David Safier stieß auf starkes Medieninteresse (rund 60 Veröffentlichungen, darunter NWZ, Reutlinger General-Anzeiger und Austria Presse Agentur). Besonders erwähnenswert in dem Zusammenhang ist die Veröffentlichung in der Süddeutschen Zeitung und auf sueddeutsche.de unter dem Titel „Durch Bremen laufen mit David Safier“.

Sehr gut angenommen wurden die Artikel über den Schüler und Raketenbauer Hendrik Ridder (u.a. Frankfurter Rundschau, ZDF) und die mit Wasserstoff betriebene Rangierlok in Bremerhaven (u.a. Diepholzer Kreisblatt, Thedinghauser Zeitung, SAT1) sowie der Beitrag über den Wasserpflanzenflüsterer Johannes Behrens (u.a. Business&People, Weser Wirtschaft).

Das Porträt über die Karikaturistin Miriam Wurster schaffte es u.a. in den Nordkurier, den Elbe Weser Kurier und die HNA. Beliebt waren außerdem die historischen Wetterdaten aus Bremerhaven (u.a. Nordsee-Zeitung, Bremen Zwei, buten un binnen, SAT1, Cuxhavener Nachrichten). Gern genommen wurde darüber hinaus der zehnjährige Krimischreiber Julius Seiffert aus Bremerhaven (u.a. Kinderzeitung im Weser Kurier, buten un binnen und Kreiszeitung).

### **Resümee und Ausblick**

Für den Pressedienst wurden 2023 gut 53.400 Euro aufgewendet. 10 Prozent des Budgets entfielen auf Bremerhaven, dessen tatsächlicher Anteil an den Artikeln jedoch deutlich höher liegt. Angesichts der vergleichsweise hohen Kosten für klassische Werbung in den Medien ist der Pressedienst ein sehr preiswertes und erprobtes Mittel, um Bremens Stärken in der Öffentlichkeit zu thematisieren und das Bremen-Image positiv zu prägen.

### **2.2 Landesauftritte**

Landespräsentation zum Tag der Deutschen Einheit in Hamburg - Im Auftrag der Senatskanzlei organisierte, koordinierte und realisierte die WFB den Auftritt des Landes Bremen bei den jährlichen Feierlichkeiten zum Tag der Deutschen Einheit. Veranstalter war 2023 Hamburg. Bremen und Bremerhaven präsentierten sich an mehreren Stationen auf dem Bürgerfest, das am 2. und 3. Oktober rund um die Alster gefeiert wurde. Die Bundesländer präsentierten sich in der Mönckebergstraße und Bremen kam die ehrenvolle Platzierung zu, die Ländermeile zu eröffnen. Zu beiden Straßenseiten präsentierten sich starke Marken aus Bremen und Bremerhaven und sorgten an beiden Tagen für viel Publikum. Mit dabei waren die Touristiker:innen aus Bremen und Bremerhaven mit ihren mobilen Tourist-Infos. Mercedes-Benz stellte sein neuestes E-Auto vor, die Silberwarenmanufaktur Koch & Bergfeld präsentierte den DFB-Pokal, die Meisterschale sowie den Championsleague-Pokal. Beck's und

der Ratskeller sorgten für gute Getränke. Abgerundet wurde das Programm durch Aufführungen des Stadtmusikantenschauspiels und einem Puppentheater sowie Musik, die dafür sorgte, dass am Bremen-Stand bis zur letzten Minuten getanzt wurde. Bremens Bürgermeister und Präsident des Senats gab sich an beiden Tagen die Ehre und zeigte sich sehr begeistert. Auch Bürgerschaftspräsidentin Antje Grotheer und Staatsministerin Sarah Ryglewski statteten Bremen einen Besuch ab.

Aus Mitteln des Standortmarketings Bremen wurden etwa 76.600 Euro aufgewendet sowie knapp 16.000 Euro aus dem Standortmarketing Bremerhaven.

### **2.3 Standortmedia**

Zur Darstellung der Stärken des Standorts, sowohl nach innen als auch nach außen, wurde in 2023 die Broschüre „Bremens Beste Seiten“ neu aufgelegt, in deutscher wie auch englischer Sprache. Die Broschüre wird von der WFB beworben und direkt versendet, als auch von Unternehmen abgerufen und auf Messen und Veranstaltungen verteilt; sie erfreut sich ausgesprochener Beliebtheit. Ein großer Teil der Kosten wird durch Anzeigenverkauf kompensiert.

Aus dieser Budgetposition wurden weitere Maßnahmen unterstützt, wie z.B. die Produktion des Films „Bremen wird bunt“, der Kurzfilmwettbewerb zum Filmfest Bremen, Road Side Screens zur Gratulation an die Kammerphilharmonie als Orchestra of the Year oder Werder Bremens Geburtstagsmotiv als Projektion auf dem Übersee Museum.

Insgesamt wurden etwa 40.400 Euro aus Mitteln des Standortmarketings aufgewendet.

## **3 Eventmarketing**

### **3.1 Veranstaltungsförderung Kultur und Sport**

Die WFB, Geschäftsbereich/Abteilung Standortmarketing ist von der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation seit 2012 mit der Veranstaltungsförderung Kultur und Sport beliehen. Die Veranstaltungsförderung folgte wie in den vorangehenden Jahren auch in 2023 drei übergeordneten Zielsetzungen:

- Ermöglichung von Kultur- und Sportveranstaltungen, die überregionale, möglichst bundesweite Ausstrahlung entwickeln,
- Stärkung der Metropolfunktion Bremens für den Nordwesten, um die Attraktivität und Bindungskraft der Stadt zu erhöhen,

- Herausforderung der Bremer Kultureinrichtungen und Sportveranstalter:innen, Projekte und Veranstaltungen mit dem Anspruch auf überregionale Sichtbarkeit zu planen und durchzuführen und das Selbstverständnis Bremens als Kultur- und Sportstadt zu stärken.

Damit stehen nicht primär kultur- oder sportfachliche Motive im Vordergrund der Förderung, sondern die regionalwirtschaftlichen sowie medialen, image- und identitätsbildenden Effekte, die mit Veranstaltungen erzielt werden können. Es versteht sich von selbst, dass dem Anspruch auf überregionale Wirksamkeit, mediale Präsenz und profilbildende Kraft nur Veranstaltungen von herausragender kultureller und sportlicher Qualität gerecht werden können. Langfristige Bedeutung für die Anziehungs- und Bindungskraft der Stadt ist außerdem nur solchen Veranstaltungen und Projekten zuzutrauen, die über Jahre profilbildend wirken und zu marketingtauglichen Kernkompetenzen des Kulturlebens der Stadt werden. Dies wurde auch in der im Juni 2023 in Kraft getretenen neuen „Richtlinie über die Förderung überregional wirksamer Veranstaltungen in den Bereichen Kultur und Sport im Land Bremen“ festgehalten.

Seit 2023 übernimmt die BIS Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung mbH die Vergabe und die Bearbeitung der Veranstaltungsförderung Bremerhaven.

<b>Etat Veranstaltungsförderung Kultur &amp; Sport 2023</b>	
Bremen	835.000 €
Kultur (ca. 67 %)	559.450 €
Sport (ca. 33 %)	275.550 €

Ca. 80 % des Etats werden an wiederkehrende Veranstaltungsformate vergeben, die sich aufgrund ihrer öffentlichkeitswirksamen Qualitäten etabliert haben und wichtige Bestandteile der kulturtouristischen Anziehungskraft Bremens sind. Im Vergleich zu den Vorjahren spielte die Corona-Pandemie in 2023 keine bedeutende Rolle mehr im Veranstaltungsgeschehen. Dennoch verhinderte die Angst vor Ansteckungen und allgemeine Verunsicherung nach wie vor die Rückkehr zur Normalität. Die WFB, Geschäftsbereich Standortmarketing war im Rahmen einer Erweiterung der Beleihung weiterhin zuständig für die „Förderung der Veranstaltungswirtschaft im Land Bremen zur Milderung der Corona bedingten Einnahmeausfälle, hier: Förderprogramm Veranstaltungen“, das bis zum 31.12.2023 final verlängert wurde.

#### **Veranstaltungsförderung Kultur**

Die Kulturveranstaltungsförderung Bremen 2023 wurde durch den Vergabeausschuss am 01.09.2022 beschlossen. An der Sitzung nahmen stimmberechtigt Herr Werner Wick i. V. (Senator für Kultur), Herr Dr. Dirk Kühling (Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa) und Herr Oliver Rau (WFB

Wirtschaftsförderung Bremen GmbH) teil. Nicht stimmberechtigter Teilnehmer: Jens Joost-Krüger, Vorbereitung und Protokoll (WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH, Projektleitung Veranstaltungsförderung).

Für die Kulturveranstaltungsförderung in Bremen 2023 stand zum Zeitpunkt der Vergabeausschusssitzung ein Etat in Höhe von 511.790 Euro zuzüglich 60.000 Euro aus abgerechneten Projekten der Vorjahre zur Verfügung. Der Gesamtetat zum Zeitpunkt der Ausschusssitzung betrug 571.790,00 Euro.

Der Vergabeausschuss beschloss die Förderung von insgesamt 19 Kulturveranstaltungen. Das Projekt Poetry on the Road musste aufgrund anderer ausreichender Finanzierung die Förderung nicht in Anspruch nehmen.

Träger:in	Projekt	Fördersumme
Initiative Bremer Karneval e.V.	38. Bremer Karneval	50.000,00 €
concept bureau UG	Breminale 2023	60.000,00 €
theaterkontor// Neue Gruppe Kulturarbeit e.V.	LA STRADA	65.000,00 €
VIS-VIS Kulturnetzwerk	Kultursommer Summarum	16.000,00 €
Kulturkraken e.V.	Lichter der Neustadt	10.000,00 €
CSD Bremen + Bremerhaven e. V.	CSD 2023	12.000,00 €
SummerSounds	SummerSounds 2023	15.000,00 €
Kulturnetz e.V.	Bremer Zine Festival 2023	5.000,00 €
Vegesack Marketing e.V.	Festival Maritim	50.000,00 €
Kunsthalle Bremen	Geburtstagsgäste Monet bis van Gogh	100.000,00 €
Weserburg Museum für moderne Kunst	Kay Rosen	30.000,00 €
Museen Böttcherstraße Stiftungs GmbH	Die Maler des heiligen Herzens	30.000,00 €
Übersee-Museum Bremen	Buddhismus	40.000,00 €
Die Deutsche Kammerphilharmonie Bremen	Sommer in Lesmona	45.000,00 €
Messe Bremen & ÖVB Arena	jazzahead!	50.000,00 €
Bremer Shakespeare Company	Shakespeare im Park	10.000,00 €
Wellenschlag Text- und Verlagskontor	Bremen liest 2023 - Die 6. Bremer Literaturnacht	5.000,00 €
Hochschule Bremen	Poetry on the Road 2023	10.000,00 €
Filmfest Bremen e.V.	8. Filmfest Bremen	20.000,00 €
<b>Gesamt:</b>		<b>623.000,00 €</b>

### Erläuterungen 2023

Alle geförderten Veranstaltungen fanden statt und wurden von knapp 657.000 Personen besucht. Drei Ausstellungen enden erst in 2024.

### Veranstaltungsförderung Sport

Die Sportveranstaltungsförderung 2023 wurde durch eine Sitzung des Vergabeausschusses am 11.10.2022 per Videokonferenz beschlossen. An der Sitzung nahmen stimmberechtigt Herr Staatsrat Jan Fries (Senator für Soziales), Herr Dr. Dirk Kühling (Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa) und Herr Oliver Rau (Geschäftsführer Marketing und Tourismus WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH) sowie als Gast Herr Jens Joost-Krüger (Projektleitung Veranstaltungsförderung der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH) teil.

Für die Sportveranstaltungsförderung stand ein Etat in Höhe von 252.250 Euro zuzüglich 16.000 Euro aus abgerechneten Projekten der Vorjahre, also insgesamt 268.250 Euro zur Verfügung.

Der Vergabeausschuss beschloss die Förderung von zehn Sportveranstaltungen, davon eine Veranstaltung, die Deutschland Tour, im Nachrückverfahren.

Träger:in	Projekt	Fördersumme
SV Bremen 10 e.V.	3. Werdersee Swim&Run 2023	2.000,00 €
Bremer Hockey Club e.V.	Meet the Best.-Hockey Länderspiele der Damen	20.000,00 €
Deutscher Basketball Bund e.V.	3x3 Bremen Masters 2023	30.000,00 €
Spospom GmbH	GEWOBA City Triathlon Bremen 2023	19.000,00 €
Spospom GmbH	Roland Klinik SUP Event am Werdersee	15.000,00 €
Grün-Gold-Club e.V.	Tanzsportturnier	20.000,00 €
ATS Buntentor Bremen e.V.	Kuhcross	4.800,00 €
NBO Event GmbH	German Beach Tour 2023	38.000,00 €
Happy Skater - elements of sports GmbH	25 Jahre Skate Nights Bremen	5.000,00 €
Gesellschaft zur Förderung des Radsports mbH	Deutschland Tour/Radsportevent	199.000,00 €
<b>Gesamt:</b>		<b>352.800,00 €</b>

### Erläuterungen 2023

Eine Veranstaltung hat nicht stattgefunden, eine zweite hat die Förderung nicht in Anspruch genommen. Die acht verbleibenden Veranstaltungen zählten 67.250 Besuchende.

#### 3.2 Lange Nacht der Museen/Museumsmarketing

Die Lange Nacht der Bremer Museen konnte nach Corona bereits das zweite Mal wieder stattfinden. Am 3. Juni 2023 beteiligten sich 28 Museen und Ausstellungshäuser, davon sechs im Bremer Norden, mit kulturspartenübergreifenden Programmen und teils barrierefreien Angeboten an der Langen Nacht der Museen. Die WFB förderte die Veranstaltung mit Marketing und Kommunikation sowie die Verkehrsverbindungen zwischen den Häusern (VBN, Schiffs- und Busshuttle, Bike Citizens – Rad-

Navigation, geführte Bike it!-Radtouren). Mit knapp 15.100 Besuchen und über 4.100 verkauften Eintrittsbändern konnte die Resonanz im Vergleich zum Vorjahr deutlich gesteigert werden, blieb jedoch noch unter dem Vor-Corona-Niveau. Insgesamt wurden gut 26.300 Euro ausgegeben.

### **3.3 Ausstellung Haus der Wissenschaft (HdW)**

Für die Ausstellungen „3.688 Meter unter dem Meeresspiegel“ und „Forschung im Fokus“ wurden über dieses Budget Außenwerbung, Folienbeschriftungen und Ausstellungstafeln für 3.400 Euro finanziert.

### **3.4 Hans Diers Marketing Symposium**

Unter dem Titel „Marketing nicht nur nach Bauchgefühl – Mehrwerte aus Daten schaffen“ fand am 17. und 18. April das 11. Fachsymposium zum Thema modernes Kulturmarketing in der Kunsthalle Bremen statt. Kunstverein in Bremen, markt.forschung.kultur (Hochschule Bremen) und die WFB sind gemeinsam Veranstaltende des inzwischen etablierten Symposiums.

Auch 2023 hat das Institut markt.forschung.kultur (Hochschule Bremen) am Tag vor der Veranstaltung in der Kunsthalle für einen begrenzten Teilnehmer:innenkreis ein Seminar/Workshop zum Symposium-Thema mit einem Fachreferenten angeboten.

Die Veranstaltung wurde aus Mitteln des Standortmarketings mit etwa 10.300 Euro unterstützt.

### **3.5 Freimarktumzug**

Der 54. Freimarktumzug fand am 21.10.2023 statt. Der Start des ca. 2.500 m langen Umzugs mit über 4.000 Teilnehmenden in 37 Laufgruppen und 91 Umzugswagen war ab 07.30 Uhr in der Gastfeldstr. (Einfahrt vom Kirchweg). Pünktlich um 10.00 Uhr wurde der Startschuss an der Ecke Pappelstr./Friedrich-Ebert-Str. gegeben.

Mit Eintreffen der Zugspitze um 11.00 Uhr in der Obernstr. begann auch die Live-Übertragung per Livestream durch Radio Bremen. Die Übertragung erfolgte in diesem Jahr ebenfalls Live im TV. Die Jury unter Leitung des Präsidentin der Bremischen Bürgerschaft, Antje Grotheer, war mit Staatsrat Martin Bialluch, Oliver Rau, der Pastorin Ingrid Witte, einer Redakteurin des Weser-Kuriers sowie zwei aus einer Ausschreibung in sozialen Medien zugelosten Personen besetzt und nahm ihre Aufgabe von der Bühne vor den Domtreppen wahr.

Der Streckenverlauf insgesamt wurde wie im Vorjahr genehmigt (Gastfeldstr., Pappelstr., Langemarkstr., Brill, Hutfilterstr., Obernstr., Marktplatz, Domshof, Schüsselkorb, Herdentorsteinweg bis Breitenweg).

Nach Beendigung des Umzugs fand gegen 14.30 Uhr die Siegerehrung durch die Jury im Bayernzelt statt. Moderiert wurde sie von Christina Looock und Dirk Böhling.

Der 53. Bremer FU fand vor über 100.000 Zuschauenden am Rande der Strecke großes Interesse und vermittelte wieder die begeisterte Teilnahme. Das Erscheinungsbild des wieder in großer Besetzung stattgefundenen FU fand insgesamt ein positives Medienecho.

Die Kosten des Umzuges konnten insgesamt in dem geplanten Rahmen gehalten werden. Erneute Kostensteigerungen, insbesondere der Sanitätsdienst und das THW, wurden weitgehend durch Einsparungen an anderer Stelle kompensiert.

Für den Freimarktumzug fielen in 2023 insgesamt 60.000 Euro an.

### **3.6 Wissenschaft auf der Maritimen Woche**

Die Forschungsmeile an der Schlachte im Rahmen der Maritimen Woche hat sich seit 2015 erfolgreich entwickelt und sich als Leistungsschau der bremischen Forschung etabliert. Die Präsentation ist die einzige Freiluftveranstaltung, die die umfassende und vielfältige Forschungslandschaft Bremens mitten in die Bremer Innenstadt bringt und damit besonders nahe an die Öffentlichkeit heranführt.

Vor dem Hintergrund der großen Erfolge der letzten Jahre konnten durch eine finanzielle Förderung der WFB 2023 erneut 20 Pagodenzelte und Freiflächen mit 20 Einrichtungen an der Unteren Schlachte platziert werden.

Bremens Forschung präsentierte sich als bester Ort für die Nachwuchsförderung und vermittelte den Spaß an wissenschaftlichen Berufsfeldern. Passend zur Forschungsmeile fand im Rahmen der Maritimen Woche am 12.09.23. eine kostenfreie Podiumsdiskussion in der Hochschule für Nautik statt mit dem Thema: Die Stadtbremischen Häfen Geschichte, Gegenwart und Nachhaltigkeit.

Für die Maritime Woche fielen in 2022 insgesamt 12.000 Euro an.

### **3.7 Musikfest**

Die Eröffnungsveranstaltung „Eine große Nachtmusik“ des Musikfestes Bremen wurde vom TV-Sender Arte aufgezeichnet, so entstand eine überregionale Kommunikation und PR-Aktion. Diese wurde mit 25.000 Euro unterstützt.

### **3.8 Volksfeste: Osterwiese, Freimarkt, Weihnachtsmarkt**

Für die Osterwiese, den Bremer Freimarkt und den Weihnachtsmarkt hat das Standortmarketing der WFB im Jahre 2023 wieder die Werbemaßnahmen durchgeführt. Die umlagefinanzierte Werbung

beruht auf klassischen Maßnahmen wie Außenwerbung, Anzeigen und Funk. Hinzukamen Maßnahmen im Online-Marketing. Der Etat des Freimarktes hatte eine Höhe von etwa 104.600 Euro. Für die Osterwiese betrug er 62.700 Euro. Der Weihnachtsmarkt wird innerhalb der Citykampagne intensiv in der Region beworben, so dass hier lediglich ein Etat von 24.000 Euro für weitere Maßnahmen anfällt. Für die drei Volksfeste wird außerdem in anderen großen Städten geworben. Hierzu zählen Hamburg, Hannover, Osnabrück, Münster, Dortmund und Oldenburg.

Getragen wurden die Kosten komplett durch die Werbeumlage des Stadtamtes bei den Schausteller:innen.

#### **4 Markenwerbung/Allgemeines Marketing**

Unter dieser Position summieren sich vor allem Leistungen für technische Unterstützung, Fotoaufnahmen, Luftbilder und Bildrechte; für Websites der WFB als auch Printprodukte oder die Monitor-Stele am Flughafen. Hinzu kommt noch Reinzeichnungsaufwand. Die Kosten betragen etwa 13.000 Euro.

#### **5 bremen.de/Kultur**

Mit den Mitteln aus dem Standortmarketing (40.000 Euro) ist die Darstellung in der Kultur-Rubrik auf dem Stadtportal [www.bremen.de/kultur](http://www.bremen.de/kultur) verbessert worden. Nach den in den vergangenen Jahren optimierten Eingabemöglichkeiten im Backend, standen 2023 die Entwicklung in Dein Bremen Guide ([www.dein-bremen-guide.de](http://www.dein-bremen-guide.de)) und Social Media im Vordergrund. So sind viele Videos für die Sozialen Medien erstellt und publiziert worden - zwei bei TikTok veröffentlichte Videos über die Kunsthalle ([www.tiktok.com/@visitbremen/video/7260147104134204699](https://www.tiktok.com/@visitbremen/video/7260147104134204699)) und SummerSounds ([www.tiktok.com/@visitbremen/video/7240407386693897498](https://www.tiktok.com/@visitbremen/video/7240407386693897498)) seien besonders erwähnt. Dein Bremen Guide ist um weitere Karten ergänzt worden, die Veranstaltungshighlights sind z.B. gesondert herausgestellt worden.

Ein bedeutender Anteil der Arbeit wurde für die redaktionelle Betreuung der von den Nutzerinnen und Nutzern eingetragenen Veranstaltungen aufgewendet, welche kontinuierlich auf ihre Qualität hin überprüft werden müssen. Darüber hinaus umfasst dieser Aufgabenbereich auch die Verwaltung des E-Mail-Postfachs [info@bremen.de](mailto:info@bremen.de), an das zahlreiche Akteur:innen ihre Ankündigungen senden.

#### **6 Unvorhergesehenes**

Auch in 2023 werden, wie in den Vorjahren, in dieser Rubrik wieder eine Vielzahl von Kostenpositionen zusammengefasst, auch in 2023 zumeist kleinere Maßnahmen wie Außenwerbung, hauptsächlich Moskito-Belegung und PVR für diverse Veranstaltungen, Anzeigen, Banner, Luftaufnahmen,

Druckvorlagen, Übersetzungen, Textarbeiten, Fotorechte usw. Es werden aus diesem Budget aber auch Projekte und Maßnahmen (mit-)finanziert. Diese wurden zumeist durch Kostenbeteiligungen oder Einkauf werblicher Leistungen unterstützt: Offene Ateliers in der Neustadt (2.000 Euro), Buch Bamberger Familie (1.000 Euro), Programmheft Sendesaal 2023 und 2024 (2x2.500 Euro), Heimat Shoppen (2.000 Euro), VBN Naherholungskampagne (1.000 Euro), Bremer Odessa Tage (2.850 Euro), Kunstwerk im Viertel (3.000 Euro), GAK: 50 Jahre Kunst im öffentlichen Raum (2.000 Euro).

Für Unvorhergesehenes fielen in 2023 insgesamt knapp 49.500 Euro an.

## **7 Marktforschung**

Wie in 2022 hat die WFB auch 2023 eine Untersuchung zum Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Städte Bremen und Bremerhaven in Auftrag gegeben. Zudem wurde eine Publikumsbefragung beim Musikfest durchgeführt. Im Rahmen der Identitäts- und Imageanalyse Bremens durch die Universität Bremen wurde eine Zielgruppenerweiterung um Unternehmen durchgeführt. Der damit verbundene zusätzliche Aufwand wurde aus diesem Budget getragen. Insgesamt fielen Kosten in Höhe von etwa 44.000 Euro an.

## **8 Maßnahmen Bremen-Nord**

Auch 2023 wurde die Vereinbarung mit Vegesack Marketing e.V. aus 2015, die Kommunikation des Mittelzentrums als Einkaufs- und Erlebnisstandort unter dem Label „Vegesack – Mit Herz und Hafen“ mehrjährig zu unterstützen, weiter umgesetzt. Darunter fielen Agenturleistungen (auch online), Anzeigenwerbung (Bremen und Nordbremer Umland) für Vegesacker Events (z.B. Hökermarkt, Kinderfest, Matjestag, Festival Maritim, Vegefest, Winterspaß). 2023 wurden dafür gut 60.000 Euro bezahlt.

Wie in den Vorjahren hat der Wirtschafts- und Strukturrat Bremen-Nord (WiR) die Neuausrichtung des Marketings für den Stadtbezirk sowohl ideell als auch durch eigene Aktivitäten und vor allem personell intensiv begleitet und konzeptionell unterstützt. Dieses gilt besonders für die fortgeführte und erfolgreiche Umsetzung des Freizeit- und Naherholungskonzepts Bremen-Nord (FuNK). WiR und WFB arbeiten auf der Grundlage eines Partnerschaftsvertrags zusammen. Er sieht eine monatliche Abgeltung des Aufwands des WiR in Höhe von 1.000 Euro vor. Der WiR ist dafür nach wie vor ein kompetenter Partner, weil er sich als Vertreter aller drei Stadtteile im Bremer Norden versteht. Für 2023 entstanden, wie in den Vorjahren, Kosten in Höhe von 12.000 Euro.

Nach Corona wurden in 2023 endlich wieder weitere Veranstaltungen durchgeführt und (werblich, zumeist Anzeigen und Plakatierung) unterstützt. Dazu gehörten: Vegesacker Markt, Weihnachtszauber Kränholm, Unternehmenspreis Bremen Nord, Folk im Park, die Pappbootregatta, Lesumer Dixieland-

Festival und Skulpturenausstellung „Schwebende Wasser“ in Knoops Park. Zudem wurde die Aufstellung des touristischen BAB-Schildes für den Denkort Bunker Valentin bezahlt. Insgesamt kosteten die in diesem Absatz beschriebenen Maßnahmen etwa 43.600 Euro.

Die Gesamtkosten für das beschriebene Maßnahmenpaket Bremen-Nord betrugen knapp 116.000 Euro.

## **9 Zusätzliche Projekte**

### **9.1 Deutschland-Tour**

In 2023 kehrte der große Radsport nach Bremen zurück: Am 27.08.2023 endete die vierte und Finaletappe der Deutschland Tour, Deutschlands größtem Etappenradrennen der Männer-Straßen-Elite, in der Bremer Überseestadt. 120 Radprofis starteten in Hannover und beendeten das Rennen auf drei Zielrunden und der Zieldurchfahrt in einem Sprint Royal in der Überseestadt. Begleitet wurde die Finalankunft von einer Radsport- und Freizeit-Expo um den Schuppen Eins und einem Rahmenprogramm aus fahrradspezifischen Mitmach-Formaten für Kinder und Erwachsene: Eine geführte Radtour, eine Bike-Parade auf der Zielrunde, ein Laufradrennen und ein Raderfahrungsparkour brachten viele große und kleine Menschen auf das Fahrrad.

Die TK Cycling Tour, das Breitensportrennen der Deutschland Tour, fand in diesem Rahmen ebenfalls statt und brachte 2.300 teilnehmende Radsportlerinnen und Radsportler aus allen Leistungsschichten auf eine Strecke. Der Start erfolgte am Weserstadion und brachte die Teilnehmenden auf eine Strecke ins niedersächsische Umland und zurück nach Bremen in den Zielbereich in der Überseestadt.

Die Streckenführung, sowohl des Profi- als auch des Breitensport-Rennens, im bremischen Stadtgebiet verlief von Arsten durch Habenhausen, über die Karl-Carstens-Brücke und den Osterdeich im Bremer Zentrum, über den Marktplatz und am Wall entlang in die Überseestadt. Den Zielstrich überfuhren alle Teilnehmenden, sowohl des Profi- als auch des Breitensportrennens, auf der Konsul-Smidt-Straße. Die Nachzielverpflegung fand vor Schuppen Eins statt, die Team-Area war auf dem Gelände der Firma Vollers am Speicherhof eingerichtet.

Der Tag zählte neben den 2.770 aktiven Radfahrenden etwa 10.000 Besucher:innen auf dem Expo-Gelände in der Überseestadt und weitere etwa 30.000 Menschen entlang der Strecke der 4. Etappe.

Das Marketing fand regional und überregional mit Anzeigen- und Social Media- Kampagnen statt, mit Plakatierungen im Stadtraum auf Großflächen und City Lights, mit redaktionellen Beiträgen in regionalen und überregionalen Magazinen und Zeitungen und über die Kanäle des Veranstalters, der Gesellschaft zur Förderung des Radsports mbH.

Zur Veranstaltung akkreditiert waren 300 Medienvertreter:innen, 42 Presse- und Bildagenturen, 13 TV- und Radiosender sowie 24 New Media Akteur:innen. Die Etappe wurde live im ZDF übertragen und brachte 35 Minuten Live-Bilder aus Bremen. Erreicht wurde ein Marktanteil von 9,8 % bei Einschaltquoten von durchschnittlich 1,25 Mio. Zuschauenden. YouTube-Liveübertragungen generierten 40.000 Klicks, es gab eine große Resonanz auf den weiteren Social Media Plattformen.

Im Vorfeld beteiligte sich die WFB mit der Organisation des zentralen Organisationskomitees und sorgte damit für die notwendige Vernetzung der Veranstalterin mit den unterschiedlichen Behörden, Institutionen, umsetzenden Agenturen und weiteren Akteurinnen und Akteuren aus den Bremer Radsportverbänden. Sie organisierte die Flächen und Gastropartner:innen, war Hauptansprechpartnerin für die Veranstalterin und Drehkreuz für alle bremen-spezifischen Marketingmaßnahmen.

Für die Deutschland-Tour fielen aus diesem Budget in 2023 insgesamt 188.250 Euro an.

## **9.2 Binnenmarketing (Identitätsmarketing)**

Die neue Stadtmarketingkampagne „Mein Bremen ist echt“ soll Bremerinnen und Bremern Lust machen, ihre eigene Stadt neu zu entdecken – abseits der klassischen touristischen Sehenswürdigkeiten zwischen Stadtmusikanten und Schlachte. Dafür hat die WFB Bremerinnen und Bremer ausgesucht, die ihre Lieblingsorte empfehlen und sich dort fotografieren lassen. Diese Motive wurden dann im November und Dezember in die Marketingkampagne „Mein Bremen ist echt“ integriert und über digitale Großflächenplakate, auf den Monitoren der Straßenbahnen und Busse der BSAG und auf Screens in Bremer Einkaufszentren ausgespielt. Zusätzlich wurden die Social-Media-Kanäle der WFB mit diesen Motiven bespielt. Insgesamt wurde hierfür ein Budget in Höhe von 20.041 Euro eingesetzt.

## **9.3 Bremer Jazzpreis**

In 2023 fand die Preisverleihung Deutscher Jazzpreis zum zweiten Mal in Bremen statt. Dieser renommierte und herausragende Preis wurde im thematischen und zeitlichen Zusammenhang mit der jazzahead! verliehen und verschaffte der Veranstaltung so noch einen zusätzlichen Push in der internationalen Wahrnehmung.

Die Verleihung wurde mit 100.000 Euro unterstützt.

## **10 Bremerhavener Projekte**

Die Verstärkungsmittel ermöglichen es Bremerhaven sich im Markt aufzustellen und das Tourismus-Marketing weiter auszubauen. Bremerhaven wird durch die Verstärkungsmittel vermehrt regional,

überregional und global beworben. 2023 wurde neben dem Schwerpunkt des Reisens mit maritimem Charakter vermehrt auf Nachhaltigkeit und Barrierefreiheit mit einer breiten Angebotspalette gesetzt.

Ein Teil der Übernachtungen, Ankünfte, verkauften Tickets und Leistungen sind also durch die Verstärkungsmittel möglich. Die Gäste nutzen die Online-Auftritte, um sich im Vorfeld für ihren Besuch Anregungen zu holen. Das stark wachsende Marktsegment Soziale Medien gewinnt immer mehr an Bedeutung. Bremerhaven bespielt hier erfolgreich die Kanäle Facebook, Instagram sowie X (ehemals Twitter) und Pinterest. Ergänzt wird dieser Bereich durch den eigenen Blog [www.logbuch-bremerhaven.de](http://www.logbuch-bremerhaven.de). Auf diesem sind auch regelmäßig Podcasts zu aktuellen Themen und Bremerhavener Persönlichkeiten aus Sport, Wissenschaft, Gastronomie u.v.m. zu hören. Auf [www.youtube.com/erlebnisbremerhaven](http://www.youtube.com/erlebnisbremerhaven) werden aktuelle Veranstaltungen und Ereignisse dargestellt. Weiterhin vermitteln die zahlreichen Clips und Videos den Gästen einen Eindruck der Seestadt und geben einen Überblick über die Vielfalt des Erlebbaren und der Sehenswürdigkeiten.

Durch die stetige Weiterentwicklung der Homepage, der Social Media-Kanäle und des Buchungssystems für Unterkünfte, Arrangements sowie des Ticketingsystems und umfassenden Veranstaltungskalenders sowie der Hinweise zur Barrierefreiheit ist es gelungen, dem Gast im Vorfeld die Planung und Buchung eines auf ihn zugeschnittenen Urlaubs zu erleichtern. Neben Hotelunterkünften suchen Gäste verstärkt nach Ferienwohnungen, Privatunterkünften und Reisemobil-Stellplätzen. Bremerhaven baut die Beliebtheit als Reisemobil-Standort stetig aus, sodass neue Stellplätze entstanden sind und das Angebot weiter ausgebaut wird. Das Unterkunftsbuchungssystem wird ständig erweitert. Hier ist Bremerhaven als zentraler Administrator auch für etliche Partner:innen des Umlandes tätig.

Mit den beiden Dachmarken „Bremen – Mehr als Märchen!“ und „Bremerhaven – Hier ist das Meer los.“ sowie für Bremerhaven mit den Tourismusarealen „Havenwelten Bremerhaven“, „Schaufenster Fischereihafen“ und den Hafenbereichen gelingt es, das besondere und eigenständige maritime Profil Bremerhavens im Marketing hervorzuheben und zu verdeutlichen und trotzdem zusammen mit dem unterschiedlichen Profil Bremens eine klare Zusammengehörigkeit und Gemeinsamkeit darzustellen. Beide individuellen Standort-Profile stehen klar nebeneinander und sind trotzdem zusammengehörig. Dieses ist insbesondere bei gemeinsamen Aktionen und Auftritten von großer Bedeutung und zeigt unmissverständlich die gemeinsame Strategie. Der Gast schätzt hierbei die unterschiedlichen Stadtprofile von Historie und Maritimität, die sich hervorragend ergänzen.

„Bremerhaven – Hier ist das Meer los.“ in Kombination mit den verschiedensten Nutzenangeboten werden konsequent in den Vordergrund gestellt (Print, Internet, PR, Social Media etc.). Diese Marke wird ergänzt um die „Havenwelten Bremerhaven“, die alle touristisch relevanten Inhalte und Ziele

zwischen Weser und Geeste, südlicher Innenstadt und südlichem Kaiserhafen als ein erlebbares Tourismusareal mit hochkarätigen Attraktionen und Sehenswürdigkeiten zusammenfassen sowie um das „Schaufenster Fischereihafen“ mit dem Areal rund um den Fischereihafen I.

Die seit Beginn der Verstärkung des Standortmarketings definierten Strategien und Projekte werden konsequent weiterentwickelt und umgesetzt. Zentrales Ziel war und ist es, Bremerhaven als maritimen Tourismusstandort, Reiseziel und Tagungsort zu profilieren und dieses Profil bestmöglich zu etablieren und zu stärken. Die Gäste, ob Tagesbesucher:innen oder Übernachtungsgäste, erwarten ein maritimes und authentisches Erlebnis. Dieses erfüllt Bremerhaven, und auch die neuen Projekte und Angebote werden dieser Strategie gerecht. Der Gast erwartet in der Seestadt Bremerhaven Hafenerlebnis, Wissens- und Erlebniswelten, Fischerlebnis und außergewöhnlichen Orte für Tagungen und Kongresse (MICE), was in den verschiedenen touristischen Arealen auch auf unterschiedlichste Art erlebbar und anschaulich gemacht wird. Weiterhin profitieren die Gäste mit Allergien von der reinen Seeluft und die Besucher:innen mit Mobilitätseinschränkungen von der ebenen Beschaffenheit Bremerhavens. Bremerhaven ist es wichtig, Barrieren abzubauen und somit einen Komfort für alle Personen zu schaffen. Vor diesem Hintergrund wurden bereits 29 Betriebe nach dem bundesweit einheitlichen System „Reisen für Alle“ von unabhängigen Prüfenden zertifiziert. Vom ersten Kontakt des Interessenten bis hin zum tatsächlichen Erleben des Besuchers vor Ort: Der Gast wird im Sinne von „Bremerhaven – Hier ist das Meer los.“ konsequent in diese Richtung geführt und informiert.

Die maritimen Erlebnisse, die die Gäste der Seestadt Bremerhaven erleben und erkunden möchten, sind in den „Havenwelten Bremerhaven“: Das Klimahaus Bremerhaven, das Deutsche Auswandererhaus Bremerhaven mit wechselnden Sonderausstellungen, das Deutsche Schifffahrtsmuseum mit der Kogge-Halle sowie den Wechselexpositionen, das U-Boot „Wilhelm Bauer“, der Museumshafen, der Zoo am Meer mit dem Nordseeaquarium, das „Schulschiff Deutschland“, die südliche Innenstadt mit dem Kunstmuseum, der Kunsthalle und dem Stadttheater, das Schaufenster Fischereihafen – der maritimen „Fischmeile“ – mit dem beliebten Fischkochstudio, FMS „Gera“, der Phänomenta, dem Theater im Fischereihafen, dem Figurentheater, dem Rundgang „Fisch-Happen-Tour“ und „Schaufenster Fischereihafen“, die Erkundung der Überseehäfen mit dem HafenBus und Barkassen, der Container-Aussichtsturm sowie das Historische Museum Bremerhaven mit wechselnden Ausstellungen, diverse Hafen- und Weserrundfahrten bis hin zu einem gut ausgebauten Radwegenetz und Wanderweg und maritime Veranstaltungen.

Unter der Dachmarke „Bremerhaven – Meer erleben“ wurden in 2023 folgende Projekte abgewickelt, die im Wesentlichen bereits analog in den Vorjahren durchgeführt/realisiert wurden.

Folgende Maßnahmen zählen zum ergänzenden Standortmarketing Bremerhaven:

- Herstellung und Vertrieb allgemeiner und spezieller Druckwerke, Publikationen und Produkte (Flyer, Broschüren, Prospekte, Journale, Funkwerbung, Spots, Clips, Bremerhaven-Seiten in verschiedenen Publikationen zu Attraktionen und Veranstaltungen sowie Imagepflege für etwa 127.000 Euro.
- Fortführung und Ergänzung der Wegweisung an beispielsweise Autobahn, Einrichtung und Betrieb zentraler Infopunkte/Tourist-Infos und Plakatierungen. Die umfassenden Hinweise an touristischen Knotenpunkten nahmen ca. 16.600 Euro in Anspruch.
- Ausbau der Sozialen Medien und Pressearbeit mit Clips, Videos, Kampagnen, Gewinnspielen für rund 15.000 Euro.
- Die Durchführung von Promotion- und Auslandsaktivitäten mit Messen, Präsentationen, Giveaways etc. beläuft sich auf 15.300 Euro.

Die Kosten für die Bremerhavener Projekte betragen insgesamt rund 174.000 Euro.

<b>Vorlage Nr. 26/2024</b>		
für die Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft.		
Beratung in öffentlicher Sitzung:	<b>ja</b>	Anzahl Anlagen: 4

**Bund-Länder Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW)**

**Planung und Umsetzung der Erschließung des kleinteiligen Gewerbegebietes Weserportstraße in Bremerhaven**

**Hier: Bericht zu Mehrkosten und deren Finanzierung**

**A Problem**

Der Magistrat der Stadt Bremerhaven hat im Jahr 2018/2019 durch das Büro regecon Gesellschaft für regionalwirtschaftliche Forschung und Beratung mbH eine Aktualisierung des Gewerbeflächenkonzeptes für Bremerhaven durchführen lassen. Im Ergebnis wurden unter anderem die zeitnahe Schaffung zusätzlicher Flächenangebote im Norden und in der Mitte der Stadt sowohl für kleinteiliges Gewerbe als auch für Großansiedlungen aus dem Bereich Logistik und Industrie empfohlen.

Den Empfehlungen entsprechend haben der Magistrat (Vorlage Nr. I/248/2019) und der Finanz- und Wirtschaftsausschuss in ihren Sitzungen am 06.11.2019 und 10.12.2019 sowie der Senat, die staatliche Deputation für Wirtschaft und Arbeit sowie der Haushalts- und Finanzausschusses (Land) am 19.11.2019, 04.12.2019 und 06.12.2019 Mittel für die Erschließung der Flächen „Seeborg“ im Gewerbegebiet Luneort sowie „Weserportstraße“ nördlich des Gewerbegebiets Carl-Schurz-Kaserne für kleinteiliges Gewerbe bereitgestellt.

Seit 2020 wurden die Beschlüsse im Zusammenhang mit den Flächen „Seeborg“ realisiert. Im Ergebnis stehen im Gewerbegebiet Luneort 5 ha für die Ansiedlung von kleinteiligem Gewerbe zur Verfügung.

Demgegenüber hat sich die Realisierung der Gewerbeflächen „Weserportstraße“ zeitlich stark verzögert. Darüber hinaus haben sich im Verlauf der Planungen Mehrkosten herausgestellt.

Die Fläche an der Weserportstraße liegt nahe der ehemaligen Carl-Schurz-Kaserne an der Wurster Straße und umfasst eine Bruttofläche von rd. 90.000 m<sup>2</sup> (Anlage 1). Es ist vorgesehen, auf der zu vermarkteten Fläche von rd. 49.000 m<sup>2</sup> ca. 14 Parzellen herzustellen (Anlage 2). Die Verkehrsfläche, ein Parkplatz sowie eine Kompensationsfläche (finanziert im Rahmen des Vorhabens Hafentunnel) befindet sich ebenfalls in diesem Bereich. Für das Areal liegen ein Flächennutzungsplan sowie ein B-Plan (1981) vor. Kompensation und Anbindung an das überörtliche Verkehrsnetz sind ebenfalls vorhanden.

Das Gewerbegebiet Weserportstraße eignet sich insbesondere für die Ansiedlung von Unternehmen des produzierenden und verarbeitenden Gewerbes, die grundsätzlich im Rahmen der GRW förderfähig sind. Hierunter fallen (u. a.) Unternehmen mit Tätigkeitsschwerpunkt im Bau von technischen Geräten und Anlagen, Unternehmen aus dem Bereich Nahrungs- und

Genussmittelproduktion oder Unternehmen, die vorrangig chemische Produkte, Glas oder Steine bearbeiten. Darüber hinaus ist das Gebiet für Unternehmen aus dem Dienstleistungsbereich geeignet. Hierunter sind (u. a.) Unternehmen zu nennen, die Forschungs- und Entwicklungsleistungen für die Wirtschaft oder Laborleistungen für die gewerbliche Wirtschaft erbringen.

Für die Planung und die Umsetzung der Erschließung des kleinteiligen Gewerbegebietes „Weserportstraße“ wurden Mittel in Höhe von 2.058.700 € bereitgestellt, davon 90 % (1.852.830 €) GRW und 10 % (205.870 €) kommunaler Eigenanteil Bremerhaven.

#### Zeitliche Verzögerung

Hauptursächlich für die zeitlichen Verzögerungen der Maßnahme war die deutlich verlängerte Bauzeit des Hafentunnels. Die Flächen der Weserportstraße wurden während der Bauzeit des Hafentunnels als Baustelleneinrichtungsfläche (BE-Fläche) genutzt. Aufgrund der erheblichen Verzögerungen beim Hafentunnel - u. a. benötigten die Verhandlungen zur Vergleichsvereinbarung mit der ARGE Hafentunnel einen längeren Zeitraum - war bis zur zweiten Jahreshälfte 2023 nicht absehbar, wann die Flächen der Weserportstraße zur Verfügung stehen würden. Vor diesem Hintergrund sowie der sehr ambivalenten Kostenentwicklung in den Jahren 2020 bis 2023 konnte keine verlässliche, abschließende Kostenplanung erfolgen. Erst mit der verkehrlichen Freigabe des Hafentunnels im Dezember 2023 war eine Nutzung als BE-Fläche nicht mehr erforderlich.

Darüber hinaus wurden aufgrund festgestellter Mehrkosten (s. u.) verschiedene Varianten der verkehrstechnischen Erschließung untersucht und geprüft. So wurden eine Verkürzung der zu bauenden Erschließungsstraße sowie eine Freigefälleschmutzwasserentsorgung geprüft, die entweder technisch nicht umsetzbar gewesen wären (Schmutzwasserentsorgung ohne Pumpwerk nicht möglich) oder keine ausreichenden Kosteneinsparungen erzielt hätten (kürzere Erschließungsstraße). Außerdem wären sie bezüglich der Anzahl und Zuschnitte der Grundstücke nachteilig gewesen. Durch die Variantenprüfung hat sich die Planung um etwa ein halbes Jahr verlängert.

Zudem stellte sich im Verlauf der Planungen ein erhöhter Aufwand bei der Thematik Entwässerung, insbesondere bei der Schmutzwasserentwässerung heraus, der neben Mehrkosten (s. u.) auch einen zeitlichen Mehrbedarf bedeutete.

So konnten seit der Beschlussfassung lediglich die Planungen der Leistungsphasen (Lph) 1-3 vollständig abgeschlossen werden.

#### Mehrkosten

Im Verlauf der Planungen der Leistungsphasen 1-3 ergaben sich gegenüber der Kostenschätzung Mehrkosten i. H. v. insgesamt 1.301.300 € (hier bereits die Kosteneinsparungen bei der Räumung und Altlastenbeseitigung eingerechnet). Inhaltlich sind die Mehrkosten auf folgende Positionen zurück zu führen:

##### Anlagenbau und Erschließung (+ 269.500 €)

Diese Erhöhung um rund 24 % ist durch die Entwicklung der Baupreise bedingt. Ursprünglich sollte die bauliche Umsetzung in den Jahren 2021 beginnen. Die Straßenbaukosten haben sich von Ende 2021 bis Mitte 2024 um 31 % erhöht (Quelle Statista).

##### Ver- und Entsorgung (+ 905.000 €)

Es wurde festgestellt, dass aufgrund der örtlichen Gegebenheiten eine Abwasserdruckrohrleitung sowie eine Pumpstation erforderlich sind, da eine Entsorgung im Freigefälle nicht möglich ist. Dieses Erfordernis war zum Zeitpunkt der Antragstellung nicht bekannt und ergab sich erst aus der Entwurfsplanung. Gegenüber den ursprünglich angenommenen Kosten stellen diese Mehrkosten die größte Veränderung dar.

##### Überwachung und Ingenieurleistungen (+ 109.100 €)

Die Planungskosten stehen in einem direkten Zusammenhang zu den Baukosten. In Relation zu den Baukosten sind die Planungskosten konstant geblieben.

Projektsteuerung BIS (+ 63.610 €)

Die Projektsteuerungskosten stehen in einem direkten Zusammenhang zu den Baukosten. In Relation zu den Baukosten sind die Projektsteuerungskosten konstant geblieben.

Insgesamt ist bei der Kostensteigerung zu berücksichtigen, dass seit 2020 eine allgemeine Kostensteigerung durch die Corona-Pandemie und dem Ukraine Krieg zu verzeichnen war.

#### Kosteneinsparungen

Bei der Räumung und Altlastenbeseitigung konnten Kosteneinsparungen in Höhe von 45.910 € erreicht werden.

In der Übersicht ergibt sich folgende Kostenentwicklung:

Position	Kostenansatz in EURO	
	bisher	neu
Räumung und Altlastenbeseitigung	105.910	60.000
Anlagebau und Erschließung	1.130.500	1.400.000
Ver- und Entsorgung	595.000	1.500.000
Überwachung und Ingenieurleistungen	130.900	240.000
Projektsteuerung durch BIS	96.390	160.000
<b>Brutto-Gesamtsumme</b>	<b>2.058.700</b>	<b>3.360.000</b>

Die Leistungsphase 3 ist mittlerweile abgeschlossen. Der Neuberechnete Gesamtmittelbedarf beläuft sich dementsprechend auf insgesamt 3.360.000 €. Die erstellte Kostenberechnung nach DIN 276 wurde von der zuständigen Stelle beim Senator für Bau, Mobilität und Stadtentwicklung baufachtechnisch geprüft und bestätigt. Gegenüber der im Jahr 2018 erfolgten Mittelbereitstellung in Höhe von 2.058.700 € ergeben sich Mehrkosten in Höhe von 1.301.300 €. Die geprüften Kostenberechnungen nach DIN 276 belaufen sich auf 3.360.000 € brutto.

Die Notwendigkeit kleinteilige Gewerbeflächen herzurichten besteht unverändert fort. Wie aus der beigefügten Übersicht (s. Anlage 3) zur Auslastung der bestehenden Gewerbegebiete hervorgeht, stehen in den Gewerbegebieten, die sich für kleinteilige Ansiedlungen eignen, (Poristraße, Bohmsiel, Reithufer/Luneort, [Seeborg]) aktuell 3,66 ha für die Vermarktung an kleinteiliges Gewerbe zur Verfügung. Die Flächenverfügbarkeit hat sich somit seit der ursprünglichen Vorlage zur Erschließung des kleinteiligen Gewerbegebietes Weserportstraße (November 2019) um 73 % verringert. Das belegt, dass die seinerzeit im Gewerbeflächenreport getroffenen Annahmen zum Bedarf an Flächen für kleinteilige Ansiedlungen korrekt waren und der Bedarf an den Flächen in der Weserportstraße damit inzwischen noch dringender geworden ist.

#### **B Lösung**

Aufgrund des weiterhin bestehenden, oben dargestellten Flächenbedarfes für kleinteiliges Gewerbe, soll die Erschließung des Gewerbegebietes Weserportstraße trotz der festgestellten Mehrkosten umgesetzt werden.

Die Planungsarbeiten der Leistungsphase 4 sind weit fortgeschritten. Die Planungen der Leistungsphasen 5 bis 7 sollen nach Beschlussfassung zur Finanzierung der Mehrkosten im Frühjahr 2025 abgeschlossen werden. Die bauliche Umsetzung (Lph 8) soll dann beginnen und Ende 2025 abgeschlossen sein.

Die kurze Umsetzungszeit ist darauf zurückzuführen, dass die Fläche bisher als Baustellen-einrichtungsfläche für den Hafentunnel genutzt wurde und als Bodenbereitstellungsfläche diente. Kosten- und zeitintensive Maßnahmen zur Verbesserung der Tragfähigkeit des Bodens (Aufsandung) sind nicht erforderlich, da die lagernden Bodenmassen den Boden in weiten Bereichen konsolidiert haben. Eine zeitaufwendige und kostenintensive Umsetzung von Kompensationsmaßnahmen und die Herbeiführung von Baurecht sind ebenfalls nicht erforderlich, da für die Fläche bereits ein gültiger B-Plan besteht und somit Baurecht hergestellt

ist.

Die Vermarktung der Flächen beginnt bereits mit aktueller Beschlussfassung zu den Planungs- und Umsetzungsmaßnahmen. Im Jahr 2026 werden lediglich Mittel für nachlaufende Schlussrechnungen benötigt.

Aktuell ergibt sich ausgehend vom ermittelten Gesamtbedarf in Höhe von 3.360.000 €, im Vergleich zur bisherigen Beschlusslage ein Mehrbedarf in Höhe von 1.301.300 €, davon 1.171.170 € GRW-Mittel (= 90 %) und 130.130 € (= 10%). Der Mehrbedarf für die Erschließungsmaßnahmen Weserportstraße soll auf Grundlage einer Änderung des bestehenden Zuwendungsbescheides bewilligt werden. Daher können die förderfähigen Mehrkosten mit einer Förderquote von 90 % (seit Januar 2024 liegt der Fördersatz bei 60 %) finanziert werden.

Insgesamt stellt sich die Finanzierung nach aktuellem Stand daher wie folgt dar:

	In EURO							
	2020*	2021*	2022*	2023*	2024	2025	2026	Gesamt
<b>GRW-Mittel (je 50 % Bund/Land)</b>	10.000	45.000	54.000	0	67.500	2.487.500	360.000	<u>3.024.000</u>
<b>Stadt BHV</b>	1.111	5.000	6.000	0	7.500	276.389	40.000	<u>336.000</u>
<b>Gesamt</b>	<u>11.111</u>	<u>50.000</u>	<u>60.000</u>	<u>0</u>	<u>75.000</u>	<u>2.763.889</u>	<u>400.000</u>	<u>3.360.000</u>
Davon GRW- Mehrbedarf						811.170	360.000	<u>1.171.170</u>

\* bereits abgeflossen

Die Finanzierung der Mehrkosten des Eigenanteils lässt sich aus kalkulierten Minderausgaben in gleicher Höhe bei der Planung des Gewerbegebietes Luneplate finanzieren, die in der Rücklage „Allgemeine Wirtschaftsförderung“ eingestellt sind.

#### Regionalwirtschaftliche Effekte / Wirtschaftlichkeitsuntersuchung

Zur Ermittlung der regionalwirtschaftlichen Effekte wurde im Jahr 2018 das Gewerbegebiet Poristraße als Vergleich zu bisherigen kleinteiligen Ansiedlungen herangezogen. Hier wird von einem Arbeitsplatzbesatz von ca. 37 Arbeitsplätzen/ha ausgegangen. Bei vollständiger Vermarktung der Nettofläche von 4,9 ha an der Weserportstraße ist entsprechend mit einem Arbeitsplatzbesatz von 181,3 zu rechnen. Diese Vergleichswerte sind nach Aussagen der BIS weiterhin aktuell. Die regionalwirtschaftliche ex-ante Bewertung des Senators für Finanzen ergab im Jahr 2018 unter Berücksichtigung aller öffentlichen Zuschüsse durch den Bund, durch Bremen und Bremerhaven einen kumulierten positiven Wert ab dem Jahr 2029. Durch die verzögerte Realisierung und die Mehrkosten ergibt die ex-ante Bewertung des Senators für Finanzen einen kumulierten positiven Wert ab dem Jahr 2031 (s. Anlage 4).

Der Magistrat hat in seiner Sitzung am 20.11.2024 einen entsprechenden Beschluss gefasst.

#### C Alternativen

Sollte die Maßnahme nicht weiterverfolgt werden und mittelfristig entsprechende Flächen nicht mehr angeboten werden können, ist mit Ausweichansiedlungen in die Nachbargemeinden zu rechnen. Darüber hinaus wäre das Förderziel der Gesamtmaßnahme nicht erreicht und die bereits zur Verfügung gestellten Mittel müssten zurückerstattet werden.

Neben dem Verlust zukünftiger Gewerbesteuererträgen und Grunderwerbssteuern müsste die Stadt als Zuwendungsempfängerin gegenüber dem Land damit 109.000 € zurückerstaten.

#### D Auswirkungen des Beschlussvorschlages

Die Finanzierung der Mehrkosten in Höhe von 130.130 € gehen zu Lasten der Rücklage „All-

gemeine Wirtschaftsförderung“.

Es sind keine klimaschutzzielrelevanten Auswirkungen zu erwarten. Die Eingriffe in den Naturhaushalt wurden im Rahmen der Aufstellung des Bebauungsplanes Nr. 1981 berücksichtigt.

Die Geschlechtergerechtigkeit wird sichergestellt. Der Beschlussvorschlag hat keine personalwirtschaftlichen Auswirkungen für die Stadt Bremerhaven. Ausländische Mitbürgerinnen und Mitbürger sind von dem Beschlussvorschlag in besonderer Weise nicht berührt. Die besonderen Belange der Menschen mit Behinderung und der des Sports sowie von Kindern, Jugendlichen und jüngeren Erwachsenen werden von dem Beschlussvorschlag nicht betroffen.

Der von der Vorlage betroffene Bereich liegt im stadtbremischen Überseehafengebiet. Eine Betroffenheit einer Stadtteilkonferenz kann daher nicht festgestellt werden.

### **E Beteiligung / Abstimmung**

Stadtkämmerei, BIS, Die Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation.

### **F Öffentlichkeitsarbeit/Veröffentlichung nach dem BremIFG**

Gegen eine Veröffentlichung nach dem BremIFG bestehen keine Bedenken.

### **G Beschlussvorschlag**

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss nimmt den aktuellen bisherigen Planungsstand zur Maßnahme „Weserportstraße“ und die entstehenden Mehrkosten zur Kenntnis.

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss stimmt der Finanzierung der Mehrkosten in Höhe von 130.130 € aus der Rücklage „Allgemeine Wirtschaftsförderung“ zu.

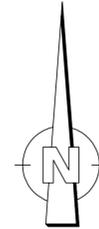
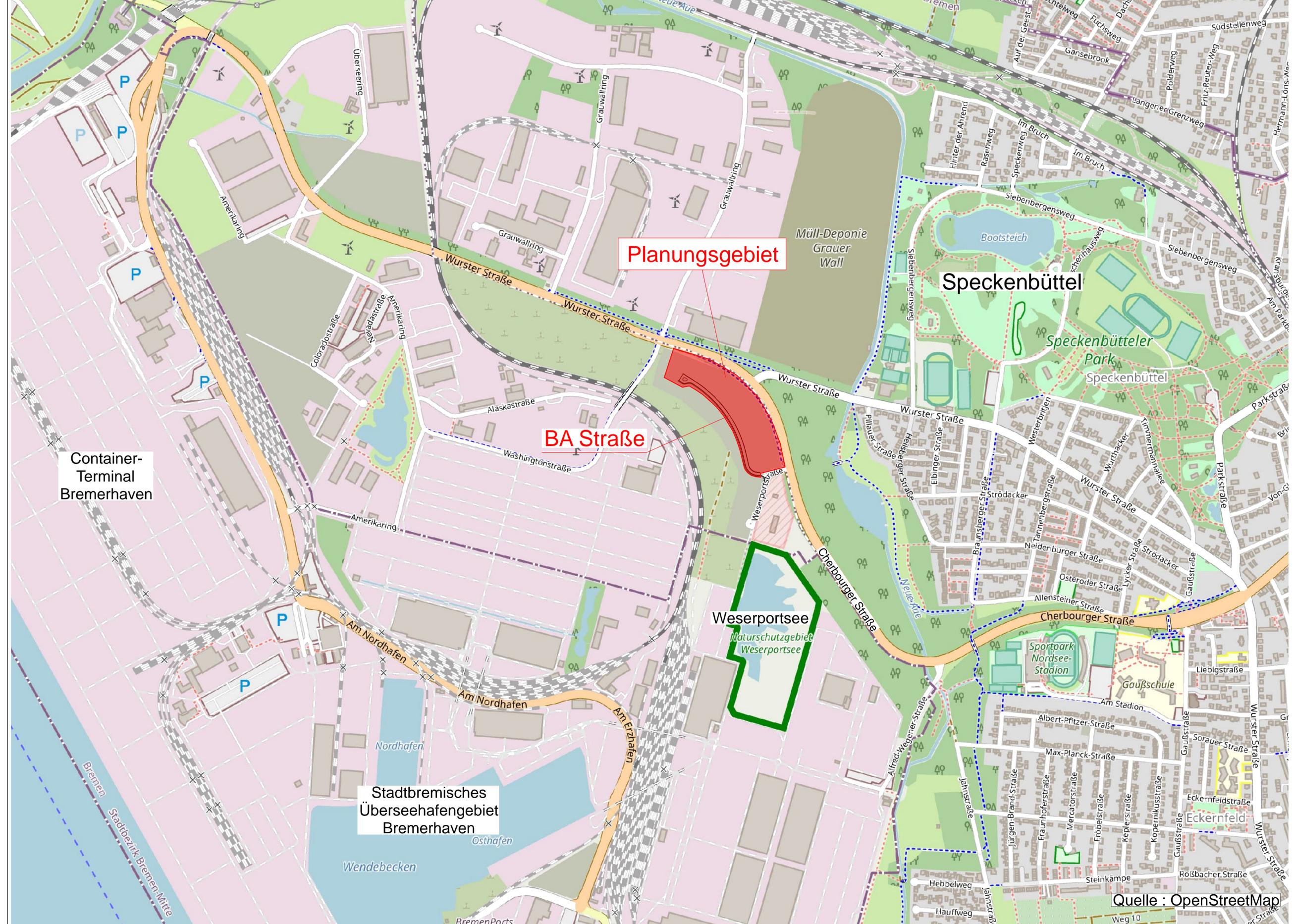
Grantz  
Oberbürgermeister

Anlage 1: Übersichtsplan

Anlage 2: Lageplan

Anlage 3: Auslastung der bestehenden Gewerbegebiete in Bremerhaven

Anlage 4: WU-Übersicht



f				
e				
d				
c				
b				
a				
	Datum	gez.	gepr.	Änderung

Auftraggeber  
**Bremshavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung**  
 Am Alten Hafen 118  
 27568 Bremerhaven

Projekt  
**Gewerbegebiet Weserportstraße**

Zeichnungsinhalt  
**Übersichtslageplan**  
**Entwurfsplanung**

Datum	Name	Projektnr.	Kennzeichnung	Maßstab:
PL Sept. 2023	VVO	0711-21-001	0711-21-001	1:5000
gez. Sept. 2023	Wolmer	Datei-Name	EP_A_5000_01_Jang.PLT	Anlage 1
gepr.		Ploteinstellung	CARD.STF	Blätter 1

Blattgröße: 103,3 cm x 59,4 cm  
 Blatt-Nr.: 1

**SWECO**

SWECO GmbH  
 Postfach 34 70 17  
 28339 Bremen  
 Karl-Friedrich-Braun-Straße 9  
 28359 Bremen  
 Telefon +49 421 2032-6  
 Telefax +49 421 2032-747

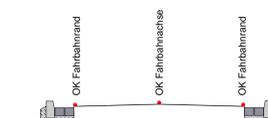
Quelle : OpenStreetMap

# Anlage 2

## Legende

- Zufahrt, Pflaster
- Gehweg, Pflaster
- Sicherheitsstreifen, Pflaster
- Parken, Asphalt
- Rinne, Betonsteinpflaster
- Fahrbahn mit Achse, Asphalt
- Rinne, Betonsteinpflaster
- Barikade
- Grünfläche
- Insel, Natursteinpflaster
- Querneigung
- Einfahrt / Zufahrt  
(Die Lage der Grundstückszufahrten werden später  
den jeweiligen Anforderungen angepasst)
- geplante Beleuchtung
- Hochpunkt mit Stationierung  
gepl. Ablauf mit Stationierung  
vorh. Ablauf
- vorh. Höhe / gepl. Höhe
- Baugrenze
- Stellplätze
- Straßenbegrenzungslinie

H = 8000 m  
T = 178,51 m  
R = 1,09 m



f				
e				
d				
c				
b				
a				
	Datum	gez.	gepr.	Änderung

Auftraggeber  
**bis** Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung  
 und Stadtentwicklung  
 Am Alten Hafen 118  
 27568 Bremerhaven

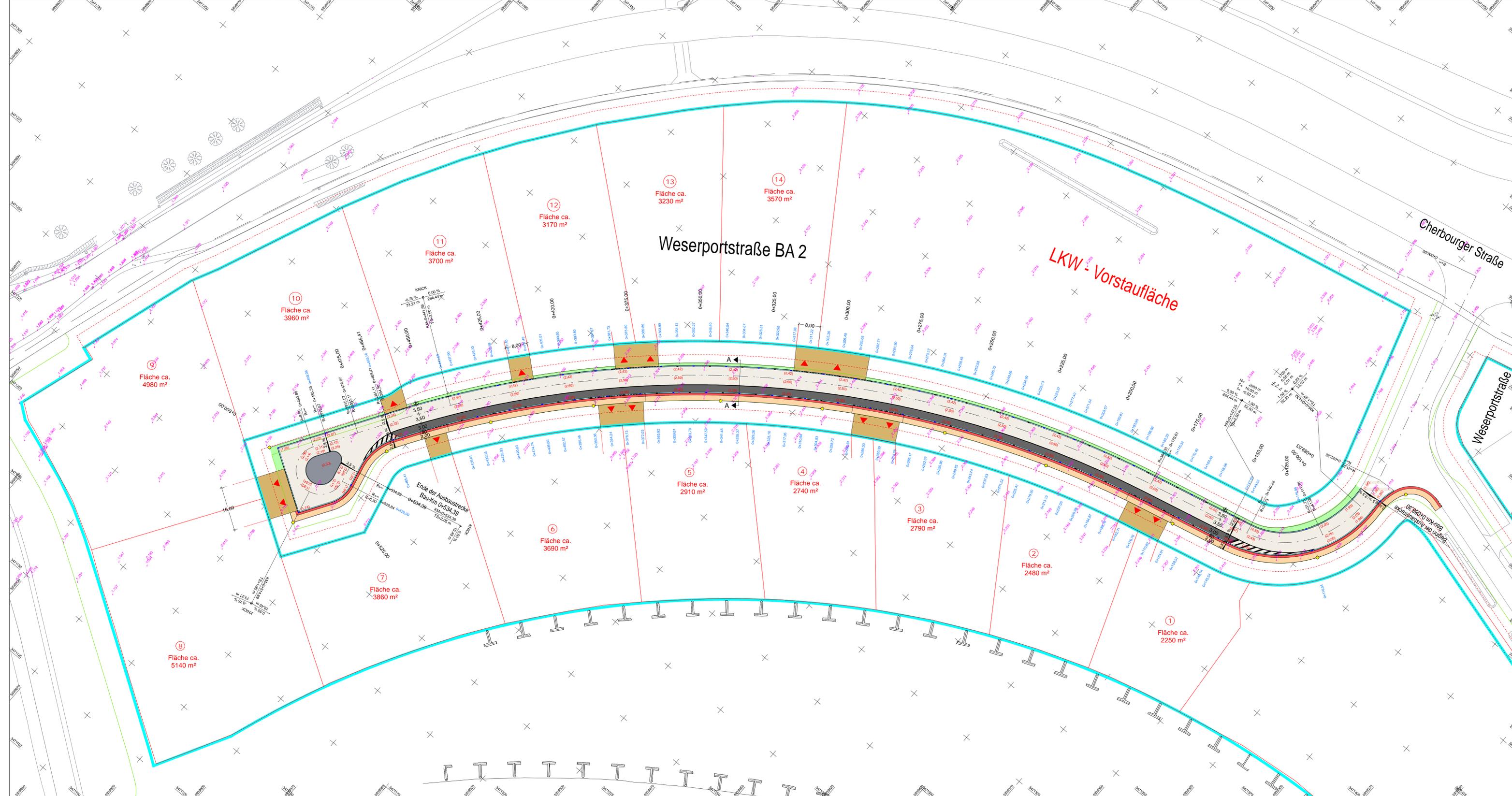
Projekt  
**Gewerbegebiet Weserportstraße**

Zeichnungsinhalt  
**Lageplan  
 Verkehrsanlagen BA 2  
 Entwurfsplanung**

Datum	Name	Kennzeichnung	Maßstab:
PL Sept. 2023	VVO	Projekt-Nr. 0711-21-001	1:500
gez. Sept. 2023	Schulz	Datei-Name EP_A_500_01_Straße_lang_PLT	Anlage 2
gepr.		Proteinstellung CARD.STF	Blätter 1
Blattgröße: 131,0 cm x 59,4 cm			Blatt-Nr. 1

**SWECO**

SWECO GmbH  
 Postfach 34 70 17  
 28339 Bremen  
 Kurt-Ferdinand-Braun-Straße 9  
 28359 Bremen  
 Telefon: +49 421 20332-0  
 Telefax: +49 421 20332-747



## Auslastung der bestehenden Gewerbegebiete in Bremerhaven

Gewerbegebiet	Bruttofläche (ca. in ha)	Dispositions reserve netto (ca. in ha)	Erläuterung Nutzungsmöglichkeiten zu Restflächen Gewerbegebiete Dispositionsreserve inkl. vermieteter und reservierter Flächen
LogInPort, Carl Schurz Bereich	150,00	1,74	Restflächen für Logistik u. hafennahes Gewerbe, Flächen nicht zusammenhängend, grundsätzlich nicht für kleinteilige Gewerbeansiedlung hergerichtet
LogInPort, Speckenbüttel Bereich	103,80	2,00*	Restflächen für Logistik u. hafennahes Gewerbe, Flächen nicht zusammenhängend, grundsätzlich nicht für kleinteilige Gewerbeansiedlung hergerichtet. *Größtenteils mit Kaufoption belegt
LogInPort, Weddewarden-Ost	52,20	16,60**	Restflächen für Logistik u. hafennahes Gewerbe, Flächen nicht zusammenhängend, grundsätzlich nicht für kleinteilige Gewerbeansiedlung hergerichtet **Alle Flächen sind verbindlich reserviert
Gewerbegebiet van Heukelum Straße	18,50	0	Komplett vermarktet
Gewerbegebiet Rudloffstraße	15,30	k. A.	Städtebauliches innerstädtisches Konzept in Bearbeitung, Restflächen keine Vermarktung
Gewerbegebiet Riedemannstraße	12,00	k. A.	Städtebauliches innerstädtisches Konzept in Bearbeitung, Restflächen keine Vermarktung
Gewerbegebiet Poristraße	9,30	0,40	Zur Verfügung stehende Restflächen für kleinteilige Ansiedlung
Gewerbegebiet Bohmsiel	69,00	2,00	Restflächen für kleinteilige Ansiedlung, Restflächen mit großflächigen Parametern, inklusive konkret reservierter Flächen
Gewerbegebiet Reithufer/Luneort (Seeborg)	4,60	1,26	Städt. Fläche für Herrichtung für kleinteilige Ansiedlung
Landeseigenes Fischereihafengebiet, südlicher Bereich Luneort	80,00	38,00	Restflächen der FBG hiervon ca. 6,70 ha verbindlich reserviert (aktuell keine kleinteiligen Gewerbefläche vorhanden)
Nachrichtlich: LuneDelta	155,00	k. A.	In Planung, erste Teilflächen nicht vor Ende 2026/Anfang 2027 verfügbar!

BIS Stand: September 24

**Anlage: Wirtschaftlichkeitsuntersuchungs-Übersicht (WU-Übersicht)**

Anlage zur Vorlage: Gemeinschaftsaufgabe zur Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur, GRW: Planung und Umsetzung der Erschließung des kleinteiligen Gewerbegebietes Weserportstraß. Hier: Bericht zu Mehrkosten und deren Finanzierung in Bremerhaven

Datum: 14.10.2024

Benennung der(s) Maßnahme/-bündels

**Gemeinschaftsaufgabe zur Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur, GRW  
Planung und Umsetzung der Erschließung des kleinteiligen Gewerbegebietes Weserportstraße in Bremerhaven  
Hier: Bericht zu Mehrkosten und deren Finanzierung in Bremerhaven**

Wirtschaftlichkeitsuntersuchung für Projekte mit  einzelwirtschaftlichen  gesamtwirtschaftlichen Auswirkungen

Methode der Berechnung (siehe Anlage)

Rentabilitäts/Kostenvergleichsrechnung  Barwertberechnung  Kosten-Nutzen-Analyse  
 Bewertung mit standardisiertem gesamtwirtschaftlichen Berechnungstool

Ggf. ergänzende Bewertungen (siehe Anlage)

Nutzwertanalyse  ÖPP/PPP Eignungstest  Sensitivitätsanalyse  Sonstige (Erläuterung)

Anfangsjahr der Berechnung: 2020

Betrachtungszeitraum (Jahre): 12 Unterstellter Kalkulationszinssatz:

Geprüfte Alternativen (siehe auch beigefügte Berechnung)

Nr.	Benennung der Alternativen	Rang
1	Bereitstellung der Mittel für Planung und Umsetzung	1
2	Keine Bereitstellung der Mittel für Planung und Umsetzung	2
n		

**Ergebnis**

Weitergehende Erläuterungen

Zur Ermittlung der regionalwirtschaftlichen Effekte wurde das Gewerbegebiet Poristraße als Vergleich zu bisherigen kleinteiligen Ansiedlungen herangezogen. Hier wird von einem Arbeitsplatzbesatz von ca. 37 Arbeitsplätzen/ha ausgegangen. Bei vollständiger Vermarktung der Nettofläche von 4,9 ha an der Weserportstraße ist entsprechend mit einem Arbeitsplatzbesatz von 181,3 zu rechnen.

Die regionalwirtschaftliche ex-ante Bewertung ergibt unter Berücksichtigung aller öffentlichen Zuschüsse durch den Bund, durch Bremen und Bremerhaven einen kumulierten positiven Wert ab dem Jahr 2031.

Zeitpunkte der Erfolgskontrolle:

1. 2026	2.	n.
---------	----	----

Kriterien für die Erfolgsmessung (Zielkennzahlen)

Nr.	Bezeichnung	Maßeinheit	Zielkennzahl
1	Fertigstellung der Planung und Umsetzung Weserportstraße	Jahr	2026
2	Einhaltung des erhöhten Kostenrahmens Weserportstraße	€	3.360.000
3	Bericht über den Stand der Vermarktung der Flächen	Bericht	1

Baumaßnahmen mit Zuwendungen gem. VV 7 zu § 44 LHO:  die Schwellenwerte werden nicht überschritten /  die Schwellenwerte werden überschritten, die frühzeitige Beteiligung der zuständigen technischen bremischen Verwaltung gem. RLBau 4.2 ist am erfolgt.

Wirtschaftlichkeitsuntersuchung nicht durchgeführt, weil:  
Ausführliche Begründung

<b>Vorlage Nr. 27/2024</b>		
für die Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft.		
Beratung in öffentlicher Sitzung:	<b>ja</b>	Anzahl Anlagen: 4

## Sachstandsbericht zum Museumshafen des Deutschen Schifffahrtsmuseums (DSM)

### A Problem

Für den Erhalt und die Instandsetzung des Museumshafens des DSM hat sich der Magistrat in 2022 für eine dauerhafte Förderung durch die Stadt Bremerhaven gemäß dem in der Stiftungsurkunde beschriebenen Verteilungsschlüssel ausgesprochen. Die mit einem Wirtschaftsplan „Museumshafen“ vom Deutschen Schifffahrtsmuseum jährlich zu beantragende Förderung wird von der Freien Hansestadt Bremen (Land) zu 2/3 und von der Stadt Bremerhaven zu 1/3 finanziert.

Das Deutsche Schifffahrtsmuseum hat für den Erhalt der Museumsschiffe in 2024 einen Bedarf in Höhe von 600.000,00 € angemeldet. Der Magistrat hat in seiner Sitzung vom 31.01.2024 die Bedarfsanmeldung zur Kenntnis genommen und der Verwendung des kommunalen Anteils in Höhe von 100.000,00 € für die Sanierung der ELBE 3 und 100.000,00 € für die Sanierung der Objekte RAU IX, SEEFALKE und Handkurbelkran zugestimmt.

Darüber hinaus hat der Magistrat der Umwidmung von Restmitteln aus der institutionellen Förderung Museumshafen 2022 und 2023 in Höhe von insgesamt 340.758,94 € und weitere Finanzmittel in Höhe von 363.939,59 € für die Finanzierung der Mehrbedarfe zur Sanierung des Feuerschiffs ELBE 3 bewilligt. Durch die Gewährung von zusätzlichen Landesmitteln hat sich der ursprünglich veranschlagte kommunale Anteil der Stadt Bremerhaven unterdessen von 363.939,59 € auf 330.606,26 € verringert.

Mit der Bereitstellung der städtischen Finanzmittel für den Museumshafen hat der Magistrat um einen Sachstandsbericht über die Verwendung der kommunalen Mittel, die für den Museumshafen und die Task Force Maritim zur Verfügung gestellt werden, gebeten.

Der Magistrat hat in seiner Sitzung am 20.11.2024 einen entsprechenden Beschluss gefasst.

### B Lösung

Im ersten Halbjahr 2024 stand in dem Geschäftsbereich „Museumshafen“ des DSM die Sanierung der ELBE 3 im Mittelpunkt. Die hierfür verwendeten kommunalen Mittel sind in der Tabelle „Projekt Grundsanierung ELBE 3“ (Anlage 1) und „Erläuterungen zum Projekt Grundsanierung ELBE 3“ (Anlage 1a) aufgelistet. Die geplante Verwendung der kommunalen Mittel in Höhe von 100.000,00 € für die Objekte RAU IX, SEEFALKE und Handkurbelkran ergeben sich aus dem Wirtschaftsplan Museumshafen 2024 (Anlage 2).

Ergänzend dazu wird in dem Bericht „Museumshafen - Sachstandsbericht zum 30.08.2024 - Institutionelle Förderung Bremerhaven“ (Anlage 3) der aktuelle Stand und die zukünftige Entwicklung des Museumshafens dargestellt.

Für die Task Force Maritim erhält das DSM keine kommunalen Mittel, da diese bei der Bremerhavener Beschäftigungsgesellschaft Unterweser mbH (BBU) angebunden ist.

### **C Alternativen**

Keine.

### **D Auswirkungen des Beschlussvorschlages**

Aus dem Beschlussvorschlag ergeben sich keine personal- oder finanzwirtschaftlichen Effekte.

Es sind keine klimaschutzzielrelevanten Auswirkungen durch den Beschlussvorschlag zu erwarten.

Die Genderneutralität wird durch den Beschlussvorschlag nicht beeinflusst

Der Beschlussvorschlag betrifft keine Stadtteilkonferenz, die informiert werden muss.

Besondere Belange von ausländischen Mitbürgerinnen und Mitbürgern, Menschen mit Behinderung oder des Sports sowie von Kindern, Jugendlichen und jüngeren Erwachsenen sind nicht betroffen.

### **E Beteiligung / Abstimmung**

Deutsches Schifffahrtsmuseum.

### **F Öffentlichkeitsarbeit/Veröffentlichung nach dem BremIFG**

Für eine Veröffentlichung geeignet. Die Veröffentlichung erfolgt gemäß den Vorschriften des BremIFG.

### **G Beschlussvorschlag**

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss nimmt die Tabelle „Projekt Grundsanierung ELBE 3“ (Anlage 1), die „Erläuterungen zum Projekt Grundsanierung ELBE 3“ (Anlage 1a), den Wirtschaftsplan Museumshafen 2024 (Anlage 2) sowie den Bericht „Museumshafen - Sachstandsbericht zum 30.08.2024 - Institutionelle Förderung Bremerhaven“ (Anlage 3) zur Kenntnis.

Grantz  
Oberbürgermeister

Anlage 1: Projekt Grundsanierung ELBE 3

Anlage 1a: Erläuterungen zum Projekt Grundsanierung ELBE 3

Anlage 2: Wirtschaftsplan Museumshafen 2024

Anlage 3: Bericht „Museumshafen - Sachstandsbericht zum 30.08.2024 - Institutionelle Förderung Bremerhaven“

Projekt: Grundsanierung ELBE 3					
<b>1 – Finanzierungsplan (Projektförderung)</b>					
zum Förderantrag vom			08.03.2024		
Der Finanzierungsplan dient als Berechnungsgrundlage für die zu bewilligende Zuwendung:			HGB		
Liste <b>aller</b> projektbezogenen Auszahlungen (*Angaben bitte <b>einzel</b> n eintragen)	Plan in €	Gesamt- Ist in € per 22.08.2024	2023 - Ist per 31.12.2023	2024 - Ist per 22.08.2024	noch nicht verausgabt
<b>Investitionsausgaben (Baumaßnahmen, Beschaffungen)</b>					
Sanierung vor Kenntnis Rumpferneuerungsbedarf (Rupertus Strako GmbH, Bremenports GmbH, Denkmal 3D, IndoKon, Andreas Westphalen)	1.608.085,34 €	1.577.690,39 €	873.873,23 €	703.817,16 €	30.394,95 €
Nachtrag Rumpferneuerung gemäß Angebot vom 26.09.2023	1.375.180,40 €	1.375.180,40 €	0,00 €	1.375.180,40 €	0,00 €
Kosten außerhalb Werft iZm Sanierung	125.389,80 €	24.437,52 €	0,00 €	24.437,52 €	100.952,28 €
Dockkosten bis 31.12.2023 für Stillstandszeiten	357.723,64 €	357.723,64 €	357.723,64 €		0,00 €
Dockkosten vom 01.01. bis 14.01.2024 für Stillstandszeiten	37.655,12 €	37.655,12 €		37.655,12 €	0,00 €
<b>Auszahlungen gesamt:</b>	<b>3.504.034,30 €</b>	<b>3.372.687,07 €</b>	<b>1.231.596,87 €</b>	<b>2.141.090,20 €</b>	<b>131.347,23 €</b>

Übersicht der Deckungsquellen	in Euro				
BKM	1.072.000,00 €	1.072.000,00 €	439.096,49 €	632.903,51 €	
Eigenmittel zur BKM Finanzierung = € 575.456,59		- €			
Umwidmung Ad Hoc Bremen zur Finanzierung Eigenanteil BKM	300.000,00 €	300.000,00 €	300.000,00 €		
Umwidmung Helmut und Hanse zur Finanzierung Eigenanteil BKM	115.000,00 €	115.000,00 €	115.000,00 €		
Umwidmung IF MH Bremerhaven für Handkurbelkran	132.000,00 €	132.000,00 €	132.000,00 €		
Umwidmung IF MH Bremerhaven für Seefalke	74.915,32 €	74.915,32 €	74.915,32 €		
Umwidmung IF MH Bremerhaven für Rau IX	133.843,62 €	133.843,62 €	133.843,62 €		
Institutionelle Förderung 2023 Museumshafen Bremen zur Finanzierung Eigenanteil BKM	160.400,00 €	160.400,00 €	160.400,00 €		
Institutionelle Förderung 2024 Museumshafen Bremen	100.000,00 €	100.000,00 €		100.000,00 €	
Institutionelle Förderung 2024 Museumshafen Bremerhaven	100.000,00 €				
Bremen Projektförderung Mehrkosten Sanierung Elbe 3 - Bescheid v. 13.02.2024	627.979,18 €	627.979,18 €		627.979,18 €	
Bremerhaven Projektförderung Mehrkosten Sanierung Elbe 3 - Bescheid v. 07.03.2024	330.606,26 €	330.606,26 €		330.606,26 €	
Erbe Wilfried Meyer	324.000,00 €	324.000,00 €		324.000,00 €	
Erbe Wilfried Meyer	33.233,33 €	33.233,33 €		33.233,33 €	
Institutionelle Förderung 2024 Museumshafen Bremen	56,59 €	56,59 €		56,59 €	
<b>Deckung gesamt:</b>	<b>3.504.034,30 €</b>	<b>3.404.034,30 €</b>	<b>1.355.255,43 €</b>	<b>2.048.778,87 €</b>	
* Erläuterung siehe Erläuterung zu Anlage 1	- €		123.658,56 €	- 92.311,33 €	

<b>Deckung</b>	
Noch nicht abgerufene Mittel Brhv.	100.000,00 €
Abgerufen, noch nicht verausgabt in 2024	31.347,23 €
Gesamt	<u>131.347,23 €</u>
<b>Ausgaben noch nicht getätigt, Plan bis 31.12.2024</b>	
Kosten vor Kenntnis Rumpferneuerung	30.394,95 €
Kosten außerhalb d. Werft	100.952,28 €
Gesamt	<u>131.347,23 €</u>
	- 0,00 €

**Deutsches Schifffahrtsmuseum Leibniz-Institut für Maritime Geschichte  
Museumshafen - Sachstandsbericht zum 30.08.2024 Institutionelle Förderung Bremerhaven  
Erläuterung zu Anlage 1 (Stand 22.08.2024) - Projekt Grundsanierung Elbe 3**

**Geplante Ausgaben bis 31.12.2024**

**Sanierung vor Kenntnis Rumpferneuerungsbedarf**

Elektrik 30.394,95 €

**Kosten außerhalb Werft iZm Sanierung**

Sicherheitseinrichtung (Brand- u. Wasserstandsmelder) 38.000,00 €

Gangway 7.000,00 €

Takelage 40.000,00 €

Flucht- u. Rettungswege 14.500,00 €

Kleinmaterial / Nacharbeiten 1.452,28 €

Gesamt 100.952,28 €

Objekte	Seefalke		Rau IX		Handkurbelkran		Gesamt
Wirtschaftsplan 2024 vom 12.02.2024	Bezeichnung	20.100,00 €	Bezeichnung	23.500,00 €	Bezeichnung	56.400,00 €	100.000,00 €
IST Quartal I	Material	8.389,28 €	Treppe	6.295,10 €	Laserscan	2.380,00 €	17.064,38 €
IST Quartal II	Material	6.076,95 €	Material	3.299,13 €		- €	9.376,08 €
PLAN Quartal III	Material / Persenning	1.993,36 €	Material / Taucher	7.902,02 €	Gutachter	5.000,00 €	14.895,38 €
PLAN Quartal IV	Kammern achtern	3.640,41 €	Wartung / Ausschreibung	6.003,75 €	Sanierung (Gesamt € 200.000,00)	49.020,00 €	58.664,16 €
<b>Summe</b>		<b>20.100,00 €</b>		<b>23.500,00 €</b>		<b>56.400,00 €</b>	<b>100.000,00 €</b>

**Deutsches Schifffahrtsmuseum Leibnitz-Institut für Maritime Geschichte**  
**Museumshafen - Sachstandsbericht zum 30.08.2024 Institutionelle Förderung Bremerhaven**  
**Anlage 3**

Der Museumshafen stellt mit seinen Großobjekten den Außenraum des Deutschen Schifffahrtsmuseums entlang des Alten Hafens in Bremerhaven dar. Entsprechend dem für das Jahr 2024 beschlossenen Wirtschaftsplan sollen Mittel der Stadt Bremerhaven in Höhe von 200.000 € zur Sanierung und Pflege der Objekte im Museumshafen eingesetzt werden. Hierfür werden Firmen mit unterschiedlichen Aufgaben beauftragt. Der Großteil der Instandhaltungsarbeiten wird über die „Task Force Maritime“ wahrgenommen, eine Maßnahme in der Trägerschaft der Bremerhavener Beschäftigungsgesellschaft „Unterweser“ bmbH. Die Finanzierung u.a. der Teilnehmer und Anleiter erfolgt separat und ist nicht Teil der Zuwendung an das Deutsche Schifffahrtsmuseum.

Wie in den Anlagen 1 und 2 ersichtlich, und seitens des Zuwendungsgebers beschlossen, sind die Mittel der Stadt Bremerhaven auf vier Objekte konzentriert worden.

**ELBE 3**

Die Rumpfsanierung der ELBE 3 konnte in der ersten Jahreshälfte 2024 mit der Rückführung in den Museumshafen erfolgreich abgeschlossen werden. Das Schiff wurde in seiner stahlbaulichen Struktur ertüchtigt und neu beschichtet. Innerhalb des Museumshafens wurden diverse Arbeiten, welche zu größeren Teilen durch die Task Force Maritime übernommen wurden, durchgeführt. Die Lampen des Leuchtfeuers und andere demontierbare Teile wurden aufgearbeitet und wieder montiert. Die Lampen sind nun über das Lampenspill wieder beweglich gemacht worden.

In der zweiten Jahreshälfte 2024 ist es vorgesehen eine Basiselektrik inkl. Sicherheitseinrichtungen zu schaffen.

**SEEFALKE**

Die Instandhaltungsarbeiten der letzten Jahre werden auch im Jahr 2024 weitergeführt. In der ersten Hälfte 2024 lag der Schwerpunkt der Arbeiten auf Farbarbeiten in den Kammern und an Deck. Abgängige Plattenabdeckungen auf dem Hauptdeck wurden entfernt und durch neue Platten ersetzt. Diese Arbeiten wurden vorrangig durch die Task Force Maritime durchgeführt. Vergeben wurde die Erneuerung von Polsterware im Funkraum.

In der zweiten Jahreshälfte ist die weitere Pflege des Decks vorgesehen. Mit der Schließung des Schiffes zum Saison Ende sollen die im letzten Winter begonnen Arbeiten im Inneren des Schiffes im Bereich der Kammern und des Maschinenraumes fortgeführt werden.

**RAU IX**

Der Treppenabgang in den Maschinenraum der RAU IX wurde im ersten Quartal 2024 erneuert, da die bestehenden Stufen aufgrund des Alters verschlissen waren. Des Weiteren wurden an Deck instandhaltende Farbarbeiten durchgeführt.

In der zweiten Jahreshälfte werden weitere Pflegearbeiten durchgeführt. Zudem wird die RAU IX unter Zuhilfenahme von Tauchern geschallt. Ziel ist es Kenntnis über die Stahldicken des Rumpfes vor einer geplanten Dockung des Schiffes zu erhalten.

### Handkurbelkran

Für den Handkurbelkran, befindlich bei der BBU mbH, wurden auf Basis von Scandaten Bestandspläne erstellt, welche die Grundlage für weitere Arbeiten bilden.

Für die zweite Jahreshälfte 2024 ist die Erstellung eines Sanierungskonzeptes unter Zuhilfenahme von Statikern und Krsachverständigen vorgesehen. Dies beinhaltet auch die Beprobung von Materialien. Abhängig von den Ergebnissen sollen weitere Maßnahmen ergriffen werden.

Sämtlicher Mitteleinsatz zielte darauf ab: 1. die Objekte des Museumshafens für die Zukunft zu pflegen und zu erhalten und 2. den Gästen des Deutschen Schifffahrtsmuseum ein möglichst positives Besuchererlebnis zu ermöglichen.