

Sachstandsbericht

Masterplan Stadtmarketing Bremerhaven

2024

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

20. Mai 2025

Inhaltsverzeichnis

1. Vorbemerkung

2. Projekte & Themen Stadtmarketing 2024

Kooperationsprojekte durch Netzwerke

K1	Pier der Wissenschaft	Seite 3
K2	Bremerhaven digital (P8)	Seite 4
K3	MBQ e.V.	Seite 4
K4	Zu Gast in Deiner Stadt (P6)	Seite 5
K5	Meer Nachhaltigkeit (P4)	Seite 5
K6	EU Projekte	Seite 5
K7	Radtourismus	Seite 6

Vorhaben des 10-Punkte Programms

P1	touristisches Kommunikationskonzept	Seite 7
P2	strategisches Veranstaltungskonzept	Seite 7
P3	Partnerschaft Stadt & Kaufmannschaft	Seite 8
P5	MICE-Macher	Seite 9
P7	Meer Freiheit	Seite 10
P9	Geschäftsfeld Fischerlebnis	Seite 11
P10	Ladenflächenmanagement	Seite 12

Kommunikation & Beteiligungsformate Stadtmarketing

B1	Kommunikationsplattform	Seite 14
B3	Meer Perspektive	Seite 15
B4	Meer Atmosphäre	Seite 15

1. Vorbemerkung

Die Grundlage des Stadtmarketings in Bremerhaven bildet der im Jahr 2017 verabschiedete „Masterplan Stadtmarketing Bremerhaven“. Darauf basierend erstellt die Erlebnis Bremerhaven GmbH jährlich einen Stadtmarketingplan für das Folgejahr, der im Vorfeld in enger Abstimmung mit dem Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft erfolgt. Gemeinsam mit dem Standortmarketingkonzept der BIS Bremerhaven sowie dem Tourismusmarketingkonzept der Erlebnis Bremerhaven fließt der Plan in die Beratungen des Stadtmarketingbeirats ein, wo er diskutiert und beschlossen wird.

Das Stadtmarketingkonzept für 2024 umfasst sowohl Maßnahmen, die im Rahmen des Masterplans bereits in den Vorjahren geplant oder umgesetzt wurden und weitergeführt werden, als auch zentrale Inhalte des im Jahr 2024 neu strukturierten 10-Punkte-Programms. Erste Umsetzungsschritte zu diesen Maßnahmen wurden bereits in den Jahren zuvor angestoßen. Die Gliederung dieses Sachstandsberichts folgt der projektbezogenen Struktur des Stadtmarketingplans 2024.

2. Projekte & Themen Stadtmarketing 2024

Kooperationsprojekte durch Netzwerke

K1 Pier der Wissenschaft

Seit 2014 übernimmt die EBG als Geschäftsstelle des Netzwerks „Pier der Wissenschaft“ die kommunikative Umsetzung der Programm- und Marketingmaßnahmen sowie die Organisation der regelmäßigen Netzwerktreffen.

Die etablierte Veranstaltungsreihe SCIENCE GOES PUBLIC! wurde auch im Jahr 2024 wie gewohnt im Frühjahr und Herbst umgesetzt. Seit 2017 wird dieses Format zusammen mit Bremen im Rahmen einer gemeinsamen Landesinitiative jährlich umgesetzt. Alle Veranstaltungsdaten, Inhalte, Pressemitteilungen und Fotos werden kontinuierlich auf der Website www.sciencegoespublic.de dokumentiert.

Ein besonderes Highlight war erneut der Science Slam Bremerhaven, der im November 2024 im „Apollo“ stattfand und sich als fester Bestandteil für ein wissenschaftsinteressiertes Publikum etabliert hat. Beide Formate machen Wissenschaft in lockerer Atmosphäre für breite Zielgruppen erlebbar.

Im Rahmen der Maritimen Tage 2024 präsentierte sich das Netzwerk auf der „Wissenschaftsmeile“ unter dem Motto „*Wissenschaft und Wissenswertes zum Entdecken, Forschen und Nachfragen*“. Verschiedene wissenschaftliche Institutionen – darunter die Arbeitnehmerkammer, das Alfred-Wegener-Institut, die Hochschule Bremerhaven, das DAH und das DZLR – boten ein abwechslungsreiches Programm in den Pagodenzelten auf dem Parkplatz der Arbeitnehmerkammer.

K2 Bremerhaven digital (P8)

Die Stärkung der Digitalisierungskompetenz im Handel ist weiterhin ein Schwerpunkt des Stadtmarketings als Geschäftsstelle der MBQ. Dies wird durch den Digitallotsen intensiviert und unterstützt.

Das Projekt „R3 – Resilient, Regional, Retail“ der Hochschule Bremerhaven wurde über drei Jahre intensiv durch die Erlebnis Bremerhaven begleitet. Ziel war die Entwicklung einer digitalen Plattform zur Stärkung des regionalen Einzelhandels und zur Schaffung einer nachhaltigen Versorgungs- und Logistikstruktur. Ein Highlight war das Pilotprojekt „Allgemeinladen“, bei dem lokale Produkte an Schaufenstern ausgestellt und über QR-Codes digital abrufbar und bestellbar waren. Beim Abschlusstreffen am 24. Januar 2024 wurden Erfolgsfaktoren, Logistik, Kundenbindung und Geschäftsmodelle für regionale Einzelhandelsplattformen diskutiert.

K3 MBQ e.V.

Die Erlebnis Bremerhaven stellt seit Jahren die Geschäftsstelle der Marketinginitiative Bremerhavener Quartiere (MBQ e.V.) und begleitete die Umstrukturierung zum eingetragenen Verein.

Das Ziel ist es, den Handel, die Dienstleistungsbranche und die Gastronomie in der Innenstadt sowie den Quartieren zu stärken, um Bremerhavens Funktion als oberzentrale Stadt langfristig zu sichern. Als zentrale Organisation koordiniert der Verein stadtweite Aktionen und Veranstaltungen in den Bereichen Handel und Gemeinwesen.

Im Jahr 2024 führte der MBQ e.V. vier Netzwerktreffen bzw. Mitgliederversammlungen sowie Vorstandssitzungen durch. Ebenfalls wurden Qualifizierungsmaßnahmen für Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe angeboten.

Die kaufmännische Abwicklung der Projekte und die Kontoführung liegen seit der Vereinsgründung ebenfalls in der Geschäftsstelle. Auch in 2024 hat die Geschäftsstelle über das Referat für Wirtschaft eine institutionelle Förderung erhalten.

K4 Zu Gast in Deiner Stadt (P6)

Durch die Rückmeldung des DEHOGAs, dass die Hoteliers die Umsetzung der Stadtmarketingaktion „Zu Gast in Deiner Stadt“ in 2024 nicht wünschen, wurde diese nicht durchgeführt.

K5 Meer Nachhaltigkeit (P4)

Die Einführung eines stadtweiten Pfandbechersystems verzögerte sich aufgrund der komplexen Akteursstruktur. Inzwischen ist das Vorhaben Teil eines landesweiten Projekts. Die Erlebnis Bremerhaven GmbH ist dabei über das Forschungsprojekt „Mehrweg-Roadmap“ des Instituts für Energie- und Kreislaufwirtschaft an der Hochschule Bremen eingebunden. Die inhaltliche Zuständigkeit liegt aktuell beim Klimastadtbüro.

Seit Juli 2024 ist die EBG Mitglied der Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele und profitiert vom deutschlandweiten Erfahrungsaustausch zu Nachhaltigkeitsthemen in touristischen Destinationen.

Mit dem Nachhaltigkeitskonzept der DMO Bremerhaven, das seit Dezember 2024 vorliegt, wurden 14 Schlüsselmaßnahmen definiert. Ergänzend wurde eine Nachhaltigkeitserklärung gemeinsam mit touristischen KMUs erarbeitet und veröffentlicht.

Zum 1. November 2024 übernahm die EBG die Rolle des Lead Partners im EU-Projekt INSPIRES. Das Projekt unterstützt in den nächsten drei Jahren regionale KMUs durch Schulungen, Workshops und finanzielle Förderungen im Bereich nachhaltiger Tourismusentwicklung.

K6 EU Projekte

Die Erlebnis Bremerhaven GmbH (EBG) engagiert sich aktuell in insgesamt fünf europäischen Projekten, die auf die nachhaltige Weiterentwicklung des Tourismus in Bremerhaven und darüber hinaus abzielen.

Als Lead Partner koordiniert EBG das COSME-Projekt „INSPIRES – Initiatives for Sustainable Innovative Practices, Resilience and Empowerment in Tourism SMEs“, das im Rahmen des EU-Programms SMP-COSME gefördert wird. Die Laufzeit des Projekts erstreckt sich vom 01.11.2024 bis zum 31.10.2027. Ziel ist es, kleine und

mittlere Tourismusunternehmen (KMU) bei ihrer nachhaltigen Transformation zu unterstützen. Ab Sommer 2025 ist die Ausschüttung von insgesamt 190.000 Euro an touristische KMU für entsprechende Nachhaltigkeitsprojekte vorgesehen.

Darüber hinaus ist EBG an vier Interreg-Projekten beteiligt, die jeweils unterschiedliche Schwerpunkte setzen:

- TOURBO (*Boosting the transition pathway of MSMEs in tourism with green and digital transformation*, Laufzeit: 01.03.2023 – 31.05.2027) unterstützt tourismusbezogene Kleinst-, kleine und mittlere Unternehmen (MSMEs) bei der grünen und digitalen Transformation.
- REDIRECT (*Regenerative Tourism in the Baltic Sea Region for Resilient Communities towards a Circular Economy*, Laufzeit: 01.03.2025 – 31.05.2028) fokussiert auf kreislaufwirtschaftlich ausgerichteten, regenerativen Tourismus im Ostseeraum.
- SmartTour (*Smart Tourism – Smart Destinations: Accessibility, Sustainability, Digitalisation, Cultural Heritage & Creativity*, Laufzeit: 01.05.2025 – 31.07.2029) widmet sich der Entwicklung intelligenter und nachhaltiger Tourismusdestinationen.
- EnoGastroDEST (*Eno-Gastronomy in Developing Experiential Sustainable Tourism with eno-culinary heritage preservation*, Laufzeit: 01.05.2025 – 31.07.2029) fördert die Entwicklung nachhaltiger und erlebnisorientierter Tourismusangebote durch die Bewahrung kulinarischen Erbes im Bereich der Weingastronomie.

Mit der Beteiligung an diesen Projekten leistet die Erlebnis Bremerhaven GmbH einen wichtigen Beitrag zur europäischen Zusammenarbeit im Tourismus sowie zur Stärkung der eigenen touristischen Innovations- und Zukunftsfähigkeit.

K7 Radtourismus

Im Bereich Radtourismus ist die EBG in verschiedenen Gremien aktiv, unter anderem im Runden Tisch Radverkehr 2.0 sowie im Projekt „Bike it!“.

Zu den betreuten Routen zählen u.a. der Weser-Radweg, der Radwanderweg „Vom Teufelsmoor zum Wattenmeer“, der Nordseeküsten-Radweg sowie weitere regionale Strecken. Im Rahmen von „Bike it!“ wurden bereits die Touren „Fisch & Schipp“ sowie „Wasser, Wind und Wiesen“ erfolgreich umgesetzt. Derzeit ist die „Wissenschafts-Route“ in Vorbereitung.

Die EBG übernimmt zudem die Koordination der radtouristischen Beschilderung in enger Abstimmung mit städtischen Stellen und dem ADFC. Redaktionelle Unterstützung erfolgte beim Serviceheft für den Weser-Radweg, inklusive Anzeigenakquise.

Ein weiterer Fokus lag auf der digitalen Pflege der Radrouten über das Portal Outdooractive, um Radreisenden stets aktuelle Informationen anzubieten.

Vorhaben des 10-Punkte Programms

P1 touristisches Kommunikationskonzept

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

Den vier Geschäftsfeldern: Wissens- und Erlebniswelten, Hafenerlebnis, Fischerlebnis und MICE wurden verantwortliche Koordinator:innen aus dem Personalbestand der Erlebnis Bremerhaven zugeordnet. Im Bereich Stadtmarketing wird das Geschäftsfeld Fischerlebnis koordiniert. Zur Zielsetzung der Profithemenentwicklung gehört die systematische Weiterentwicklung der touristischen Produkte und Leistungen, die Angebotsgestaltung für ausgewählte Leitzielgruppen, der Ausbau der kooperativen Angebotsentwicklung und die Abstimmung, Konzentration und Bündelung der Marketingaktivitäten aller Akteure.

P2 strategisches Veranstaltungskonzept

„Veranstaltungsplanung / -architektur“ ist ein eigenes profithemenübergreifendes Schlüsselprojekt der Tourismusstrategie Bremerhaven 2025. Zur besseren Koordination erhebt die Erlebnis Bremerhaven GmbH jährlich per E-Mail die geplanten Großveranstaltungen, verkaufsoffenen Sonntage und überregional relevanten Themen des Folgejahres bei den jeweiligen Veranstaltern. Die gesammelten Termine werden anschließend allen Beteiligten zur Verfügung gestellt, um eine

stadtweite Abstimmung zu ermöglichen und Terminüberschneidungen frühzeitig zu vermeiden.

P3 Partnerschaft Stadt & Kaufmannschaft

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

Der Strukturwandel im Einzelhandel greift weiter um sich. Bundesweit schwächeln die Innenstädte und Stadtteilzentren als Orte lokaler und regionaler Marktplätze. Mit Aktionen und durch die Unterstützung der Handelnden vor Ort soll dem entgegengetreten werden.

Ein zentrales Projekt im Herbst 2024 war erneut die Beteiligung des MBQ e.V. an den bundesweiten Aktionstagen *Heimat Shoppen* am 13. und 14. September. Zur Unterstützung der Initiative wurden neue, auffällig gestaltete Papiertragetaschen mit dem Logo der Kampagne produziert, um während der Aktionstage gezielt für den Einkauf bei lokalen Händlern zu werben. Die Mitglieder der Interessen- und Werbegemeinschaften nutzten die Gelegenheit, um mit individuellen Aktionen vor Ort in den Stadtteilen den direkten Austausch mit ihren Kundinnen und Kunden zu fördern und die Bedeutung des lokalen Handels für eine lebendige Stadt zu unterstreichen. Zusätzlich wurde eine digitale Werbekampagne (*Digi-Aid-Kampagne*) bei der *NORDSEE-ZEITUNG* geschaltet, um auf die Aktion aufmerksam zu machen. Die Idee hinter *Heimat Shoppen* geht jedoch über das Aktionswochenende hinaus: Das ganze Jahr über ist es essenziell, die Bedeutung des lokalen Einzelhandels, der Dienstleister und Gastronomen für die Lebensqualität in den Quartieren hervorzuheben. Diese Betriebe sichern Arbeits- und Ausbildungsplätze und tragen mit ihrem vielfältigen Engagement dazu bei, dass unsere Städte lebenswert bleiben. Sechs überzeugende Gründe für *Heimat Shoppen* finden sich auf der offiziellen Website: www.heimat-shoppen.de/sechs-gute-gruende. Aufgrund personeller Engpässe infolge des Weggangs der Abteilungsleitung konnte der geplante Online-Adventskalender 2024 leider nicht realisiert werden.

Nach der Auflösung des Innenstadtmanagements CITY SKIPPER Bremerhaven e.V. übernahm die EBG die Organisation der verkaufsoffenen Sonntage. 2024 wurde an vier Terminen ein vielseitiges Programm realisiert.

Weitere Maßnahmen:

- Installation von 60 Flaggenketten zur Verschönerung der Fußgängerzone
- „Bürgerbummel“ im Juni mit 30 Ständen und Walk Acts
- Zusammenarbeit mit dem Kulturamt bei der Langen Nacht der Kultur
- Drachenfest am Deich, Weinfest auf dem Theodor-Heuss-Platz, inkl. Bimmelbahn
- „Goldener Oktober“ rund um die Große Kirche
- Laternenfest in Kooperation mit Radio Bremen

Trotz intensiven Engagements kann die EBG kein vollumfängliches Citymanagement ersetzen. Insbesondere die Begleitung der Karstadt-Nachnutzung (voraussichtliche Fertigstellung: 2029) und die schwierige Besucherführung aufgrund von Baustellen erfordern eine professionelle Innenstadtkoordination. Ein Konzept zur Etablierung eines neuen Innenstadtmanagements liegt der Politik bereits vor.

Ein wichtiger strategischer Ansatz ist die Förderung eines vielfältigen Nutzungsmixes, um Aufenthaltsqualität und wirtschaftliche Stabilität in der Innenstadt zu sichern. Die EBG beteiligte sich daher an der Zentrenstudie Niedersachsen & Bremen/Bremerhaven der CIMA. Parallel wurden durch eine Werkstudentin Bewegungsdaten analysiert, um Leerstände gezielt anzugehen. Die Stelle ist vakant; eine Nachbesetzung wird derzeit geprüft.

P5 MICE-Macher

Tagungen und Kongresse sind, unter dem Oberbegriff „MICE“ (Meetings, Incentives, Congresses and Events), eines der vier in der Tourismusstrategie Bremerhaven 2025 festgelegten Geschäftsfelder. Seit 2018 gehört der MICE-Bereich zu den Schwerpunktthemen der EBG. Seit Februar 2019 wird dieser Bereich von einer zusätzlichen Mitarbeiterin (MICE-Lotsin) betreut. Die Akquise von neuen Veranstaltungen sowie die Betreuung von interessierten Veranstalter:innen und die Kommunikation mit und zwischen den Leistungsträger:innen sowie die Planung des Veranstaltungsformates „MICE-Stammtisch“ gehören zu ihren Kernaufgaben.

Der MICE-Stammtisch ist eine Netzwerkveranstaltung, bei der sich alle Leistungsträger:innen aus Bremerhaven, die in der MICE-Branche integriert sind, zusammensetzen, um das Thema MICE gemeinsam voranzubringen. Dieses Treffen hat im Jahr 2024 wie geplant zwei Mal stattgefunden.

2024 fanden darüber hinaus 23 Tagungen und Kongresse in Bremerhaven statt, die bei der Organisation von der MICE-Lotsin unterstützt wurden, womit ca. 2100 Veranstaltungsteilnehmer:innen in Bremerhaven empfangen wurden und ebenfalls Hotelübernachtungen generiert haben. Herauszuheben ist hier die Veranstaltung Nordsee Tourismus Tag, die 115. Tagung der Humboldt-Gesellschaft sowie das US Advisory Board. Im Rahmen des Landestourismuskonzeptes und des Landesprogramms „Zwei Städte – ein Land“ besteht eine Zusammenarbeit im MICE-Bereich mit der Wirtschaftsförderung Bremen. In diesem Rahmen besteht ein gemeinsamer Messeauftritt, Veranstaltungen und Informationsreisen werden organisiert und Akquiseaktionen durchgeführt. So wurde in Zusammenarbeit wieder das Landestourismusforum organisiert, welches jedes Jahr im Wechsel in Bremen oder Bremerhaven stattfindet. 2024 war der Austragungsort in Bremen. Darüber hinaus erfolgte eine Messeteilnahme an der Assistants World in Frankfurt sowie an zwei Verkaufsveranstaltungen von MEET GERMANY, dem SUMMIT Frankfurt 2024 und dem SUMMIT Rhein-Main 2024 in Köln.

P7 Meer Freiheit

Der stetige Abbau von Barrieren bis hin zur Barrierefreiheit nimmt immer mehr an Bedeutung zu. Egal, ob für Gäste oder Bewohner:innen Bremerhavens mit und ohne Behinderung stellt Barrierefreiheit teilweise ein unabdingbares Muss, auf jeden Fall aber einen Komfort für Alle dar. Moderate Rampen und Automatiktüren sind für Menschen mit Rollstuhl und Rollator unabdingbar und gleichzeitig für Reisende mit Rollkoffer und Familien mit Kinderwagen sowie schwächere und kleine Menschen und Kinder komfortabel.

Die Erlebnis Bremerhaven GmbH ist aufgerufen, den „Kommunalen Teilhabeplan“ der Stadt Bremerhaven auch im Freizeit- und Tourismusbereich umzusetzen. Dies geschieht in immer größerem Umfang beispielsweise in den Tourist-Infos Mittels Prospekten in Leichte Sprache, Lesehilfen und Mieträdern für Menschen mit Behinderung. Auf Veranstaltungen erreichen Rollstuhlfahrende über Rampen ansonsten nicht zugängliche Bereiche und dank Modulsystemen wird das Überqueren von Kabelverläufen Gästen mit Rollator, Rollstuhl und Kinderwagen erleichtert.

Rund dreißig Bremerhavener Einrichtungen sind nach dem bundesweit einheitlichen System „Reisen für Alle“ zertifiziert und die Seestadt als „Tourismusort Barrierefreiheit geprüft“ ausgewiesen.

Die Erlebnis Bremerhaven hat sich aktiv im *Netzwerk Inklusives Bremerhaven* engagiert, insbesondere im *Arbeitskreis Barrieren (AK Barrieren) beteiligt*. Aus der Arbeit dieses Gremiums sind zwei konkrete Maßnahmen hervorgegangen: Als Ergebnis der Zusammenarbeit im AK Barrieren wurde die erste „Stille Stunde“ Bremerhavens im EDEKA-Markt Cord initiiert und erfolgreich umgesetzt. Ziel dieser Maßnahme ist es, Menschen mit sensorischen Empfindlichkeiten ein reizreduziertes Einkaufserlebnis zu ermöglichen. Weitere Informationen finden sich im Blogbeitrag [Stille Stunde – Leise, bitte!](#).

Ebenfalls aus dem AK Barrieren heraus entstand die Idee, im Rahmen der Maritimen Tage einen Rückzugsraum „Stiller Raum“ für Besucherinnen und Besucher mit besonderem Ruhebedürfnis anzubieten. Die Planung dieses Angebots befindet sich in der Konzeptionsphase.

Zusätzlich wurde ein weiterer Beitrag zur Sensibilisierung für das Thema Barrierefreiheit veröffentlicht: Der Blogbeitrag beleuchtet, wie sich Bremerhavener Museen dem Thema Inklusion nähern und welche Maßnahmen bereits umgesetzt wurden.

Drei barrierearme Fahrräder für Menschen mit unterschiedlichsten Behinderungen ergänzen seit 2022 das Mietradangebot der Tourist-Info Hafensinsel. In 2024 wurden die barrierefreien Räder 32-mal vermietet.

Bremerhaven nahm im dritten Jahr in Folge an der Europäischen Mobilitätswoche vom 16. bis 22. September 2024 teil. Mit 14 Aktionen wurden Menschen im gesamten Stadtgebiet Berührungspunkte zum Thema nachhaltige Mobilität geboten. Auf den Veranstaltungen hat sich die Erlebnis Bremerhaven präsentiert und interessierte Besucher/innen konnten unter anderem auch die barrierefreien Fahrräder testen.

P9 Geschäftsfeld Fischerlebnis

Im Rahmen der Umsetzung des Tourismuskonzepts Bremerhaven 2025 wurde die touristische Marketingmaßnahme „Magazin Fangfrisch 2025“ realisiert. Das hochwertige Printprodukt stärkt gezielt das Profithema „Fischerlebnis“ und setzt

wichtige Impulse für einen Besuch der Seestadt. Wie bereits in den vergangenen Jahren, wird durch das Magazin eine positive Wirkung im Hinblick auf die Ansprache potenzieller Gäste sowie relevanter Multiplikatoren erwartet. Insgesamt werden 4.000 Exemplare über das Jahr hinweg auf Tourismusbörsen, in den Tourist-Informationen sowie am Kreuzfahrt-Terminal verteilt. Die Publikation erfreut sich sowohl bei Gästen als auch bei Einheimischen großer Beliebtheit.

Ergänzend hierzu wurde das PIXI-Buch „Emilia, Luka und Pepper und das Abenteuer im Fischereihafen“ entwickelt, um das Profildes „Fischerlebnis“ bereits bei jüngeren Zielgruppen zu verankern. Die kindgerechte Geschichte richtet sich an Kinder ab fünf Jahren und spricht über diese Schiene auch gezielt Familien als Gesamtzielgruppe an. Ab Sommer 2025 werden 30.000 Exemplare des PIXI-Buchs über diverse Vertriebskanäle wie die Tourist-Informationen, das Fischkochstudio, das Historische Museum Bremerhaven sowie weitere touristische Leistungsträger verfügbar sein. Zusätzlich findet die Verteilung auch auf Messen statt, um das Profildes auf charmante Weise zu kommunizieren. Projektpartner sind das Fischkochstudio und die Fischereihafen-Betriebsgesellschaft (FBG).

P10 Ladenflächenmanagement

Bereits 2020 zeichnete sich eine zunehmende Verschärfung der Leerstandssituation in der Bremerhavener Innenstadt ab. Die Corona-Pandemie und die Schließung von Karstadt im Dezember 2020 beschleunigten den Strukturwandel im stationären Einzelhandel erheblich. Als Reaktion darauf wurde unter der Federführung der Erlebnis Bremerhaven GmbH ein städtisches Ladenflächenmanagement eingeführt, um die Innenstadt aktiv zu stabilisieren und zu entwickeln.

Im Rahmen der Maßnahmen wurde eine Kommunikationskampagne inklusive Logo, Plakaten und einer Website umgesetzt. Auf der Webseite des Stadtmarketings wurde ein digitales Meldetool zur Erfassung von Leerständen eingebunden. Die Leerstände wurden zudem systematisch im städtischen Web-GIS dokumentiert. Parallel erfolgte eine gezielte Akquise- und Ansiedlungsstrategie für neue Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe. Eigentümer:innen wurden aktiv angesprochen und bei der Nachnutzung ihrer Ladenlokale unterstützt.

Ein zentrales Element des Prozesses war die enge Zusammenarbeit mit lokalen Akteuren der Immobilienwirtschaft sowie Eigentümer:innen. Diese Kooperation

wurde im Format des *Runden Tisches Ladenflächenmanagement* gebündelt, das regelmäßig von 2021 bis 2023 stattfand. Die Treffen dienten dem Austausch über verfügbare Flächen, Ansiedlungspotenziale sowie konkrete Nachnutzungskonzepte. Eine für Oktober 2023 geplante Sitzung wurde aufgrund eines Wechsels in der Geschäftsführung verschoben und letztlich nicht umgesetzt.

Als direkte Folge der Arbeit des Ladenflächenmanagements konnten einige Leerstände, insbesondere in der Fußgängerzone, reduziert und neue Ansiedlungen unterstützt werden. Besonders herausfordernd war die Entmietung von 13 Ladenlokalen in der Hafentour durch einen neuen Eigentümer. Die Erlebnis Bremerhaven begleitete die Umsiedlung der betroffenen Geschäfte in zentralere Lagen.

Zur systematischen Leerstandsanalyse dient seit 2023 die digitale Plattform LeAn. Eine Auswertung vom 23. Oktober 2024 ergab: Von 23 erfassten Objekten waren 15 leerstehend, was einer Leerstandsquote von 65,2 % entspricht. Von den 12 Objekten in Erdgeschosslagen standen sieben leer, entsprechend einer Quote von 58,3 %.

Die Gesamtentwicklung der Ansiedlungen (Zugang, Abgang, Bestand) im Bereich Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie wurde ebenfalls dokumentiert. Die kontinuierliche Auswertung dient als Grundlage für das weitere Ansiedlungsmanagement. Ein Antrag auf Verlängerung der Projektförderung wurde gestellt, um den bisherigen Erfolg zu verstetigen und die Maßnahmen über August 2024 hinaus fortzuführen.

Im Rahmen des Bundeswettbewerbs ZIZ wurde 2023 das Projekt „*Freiraum – Deine Geschäftsidee*“ umgesetzt, um innovative Geschäftsmodelle in leerstehenden Ladenlokalen der Bremerhavener Innenstadt zu etablieren. Ziel war es, die Innenstadt zu beleben und den Branchenmix zu stärken. Finanziert wird das Vorhaben durch eine Bundeszuwendung in Höhe von 409.000 €. Die Projektleitung liegt bis zum Ende der Förderperiode im August 2025 bei der Erlebnis Bremerhaven.

Aus 21 Bewerbungen wählte eine Jury vier Konzepte aus, drei davon wurden realisiert:

- *Green Stitch* (nachhaltige Mode & Workshops)

- *Slow Fashion* (Second-Hand & lokale Produkte)
- *Havengrün* (Pflanzenhandel & Workshopfläche)

Ein viertes Konzept („havenBike“) wurde aufgrund fehlender geeigneter Fläche und späterem Rücktritt nicht realisiert. Die Flächen wurden mietfrei zur Verfügung gestellt, lediglich Nebenkosten sind durch die Nutzer zu tragen. Die Untermietverträge laufen bis Juli 2025. Das Projekt zeigt dennoch, wie kreative Geschäftsideen zur Wiederbelebung der Innenstadt beitragen können.

Kommunikation & Beteiligungsformate Stadtmarketing

B1 Kommunikationsplattform

Stadtmarketing wird in Bremerhaven als wichtiger Partner im Prozess der Stadtentwicklung gesehen. Dazu gehört neben Kooperation und Koordination der Akteure:innen vor Ort vor allem auch die Kommunikation als wichtige Aufgabe, um die Bürgerinnen und Bürger an den Diskussionsprozessen und an der konkreten Projektumsetzung zu beteiligen.

Eine zentrale Kommunikationsplattform bildet seit 2020 die Website www.stadtmarketing-bremerhaven.de, auf der alle Projekte, Quartiersinformationen und Unternehmensprofile öffentlich einsehbar sind. Ergänzt wird das Angebot durch die App *BremerhavenGuide*, die 2024 über 7.000 Downloads verzeichnete. Seit September ist dort auch eine *Wissenschaftstour* mit 11 POIs integriert, die die Sichtbarkeit des Wissenschaftsstandorts stärkt.

Aufbauend auf den Erkenntnissen aus den Workshops zum Integrierten Innenstadtkonzeptes, wurde in 2022 dem Projektauftrag des BBSR gefolgt und durch das Stadtplanungsamt ein Antrag auf Förderung aus dem Programm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ gestellt, um gemeinsam mit weiteren Innenstadtkteur:innen die Attraktivität der Bremerhavener Innenstadt für Bürger:innen, Besucher:innen und die Gewerbetreibenden zu erhöhen und die Innenstadt in die Zukunft zu führen. In mehreren online Befragungen wurden Bürger:innen zu diversen Fragestellungen der einzelnen Projekte befragt und konnten ihre Wünsche und Ideen zur Gestaltung der Flächen einbringen. Es wurden zielgerichtet Beteiligungsverfahren mit jungen Menschen organisiert und Bürgerdialoge organisiert,

die die Wünsche und Bedürfnisse an die neuen Grünflächen aufzeigen um diese zu Begegnungs- und kulturellen Interaktionsräumen werden zu lassen. So soll die Aufenthaltsqualität in der Innenstadt noch deutlich gesteigert werden.

B3 Meer Perspektive / Unterstützung der Quartiere

Ziel ist die gezielte Unterstützung der Quartiere durch Sichtbarmachung ihrer individuellen Angebote. Ein zentrales Instrument stellt die im Februar 2024 eingeführte Plattform LeAn dar – ein digitales Tool zur stadtweiten Koordination leerstehender Ladenflächen.

Zur erfolgreichen Einführung wurden im März und April Anwenderschulungen für Quartiersverantwortliche, Makler und Eigentümer:innen durchgeführt. Die Plattform wurde bereits 2022 im Rahmen eines Bundesprojekts entwickelt und bietet ein innovatives Werkzeug zur nachhaltigen Nutzung innerstädtischer Leerstände.

B4 Meer Atmosphäre / Unterstützung Weihnachtsbeleuchtung

Auch im Jahr 2024 wurde die Weihnachtsbeleuchtung in der Bremerhavener Innenstadt realisiert und trägt deutlich zur festlichen Atmosphäre und zur Aufwertung der Innenstadt bei. Die Beleuchtungselemente sorgen nicht nur für eine stimmungsvolle Inszenierung der Einkaufsstraßen, sondern haben sich auch als beliebte Fotomotive etabliert und die Aufenthaltsqualität während der Adventszeit spürbar gesteigert. Seit 2020 übernimmt die Erlebnis Bremerhaven GmbH die Organisation der gesamten Weihnachtsbeleuchtung, einschließlich Auf- und Abbau, Stromversorgung, Einlagerung sowie der Ansprache der Anlieger zur Beteiligung an den Kosten. Ein sichtbares Zeichen der Unterstützung ist ein jährlich aktualisierter Aufkleber, der die gemeinschaftliche Finanzierung der Beleuchtung dokumentiert.