

Sitzungsunterlagen

**FWA - Bereich Wirtschaft FWA - 11/2023-
2027**

02.03.2026, 16:00

Stadt Bremerhaven



**Tagesordnung für die 11. öffentliche Sitzung
des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft -
in der Wahlperiode 2023/2027 am 02.03.2026**

Öffentlicher Teil

TOP	Bezeichnung	Vorlage-Nr.
1	Einwohnerfragestunde	
2	Genehmigung der Niederschrift	
2.1	Genehmigung der Niederschrift der 10. öffentlichen Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 09.12.2025	2/2026
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 02.03.2026	7/2026
4	Vorlagen/Vorträge	
4.1	Vorlage der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation für die Sitzung des Senats am 11.11.2025: „EFRE-Programm Land Bremen 2021-2027: Start-up Förderung 'Bre-Up' im Land Bremen: Bericht für die Umsetzung Phase A im Zeitraum 2023-2025, Fortführung Phase B für den Zeitraum 2026-2028"	33/2025
4.2	Tätigkeitsbericht WFB: Integriertes Standortmarketing 2024	34/2025
4.3	Vorlage der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation für die Sitzung des Senats am 01.07.2025: „Werftquartier Bremerhaven: Berichterstattung 2025 und Finanzierung weiterer Planungen“	1/2026
4.4	Vorlage der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation für die Sitzung des Senats am 09.12.2025: „200-jähriges Stadtjubiläum Bremerhaven in 2027“	4/2026
5	Anträge	
6	Anfragen	
7	Mitteilungen	
7.1	Beantwortung der Anfrage Nr. 32/2025 nach § 38 GOSTVV der Stadtverordneten Herrn Thorsten Raschen und Herrn Thomas Ventzke (CDU-Fraktion) vom 11.11.2025 zum Thema „Übersicht von City-Tax-Mitteln“	6/2026
8	Verschiedenes	

Vorlage Nr. 2/2026		
für die Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft.		
Beratung in öffentlicher Sitzung:	ja	Anzahl Anlagen: 1

Genehmigung der Niederschrift der 10. öffentlichen Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 09.12.2025

Die Niederschrift der 10. öffentlichen Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 09.12.2025 (s. Anlage) ist zu genehmigen.

G Beschlussvorschlag

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss - Bereich Wirtschaft - genehmigt die Niederschrift der 10. öffentlichen Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 09.12.2025 in der vorgelegten Fassung.

Grantz
Oberbürgermeister

Anlage: Entwurf der Niederschrift der 10. öffentlichen Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 09.12.2025



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

über die 10. öffentliche Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 09.12.2025

Sitzungsraum: Stadthaus 1, Raum 237, großer Sitzungsraum
Beginn: 16:07 Uhr
Ende: 17:18 Uhr

Teilnehmende:

Vorsitzender

Herr Bürgermeister Neuhoﬀ

(für Herrn Oberbürgermeister Grantz)

SPD-Fraktion

Herr Stadtverordneter Allers

Frau Stadtverordnete Böttger-Türk

Herr Stadtverordneter Caloglu

Herr Stadtverordneter Hoﬀmann

CDU-Fraktion

Frau Stadtverordnete Milch

Herr Stadtverordneter Raschen, MdBB

Herr Stadtverordneter Ventzke

Fraktion Bündnis 90/DIE GRÜNEN + P

Herr Stadtverordneter Kaminiarz

FDP-Fraktion

Herr Stadtverordneter Freemann

Fraktion DIE MÖWEN

Herr Stadtverordneter Secci

Einzelstadtverordneter Sven Lichtenfeld

Herr Stadtverordneter Lichtenfeld, MdBB

Einzelstadtverordneter Kevin Schäfer

Herr Stadtverordneter Schäfer

Schriftführer

Herr Beckmann

Entschuldigt

Herr Oberbürgermeister Grantz

Herr Stadtverordneter Koch

Unentschuldigt

Frau Stadtverordnete Tiedemann, MdBB

Weitere Teilnehmende:

dwif-Consulting GmbH (Gast):

Stadtkämmerei:

Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft:

Rechnungsprüfungsamt:

Herr Heinsohn

Frau Mangels, Herr Emmerlich, Herr Küver,

Herr Khalaf

Herr Dr. Meyer

Frau Pinter

Dezernat XIII:
Personalrat Bauverwaltung und Gartenbauamt:
Gesamtpersonalrat:
Personalrat Allgemeine Verwaltungsdienste:
Gesamtschwerbehindertenvertretung:

Frau Eulig
Herr Schulz
Herr Kiek
Herr Schild
Herr Thomas

In Vertretung für Herrn Oberbürgermeister Grantz übernimmt Herr Bürgermeister Neuhoﬀ den Vorsitz für den Bereich Wirtschaft und eröffnet die Sitzung um 16:07 Uhr. Er stellt fest, dass die Sitzungsunterlagen fristgerecht zugegangen sind und der Ausschuss beschlussfähig ist.

1. Einwohnerfragestunde

Die von Herrn **Hero Lang**, Dieselstraße 17, 27574 Bremerhaven, mündlich vorgetragene Fragen zum Thema „**Wasserstoff**“ lauten:

Sind sich alle Stadtverordneten sicher, dass die Kosten aus der Vorlage 24/2025 sinnvoll sind für alle Einwohner der Stadt Bremerhaven als Steuer- und Abgabenzahler?
Wie hoch ist die Renditeerwartung / Rückzahlung nach Umsetzung dieses Antrages in den kommenden Jahren?

Herr Bürgermeister Neuhoﬀ beantwortet die Fragen wie folgt:

Die Frage nach der Meinung aller Stadtverordneten muss an alle Stadtverordneten gerichtet werden. Sie lässt sich nicht von der Verwaltung und auch nicht vom Finanz- und Wirtschaftsausschuss beantworten, dem nur ein Teil der Stadtverordneten angehört. Die Abstimmung im hiesigen Ausschuss unter TOP 4.2 wird aber das Meinungsbild der Stadtverordneten dieses Ausschusses zum Regionalmanagement Wasserstoff zum Ausdruck bringen.

Das Regionalmanagement Wasserstoff verfolgt das Ziel, Bremerhaven zur Testregion und zum Kompetenzzentrum für Wasserstoffanwendungen auszubauen, um damit nationale Strahlkraft zu entfalten, die sich positiv auf die Entwicklung der Wissenschaftslandschaft, die Ansiedlung von Unternehmen und damit auf die Schaffung und den Erhalt von Arbeitsplätzen auswirken wird.

Erste Schritte dieser Zielsetzung wurden in den beiden ersten Phasen des Regionalmanagements Wasserstoff bereits erreicht. Mit der Initiierung und Begleitung der verschiedenen Projekte konnte die Entwicklung der Wissenschaftslandschaft vorangetrieben werden. Dazu zählt eine wissenschaftliche Testinfrastruktur (Hydrogen Lab Bremerhaven, Microgrid, E-Fuels, H2AM usw.) zur Erprobung neuer Wasserstofftechnologien, die Anwendung von zehn Wasserstoff-Brennstoffzellenbussen im ÖPNV und die Errichtung einer öffentlichen Wasserstoff-Tankstelle zur Versorgung von Mobilitätsanwendungen in Bremerhaven sowie dem Umland. Europaweit herausragend ist, dass Bremerhaven damit bereits heute über zwei Produktionsstandorte zur Herstellung grünen Wasserstoffs verfügt, d. h. Erzeugung ausschließlich mit Strom aus erneuerbaren Energien – ohne CO2-Emissionen. Dabei konnte ein komplettes Wasserstoff-Ökosystem in Bremerhaven geschaffen werden, welches die vollständige Wertschöpfungskette von Erzeugung, Speicherung bis zur Anwendung (z. B. im Nahverkehr) umfasst und damit eine führende Rolle bei der Energiewende mit grünem Wasserstoff einnimmt. Das Projekt wurde 2023 mit dem Bremer Umweltpreis ausgezeichnet.

Der Hochlauf der Wasserstoffwirtschaft und die Marktreife der Wasserstofftechnologien ist noch nicht erreicht worden. Die in Bremerhaven errichteten Testinfrastrukturen und aufgebaute Wertschöpfungskette stellt nur den Anfang einer erfolgreichen Einführung von Wasserstoff dar. Vor diesem Hintergrund ist die Aufgabe in der 3. Phase des Regionalmanagements, die laufenden Projekte weiter zu unterstützen und die Basis für die Technologieeinführung und eine erfolgreiche Wasserstoffwirtschaft zu festigen. Im Fokus der Tätigkeiten stehen:

- 1. Begleitung des Aufbaus der Testinfrastrukturen,*
- 2. Transfer der Technologien in die Wirtschaft,*
- 3. Nutzung von Wasserstoff in der maritimen Wirtschaft, Logistik und Mobilität.*

Für die zukünftige Nutzung von Wasserstoff werden Technologien und Anwendungsfelder identifiziert, bewertet, beobachtet und an Unternehmen kommuniziert. Vorhandene Strukturen und Kompetenzen werden weiterentwickelt, sichtbar gemacht, verstärkt und vernetzt. Der Standort wird für die Ansiedlung von Unternehmen attraktiv aufgestellt. Bremerhaven wird zukünftig einen wirtschaftlichen Mehrwert und neue Arbeitsplätze erhalten, die die aktuell zu tätigenden Ausgaben langfristig rechtfertigen, auch wenn sich die Rendite derzeit monetär nicht quantifizieren lässt.

Eine Rückzahlung des über die Gemeinschaftsaufgabe zur Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur geförderten Projektes ist nicht vorgesehen.

2. Genehmigung der Niederschrift

2.1. Genehmigung der Niederschrift der 9. öffentlichen Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 25.09.2025 23/2025

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss - Bereich Wirtschaft - genehmigt die Niederschrift der 9. öffentlichen Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 25.09.2025 in der vorgelegten Fassung.

einstimmig beschlossen

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 09.12.2025 25/2025

Herr Stadtverordneter Kaminiarz bittet um Mitteilung des Sachstandes zur lfd. Nr. 7 des Sachstandsberichtes – Antrag der SPD, CDU, FDP auf Prüfung eines neuen Standortes für die Tourist-Information und eines Kompetenzzentrums Tourismus in Bremerhaven. Herr Bürgermeister Neuhoff teilt mit, dass Herr Oberbürgermeister Grantz sich vorbehalten hat, den Ausschuss über den Sachstand zum vorgenannten Antrag zu informieren. Da Herr Oberbürgermeister Grantz heute krankheitsbedingt fehlt, muss die Beantwortung der Anfrage auf den nächsten Sitzungstermin des Finanz- und Wirtschaftsausschusses verschoben werden.

Herr Stadtverordneter Kaminiarz bittet zur lfd. Nr. 10 des Sachstandsberichtes, dem Finanz- und Wirtschaftsausschuss den Sachstandsbericht 2025 zum Thema „Werftquartier Bremerhaven, Berichterstattung 2024, Sicherung der anteiligen Finanzierung Land Bremen/Stadt Bremerhaven“ zur Kenntnis zu geben.

Herr Dr. Meyer vom Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft sagt die Berichterstattung im Finanz- und Wirtschaftsausschuss zu.

Beschluss

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

4. Vorlagen/Vorträge

4.1. Fortschreibung Tourismuskonzept Stadt Bremerhaven 2030 31/2025

Herr Carsten Heinsohn von der Firma dwif-Consulting GmbH stellt den Ausschussmitgliedern die Fortschreibung des Tourismuskonzeptes der Stadt Bremerhaven 2030 vor. Er führt aus, dass sich der Tourismus in Bremerhaven mit seinen touristischen Schwerpunkten Havenwelten und dem Schaufenster Fischereihafen zu einem starken Wirtschaftsfaktor für die Seestadt entwickelt hat.

Allerdings steht der Tourismus auch in Bremerhaven angesichts des Fachkräftemangels, der Digitalisierung und der Nachhaltigkeit vor großen Herausforderungen. Ziel der Fortschreibung des Tourismuskonzeptes ist es daher, die Tourismuswirtschaft als bedeutenden Wirtschaftszweig der Stadt zu stärken und zu einer resilienten Branche weiterzuentwickeln.

Die Fortschreibung des Tourismuskonzeptes fand im Rahmen eines moderierten Prozesses statt und wurde mit umfassender Beteiligung der touristischen Interessengruppen (Handelskammer Bremen, DEHOGA, Senatorin für Wirtschaft, FBG, WFB Bremen, TANO, Vertreterin Wissenswelten, bremenports, Erlebnis Bremerhaven GmbH (EBG), Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft) erarbeitet.

Herr Heinsohn erläutert die im Rahmen der Fortschreibung des Tourismuskonzeptes gewonnenen Kernerkenntnisse zum Beherbergungsgewerbe, Profithemen der Tourismuswirtschaft Bremerhaven generell, Umsetzungsstand der Handlungsfelder des Tourismuskonzeptes 2025, Entwicklung des Wirtschaftsfaktors Tourismus Bremerhaven sowie deren Nachhaltigkeit und Digitalisierung und die Aufgabenzuständigkeit der EBG bei der Umsetzung von touristischen Maßnahmen des Tourismuskonzeptes.

Herr Heinsohn verweist auf die im Rahmen der Fortschreibung 2030+ festgelegten Handlungsfelder, die hinsichtlich der einzelnen Maßnahmen einer Anpassung bedürfen.

Herr Heinsohn erläutert die einzelnen Schlüsselprojekte:

- *Marken- und Kommunikationsstrategie,*
- *Flagshipstore Touristinformation,*
- *Erleben – Entdecken – Genießen,*
- *Digitaler Erlebnishop & Gästekarte,*
- *Marketing und Vertrieb MICE,*
- *Erschließung Kreuzfahrt(-tourismus) und Gruppen,*
- *Erlebnis Hafen am und auf dem Wasser,*
- *NOVO mit Stadtbibliothek und Jugendherberge,*
- *Radtouristische Vernetzung,*
- *Wettbewerbsfähige Organisationsstrukturen und Netzwerkmanagement des Tourismuskonzeptes 2030+.*

Aus der Mitte des Ausschusses wird angemerkt, dass viele Themen, die im Konzept aufgeführt werden wie z. B. Bus- und Gruppentourismus, Kreuzfahrttourismus, Kulinarik, nicht neu sind und die Stadt Bremerhaven schon seit Jahren an einer Verbesserung dieser Tourismusbereiche arbeitet (Stichwort ITB Berlin Meeting Busreisegruppen; Kreuzfahrtpodium).

Herr Stadtverordneter Allers führt aus, dass er zu den im Tourismuskonzept 2030 angesprochenen Maßnahmen wie z. B. (Bus- und Gruppenreisen stärker erschließen) Ausführungen vermisste, wie die angesprochenen Maßnahmen zur Verbesserung des Tourismus umgesetzt werden sollen.

Auf Nachfrage erläutert Herr Heinsohn, dass sich die Maßnahmen des Tourismuskonzeptes nur im Rahmen der finanziellen Möglichkeiten der Stadt Bremerhaven realisieren lassen und ggf. priorisiert erfüllt werden können.

Zudem führt Herr Heinsohn an, dass die Stadt Bremerhaven dringend weitere Hotelkapazitäten benötigt, um z. B. den Busreiseveranstaltungsmarkt bedienen zu können. Außerdem würden Hotelketten ihre eigenen Gäste mitbringen und Eigenwerbung betreiben.

Herr Dr. Meyer ergänzt, dass in der Stadt Bremen im Jahr 2015 83 Hotels existierten. Im Jahr 2025 sind dort 91 Hotels am Markt. In Cuxhaven werden in den nächsten Jahren 1000 neue Hotelbetten geschaffen. In Bremerhaven liegt die Anzahl der Hotels seit 2015 bei 21 Häuser.

Beschluss

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss nimmt den anliegenden Bericht zur „Fortschreibung Tourismuskonzept Stadt Bremerhaven 2030“ zur Kenntnis.

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss bittet über die weitere Konkretisierung der Schlüsselprojekte regelmäßig nach Fortschritt, mindestens aber jährlich, informiert zu werden. Davon unbenommen bleibt die Pflicht zum Einholen einzelfallbezogener Entscheidungen bei finanziellen Auswirkungen auf den Haushalt.

Das Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft wird gebeten, die Geschäftsführung der EBG (Herr Gerber) zum Tagesordnungspunkt „Umsetzung des Tourismuskonzeptes 2030“ zur nächsten Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses am 02.03.2026 einzuladen. Die Geschäftsführung der EBG wird außerdem gebeten, im nichtöffentlichen Teil der nächsten Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses zur Personalsituation Stellung zu nehmen und Fragen aus der Mitte des Ausschusses zu beantworten.

einstimmig beschlossen

4.2. Fortführung des Regionalmanagements Wasserstoff im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur, GRW (Phase III) 24/2025

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss - Bereich Wirtschaft - stimmt der Fortführung des Projektes „Regionalmanagement Wasserstoff“ und der Bereitstellung des kommunalen Anteils der GRW-Infrastrukturmittel (45 %) in Höhe von insgesamt 197.370 € für den Projektzeitraum entsprechend dem Finanzierungsplan aus der Haushaltsstelle „Allgemeine Infrastrukturmaßnahmen“ vorbehaltlich der Rechtskraft des Bremerhavener Haushalts 2025 zu.

einstimmig beschlossen

- 4.3. Standortmarketing 2025** **16/2025**
- Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss nimmt das Standortmarketingkonzept für das Jahr 2025 zur Kenntnis.
- Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss stimmt, vorbehaltlich der Rechtskraft des Bremerhavener Haushalts 2025 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. Masterplan Stadtmarketing Bremerhaven** **26/2025**
Hier: Konzept 2026
- Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss nimmt das Stadtmarketingkonzept 2026 zur Kenntnis.
- 4.5. Maritime Tage Bremerhaven 2026** **27/2025**
Veranstaltungszeitraum: Vom 12.08. bis 16.08.2026
- Zur Umsetzung der im Rahmen ihres Gesellschaftszweckes geplanten Veranstaltung „Maritime Tage Bremerhaven 2026“ werden der Erlebnis Bremerhaven 300.000 € aus der Spezialrücklage „Tourismusabgabe Citytax“ bereitgestellt.
- einstimmig beschlossen***
- 4.6. Vorlage der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation für die** **30/2025**
Sitzung des Senats am 14.10.2025: „Bund-Länder-Gemeinschaftsaufgabe
„Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur (GRW)“
Hier: Neubau Nord-Nordostareal Neuer Hafen Bremerhaven Finanzierung
der Planungsleistungen LPh 4-6 sowie Abbau/Verbringung des Portalkrans
und temporäre Verankerung der Ostkaje“
- Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss nimmt die anliegende Senatsvorlage „Bund-Länder-Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur (GRW)“ Hier: Neubau Nord-Nordostareal Neuer Hafen Bremerhaven Finanzierung der Planungsleistungen LPh 4-6 sowie Abbau/Verbringung des Portalkrans und temporäre Verankerung der Ostkaje“ der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation zur Kenntnis.
- Für die Erbringung des kommunalen Zuwendungsanteils entscheidet der Finanz- und Wirtschaftsausschuss städtische Komplementärmittel für allgemeine investive Infrastrukturmaßnahmen in Höhe von 132.000 € in 2026 und 100.000 € in 2027 einzusetzen. In 2025 wird der kommunale Anteil in Höhe von 189.000 € von der BEAN finanziert.
- einstimmig beschlossen***
- 4.7. Vorlage der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation für die** **29/2025**
Sitzung des Senats am 07.10.2025: „EFRE-Programm Land Bremen 2021-
2027: Schlüsselmaßnahmen Innovation, Umsetzung der
„Innovationsstrategie Land Bremen 2030“, Bericht Phase A für den Zeitraum
2023-2025, Umsetzung Phase B für den Zeitraum 2026-2028“
- Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss nimmt die anliegende Senatsvorlage „EFRE-Programm Land Bremen 2021-2027: Schlüsselmaßnahmen Innovation, Umsetzung der „Innovationsstrategie Land Bremen 2030“ Bericht Phase A für den Zeitraum 2023-2025, Umsetzung Phase B für den Zeitraum 2026-2028“ der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation zur Kenntnis.
- 4.8. Vorlage der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation für die** **28/2025**
Sitzung des Senats am 07.10.2025: „EFRE-Programm Land Bremen 2021-
2027: Gender Diversity in KMU, Bericht Phase A für den Zeitraum 2023-
2025, Umsetzung Phase B für den Zeitraum 2026-2028“
- Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss nimmt die anliegende Senatsvorlage „EFRE-Programm Land Bremen 2021-2027: Gender Diversity in KMU, Bericht Phase A für den Zeitraum 2023-2025, Umsetzung Phase B für den Zeitraum 2026-2028“ der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation zur Kenntnis.

5. Anträge

Es liegen keine Anträge vor.

6. Anfragen

6.1. Übersicht von City-Tax-Mitteln

32/2025

Die Anfrage wird in der nächsten Sitzung beantwortet.

7. Mitteilungen

Es liegen keine Mitteilungen vor.

8. Verschiedenes

Es erfolgen keine Wortmeldungen.

Vorsitzender

Schriftführer

Neuhoff
Bürgermeister

Beckmann
Oberamtsrat

Vorlage Nr. 7/2026		
für die Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft.		
Beratung in öffentlicher Sitzung:	ja	Anzahl Anlagen: 1

Sachstandsbericht gemäß § 49 Abs. 2 GOSTVV zur öffentlichen Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft - in der Wahlperiode 2023/2027 am 02.03.2026

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 02.03.2026

Lfd. Nr.	Beschlussdatum	Nr. der Vorlage	Beschlusslage (ggf. Frist)	Zuständigkeit (Dez./Amt)	Bearbeitungsstand	Bemerkungen
1	08.03.2021	2/2021 Gemeinschaftsaufgabe Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur, GRW Hier: Planung und Umsetzung der Erschließung des kleinteiligen Gewerbegebietes Carsten-Lücken-Straße	Einstimmig beschlossen	I/8	offen	Die Kostenberechnung für die neue Vorzugsvariante liegt vor. Insbesondere durch die geänderte verkehrliche Erschließung, die Lage in der Wasserschutzzone 3 und die Anforderungen im Umgang mit dem auszutauschenden Torfvorkommen sowie den eingetretenen Baukostensteigerungen der letzten Jahre ergibt sich voraussichtlich nahezu eine Verdoppelung der bisher geplanten Kosten auf ca. 7,7 Mio. €. Es sind zunächst die Kostenberechnung auf Einsparmöglichkeiten zu prüfen und anschließend mit den Beteiligten die weitere Vorgehensweise und ggf. die Finanzierungsmöglichkeiten abstimmen.
2	05.10.2021	18/2021 SAIL Bremerhaven 2025 vom 13.-17. August 2025	Einstimmig beschlossen	I/8	erledigt	
3	20.09.2022	14/2022 Bremerhaven-Fonds - Zukunftsinvestition Innenstadt	Mehrheitlich beschlossen	I/8	offen	Der Abbruch des vorderen älteren Teils des ehem. Karstadt-Gebäudes wurde zeitlich vorgezogen, da die Asbestentfernung im hinteren Teil mehr Zeit beansprucht.
4	13.12.2022	19/2022 Gemeinschaftsaufgabe Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur, GRW Hier: Fortführung des Regionalmanagements Wasserstoff	Einstimmig beschlossen	I/8	erledigt	
5	28.02.2023	04/2023 Bund-Länder-Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW): Errichtung eines Gewerbezentrums 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	I/8	offen	Die Fertigstellung ist für Herbst 2026 geplant.

6	12.12.2023	28/2023 „Innenstadtwechsel Bremerhaven“ Hier: Baustellenmarketing	Mehrheitlich beschlossen	I/8	offen	Mit Beginn des Abbruchs des Karstadt-Gebäudes wurden die ersten Maßnahmen (fußläufige Umleitungen, Anwohner:innen- und Bürger:inneninformation) umgesetzt. Eine Informationsbroschüre wurde erstellt.
7	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	I/8, EBG	offen	Bericht von Herrn Oberbürgermeister Grantz.
8	12.12.2023	31/2023 Bund-Länder-Gemeinschaftsaufgabe „Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur“ (GRW) Lüne Delta, Umsetzung erster Bebauungsplan	Mehrheitlich beschlossen	I/8	offen	Nach den erheblichen Verzögerungen bei der Aufstellung des B-Plans und der Umsetzung der erforderlichen vorgezogenen CEF-/Kompensationsmaßnahmen, sind die weiteren Maßnahmen für 2026 im Zeitplan. Die Aufwendungen des zweiten Abschnitts sind abgeschlossen. Die Vergabe der Brücke Süd soll im 1. Quartal 2026 erfolgen. Die Erschließungsstraße C1 bis zu dieser Brücke soll im Sommer 2026 hergestellt werden.
9	29.02.2024	6/2024 Mehrbedarfe Sanierung ELBE 3 und Umwidmung von Finanzmittel der institutionellen Förderung für den Museumshafen des Deutschen Schifffahrtsmuseums (DSM) für die Jahre 2022 und 2023	Mehrheitlich beschlossen	I/8	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.
10	10.09.2024	20/2024 Werftquartier Bremerhaven: Berichterstattung 2024, Sicherung der anteiligen Finanzierung Land Bremen/Stadt Bremerhaven	Einstimmig beschlossen	I/8	erledigt	Der Sachstandsbericht 2025 wird dem Finanz- und Wirtschaftsausschuss am 02.03.2026 vorgelegt.
11	25.09.2025	22/2025 (Antrag) Bremerhavener Jahrmärkte langfristig sichern (SPD, CDU, FDP)	Mehrheitlich beschlossen	I/8	offen	Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss - Bereich Wirtschaft - hat in seiner Sitzung am 25.09.2025 beschlossen, dass ab 2026 für Maßnahmen zur Bewerbung der Bremerhavener Jahrmärkte jährlich ein Betrag in Höhe von bis zu 30.000 € über Einnahmen aus der Tourismusabgabe City-Tax zur Verfügung gestellt wird. Antragstellung für 2026 muss erfolgen.
12	09.12.2025	31/2025 Fortschreibung Tourismuskonzept Stadt Bremerhaven 2030	Einstimmig beschlossen	I/8	Umsetzung läuft	Der Geschäftsführer der Erlebnis Bremerhaven wird im Finanz- und Wirtschaftsausschuss berichten.

13	09.12.2025	24/2025 Fortführung des Regionalmanagements Wasserstoff im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur, GRW (Phase III)	Einstimmig beschlossen	I/8	erledigt	Mit Bescheid vom 10.12.2025 wurde der BEAN eine Zuwendung in Höhe von bis zu 197.370 € bewilligt. Das Projekt endet am 30.11.2028.
14	09.12.2025	16/2025 Standortmarketing 2025	Einstimmig beschlossen	I/8	erledigt	Die Maßnahme ist abgeschlossen, die Abrechnung steht noch aus.
15	09.12.2025	27/2025 Maritime Tage Bremerhaven 2026 Veranstaltungszeitraum: Vom 12.08. bis 16.08.2026	Einstimmig beschlossen	I/8	erledigt	Mit Bescheid vom 10.12.2025 wurde der EBG eine Zuwendung in Höhe von bis zu 300.000 € bewilligt. Das Projekt endet am 31.12.2026.
16	09.12.2025	30/2025 Vorlage der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation für die Sitzung des Senats am 14.10.2025: „Bund-Länder-Gemeinschaftsaufgabe ‚Verbesserung der regionalen Wirtschaftsstruktur (GRW)‘ Hier: Neubau Nord-Nordostareal Neuer Hafen Bremerhaven Finanzierung der Planungsleistungen LPh 4-6 sowie Abbau/Verbringung des Portalkrans und temporäre Verankerung der Ostkaje“	Einstimmig beschlossen	I/8	offen	Die Planungsleistungen wurden beauftragt. Die Genehmigung wird in Kürze bei der Wasserbehörde beantragt. Parallel laufen die Ausführungsplanungen. Die Durchführung der temporären Verankerung der Ostkaje wurde beauftragt. Die Arbeiten starten in Kürze. Das Leistungsverzeichnis für die Verbringung des Portalkrans liegt vor und wird geprüft. Die Arbeiten sollen Ende März 2026 beginnen.

Vorlage Nr. 33/2025		
für die Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft.		
Beratung in öffentlicher Sitzung:	ja	Anzahl Anlagen: 1

Vorlage der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation für die Sitzung des Senats am 11.11.2025: „EFRE-Programm Land Bremen 2021-2027: Start-up Förderung 'Bre-Up' im Land Bremen: Bericht für die Umsetzung Phase A im Zeitraum 2023-2025, Fortführung Phase B für den Zeitraum 2026-2028"

A Problem / B Lösung

Der Senat hat in seiner Sitzung am 11.11.2025 die Vorlage „EFRE-Programm Land Bremen 2021-2027: Start-up Förderung ‚Bre-Up‘ im Land Bremen: Bericht für die Umsetzung Phase A im Zeitraum 2023-2025, Fortführung Phase B für den Zeitraum 2026-2028“ der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation beschlossen (s. Anlage).

Der Magistrat hat in seiner Sitzung am 17.12.2025 einen entsprechenden Beschluss erfasst.

C Alternativen

Keine.

D Auswirkungen des Beschlussvorschlages

Es sind keine Auswirkungen nach § 35 Abs. 2 GStVV 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 „EFRE-Programm Land Bremen 2021-2027: Start-up Förderung ‚Bre-Up‘ im Land Bremen: Bericht für die Umsetzung Phase A im Zeitraum 2023-2025, Fortführung Phase B für den Zeitraum 2026-2028“ der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation zur Kenntnis.

Grantz
Oberbürgermeister

Anlage: Senatsvorlage EFRE-Programm Land Bremen 2021-2027: Start-up Förderung ‚Bre-Up‘ im Land Bremen: Bericht für die Umsetzung Phase A im Zeitraum 2023-2025, Fortführung Phase B für den Zeitraum 2026-2028“

Vorlage für die Sitzung des Senats am 11.11.2025

EFRE-Programm Land Bremen 2021-2027:

Start-up Förderung „Bre-Up“ im Land Bremen:

Bericht für die Umsetzung Phase A im Zeitraum 2023-2025

Fortführung Phase B für den Zeitraum 2026-2028

A. Problem

Start-ups oder technologie- und wissensorientierte Unternehmensgründungen sind aus innovations- und wirtschaftspolitischer Sicht ein äußerst wichtiger Standortfaktor. Sie haben das Potenzial, sehr schnell zu mittleren und größeren Unternehmen mit entsprechenden Beschäftigtenzahlen zu wachsen, gelten als Innovationstreiber für die etablierte Wirtschaft am Standort, können gänzlich neue Wachstumsimpulse setzen und den wirtschaftlichen Strukturwandel vorantreiben.

Mit dem Beschluss des Senats vom 31.01.2023 zur Vorlage „EFRE-Programm Land Bremen 2021-2027: Start-up Förderung im Land Bremen: Start-up-Förderprogramm Phase A für den Zeitraum 2023-2025“ wurde ein wichtiger Grundstein für die systematische Förderung von Existenzgründungen gelegt. Das Start-up Förderprogramm mit dem Titel „Bre-Up“ unterstützt seit 2024 erfolgreich Unternehmensgründungen mit gezielter Förderung in Form von Zuschüssen zur Weiterentwicklung und Umsetzung ihrer Gründungsidee. Die Finanzierung der Maßnahmen erfolgt aus dem EFRE Programm Land Bremen 2021-2027, spezifisches Ziel 1.3 „Steigerung des Wachstums und der Wettbewerbsfähigkeit von KMU“. Die Umsetzung erfolgt entsprechend der Anforderung durch das EFRE-Programm in zwei Phasen. Gemäß des o.g. Beschlusses soll dem Senat im Herbst 2025 über die Umsetzung der Phase A von 2023 bis 2025 berichtet und nach Bedarf Beschlüsse zur Fortsetzung der Maßnahmen in Phase B ab 2026 zum Beschluss vorgelegt werden.

B. Lösung

Bericht der Phase A 2023-2025

Entsprechend des Senatsbeschlusses vom 31.01.2023 wurde das Start-up Förderprogramm „Bre-Up“ mit den folgenden Zielen eingerichtet:

- Innovative Gründungen und junge innovative Unternehmen sollen bei der Entwicklung und Umsetzung innovativer Geschäftsideen und -modelle unterstützt werden.
- Es sollen 9-12 Förderfälle p.a. erreicht werden, für den gesamten Zeitraum 2023-2025 waren 25-35 Fälle avisiert.
- Durch die Förderung sollen die Gründungs- und Start-up-Aktivitäten im Land Bremen gesteigert werden und so neue Wachstumsimpulse für den Wirtschaftsstandort Bremen entstehen.
- Es sollen rd. 250 neue Arbeitsplätze p.a. entstehen
- Der Anteil von Gründerinnen in Start-ups soll erhöht werden.

Durch „Bre-Up“ werden innovative Gründungsvorhaben sowie der Aufbau von Unternehmen mit einem innovativen Geschäftsmodell oder der Entwicklung innovativer Technologien, Produkte, Dienstleistungen oder Prozesse gefördert. Es werden den bewilligten Projekten nicht rückzahlbare Zuschüsse von 80% in Höhe von bis zu 150 T € pro Gründungsvorhaben zur Verfügung gestellt, um die beantragte Gründungsidee in einem Zeitraum von bis zu 24 Monaten umzusetzen. Dabei richtet sich die Förderung auf die Schlüsselbranchen und -technologien der Innovationsstrategie des Landes Bremen 2030 („Schlüssel zu Innovationen 2030 – Strategie für Innovation, Dienstleistungen und Industrie Land Bremen“). Die Beratung und Begleitung erfolgt durch das Starthaus für Bremen und Bremerhaven. Die förderseitige Abwicklung des Programms erfolgt durch die Bremer Aufbau-Bank GmbH (BAB) und die BIS Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung mbH (BIS) für Förderfälle in Bremerhaven.

Für den Zeitraum der Phase A von 2023-2025 wurden mit Senatsbeschluss vom 31.01.2023 für das Start-up-Förderprogramm insgesamt 4.050 T€ zur Verfügung gestellt. Bei der Bemessung des Mittelbedarfs wurde berücksichtigt, dass die Zuwendungen nicht vorab in voller Höhe ausgezahlt werden. Eine Restzahlung erfolgt erst nach

Vorlage und Prüfung der jeweiligen Verwendungsnachweise. Daher müssen anteilig auch Mittel für 2026 bereitgestellt werden. Vor diesem Hintergrund teilt sich der Mittelbedarf gemäß Planung wie folgt auf:

Start-up Förderprogramm (in T€) gemäß Beschlusslage zur Planung der Phase A	2023	2024	2025	2026	Gesamt
Förderprojekte (rd. 25-35) auf Basis der Richtlinie zur Förderung innovativer Start-ups	800	1.350	1.350	550	4.050

Seit Beginn der EFRE finanzierten Förderung im August 2024 konnten (Stand 30.09.2025) Mittel in Höhe von 1.476.129,60 € an zehn Unternehmen bewilligt werden, davon wurden 678.227,12 € ausgezahlt. Bei einer Förderquote von 80% entspricht dies einem Gesamtinvestitionsvolumen von rd. 1.695.162,00 €. Eine genaue Aussage über die Höhe der verausgabten Mittel für Phase A kann nach noch vorzulegender Abschlussrechnung durch die BAB im Jahr 2026 erfolgen.

Insgesamt konnte die Bindung der EFRE-Mittel für „Bre-Up“ erst verzögert starten. Hintergrund für den Verzug bei den Bewilligungen und der Abwicklung waren Probleme bei der Implementierung des IT-Systems für die Abwicklung von EFRE-Förderungen und der digitalen Antragstellung. Im bremischen EFRE-Programm 2021-2027 ist aufgrund von Vorgaben der Europäischen Union nur noch eine Antragstellung in digitaler Form möglich. Damit war über einen längeren Zeitraum grundsätzlich keine Antragstellung und Bewilligung von Fördervorhaben möglich. Dadurch konnte das EFRE geförderte Programm „Bre-Up“ erst im August 2024 starten.

In dem Zeitraum August 2024 bis zum Stand 30.09.2025 konnten zehn Vorhaben in die Förderung gehen. Acht weitere Vorhaben befinden sich aktuell im Antragsprozess. Auf diesen Zeitraum geblickt, entspricht der Umsetzungsstand den Planungen von neun bis zwölf Förderfällen p.a. Es ist aktuell durch die Anzahl von Beratungen davon auszugehen, dass die Nachfrage zukünftig auf diesem Niveau bleiben wird und das jährliche Ziel von neun bis zwölf Förderfällen erreicht wird. Die Beratung und Begleitung von „Bre-Up“ durch das Starthaus für Bremen und Bremerhaven hat sich bewährt. Das Starthaus unterstützt die Bewerbung, Akquise und inhaltliche Begleitung der Projekte. Dadurch konnte sich „Bre-Up“ gut in das bestehende Unterstützungsangebot

einfügen. Als sog. „One-Stop-Shop“ für alle Gründungswilligen ist das Starthaus ein zentraler Teil des Bremer Start-up Ökosystems und kann durch die große Reichweite im Netzwerk das Programm breit bewerben. Das Starthaus ist in einem regelmäßigen Austausch mit relevanten Organisationen und Akteur:innen wie bspw. BRIDGE (die Gründungsberatung der Hochschulen), dem Digital Hub Industry, den Cluster Organisationen Aviaspace und Maritimes Cluster Norddeutschland, dem ESA Business Incubator, Food Land Bremen, First in Bremerhaven oder dem Creative Hub Bremen. Es konnten dadurch Projekte/Interessierte an das Starthaus herangeführt werden. Ebenso konnten für die Bewertungen der eingereichten Vorhaben zahlreiche Expert:innen aus dem Starthaus Netzwerk gewonnen werden.

Insgesamt hat das Start-up Team des Starthauses für Bremen und Bremerhaven bis heute über 120 Vorhaben aus dem Land Bremen und auswärts bewertet¹. Dabei lässt sich kein spezifischer Branchenfokus feststellen. Es wird aber deutlich, dass die Vorhaben sehr wissensintensiv sind. Insbesondere die Programmierung und Nutzung von Algorithmen im Bereich von Künstlicher Intelligenz ist bei vielen Vorhaben ein wesentlicher Teil des Geschäftsmodells. Auch zeigt sich in der zurückliegenden Berichtsperiode eine Häufung von Vorhaben, die aus dem Wissenschaftskontext entstanden sind. Der größte Teil der Interessierten hat einen akademischen Abschluss und mehr als fünf Jahre Berufserfahrung in der Branche in der sie gründen. Die durchschnittliche Projektförderdauer liegt bei 18 Monaten. Aus der Förderung sind zum aktuellen Zeitpunkt zwei Unternehmen planmäßig ausgeschieden. Die Auswertungen legen nahe, dass die Förderung einen wesentlichen Unterschied in der Entwicklungsgeschwindigkeit des Start-ups sowie in der Qualität der weiterentwickelten Lösung erreicht hat. Die Markteintrittshürden wurden gesenkt, die Markteintrittsphase verkürzt und insgesamt damit die Wahrscheinlichkeit, dass die Start-ups sich am Markt wirtschaftlich erfolgreich positionieren können, deutlich verbessert.

Von den insgesamt 27 Gründenden, die eine Förderung erhalten haben, sind 25 männlich und zwei weiblich. Durch die begleitende Maßnahme „She Starts“ im Starthaus, das strukturelle Hürden für Gründerinnen verringern soll und mit gezieltem Coaching

¹ Eine Förderung hat zur Voraussetzung, dass das Unternehmen einen Sitz oder Niederlassung in Bremen hat.

und Begleitung unterstützt, wurde ein höherer Anteil von Gründerinnen im Programm „Bre-up“ erwartet. Es muss aber festgestellt werden, dass der Anteil von Start-up Gründerinnen in „Bre-Up“ sowie im Land Bremen (im Jahr 2024 lag dieser bei 20 %) noch deutlich zu gering ist.

Es wurden in der Vergangenheit neue Formate entwickelt und eingeführt, die zur Bewerbung und Begleitung der Maßnahme „Bre-Up“ dienen. So wurde in der ersten Jahreshälfte 2025 der Start des Mentorings für Start-ups und Scale-ups initiiert, bei dem die zehn Start-ups aus „Bre-Up“ und zehn ehrenamtliche Mentees ein Partnering eingegangen sind. Die Mentor:innen wurden über die jeweiligen Kontakte der Starthaus-Kolleg:innen akquiriert und stellen ihre Zeit und ihr Know-how aus ihren bisherigen (beruflichen) Erfahrungen ehrenamtlich zur Verfügung. Das neue Veranstaltungsformat des Starthauses „Gain Brain – Make me better!“ gibt den Start-ups aus der „Bre-Up“ Förderung die Möglichkeit, aktuelle Herausforderung in der Geschäftsentwicklung einem breiten Publikum aus dem Start-up Ökosystem zu präsentieren und ein direktes Feedback mit Lösungsvorschlägen zu erhalten.

Der Verlauf der Phase A wird als grundsätzlich positiv bewertet. Durch die Verzögerung im Start der Umsetzung des Förderprogrammes konnten die Ziele für den gesamten Zeitraum nicht erreicht werden, allerdings zeigt die Umsetzung im Zeitraum ab August 2024, mit aktuell zehn geförderten Projekten und acht in Antragsstellung befindlichen, dass das Förderprogramm den Bedarfen der Unternehmen entspricht. Es konnten die Weiterentwicklung und Marktfähigkeit der geförderten Projekte deutlich gesteigert werden. Auch die Umsetzung über das Starthaus wird als positiv bewertet, da es gelungen ist, das Programm erfolgreich zu bewerben und die Projekte zielgerichtet in Antragsstellung und Umsetzung zu begleiten.

Der Anteil der geförderten Start-up Gründerinnen ist noch deutlich zu gering und soll durch die Anpassung von begleitenden Maßnahmen im Starthaus erhöht werden.

Es ist zu erwarten, dass durch die Umsetzung des Programmes die Start-up Aktivitäten im Land gestiegen sind und steigen werden. Durch den verzögerten Start des Programmes im August 2024 kann darüber erst im Jahr 2026 mit Rückblick auf das Jahr 2025 eine relevante Aussage getroffen werden.

Zum aktuellen Zeitpunkt kann noch keine abschließende Aussage darüber getroffen werden, wie viele Arbeitsplätze am Standort zum Abschluss der Phase A neu geschaffen und gesichert wurden. Aktuell sind 55 Personen in den geförderten Projekten beschäftigt. Es wird angenommen, dass ein Arbeitsplatz in einem Start-up drei neue Arbeitsplätze am Standort generiert². Daraus ergibt sich, dass durch das Programm aktuell rd. 165 Arbeitsplätze am Standort neu geschaffen oder gesichert wurden. Dies liegt unter der angestrebten Zielsetzung von rd. 250 neu geschaffenen Arbeitsplätzen am Standort. Allerdings ist eine abschließende Bewertung zum jetzigen Zeitpunkt noch nicht möglich. Das Programm konnte erst mit Verzögerung im August 2024 starten und die Start-ups befinden sich, bis auf zwei, aktuell noch in verschiedenen Umsetzungsphasen der „Bre-up“ Förderung. Das kann insofern nicht als abgeschlossener Jahreszeitraum mit den neun bis zwölf geplanten Förderfällen p.a. betrachtet werden. Die Nachfrage nach dem Förderprogramm und die Zahl der bewilligten Projekte p.a. entspricht den Planungen von neun bis zwölf Förderfällen, weshalb eine Fortführung des Programmes hiermit zum Beschluss vorgelegt wird.

Zum Stand 30.09.2025 befinden sich die untenstehende zehn Unternehmen in der Förderung:

ito ito GmbH

Die ito ito GmbH ist darauf spezialisiert, eine Shared Factory (geteilte Nutzung von Ressourcen innerhalb von Produktionsprozessen durch den Einsatz von Digitalisierung) für die Produktion von Strickmode aufzubauen. Dafür gewinnt das Unternehmen unterschiedliche Strickproduzent:innen und bindet die Maschinenparks über eine API (Application Programming Interface: Programmierschnittstelle) an eine Softwareplattform an, damit Modelabels in kleinen Chargen On-Demand (auf Abruf) produzieren können. Durch diese Kombination können Modeprodukte bereits ab der Menge 1 entwickelt und hergestellt werden.

mzio GmbH

² Quelle: https://startupverband.de/fileadmin/startupverband/mediaarchiv/research/sonstige_studien/20210622-Fuer-ein-Wirtschaftswunder-2.0.pdf

Die mzio GmbH hat erkannt, dass der Markt der Massenspektrometrie aus einigen wenigen Unternehmen besteht, deren Analyseergebnisse aus der Massenspektrometrie in unterschiedlichsten Formaten ausgeliefert werden. Dadurch entsteht ein komplexes System, welches die geräteübergreifende Auswertung erschwert bis unmöglich macht. Die fehlende Standardisierung führt dazu, dass Auswertungsprozesse lange dauern und die Systeme nicht miteinander kommunizieren können. Vielmehr müssen Labore pro Unternehmen viele unterschiedliche, spezifische Software einkaufen, um die Datenanalyse durchführen zu können. Mzio GmbH programmiert eine einzigartige Software, die alle Analyseergebnisse in eine Datenform umwandelt und in allen Laborgeräten lesbar macht.

SmartEduAI GmbH

Das Unternehmen SmartEduAI GmbH (SEAI) beschäftigt sich mit der Verbesserung von Aus- und Weiterbildung. Auf Grund des stetig und schnell vorschreitenden technologischen Wandels werden unterschiedliche Berufsbilder sich verändern oder verschwinden. Um Beschäftigten eine Möglichkeit der Anpassung an diesen Wandel zu ermöglichen, entwickelt SEAI eine Software, die es Beschäftigten erlaubt, sich individuell auf Basis ihrer einzigartigen, persönlichen Vorkenntnisse weiterzubilden. Dadurch können Unternehmen sicherstellen, dass ihre Mitarbeitenden genau die Fähigkeiten und das Wissen erwerben, die sie benötigen. Die Künstliche Intelligenz (KI)basierte Lernassistentin bietet Unternehmen den Vorteil, dass die berufliche Weiterbildung zielgerichtet und ressourceneffizient stattfinden kann.

Marble Imaging AG

Mit dem neuen Analysewerkzeug, dem „Precious Coast Information System (PCIS)“, geht das Unternehmen Marble Imaging AG die wichtigsten Herausforderungen unserer Zeit an: die nachhaltige Bewirtschaftung unserer Ozeane und den Schutz der Küstenregionen. Mit dem PCIS von Marble will das Unternehmen sozioökonomische Datensätze mit Daten aus kommerziellen und öffentlich zugänglichen Earth-Observation-Satelliten zusammenführen und fortschrittliche Methoden wie KI und maschinelles Lernen anwenden, um das volle Potenzial von Big Data auszuschöpfen. Die Komplett-Lösung bietet Analysen, die zusammen zur Bewertung der Anfälligkeit und Bewirtschaftung von Küstengebieten beitragen. Jeder Baustein liefert Informationen, wie beispielsweise über die Wasserqualität und das Vorhandensein schädlicher Algenblüten, Anfälligkeit für Küstenerosion, Veränderungen der Landbedeckung, Entwaldung und vieles mehr, mit dem Ziel, die Interessengruppen zu benachrichtigen, wenn sofortiges Handeln erforderlich ist.

AICOR Solutions GmbH

Die AICOR Solutions GmbH i.G. will für den stark wachsenden Markt der Servicerobotik (prognostiziert ist eine Verachtfachung im Zeitraum 2022 bis 2030) das eklatante Problem der Inbetriebnahme bei der Kund:innen lösen, nämlich den dafür notwendigen Aufwand von Wochen auf Tage zu reduzieren. Dabei wird das bereits entwickelte Konzept des KI-basierten Semantischen Digitalen Zwillings (SDT) mit der zugehörigen AICOR Plattform verschmolzen. Unternehmensgegenstand ist es, mit Hilfe der Plattform kundenspezifische SDT von Robotern, Einsatzumgebung und Anwendung in ausgewählten Zielmarktsegmenten anzubieten. AICOR GmbH bietet den Kund:innen damit selbst-adaptierende Roboterprogramme in dynamisch veränderlichen Einsatzumgebungen an. Der Kundennutzen für den Serviceroboterherstellenden besteht in einer massiven Zeitersparnis und gesteigerter Zufriedenheit seiner Endkund:innen. Der Zielmarkt sind Serviceroboter-Herstellende oder deren Systemintegrator:innen.

AISENCIA GmbH

Getrieben durch eine sich verändernde Altersstruktur und die stärker werdenden Auswirkungen des Klimawandels sind Hautkrankheiten weltweit auf dem Vormarsch. Etwa jede:r Zweite leidet mittlerweile an mindestens einer Hauterkrankung,– Tendenz stark steigend. Für die passende Therapie ist zunächst eine genaue Diagnose nötig. Diese wird in vielen Fällen durch die Untersuchung von Hautgewebeproben im Pathologielabor realisiert. Die steigende Probenanzahl, veraltete manuelle Arbeitsmethoden und immer weniger Patholog:innen führen die Befundung jedoch zunehmend an ihr Limit und erzeugen damit Wartezeiten, die für die Patient:innen schnell gefährlich werden können. Um dieses Problem zu lösen, entwickelt Aisencia einen KI-Booster für die Hautdiagnose, der sich nahtlos in die eigenentwickelte digitale Befundplattform integriert. In einer einzigen Software-Plattform lassen sich somit für die Patholog:innen große Teile der Haut-Routine digital und KI-gestützt umsetzen. Hieraus erwachsen Effizienzgewinne von bis zu 50%, eine steigende Qualität der Befundberichte sowie eine deutlich verbesserte Arbeitsergonomie für die Pathologie.

BlinkBase GmbH

BlinkBase adressiert das in vielen Unternehmen vorherrschende Problem der richtigen Preis- und Mengenbestimmung im Ein- und Verkauf in intransparenten und volatilen Märkten. In diesen Märkten sind präzise Preis- und Mengenvorhersagen schwer vorzunehmen, was Unternehmen in ihren strategischen und operativen Entscheidungen limitiert. Falsche Prognosen zu Preisen und Handelsvolumen führen häufig zu hohen Lagerhaltungskosten und somit zu geringen Margen. BlinkBase bietet hierfür ein zeitgemäßes Vorhersageverfahren an, welches Handelsprozesse mithilfe von maschinellem Lernen und KI unterstützt. Hierfür wurde in den vergangenen Jahren ein am Markt validiertes Vorgehen entwickelt, welches ein neuartiges Verfahren (KI-Algorithmus) beinhaltet. Mit diesem Verfahren werden vor allem für intransparente und volatile Märkte Prognosen ermöglicht, deren Vorhersagegenauigkeit bis zu 18% über denen liegen, die mit Standard ökonometrischen und KI-Methoden erzielt werden.

Camsens GmbH

Camsens GmbH revolutioniert die Pathogendetektion für Tierärzt:innen und Labore durch Digitalisierung, Automatisierung und KI. Der digitale Multiscan-Scanner misst Parasiten 50% schneller als manuelle Methoden und reduziert die Arbeitsbelastung der Mitarbeitenden um bis zu 80%. Diese Effizienz ist besonders wertvoll in mittleren und großen Laboren/Kliniken. Außerdem ist Multiscan die einzige Lösung auf dem Markt, die für Hochdurchsatzanalysen und Probenflexibilität ausgelegt ist und verschiedene Laborobjektträger scannt, was eine schnelle Erweiterung ermöglicht.

TRILITEC GmbH

Die Branche der Schaumstoffherstellenden und -verarbeitenden Unternehmen gerät durch die steigenden Energie- und Lohnkosten zunehmend unter Druck. Aktuell werden die Herstellungs- und Verarbeitungsprozesse zu großen Teilen noch in manueller Arbeit erledigt. Insbesondere die Prüfung der Produktqualität wird durch manuelle Stichproben im Labor und händische Dokumentation realisiert. Eine lückenlose Überwachung der Produktqualität sowie eine optimale Steuerung und Regelung der Prozessabläufe ist nicht möglich. Bei Produktionswechseln oder Prozessschwankungen kommt es zu hohen Ausschussquoten und damit zu einem erhöhten CO₂-Fußabdruck des Produktes. Zusätzlich führen Qualitätsmängel zu erheblichem Reputationsverlust.

TRILITEC hat ein Radarsensorsystem entwickelt, mit dem eine vollständige Erfassung aller relevanten Produktqualitätsdaten wie Rohdichte, Geometrie und Fehlererkennung ermöglicht wird. Mit ersten Pilotkund:innen wurde die Qualitätskontrolle der Schaumstoffprodukte vollständig digitalisiert und automatisiert. Weiterhin wird mit ersten Kund:innen auch bereits an der Regelung der Herstellungs- und Verarbeitungsmaschinen mithilfe der TRILITEC-Messdaten gearbeitet. Der Prototyp soll nun in die Serienreife gebracht werden.

Truscova GmbH

Die Truscova GmbH ist ein auf Cybersicherheit spezialisiertes Unternehmen mit dem Schwerpunkt auf der Absicherung von Smart Contracts. Truscova bietet

seinen Kund:innen ein umfassendes Leistungsspektrum, das Sicherheitsberatung, detaillierte Sicherheitsaudits für Smart Contracts sowie praxisnahe Schulungen umfasst. Die Sicherheitsberatung unterstützt Unternehmen und Entwickler:innen dabei, Smart Contracts von der Konzeption bis zur Implementierung nach höchsten Sicherheitsstandards zu gestalten. Im Rahmen der Sicherheitsaudits analysiert das Team bestehende Smart Contracts systematisch auf potenzielle Schwachstellen und erarbeitet konkrete Lösungsvorschläge zur Risikominimierung. Ergänzend dazu vermitteln die Schulungen – mit Fokus auf die Programmiersprache Solidity – das notwendige Know-how für die sichere Entwicklung von Smart Contracts.

Um die Integrität und Zuverlässigkeit von Smart Contracts zu gewährleisten, setzt Truscova auf formale Verifizierung und moderne Technologien. Dieser Ansatz ermöglicht es, Sicherheitslücken frühzeitig zu erkennen und zu schließen, sodass Entwickler:innen und Unternehmen vertrauenswürdige Blockchain-Lösungen realisieren können. Die Zielgruppe von Truscova umfasst vor allem Unternehmen, Entwickler:innenteams und Organisationen, die Smart Contracts einsetzen und dabei höchste Ansprüche an Sicherheit und Funktionssicherheit stellen. Mit seinem Expertenwissen und technologischen Know-how leistet das Unternehmen einen wichtigen Beitrag zur sicheren und zuverlässigen Nutzung von Smart Contracts in verschiedenen Anwendungsbereichen.

Fortführung Phase B für den Zeitraum 2026-2028

Nach dem Start der Phase A im Zeitraum 2023-2025 soll das Start-up Förderprogramm auch in der Phase B im Zeitraum 2026-2028 fortgeführt werden. Die nicht nachlassende Nachfrage nach dem Programm bestätigt die Notwendigkeit dieses Förderprogramms.

Zielsetzung des Programmes bleibt weiterhin:

- innovative Gründungen und junge innovative Unternehmen bei der Entwicklung und Umsetzung innovativer Geschäftsideen und -modelle zu unterstützen.

- Durch die Förderung sollen die Gründungs- und Start-up-Aktivitäten im Land Bremen gesteigert werden und so neue Wachstumsimpulse für den Wirtschaftsstandort Bremen entstehen.
- Der Anteil von Gründerinnen in Start-ups soll erhöht werden.

Fördergegenstand:

- Gefördert werden innovative Gründungsvorhaben sowie der Aufbau von Unternehmen mit einem innovativen Geschäftsmodell oder der Entwicklung innovativer Technologien, Produkte, Dienstleistungen oder Prozesse. Dabei gibt es keine Einschränkungen auf Wirtschaftszweige und Themenfelder.

Die Förderung erfolgt auf der Grundlage und unter Beachtung:

- Der Richtlinie zur Förderung von innovativen und Green Tech Start-ups im Land Bremen „Bre-Up“;
- dem EFRE Programm Land Bremen 2021-2027;
- der allgemeinen haushaltsrechtlichen Bestimmungen, insbesondere der §§ 23 und 44 der Bremischen Landeshaushaltsordnung (BremLHO) und der hierzu erlassenen Verwaltungsvorschriften (VV LHO) in der jeweils geltenden Fassung;
- der §§ 48, 49 und 49 a des Bremischen Verwaltungsverfahrensgesetzes (VwVfG) in der jeweils geltenden Fassung;
- der Bestimmungen des europäischen Beihilferechts, insbesondere der Allgemeinen Gruppenfreistellungsverordnung (AGVO);
- der Vorschriften der Europäischen Union zum Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE), insbesondere der Verordnung (EU) 2021/1060 ("Dachverordnung"), der Verordnung (EU) Nr. 2021/1058 (EFRE-Verordnung) und der hierzu ergangenen Durchführungsvorschriften.

Die Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation behält sich vor, einzelne Aspekte bzgl. des Förderverfahrens entsprechend den EFRE-Vorgaben, Anpassungen der Allgemeinen Gruppenfreistellungsverordnung etc. im weiteren Verfahren anzupassen.

Es sollen den bewilligten Projekten weiterhin nicht rückzahlbare Zuschüsse in Höhe von bis zu 150 T € pro Gründungsvorhaben zur Verfügung gestellt werden, um die beantragte Gründungsidee in einem Zeitraum von bis zu 24 Monaten umzusetzen (die Auszahlung erfolgt mit Verwendungsnachweis bzw. max. zwei Monate im Voraus). Die Förderung erfolgt auf Basis des EU-Beihilferechtsrahmens AGVO. Durch die Förderung soll es den Gründer:innen u.a. ermöglicht werden, ihr Gründungsvorhaben in die Tat umzusetzen und die dafür notwendigen Kosten durch Zuschüsse gefördert zu bekommen. Das soll möglichst alle Kosten beinhalten, die für die Umsetzung der Gründungsidee zur marktreifen Umsetzung notwendig sind, wie bspw. der Aufwand für die Entwicklung von Prototypen und Demonstratoren, Ausgaben für Marketing und Ausgaben für spezifisches Coaching/Beratung.

Das Start-up Förderprogramm kann gegründeten Unternehmen zugutekommen, die nicht älter als fünf Jahre sind. Das Programm deckt eine Lücke in der hiesigen Förderlandschaft und soll ergänzend zu schon vorhandenen Programmen wie EXIST, Starthaus Coaching und ESA BIC Northern Germany umgesetzt werden. Es wird außerdem weiterhin vorhandene Infrastruktur wie das Digital Hub Industry, das Food Land Bremen das Creative Hub Bremen oder die hoi Start-up Factory ergänzen. Die Ergänzung erfolgt insbesondere dadurch, dass das neue Förderprogramm den dort verorteten Projekten die weitere Finanzierung oder Anschlussfinanzierung zur Weiterentwicklung und Umsetzung des Gründungsvorhabens ermöglicht.

Um den Anteil von Gründerinnen in den geförderten Startups zu erhöhen, werden die begleitenden Maßnahmen im Starthaus angepasst und ausgebaut. In dem Programm „She Starts“ vom Starthaus sollen weiter verstärkt Gründerinnen unterstützt werden, um die Unterrepräsentanz von Start-up Gründerinnen aufzulösen. Zusammen mit dem Netzwerk, insbesondere mit den Bremischen Hochschulen und Forschungsinstituten, soll daran gearbeitet werden, dass Frauen Start-up Gründungen als eine attraktive Alternative zum Angestellt:innenverhältnis oder zu einer Forschungskarriere wahrnehmen.

Das Starthaus hat zudem sein Programm „Mentoring by Starthaus“ erweitert, für die Zielgruppe der Start-up Gründerinnen weiterentwickelt und auf eine Dauer von zehn Monaten ausgeweitet.

Es hat sich bewährt, dass Bewerbung, Akquise und inhaltliche Begleitung der Projekte über das Starthaus für Bremen und Bremerhaven erfolgt. Das Starthaus hat die Begleitung der Projekte auf deren Bedarfe ausgelegt und prüft ständig deren Wirksamkeit.

Die Bewerbung des Programmes soll weiterhin regional und überregional erfolgen, um auch standortferne potenzielle neue Start-ups für den Standort Bremen/Bremerhaven zu interessieren. Das Starthaus plant das Programm „Bre-Up“ verstärkt auf überregionalen Messen und Konferenzen zu präsentieren, um mehr Start-ups für das Programm anzuziehen und so an den Standort zu holen. Auch im lokalen Ökosystem soll „Bre-Up“ weiter beworben werden, bspw. auf Veranstaltungen wie der Gründungswoche oder dem Startup Summit Bremen, Startup Weekends und Pitch Events. Durch eine verstärkte Bewerbung und die spezifischen Angebote für Frauen ist zu erwarten, dass die Nachfrage und das Interesse an dem Programm in der Phase B insgesamt gesteigert werden.

Die administrative Umsetzung des Förderprogramms für Bremen und Bremerhaven soll weiterhin durch die BAB und die BIS im Zuge der Beleihung erfolgen. Die Vergütung erfolgt im Zuge der regulären veranschlagten Umsetzungskosten für Förderprogramme und erfordert keine zusätzlichen Haushaltsmittel.

C. Alternativen

Alternative 1

Fortführung des Start-up Förderprogramms mit reduziertem Mittelvolumen.

Diese Variante wird nicht empfohlen, da hier die erwarteten positiven Effekte für den Wirtschaftsstandort Bremen nicht erreicht werden können. Die eingesetzten Mittel würden dann nicht den festgestellten Bedarf der Start-up Förderung decken.

Alternative 2

Keine Fortführung des Start-up Förderprogrammes.

Diese Variante wird nicht empfohlen. Die Nichtfortführung des neuen Förderprogramms würde die positive Weiterentwicklung des Start-up-Ökosystems erheblich beeinträchtigen und die Wettbewerbsfähigkeit des Wirtschafts- und Innovationsstandortes Bremen stark einschränken.

D. Finanzielle und personalwirtschaftliche Auswirkungen / Genderprüfung / Klimacheck

Der Bedarf für die Fördermittel des Start-ups Förderprogrammes beläuft sich in der Phase B (Zeitraum 2026-2028) zuzüglich Restzahlungen in 2029 auf 6.450 T€. Damit sollen rd. 35 - 43 Förderprojekte in diesem Zeitraum im Land Bremen umgesetzt werden.

Bei der Bemessung des Mittelbedarfs ist zu berücksichtigen, dass die Zuwendungen nicht vorab in voller Höhe ausgezahlt werden. Eine Restzahlung erfolgt erst nach Vorlage und Prüfung der jeweiligen Verwendungsnachweises. Daher müssen für die Phase B (2026-2028) anteilig Mittel für 2029 bereitgestellt werden. Vor diesem Hintergrund teilt sich der Mittelbedarf für die hier zum Beschluss vorgelegte Phase B für den Zeitraum 2026-2028 mit Restauszahlungen im Jahr 2029 wie folgt auf (in T€; Gesamtsumme (EU-Mittel / Landesmittel)):

Start-up Förderprogramm	2026	2027	2028	2029	Gesamt
Förderprojekte auf Basis der Richtlinie zur Förderung innovativer Start-ups	1.900 (760 EU / 1.140 Land)	1.900 (760 EU / 1.140 Land)	1.900 (760 EU / 1.140 Land)	750 (300 EU / 450 Land)	6.450 (2.580 EU / 3.870 Land)

Zur Durchführung von Maßnahmen im EFRE Programm Land Bremen 2021-2027 ist jeweils eine nationale Kofinanzierung der EU-Mittel (40%) in Höhe von 60% erforderlich. Die erforderliche nationale Kofinanzierung soll aus Landesmitteln dargestellt werden.

Der Mittelbedarf zur Umsetzung der Phase B der Maßnahme „Start-up Förderprogramm“ im EFRE-Programm Land Bremen, spezifisches Ziel 1.3 Steigerung des Wachstums und der Wettbewerbsfähigkeit für KMU“ im Zeitraum 2026-2029 beläuft sich insgesamt auf 6.450 T €.

Zur haushaltsrechtlichen Absicherung der Finanzierung der Maßnahme ab 2026ff ist die Erteilung einer zusätzlichen Verpflichtungsermächtigung (VE) bei der Haushaltsstelle (Hst.) 0710.686 22-0 „Förderung innovativer Start-ups“ in Höhe von 6.450.000 € für die Jahre 2026-2029 erforderlich. Zum Ausgleich dieser zusätzlichen VE werden die veranschlagten Verpflichtungsermächtigungen bei der Hst. 0709.893 57-2 „EU-

Programm EFRE 2021-2027 investiv“ in Höhe von 2.843.000 €, bei der Hst. 0697.681 98-1 „Allgemeines Wohngeld an Empfänger in Bremen“ in Höhe von 2.843.000 € und bei der Hst. 0801.891 40-3 „EU-Fischereifond (EMFAF) 2021-2027“ in Höhe von 764.000 € nicht in Anspruch genommen. Die barmittelmäßige Abdeckung der zusätzlichen VE i.H.v. jeweils 1.900.000 € für die Jahre 2026 bis 2028 und in Höhe von 750.000 € in 2029 erfolgt aus veranschlagten Mitteln bei der Haushaltsstelle 0710.686 57-2, „EU-Programme EFRE 2021 – 2027 – konsumtiv-“ im Rahmen des Deckungskreises.

Wirtschaftlichkeitsuntersuchung

Das Förderprogramm richtet sich an Unternehmen, die nicht älter als fünf Jahre sind. In dieser Frühphase des Gründens haben die Antragsteller:innen noch keine Möglichkeit, Eigenanteile zur Ko-Finanzierung einzubringen. Die positiven gesamtwirtschaftlichen Effekte für den Standort sind erst nach der Frühphase des Gründens zu erwarten. Start-ups definieren sich als junge Unternehmensprojekte mit neuen Ideen und schnellem Wachstum. Als Innovationstreiber, auch schon in der Frühphase der Gründung, haben Start-ups positive Effekte auf die etablierte Wirtschaft und den Innovationsstandort insgesamt. D.h. es ist zu erwarten, dass sich indirekte und induzierte regionalwirtschaftliche Effekte wie neu geschaffene Arbeitsplätze ergeben. Laut der Studie „Für ein Wirtschaftswunder 2.0 – Wie Start-ups und Scale-ups den deutschen Arbeitsmarkt beflügeln“ aus dem Jahr 2021 von Roland Berger im Auftrag des Deutschen Start-up Verbandes³ schafft und sichert ein Arbeitsplatz in einem Start-up oder Scale-up indirekt drei zusätzliche Arbeitsplätze in der Region.

Für die Phase B des „Start-up Förderprogramms“ wurde eine Wirtschaftlichkeitsuntersuchung mit dem standardisierten Bewertungstool des Senators für Finanzen durchgeführt. Auf Basis des Bewertungstools ergibt sich ein negativer Saldo der eingesetzten Mittel.

Im Hinblick auf die Weiterentwicklung der Gründungsszene im Land Bremen wird aus den folgenden Gründen trotzdem eine Umsetzung des neuen Start-up-Programms

³ Quelle: https://startupverband.de/fileadmin/startupverband/mediaarchiv/research/sonstige_studien/20210622-Fuer-ein-Wirtschaftswunder-2.0.pdf

empfohlen: Aufgrund der derzeitigen gesamtwirtschaftlichen Lage und der bestehenden Unsicherheiten hinsichtlich der weiteren wirtschaftlichen Entwicklung (Ukraine Krise, Preis- und Zinsentwicklung, Zollstreit etc.) können die im Rahmen der Wirtschaftlichkeitsuntersuchung errechneten quantifizierbaren gesamtwirtschaftlichen Effekte nur eingeschränkt als valide und zielführend angesehen werden. Es wird daher trotz des Ergebnisses der rechnerischen Wirtschaftlichkeitsuntersuchung eine Umsetzung der Maßnahme empfohlen. Ein gut ausgestattetes Start-up Förderprogramm hält junge gut ausgebildete Fachkräfte am Standort und kann eine entsprechende Sogwirkung entfalten, wirkt sich positiv auf die Standortpositionierung als Innovationsstandort aus und fördert den Technologietransfer in die Wirtschaft und Verwaltung.

Personalwirtschaftliche Auswirkungen

Durch die Umsetzung des Förderprogramms ergeben sich keine direkten personalwirtschaftlichen Auswirkungen.

Genderbezogene Auswirkungen

Das Start-up Förderprogramm richtet sich in Bezug auf die Zielgruppen gleichermaßen an alle Geschlechter. Laut startupdetector report 2024/2025 liegt der Anteil der Gründerinnen in Start-ups im Land Bremen bei nur 20 %, im Bundesdurchschnitt bei 18,4 %⁴. Das Förderprogramm soll diesem geringen Anteil von Gründerinnen in Start-ups explizit entgegenwirken, in dem mehr Frauen an das Start-up Förderprogramm herangeführt und begleitet werden. Zielgerichtete Programme des Starthauses wie „She Starts“ und die Ausweitung des Starthauses-Mentoring auf ein spezifisches Angebot für Start-up Gründerinnen soll die Anzahl der Start-up Gründerinnen im Programm „Bre-Up“ und insgesamt im Land Bremen erhöhen.

Klimacheck

Die Beschlüsse in der Senatsvorlage haben, auf Basis des Klimachecks, voraussichtlich keine direkten Auswirkungen auf den Klimaschutz. Von einem indirekten positiven Einfluss auf die Erreichung der Klimaschutzziele ist auszugehen, da die geförderten

⁴ Quelle: <https://www.startupdetector.de/startupdetector-report-2024-25/>

Projekte auf Effizienzsteigerungen ausgerichtet sind und so grundsätzlich einen positiven ökologischen Effekt erzielen können.

E. Beteiligung und Abstimmung

Die Abstimmung der Vorlage mit der Senatskanzlei ist eingeleitet. Die Vorlage ist mit dem Senator für Finanzen abgestimmt.

F. Öffentlichkeitsarbeit und Veröffentlichung nach dem Informationsfreiheitsgesetz

Die Vorlage ist nach Befassung durch den Senat, der Deputation für Wirtschaft und Häfen und des Haushalts- und Finanzausschusses für die Öffentlichkeit geeignet und soll in das zentrale Informationsregister nach dem Informationsfreiheitsgesetz eingestellt werden. Datenschutzrechtliche Bedenken bestehen nicht.

G. Beschluss

1. Der Senat nimmt den Bericht zur Umsetzung Phase A der Maßnahme „Start-up Förderung „Bre-Up“ im Land Bremen“ im Zeitraum 2023-2025 zur Kenntnis.
2. Der Senat stimmt der Umsetzung der Phase B der Maßnahme „Start-up Förderung „Bre-Up“ im Land Bremen“ mit einem Mittelvolumen von insgesamt 6.450.000 € für den Zeitraum 2026-2029 im EFRE-Programm Land Bremen 2021-2027 zu.
3. Der Senat stimmt zur haushaltsrechtlichen Absicherung der Maßnahme „Start-up Förderung „Bre-Up“ im Land Bremen“ dem Eingehen von zusätzlichen Verpflichtungen für die Haushaltsjahre 2026-2029 i.H.v. insgesamt 6.450.000 € zu.
4. Der Senat bittet die Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation eine Befassung der Deputation für Wirtschaft und Häfen sowie über den Senator für Finanzen die Befassung des Haushalts- und Finanzausschusses einzuleiten.

Anlage

Richtlinie „Start-up Förderprogramm“

Durchführungsbestimmungen „Start-up Förderprogramm“

VE-Antrag

Wirtschaftlichkeitsuntersuchung



Richtlinie zur Förderung von innovativen und Green Tech Start-ups im Land Bremen „BRE-Up“

1. Zuwendungszweck, Rechtsgrundlage

- 1.1 Im Rahmen der Förderung sollen innovative Start-ups in ihrer Gründungsphase unterstützt werden. Durch die Förderung sollen Gründer:innen unterstützt werden, ihre Gründungsidee weiterzuentwickeln und in die Umsetzung zu bringen. Es sollen außerdem innovative Start-ups gefördert werden, die durch die Entwicklung neuer Technologien einen wesentlichen Beitrag zur Entwicklung einer klimaverträglichen Wirtschaft sowie zur Schaffung und Stabilisierung hochwertiger Arbeitsplätze leisten.

Die Innovationsstrategie des Landes Bremen 2030¹ ist zur Erfüllung des Zuwendungszweckes zu beachten.

Die Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation der Freien Hansestadt Bremen stellt durch die ernannten Bewilligungsbehörden bei der Bremer Aufbau-Bank GmbH (BAB) und bei der BIS Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung mbH Zuschüsse zur Förderung innovativer Start-ups im Land Bremen nach Maßgabe der nachfolgenden Bestimmungen bereit.

- 1.2 Die Förderung erfolgt auf der Grundlage und unter Beachtung

- dieser Förderrichtlinie;
- der allgemeinen haushaltsrechtlichen Bestimmungen, insbesondere der §§ 23 und 44 der Bremischen Landeshaushaltsordnung (BremLHO) und der hierzu erlassenen Verwaltungsvorschriften (VV LHO) in der jeweils geltenden Fassung;
- des § 1 Absatz 1 des Bremischen Verwaltungsverfahrensgesetzes (BremVwVfG) i.V.m. §§ 48, 49 und 49 a des Verwaltungsverfahrensgesetzes (VwVfG) in der jeweils geltenden Fassung;
- der Bestimmungen des europäischen Beihilferechts, insbesondere der Verordnung (EU) Nr. 651/2014 zur Feststellung der Vereinbarkeit bestimmter Gruppen von Beihilfen mit dem Binnenmarkt in Anwendung der Artikel 107 und 108 des Vertrags über die Arbeitsweise der Europäischen Union („AGVO“)²;
- bei Förderung mit Mitteln aus dem Europäischen Fonds für regionale Entwicklung der Vorschriften der Europäischen Union zum Europäischen Fonds für regionale Entwicklung („EFRE“), insbesondere der Verordnung (EU) 2021/1060

¹ Innovationsstrategie des Landes Bremen 2030, abrufbar unter:
<https://www.bremen-innovativ.de/innovationsstrategie-2030/> (Stand: Juni 2021)

² ABl. L 187 v. 26.6.2014, S. 1, zul. geänd. durch VO (EU) Nr. 2023/1315 v. 23.6.2023, ABl. EU Nr. L 167/1 v. 30.06.2023 (ELI: <http://data.europa.eu/eli/reg/2023/1315/oj>), in der jeweils geltenden Fassung.

("Dachverordnung")³ sowie der Verordnung (EU) 2021/1058 ("EFRE-Verordnung")⁴.

- 1.3 Ein Anspruch der Antragsteller:innen auf Gewährung der Zuwendung besteht nicht. Vielmehr entscheidet die zuständige Bewilligungsbehörde aufgrund ihres pflichtgemäßen Ermessens im Rahmen der verfügbaren Haushaltsmittel.

2. Zuwendungsempfänger

- 2.1 Antragsberechtigt sind Unternehmensneugründungen mit Sitz oder Niederlassung im Land Bremen. Als Unternehmensneugründung gilt ein Unternehmen, das folgende Voraussetzungen erfüllt:
- Das Unternehmen ist nicht börsennotiert;
 - es handelt sich nach Maßgabe der KMU-Definition im Anhang I der AGVO um ein kleines Unternehmen, das weniger als 50 Personen beschäftigt und dessen Jahresumsatz beziehungsweise Jahresbilanzsumme 10 Mio. EUR nicht übersteigt;
 - die Eintragung ins Handelsregister liegt höchstens fünf Jahre zurück; bei Unternehmen, die nicht zur Eintragung in das Handelsregister verpflichtet sind, gilt der Zeitpunkt, zu dem es seine Wirtschaftstätigkeit aufnimmt oder für seine Tätigkeit steuerpflichtig wird, als Beginn des Fünfjahreszeitraums;
 - es hat nicht die Tätigkeit eines anderen Unternehmens übernommen;
 - es hat noch keine Gewinne ausgeschüttet;
 - es wurde nicht durch einen Zusammenschluss gegründet.
- 2.2 Ausgeschlossen sind Unternehmen, die einer Rückforderungsanordnung aufgrund eines früheren Beschlusses der Europäischen Kommission zur Feststellung der Unzulässigkeit einer Beihilfe und ihrer Unvereinbarkeit mit dem Binnenmarkt nicht nachgekommen sind. Ausgeschlossen sind ferner Unternehmen in Schwierigkeiten im Sinne von Artikel 2 Absatz 18 AGVO. Die weiteren Ausschlüsse und Einschränkungen gemäß Artikel 1 Absätze 2 bis 6 AGVO sind zu beachten.

³ Verordnung des Europäischen Parlaments und des Rates v. 24. Juni 2021 mit gemeinsamen Bestimmungen für den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung, den Europäischen Sozialfonds Plus, den Kohäsionsfonds, den Fonds für einen gerechten Übergang und den Europäischen Meeres-, Fische- und Aquakulturfonds sowie mit Haushaltsvorschriften für diese Fonds und für den Asyl-, Migrations- und Integrationsfonds, den Fonds für die innere Sicherheit und das Instrument für finanzielle Hilfe im Bereich Grenzverwaltung und Visumpolitik, ABl.EU Nr. L 231/152 v. 30.6.2021.

⁴ Verordnung (EU) 2021/1058 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 24. Juni 2021 über den Europäischen Fonds für regionale Entwicklung und den Kohäsionsfonds, ABl.EU Nr. L 231/60 v. 30.6.2021.

3. Fördervoraussetzungen

3.1 Die fachlichen Voraussetzungen zur Förderung sind wie folgt:

- Mit dem Vorhaben wird ein innovatives Start-up in der Gründungsphase gefördert.
- Das Vorhaben ist durch einen anspruchsvollen Innovationsgehalt gekennzeichnet.
- Das Vorhaben verfügt über ein erkennbares Marktpotenzial.
- Es wird eingeschätzt, dass das zu fördernde Vorhaben ein Jahr nach Vorhabenende noch auf dem Markt besteht.
- Das Vorhaben hat das Potenzial zur Steigerung der wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit im Land Bremen beizutragen.

3.2 Grundsätzlich muss das Vorhaben sich innerhalb der benannten Schlüsseltechnologien oder Schlüsselbranchen der Innovationsstrategie des Landes Bremen 2030 befinden.

Schlüsseltechnologien: Digitalisierung und Künstliche Intelligenz; Messtechnik und Simulation, Biotechnologie, autonome Systeme und Robotik, Wasserstofftechnologien, neue Arbeits- und Organisationsformen, Leichtbau und additive Fertigung.

Schlüsselbranchen: Luft- und Raumfahrt, Automotive, Maritime Wirtschaft/ Logistik, Nahrungs- und Genussmittelwirtschaft, regenerative Energiewirtschaft/ Windenergie, Gesundheitswirtschaft, Umwelttechnik, Kultur- und Kreativwirtschaft, Stahlwirtschaft, Maschinenbau und Baubranchen.

3.3 Die Förderung konzentriert sich auf innovative Gründungen. Dabei gilt ein breitangelegter Innovationsbegriff gemäß dem Oslo Manual 2018⁵.

3.4 Die Förderung ist gegenüber einer Förderung des Bundes, der EU oder aus sonstigen Quellen nachrangig.

3.5 Mit dem Vorhaben darf nicht vor Ausstellung des Bewilligungsbescheides begonnen werden. Die Genehmigung eines vorzeitigen Maßnahmebeginns ist auf begründeten Antrag hin möglich.

4. Art, Umfang und Höhe der Förderung

4.1 Die Förderung erfolgt als Anlaufbeihilfe nach Maßgabe des Artikel 22 AGVO.

4.2 Die Zuwendung wird als Projektförderung in Form eines nicht rückzahlbaren Zuschusses in der Höhe von bis zu 150.000 Euro als Anteilfinanzierung gewährt. Die Förderung beträgt in der Regel 80 Prozent des Gesamtprojektvolumens. Abweichend davon kann, wenn zum Zeitpunkt der Bewilligung mit hinreichender Sicherheit die Einnahme- und

⁵ Oslo Manual 2018 : Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition | The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, abrufbar unter: <https://www.oecd.org/science/oslo-manual-2018-9789264304604-en.htm>

Ausgabeposition beurteilt werden kann, die Förderung als Festbetragsfinanzierung erfolgen.

- 4.3 Ein erhöhter Förderbetrag in Höhe von bis zu 400.000 Euro bzw. 600.000 Euro für Unternehmen in einem C-Fördergebiet⁶ ist möglich, sofern das Vorhaben einen deutlichen Beitrag zur Klimaneutralität leistet.

Ein deutlicher Beitrag zur Klimaneutralität setzt voraus, dass die zu entwickelnden neuen Technologien einen wesentlichen Beitrag zur Entwicklung einer klimaverträglichen Wirtschaft leisten. Die zu fördernden Maßnahmen müssen im Einklang mit der Klimaschutzstrategie des Landes Bremen 2038⁷ stehen.

- 4.4 Handelt es sich bei dem Antragsteller zudem, zusätzlich zu den unter 4.3 genannten Kriterien, um ein kleines, innovatives Unternehmen nach Artikel 2 Nummer 80 AGVO, kann der Förderbetrag auf bis zu 800.000 Euro bzw. 1,2 Mio. Euro verdoppelt werden.

Ein innovatives Unternehmen nach Art. 2 Nr. 80 AGVO liegt vor wenn,

- das Unternehmen anhand eines externen Gutachtens nachweisen kann, dass es in absehbarer Zukunft Produkte, Dienstleistungen oder Verfahren entwickeln wird, die neu oder verglichen mit dem Stand der Technik in dem jeweiligen Wirtschaftszweig wesentlich verbessert sind und die das Risiko eines technischen oder industriellen Misserfolgs in sich tragen, oder
- dessen Forschungs- und Entwicklungskosten in mindestens einem der drei Jahre vor Gewährung der Beihilfe mindestens 10% seiner gesamten Betriebsausgaben ausmachen; im Falle eines neugegründeten Unternehmens ohne abgeschlossenes Geschäftsjahr ist dies im Rahmen des Audits des laufenden Geschäftsjahres von einem externen Rechnungsprüfer zu testieren.

- 4.5 Förderfähig sind insbesondere Ausgaben für:

- Personal,
- die Entwicklung von Prototypen und Demonstratoren,
- Coaching und Beratung,
- Marketing,
- Investitionen,
- Fremdleistungen,
- Gemeinkosten.

- 4.6 Bei der Kumulierung mit anderen staatlichen Beihilfen und mit De-minimis-Beihilfen sind die Kumulierungsvorschriften des Artikel 8 AGVO zu beachten.

⁶ Als "Unternehmen im C-Fördergebiet" gelten Unternehmen, deren Sitz sich in einem bremischen Regionalfördergebiet nach Artikel 107 Absatz 1 Buchstabe c AEUV befindet. Als C-Fördergebiet gilt im Land Bremen die gesamte kreisfreie Stadt Bremerhaven.

⁷ <https://umwelt.bremen.de/klima/klima-energie/klimaschutz-24312>

5. Durchführungsbestimmungen

Detailregelungen insbesondere zur Mitteilungspflicht, zu den förderfähigen Kosten sowie dem Antragsverfahren sind in den Durchführungsbestimmungen der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation zu dieser Richtlinie dargestellt. Die Durchführungsbestimmungen werden auf den Websites der Bewilligungsbehörden veröffentlicht.

6. Verfahren

- 6.1 Anträge sind an die zuständige Bewilligungsbehörde zu richten.

Bewilligungsbehörde für Antragssteller in Bremen (Stadt):

Bremer Aufbau-Bank GmbH

Domshof 14/15

28195 Bremen

www.bab-bremen.de

Bewilligungsbehörde für Antragsteller in Bremerhaven:

BIS Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung mbH

Am Alten Hafen 118

27568 Bremerhaven

www.bis-bremerhaven.de

- 6.2 Auf Grundlage der eingereichten Unterlagen wird durch die zuständige Bewilligungsbehörde eine Förderentscheidung in Frage kommender Vorhaben getroffen.

- 6.3 Erhaltene Beihilfen können im Einzelfall gemäß Artikel 12 AGVO von der Europäischen Kommission geprüft werden.

Die Bewilligungsbehörden führen ausführliche Aufzeichnungen mit den Informationen und einschlägigen Unterlagen, die notwendig sind, um feststellen zu können, dass alle Voraussetzungen für die Gewährung der Förderung erfüllt sind. Diese Aufzeichnungen sind ab dem Tag, an dem die letzte Beihilfe auf der Grundlage dieser Richtlinie gewährt wurde, zehn Jahre lang aufzubewahren.

- 6.4 Für die Bewilligung, Auszahlung und Abrechnung der Zuwendung sowie für den Nachweis und die Prüfung der Verwendung und die gegebenenfalls erforderliche Aufhebung des Zuwendungsbescheides und die Rückforderung der gewährten Zuwendung gelten die VV zu § 44 LHO, soweit nicht in dieser Richtlinie Abweichungen zugelassen worden sind.

- 6.5 Einzelbeihilfen von über 100.000 EUR unterliegen den Veröffentlichungs- und Transparenzpflichten nach Artikel 9 Absatz 1 Buchstabe c AGVO.

- 6.6 Die Bewilligungsstelle kann eine Rückzahlung der Fördermittel verlangen, wenn der Antragstellende bei der Abwicklung des Vorhabens gegen wesentliche Bestimmungen der Richtlinie oder sonstige an die Mittelgewährung geknüpfte Auflagen bzw. Bedingungen verstößt.

7. Inkrafttreten, Außerkrafttreten

Diese Richtlinie tritt mit Wirkung vom 10.06.2024 in Kraft und am 30.06.2027 außer Kraft.

Die Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation



**Die Senatorin für Wirtschaft,
Häfen und Transformation**



Detlef.Brunssen
2025-10-30 13:13:54

K
E In der Richtlinie wird die Schreibweise
"BRE-Up" verwendet

Durchführungsbestimmungen zur Richtlinie Förderung von innovativen und Green Tech Start-ups im Land Bremen „Bre-Up“

1. Einleitung/ allgemeine Regelungen

Diese Durchführungsbestimmungen konkretisieren die Förderung aus der vorbenannten Richtlinie und finden in ihrer jeweils gültigen Fassung zum Zeitpunkt der Bewilligung Anwendung.

2. Antragsvorbereitung

Es ist ein zweistufiges Verfahren aus Antragsphase und ein Bewilligungsverfahren. Die Antragsvorbereitung dient dazu förderwürdige Projekte im Sinne der in der Richtlinie definierten Fördervoraussetzungen (Ziffer 4) zu identifizieren wie auch die Projekte zu befähigen den Zweck der Zuwendung zu erfüllen.

Mit der Einreichung eines aussagekräftigen Pitch Decks erfolgt die Prüfung, ob das Vorhaben zum Programm „Förderung von Start-ups im Land Bremen“ passt. Das Pitch Deck sollte folgenden Angaben beinhalten [[Vorlage](#)]:

- Beschreibung des Problems/ Chance
- Beschreibung der Lösung
- Product Journey oder technische Details eurer Innovation
- Bezug zur Innovationsstrategie des Land Bremens (Schlüsseltechnologien/ -branche)
- Darstellung des Erlösmodells und Umsatzströme
- Aufzeigen des Marktpotenzials
- Wettbewerb und Alleinstellungsmerkmal
- Bisherige Erfolge und Roadmap
- Verkürzte Finanzplanung
- Fördermittel-Verwendung und grobe Meilensteine
- Darstellung des Teams und deren Kompetenzen

Wenn das Vorhaben zum Programm „Förderung von Start-ups im Land Bremen“ passt, wird zu einem Pitch Termin vor ggf. weiteren Expert:innen eingeladen. Verläuft der Pitch positiv, kann mit dem Feedback der Expert:innen in die vertiefende Antragsberatung gestartet werden. Hierfür benötigen wir [[Vorlage](#)]:

Business Plan

- Executive Summary
- Beschreibung des Problems/ der Chance
- Beschreibung der Lösung
- Product Journey oder technische Details eurer Innovation, Einschätzung des TRL
- Darstellung des Erlösmodells
- Aufzeigen der Marktgröße
- Wettbewerb und USP
- Validierungsgrad und Roadmap
- Darstellung des Teams (inkl. CVs Upload)
- Risikobewertung durch die SWOT-Analyse
- Zielsetzung der Förderung und Auswirkungen auf das TRL
- Kosten- und Finanzierungsplan (Projekt), Verwendung der Fördermittel: Personal-, Sachmittel (inkl. Fremdleistungen)

- Bedarf an Coaching/ Beratung
- Meilensteine und konkrete Deliverables
- Beschreibung der Work Packages und der hierfür Verantwortlichen

Für die Bewerbung müssen die zur Verfügung gestellten Vorlagen genutzt werden, um eine möglichst zügige Bearbeitung zu gewährleisten. Die Bewilligungsbehörde lädt zum Pitch und einer weiteren Q&A ein. Die Bewilligungsbehörde bewertet das Vorhaben, vorausgesetzt die Schlüsseltechnologien oder die Schlüsselbranche entsprechen denen der Innovationsstrategie des Landes Bremen 2030. Hinsichtlich der Erfüllung des anspruchsvollen Innovationsgehalts und des erkennbaren Marktpotentials erfolgt eine Bewertung durch die BAB oder BIS auf Grundlage der eingereichten Unterlagen. Anschließend erhält die Antragsteller:in eine Einschätzung über die grundsätzliche Förderwürdigkeit des Vorhabens von der Bewilligungsbehörde.

3. Bewilligungsverfahren

Auf Grundlage eines vollständigen Antrages trifft die Bewilligungsbehörde eine Entscheidung über die Gewährung der Förderung nach Maßgabe der Richtlinie und der einschlägigen Vorschriften, die in der Richtlinie benannt sind.

Die Bewilligungsbehörde entscheidet unter Ausübung ihres pflichtgemäßen Ermessens.

Im Falle einer positiven Förderentscheidung erlässt die Bewilligungsbehörde ein Bewilligungsbescheid. In diesem werden u.a. die Meilensteine inklusive der angestrebten Ergebnisse zwecks Fortschritts-Beurteilung festgelegt bzw. bestätigt.

Die Bewilligung kann unter Auflagen bzw. Bedingungen erteilt werden, die im Bewilligungsbescheid festzulegen sind.

Die Projektlaufzeit darf 24 Monate nicht überschreiten.

4. Auszahlung

Sobald der Bewilligungsbescheid bestandskräftig ist, können angefallene förderfähige Ausgaben je nach Fortschritt bei der Bewilligungsbehörde geltend gemacht werden.

Vorauszahlungen gemäß den geltenden Rahmenbedingungen der VV zu § 44 LHO sind zulässig.

Die Auszahlung erfolgt auf Anforderung nach positiver Prüfung und in Höhe des anerkannten Betrages durch die Bewilligungsbehörde.

5. Berichtspflichten

Im Rahmen der individuell festgesetzten Meilensteinziele während der Vorhabenslaufzeit erfolgt gegenüber der Bewilligungsbehörde eine Berichterstattung. Im Rahmen der Überprüfung des Meilensteinnachweises wird über die Fortführung bzw. den Abbruch der Förderung entschieden.

Diese Berichte sollten sich an folgender Struktur orientieren:

- Verlauf/wesentliche Ergebnisse des Vorhabens (z.B. Gründung, Partner/Verträge, etc.)
- Gegenüberstellung Plan/Ist bzgl. Arbeits-, Zeit- und Ausgabenplanung/Begründung evtl. Planabweichungen
- Verwendung der Fördermittel (Aktualisierter Finanzierungsplan)
- Zusammenfassung + Ausblick (z.B. entstehende Arbeitsplätze, angemeldete Patente, etc.)

6. Zuschuss zum Fördervorhaben

Die Förderung wird im Rahmen der Projektförderung als nicht rückzahlbarer Zuschuss als Anteilfinanzierung oder Festbetragsfinanzierung gewährt.

Sofern der/ die Geförderte vorsteuerabzugsberechtigt ist, sind Nettobeträge maßgeblich, sonst Bruttobeträge. Der Übergang der Förderung von einer natürlichen Person auf eine juristische Person ist möglich.

7. Förderfähige Ausgaben

Die Förderung ist gegenüber einer Förderung des Bundes, der EU oder aus sonstigen Quellen nachrangig.

Von der Förderung ausgeschlossen sind alle bereits durch andere Beihilfen der EU, des Bundes oder eines Landes geförderten Vorhaben. Sie kann nur gewährt werden, wenn eine vergleichbare Förderung aus anderen Quellen weder erfolgt noch zu erwarten ist. Dies gilt sowohl für Einzelmaßnahmen als auch für innerhalb komplexer Vorhaben geförderte Innovations-, Transfer- und Beratungsdienstleistungen.

Förderfähig sind folgende Ausgaben:

7.1 Personalausgaben

Die Förderung von vorhabenbezogenen und vorkalkulatorisch zu ermittelnden Personalkosten erfolgt bei Unternehmen grundsätzlich auf Basis von Pauschalen¹. Diese werden als Stundensatzpauschale und als Monatssatzpauschale festgelegt. Die Stundensätze bzw. Monatssätze decken die direkten Lohnkosten (Arbeitnehmerentgelt/ Arbeitslohn/ Gehalt) einschließlich aller Lohnnebenkosten ab.

Folgende Stundensatzpauschalen und Monatssatzpauschalen werden festgesetzt:

Kategorie	Stundensatz	Monatssatz
1. Personal mit Hochschul- oder Fachhochschulabschluss, bzw. in Geschäftsführung	60 €	8.600 €
2. Personal mit anderen staatlichen Abschlüssen (z.B. Meister:in, Techniker:in)	40 €	5.733 €

¹ Standardisierte Einheitskosten i.S.v. Art.53 (1) b VO (EU) 2021/1060.

3. Facharbeiter:innen oder Personal, das vergleichbare Tätigkeiten ausführt	30 €	4.300 €
---	------	---------

Bei der Anwendung dieser Stundensatz – bzw. Monatssatzpauschalen gilt: Förderfähig sind Kosten für eigenes, sozialversicherungspflichtig beschäftigtes Personal. Kosten für sonstiges Personal können nicht berücksichtigt werden.

Personalkosten für Geschäftsführer:innen und Inhaber:innen von Einzelunternehmen sind zuwendungsfähig und können mit der Pauschale gemäß Kategorie 1, unabhängig von der tatsächlichen Qualifikation und dem Vorliegen einer sozialversicherungspflichtigen Beschäftigung unter folgenden Voraussetzungen gefördert werden: Es müssen die Personalkosten nachweislich anhand der Lohnkonten angefallen sein oder es liegt eine Bestätigung von einem:r Steuerberater:in vor, dass beim geförderten Unternehmen entsprechende Entnahmen vorgenommen wurden.

Das Besserstellungsverbot gemäß ANBest EU gilt.

Nachweis / Abrechnung von Personalausgaben:

Für die Abrechnung kann zwischen Monats-, anteiliger Monats- oder Stundensatz nach folgender Maßgabe gewählt werden:

Anwendung eines (anteiligen) Monats- oder Stundensatzes	
Monatssatz	Mitarbeitende, die vollzeit- und ausschließlich in dem geförderten Projekt tätig sind.
Monatssatz (anteilig sowie Verrechnung aus Stellen- und Projektanteil)	Mitarbeitende, die teilzeit- und ausschließlich in dem geförderten Projekt tätig sind sowie Mitarbeitende, die mit einem festgelegten Anteil ihrer Arbeitszeit in dem geförderten Projekt tätig sind.
Stundensatz	Mitarbeitende, die nicht ausschließlich oder nur sporadisch in dem geförderten Projekt tätig sind.

Im Falle der Abrechnung über Stundensatzpauschalen wird für Mitarbeitende per Stundennachweis ein Nachweis über die tatsächlich geleisteten Arbeitsstunden erbracht. Im Falle der Abrechnung über Monatspauschalen, wird dem/der Mitarbeitenden ein fester Stellenanteil im Projekt zugewiesen. Dieser wird mit Vorlage jeder Mittelanforderung bestätigt.

Bei der Abrechnung der Kosten für Mitarbeitende, die ausschließlich oder mit einem festen Stellenanteil im Projekt tätig sind, ist keine Zeiterfassung erforderlich. In diesem Fall unterzeichnet der/die Zuwendungsempfänger:in (Arbeitgeber:in) eine Erklärung, in der bestätigt wird, dass die betreffende Arbeitskraft ausschließlich bzw. mit dem zugewiesenen Stellenanteil für das Projekt tätig war. Es werden dann die Monate der Tätigkeit mit den (ggfls. anteiligen) Monatssätzen multipliziert. Daraus ergeben sich die förderfähigen direkten Personalkosten, auf die der Fördersatz angewandt wird.

Personalkosten für Mitarbeitende, die teilzeitig (bzw. anteilig mit einem festen Stellenanteil) für das Projekt abgestellt sind, können als fester Prozentsatz berechnet werden, der einem festen Prozentsatz der für das Projekt aufgewendeten Arbeitszeit pro Monat entspricht; die Einführung eines gesonderten Arbeitszeiterfassungssystems ist auch hier nicht erforderlich. Arbeitgeber stellen für die Beschäftigten ein Dokument aus, in dem dieser feste Prozentsatz angegeben ist. Das Dokument wird durch die bewilligende Stelle vorgegeben und mit jeder Mittelanforderung erneut als Bestätigung vorgelegt. Es können Anteile ab 25% einer Vollzeitstelle abgerechnet werden. Verändert sich der Stellenanteil im Projekt dauerhaft, kann die Nachweismethode angepasst werden. Anpassungen der Nachweismethode und des Stellenanteils sind grundsätzlich nur einmal pro Person im Projekt und nur für die Zukunft möglich.

Bei der Abrechnung von Kosten für Mitarbeitende, die nicht ausschließlich bzw. mit einem geringeren Anteil als 25% einer Vollzeitstelle oder mit einem variablen Stellenanteil in dem geförderten Projekt tätig sind, wird ein Stundennachweis für die tatsächlich geleisteten Arbeitsstunden erbracht. Die tatsächlich geleisteten und nachgewiesenen Arbeitsstunden werden mit dem entsprechenden Stundensatz multipliziert. Daraus ergeben sich die förderfähigen Personalkosten, auf die der Fördersatz angewandt wird.

Eine Abrechnung mit Stundennachweisen ist immer möglich, auch bei einem Anteil größer 25% einer Vollzeitstelle, eine Abrechnung per Monatssatz erst ab einem Anteil von 25% einer Vollzeitstelle.

Pro mitarbeitende Person werden, bezogen auf das Kalenderjahr, maximal 1.720 direkt für das Projekt geleistete Stunden anerkannt. Beträgt die Laufzeit des Projekts weniger als ein volles Kalenderjahr, so ist eine anteilige maximale Stundenzahl auf der Basis von 1.720 Stunden pro Kalenderjahr zu berechnen. Arbeitsstunden an Sonntagen und gesetzlichen Feiertagen sind grundsätzlich nicht förderfähig, Ausnahmen müssen im Rahmen der Mittelanforderung begründet werden (z. B. Auslesung von Forschungsdaten, Versuchsbetreuung).

7.2 Sachausgaben / Restkostenpauschale

Es wird ein Pauschalsatz von 40 % der direkten förderfähigen Personalkosten zur Abdeckung der förderfähigen Restkosten des Vorhabens gewährt.²

Zur den förderfähigen Restkosten zählen Kosten für Material, Investitionen, Coaching / Beratung, Fremdleistungen sowie Marketing, die in den Projekten dieser Richtlinie entstehen.

Eine über die Restkostenpauschale hinausgehende Abrechnung von Ausgaben außerhalb von Personal ist nicht möglich.

9. Meilensteine

Die Förderung wird grundsätzlich in Tranchen bereitgestellt. Hierzu werden mit dem Förderempfänger Meilensteine sowie Deliverables vereinbart, die sich am Fortschritt des

² Vgl. Art. 56 (1) VO (EU) 2021/1060

Innovationsvorhabens orientieren. Die Meilensteine sowie Deliverables werden gemeinsam mit den Antragstellenden vereinbart und beinhalten klar definierte technische und betriebswirtschaftliche Anforderungen, die den Projekterfolg bis zu dem entsprechenden Meilensteintermin überprüfbar machen. Wenn möglich sollen die zu überprüfenden Anforderungen quantifiziert werden, so dass eine nachvollziehbare Entscheidung über die Fortführung, Neudefinition oder Abbruch des Projektes getroffen werden kann.

Bei Nichterreichung der Meilensteine kann die Bewilligung widerrufen werden.

10. Besondere Bestimmungen

Im Falle einer Unternehmensgründung sind Schutzrechte (inkl. Nutzungsrechte von Patenten), die bereits im Rahmen der Förderung in der Vorgründungsphase entstanden bzw. angekauft sind ohne Gegenleistung in das neue Unternehmen einzubringen.

11. Verwendungsnachweis

Der Verwendungsnachweis ist drei Monate nach Ende des Bewilligungszeitraums fällig.

Der Verwendungsnachweis besteht aus einem Sachbericht und einem zahlenmäßigen Nachweis:

Sachbericht:

- Verwendung der Fördermittel
- Verlauf des Vorhabens
- Erzielte Ergebnisse (inklusive Soll/Ist-Abweichung)
- Beitrag zu den Zielen gemäß Nr. 1.1 der Richtlinie
- Angaben zu den erforderlichen Kennzahlen

Zahlenmäßiger Nachweis:

- Auflistung der im Projekt angefallenen Personalkosten.

Weitere Nachweis- und Informationspflichten ergeben sich aus dem Bewilligungsbescheid.

Um eine mittel- bis langfristige Verfolgung von Projektergebnissen und ihren regionalen Wirkungen zu gewährleisten, sind Zuwendungsempfänger: innen und weitere Kooperationspartner:innen verpflichtet, auf autorisierte Anfrage umfassende Auskünfte zu erteilen und insoweit an einer Projektevaluation bzw. Programmfortschreibung mitzuwirken.

EFRE

Bei Förderungen mit Mitteln des europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) sind die spezifischen Vorschriften und Regelungen für das EFRE Programm Land Bremen 2021-2027 (www.efre-bremen.de) vollumfänglich zu beachten. Details dazu sind in den Bewilligungsbescheiden zu regeln.

V

Bremen.

Haushalt der Freien Hansestadt Bremen 2025

Finanzkreis 1200

Produktgruppe: 71.01.01 Mittelstand/Industrie/Aussenhandel (L)

Kamerale Finanzdaten:

☒ neue

Hst. : 0710/686 22-0

"Förderung innovativer Start-ups"

BKZ : 700, FBZ:

Zur Verfügung stehen:

nachrichtlich

INSGESAMT (Anschlag)	0,00 €	valutierende VE	1.900.000,00 €
Hiervon bereits erteilt	0,00 €		

6.450.000,00 €

Erteilung einer zusätzlichen VE

Abdeckung der beantragten Verpflichtungsermächtigung

2025 :	€	2026 :	1.900.000,00 €	2027 :	1.900.000,00 €
2028 :	1.900.000,00 €	2029 :	750.000,00 €	2030 :	€
2031 :	€	2032 :	€	2033 :	€
2034 ff:	€				

Ausgleich für zusätzliche VE bei:

PGR	Hst.	Zweckbestimmung	€
71.01.08	0709/893 57-2	EU-Programm EFRE 2021-2027 -investiv-	2.843.000,00
68.02.06	0697/681 98-1	Allgemeines Wohngeld an Empfänger in Bremen	2.843.000,00
81.01.07	0801/891 40-3	EU-Fischereifond (EMFAF) 2021-2027	764.000,00

Auswirkungen auf Personaldaten, Leistungsziele / -kennzahlen

☒ nein ☐ ja (Darstellung der Veränderungen auf gesondertem Blatt)

Die Übersicht zur Wirtschaftlichkeitsuntersuchung (WU-Übersicht) ist

☒ beigelegt.
☐ nicht erforderlich.

Zustimmung

Produktgruppenverantwortlicher

☒ ja

☐ nein, nicht erforderlich

Produktbereichsverantwortlicher

☒ ja

☐ nein, nicht erforderlich

Produktplanverantwortlicher

☒ ja

☐ nein, nicht erforderlich

Ausschüsse:

☐ ja

☐ nein, nicht erforderlich

Deputationen:

☒ ja

☐ nein, nicht erforderlich

Dep. für Wirtschaft und Häfen



Begründung

Mit der Vorlage wird über die Erfolgreiche Förderung der Start-ups mit EFRE-Mittel berichtet und es sollen die Haushaltsmittel für eine Verlängerung der Förderung in Höhe von 6.450.000 € eingeworben werden.

Zur haushaltsrechtlichen Absicherung der Finanzierung der Maßnahme ab 2026ff ist die Erteilung einer zusätzlichen Verpflichtungsermächtigung (VE) bei der Haushaltsstelle 0710/686 22-0 „Förderung innovativer Start-ups“ in Höhe von 6.450.000 € für die Jahre 2026-2029 erforderlich. Zum Ausgleich dieser zusätzlichen VE werden die bei der Hst. 0709/893 57-2 „EU-Programm EFRE 2021-2027 investiv“ veranschlagte Verpflichtungsermächtigung in Höhe von 2.843.000 €, bei der Hst. 0697.681 98-1 „Allgemeines Wohngeld an Empfänger in Bremen“ veranschlagte Verpflichtungsermächtigung in Höhe von 2.843.000 € und bei der Hst. 0801.891 40-3 „EU-Fischerfond (EMFAF) 2021-2027“ veranschlagte Verpflichtungsermächtigung in Höhe von 764.000 € nicht in Anspruch genommen. Die barmittelmäßige Abdeckung der zusätzlichen VE erfolgt i.H.v. 1.900.000 € in 2026, 1.900.000 € in 2027, 1.900.000 € in 2028 und 750.000 € in 2029 im Rahmen des EFRE-Programms bei der Haushaltsstelle 0710/686 57-2, EU-Programme EFRE 2021 – 2027 – konsumtiv– und wird bei den zukünftigen Haushaltsaufstellung entsprechend berücksichtigt.

An den
Senator für Finanzen
mit der Bitte um Zustimmung weitergereicht.
Im Auftrag

SWHT

Bremen, 27.Okt 2025

Beschluss des Haushalts- und Finanzausschusses:

☐ nicht erforderlich.

Der Haushalts- und Finanzausschuss hat in der Sitzung am Klicken oder tippen Sie, um ein Datum einzugeben.

☐ zugestimmt.

☐ mit folgender Änderung/Ergänzung zugestimmt:

Anlage : Wirtschaftlichkeitsuntersuchungs-Übersicht (WU-Übersicht)

Anlage zur Vorlage : EFRE-Programm Land Bremen 2021-2027:

Start-up Förderung Bre-Up im Land Bremen: Bericht für die Umsetzung Phase A im Zeitraum 2023-2025

Fortführung Phase B für den Zeitraum 2026-2028

Datum : 28.10.2025

Benennung der(s) Maßnahme/-bündels

EFRE-Programm Land Bremen 2021-2027:

Start-up Förderung Bre-Up im Land Bremen: Fortführung Phase B für den Zeitraum 2026-2028

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 : 2026

Betrachtungszeitraum (Jahre): 4

Unterstellter Kalkulationszinssatz:

Geprüfte Alternativen (siehe auch beigefügte Berechnung)

Nr.	Benennung der Alternativen	Rang
1	Durchführung der Maßnahme wie vorgeschlagen	1
2	Durchführung der Maßnahme mit reduziertem Mittelvolumen	2
3	Keine Durchführung der Maßnahme	3

Ergebnis

Das Bewertungstool zur gesamtwirtschaftlichen Bewertung weist einen negativen Saldo nach LFA von, über den Gesamtzeitraum kumuliert, - 3648 TEUR aus.

Im Hinblick auf die Weiterentwicklung der bremischen / bremerhavener Startupszene wird trotzdem die Alternative 1: „Umsetzung des neuen Start-up-Programms“ empfohlen

Weitergehende Erläuterungen

Ein negativer Saldo ist bei einem Startup Förderprogramm zu erwarten. Das Förderprogramm richtet sich an junge Unternehmen, die ein schnelles Wachstum anvisieren, um schnell Marktanteile zu sichern. In dieser Frühphase des Gründens haben die Antragsteller:innen noch keine Möglichkeit, Eigenanteile zur Ko-Finanzierung einzubringen. Die positiven gesamtwirtschaftlichen Effekte für den Standort sind erst nach der Früh- und Startupphase zu erwarten, wenn die Unternehmen in das Wachstum, in die Skalierung gehen. Dafür ist dann aber bei erfolgreicher Unternehmensentwicklung und einer Etablierung auf dem Markt ein exponentielles Wachstum und positive gesamtwirtschaftliche Effekte zu erwarten. Startups definieren sich durch hohen Kapitalbedarf und schnelles Wachstum und haben als Innovationstreiber, auch schon in der Frühphase der Gründung, positive Effekte auf die etablierte Wirtschaft und den Innovationsstandort insgesamt.

Zeitpunkte der Erfolgskontrolle:

1. 31.12.2030	2. 31.12.2032	n.
---------------	---------------	----

Kriterien für die Erfolgsmessung (Zielkennzahlen)

Nr.	Bezeichnung	Maßeinheit	Zielkennzahl
1	Teilnehmende am Programm	Zahl	35 - 43
2			
n			

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

Anlage : Wirtschaftlichkeitsuntersuchungs-Übersicht (WU-Übersicht)

Anlage zur Vorlage : EFRE-Programm Land Bremen 2021-2027:

Start-up Förderung Bre-Up im Land Bremen: Bericht für die Umsetzung Phase A im Zeitraum 2023-2025

Fortführung Phase B für den Zeitraum 2026-2028

Datum : 28.10.2025

Verwaltung gem. RLBau 4.2 ist am erfolgt.

☐ Wirtschaftlichkeitsuntersuchung nicht durchgeführt, weil:

Ausführliche Begründung

--

Vorlage Nr. 34/2025		
für die Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft.		
Beratung in öffentlicher Sitzung:	ja	Anzahl Anlagen: 1

Tätigkeitsbericht WFB: Integriertes Standortmarketing 2024

A Problem / B Lösung

Die Deputation für Wirtschaft und Häfen hat in ihrer Sitzung am 24.09.2025 die anliegende Vorlage „Tätigkeitsbericht WFB: Integriertes Standortmarketing 2024“ zur Kenntnis genommen (s. Anlage).

Der Magistrat hat in seiner Sitzung am 17.12.2025 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 2024“ für die Sitzung der Deputation für Wirtschaft und Häfen am 24.09.2025 zur Kenntnis.

Grantz
Oberbürgermeister

Anlage: Vorlage der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation „Tätigkeitsbericht WFB: Integriertes Standortmarketing 2024“

Die Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation
Referat 11

Mariola Hoinka
Tel.: 361-8885
11. September 2025

Vorlage VL 21/5437

☒ **ÖFFENTLICH**

☐ **NICHT ÖFFENTLICH UND VERTRAULICH**

Beratungsfolge	Termin	Beratungsaktion
Staatliche Deputation für Wirtschaft und Häfen	24. September 2025	Kenntnisnahme
Städtische Deputation für Wirtschaft und Häfen	24. September 2025	Kenntnisnahme

Wirtschaftlichkeit: Keine WU

VL-Nummer Senat: 21/324-L/S

Titel der Vorlage

Tätigkeitsbericht WFB: Integriertes Standortmarketing 2024

Vorlagentext

A. Problem

Den Deputationen für Wirtschaft und Arbeit wurde zuletzt am 04.09.2024 für das Jahr 2023 der 22. 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 23. Bericht zum „Integrierten Standortmarketing“ für das Jahr 2024 vor. Die WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH, Geschäftsbereich Marketing und Tourismus, Abteilung Bremen Marketing, beschreibt für das Jahr 2024 zum einen die Marketingmaßnahmen für das Standortmarketing und zum anderen die Projekte der Veranstaltungsförderung für Bremen und Bremerhaven.

Insgesamt standen für das Standortmarketing 2024 Mittel in Höhe von 1.926.410 Euro zur Verfügung. Davon entfielen rund 385.300 Euro auf das Standortmarketing in Bremerhaven.

Für die Förderung der überregional wirksamen Kultur- und Sportveranstaltungen in Bremen und Bremerhaven wurden 1,3 Mio. Euro (davon 325.000 Euro für Bremerhaven und 975.000 Euro für Bremen) in 2024 bereitgestellt. Die Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung mbH (BIS) ist verantwortlich für die Vergabe und die Bearbeitung der Kultur- und Sportveranstaltungsförderung Bremerhaven.

Im Folgenden werden die Schwerpunkte des Standortmarketings sowie der Kultur- und Sportveranstaltungsförderung 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 2024 drei überregionale Beilagen gab, ist eines der kontaktstärksten Marketinginstrumente der Besucherwerbung. Durch die Beilagen im Jahr 2024, die über das vielfältige touristische Angebot Bremens und Bremerhavens informierten, wurden mit einer Auflage von durchschnittlich 3,26 Mio. Exemplaren in regionalen Tageszeitungen, durchschnittlich 10,19 Mio. Kontakte pro Ausgabe erzielt. Die Reaktionen auf die Printausgaben – also die Anzahl an Anrufen, E-Mails und anderen Kontaktaufnahmen, die in der Abteilung Tourismus, der WFB bearbeitet werden, zeigten insgesamt eine positive Tendenz im Vergleich zum Vorjahr, so dass das Werbemittel „Beilage“ und Werbeträger „Zeitung“ mit zielgruppengerechten Angeboten auch zukünftig im Kommunikationsmix des Stadtmarketings eingesetzt wird. Selbstverständlich ist dabei der Response auch immer von der Attraktivität der vorhandenen und damit beworbenen Angebote, sozusagen der bremischen Produkte, abhängig.

Die Kosten für die drei Beilagen im Jahr 2024 beliefen sich auf rund 1.077.000 Euro. Aufgrund der Bedeutung des Formats ist die Fortführung im Jahr 2025 erneut mit drei Beilagen geplant, inklusive verstärkter digitaler Schaltungen.

Zusätzlich umfassen die Maßnahmen Anzeigen- und Funkspot-Schaltungen sowie Außenwerbung und Online-Formate im Rahmen der City-Kampagne. Hinzu kommen Aktivitäten im Wissenschaftsmarketing, Marketing-Kooperationen, die Umsetzung des Themenjahres „FahrradJa!“, Bildungsmarketing für Wissenswelten, sowie die Präsentation des UNESCO-Welterbes und der Welterbetage in Anzeigen und auf Plakaten. Weiterhin werden Zeitungsanzeigen in der Rubrik „Museen und Galerien“ geschaltet, ergänzt durch Anzeigen, TV-Präsenz und PR-Aktionen. Das Schlachte-Marketing sowie weitere Maßnahmen runden das vielfältige Kommunikationspaket ab.

Tabelle: Nutzenorientierte Image- und Besucherwerbung

Kontakte und Budget der Bremen erleben-Beilagen 2024

	Leser	Gesamt
--	-------	--------

1. Ausgabe	10,12 Mio.	354.797,90 €
2. Ausgabe	10,12 Mio.	355.606,06 €
3. Ausgabe	10,34 Mio.	366.571,18 €
	10,19 Mio. im Durchschnitt	1.076.975,00 €

2. Allgemeine Imagewerbung (s. Anlage S. 14 - 17)

Zur allgemeinen Imagewerbung gehört u. a. der Pressedienst aus dem Bundesland Bremen. Seit 2017 ist der Pressedienst in die Content-Marketing-Strategie der WFB integriert. Im Jahr 2024 wurde der Dienst monatlich an rund 600 vornehmlich journalistische Multiplikator:innen über verschiedene Medien (wie Print- und Onlinemedien) versendet. Insgesamt erschienen 35 Artikel (durchschnittlich 3 Artikel pro Monat) im Pressedienst. Bei den Artikeln handelt es sich nicht nur um Werbe- oder PR-Texte, sondern auch um Autorenstücke, die journalistischen Qualitätskriterien entsprechen, um Glaubwürdigkeit und Authentizität zu gewährleisten. Die Inhalte stammen aus Bereichen wie Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur, Tourismus, Stadtentwicklung sowie Persönlichkeiten aus Bremen und Bremerhaven. Im Rahmen der allgemeinen Imagewerbung werden zum Teil auch Landesauftritte Bremens, wie z. B. der Tag der Deutschen Einheit, finanziert.

3. Eventmarketing (s. Anlage S. 17 - 22)

Die überregionale Veranstaltungsförderung 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 von Projekten 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 entsprechenden Kulturveranstaltungen in der Stadt Bremen stand ein Etat in Höhe von 653.250 Euro zur Verfügung. Von insgesamt 27 geplanten Veranstaltungen fanden 24, wie z. B. das Festival Maritim, LA STRADA, die Breminale, SummerSounds und die jazzahead! statt. Die geförderten Veranstaltungen wurden von rund 672.000 Personen besucht.

Für die Förderung von Sportveranstaltungen in der Stadt Bremen stand ein Etat von 321.750 Euro zur Verfügung. Der Vergabeausschuss beschloss die Förderung von 9 Sportveranstaltungen. Dies waren u. a. das Dance Sport Festival DSF inkl. 3 Weltmeisterschaften, der GEWOBA City Triathlon Bremen, die Skate Nights Bremen „Auf die nächsten 15 Jahre“ sowie die German Beach Tour. Eine Veranstaltung hat nicht stattgefunden.

Für die Stadt Bremerhaven standen im Haushaltsjahr 2024 für die Förderung von Kultur- und Sportveranstaltungen Mittel in Höhe von 325.000,00 Euro zur Verfügung. Der Vergabeausschuss in Bremerhaven beschloss davon am 05.07.2023 die Förderung von sechs Kulturveranstaltungen, wie z. B. die Maritimen Tage Bremerhaven, artspace bremerhaven, die Lange Nacht der Kultur, das NEUS Festival usw. und vier Sportveranstaltungen, wovon ein Antrag zurückgezogen und Mittel für zwei Sportveranstaltungen umgewidmet wurden, so dass letztendlich nur eine Sportveranstaltung in Bremerhaven gefördert wurde.

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. 23)

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

5. Stadtportal im Internet „bremen.de/kultur“ (s. Anlage S. 23)

Aus den Verstärkungsmitteln Standortmarketing konnten wichtige Content-Produktionen wie z. B. Open Space Domshof, die Breminale und LightUp! Rhododendronpark unterstützt werden.

6. Unvorhergesehenes (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 in Form von Außenwerbung auf Stromkästen, Lichtmasten und anderen städtischen Strukturen), Anzeigen, Banner, Luftaufnahmen, Druckvorlagen, Übersetzungen usw. Weiterhin wurden verschiedene Projekte in Form von Kostenbeteiligungen oder dem Einkauf werblicher Leistungen unterstützt, wie z. B. die Veranstaltungen LightUp! Rhododendronpark, Messestand der Literaturhäuser aus Niedersachsen und Bremen auf der Leipziger Buchmesse, Diversity Preis der Hochschule Bremen usw.

7. Unvorhergesehenes und Marktforschung (s. Anlage S. 24)

Im Bereich „Marktforschung“ wurde, wie auch in 2023, 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 Städtereisestudie durchgeführt und eine Sonderauswertung des Städterankings 2024 in Auftrag gegeben.

8. Maßnahmen Bremen-Nord (s. Anlage S. 24 - 25)

Auch in 2024 wurde die Kommunikation des Mittelzentrums als Einkaufs- und Erlebnisstandort entsprechend der Vereinbarung mit dem Vegesack Marketing e. V. unterstützt. Darunter fielen Agenturleistungen (auch online) sowie Anzeigenwerbung (Bremen und Nordbremer Umland) für Vegesacker Events. Mit dem Wirtschafts- und Strukturrat Bremen-Nord (WiR) arbeitet die WFB auf der Grundlage eines Partnerschaftsvertrags zusammen. In 2024 konnten zwei Veranstaltungen direkt oder werblich unterstützt werden.

9. Zusätzliche Projekte (s. Anlage S. 25 - 27)

Im Jahr 2024 wirkte das BIKE IT!-Projekt in enger Kooperation mit dem Bremen Convention Bureau und Bremen Tourismus im Rahmen einer Kooperationsvereinbarung bei der Vorbereitung des ADFC Radtourismus Kongresses 2025 mit. Die Zusammenarbeit umfasste die Bereiche: Auswahl und Abstimmung von geeigneten Locations für Kongressveranstaltungen, Verhandlungen mit Dienstleistern, Konzeption und Planung des Exkursionsprogramms, Koordination der Kommunikationsmaßnahmen sowie das Management der Teilnehmenden. Ziel war es, eine hochwertige, gut organisierte Veranstaltungsvorbereitung zu sichern und Bremen als Veranstaltungsstandort für den Radtourismus-Kongress 2025 optimal zu positionieren.

Die Stadtmarketingkampagne „Mein Bremen ist echt“, die Bremer:innen dazu animieren soll, ihre Lieblingsplätze in Bremen, fernab der klassischen touristischen Sehenswürdigkeiten vorzustellen, wurde in 2024 fortgeführt. Die Aufnahmen erfolgten über digitale Großflächenplakate, auf den Monitoren des ÖPNV, auf Bildschirmen in Bremer Einkaufszentren sowie auf diversen Social-Media-Kanälen.

Weitere Maßnahmen: Lichter der City 2024, Open Space, Stadtradeln 2024 (erstmalige Teilnahme mit mehr als 3.200 Teilnehmenden) sowie das HOEG - CitySommerFest 2024.

10. Bremerhavener Projekte (s. Anlage S. 27 - 29)

Unter der Dachmarke „Bremerhaven – Meer erleben“ wurden in 2024 Verstärkungsmitteln für ein integriertes Standortmarketing eingesetzt, um Bremerhaven auch weiterhin als maritimen Tourismusstandort, Reiseziel, Tagungsort sowie nachhaltige und barrierearme Destination weiter zu profilieren. In 2024 stand vor allem die systematische Verbesserung und Weiterentwicklung eines komfortablen und barrierefreien Aufenthalts im Mittelpunkt. Angebote wurden und werden umfassend und aktiv auf allen Kanälen (Homepage, Social Media, Printmaterialien) und in allen touristischen Bereichen, wie Buchungssysteme für Unterkünfte, Arrangements, Verpflegung bis hin zu Attraktionen, Verkehrsanbindung und Informationsangeboten, um weitere Verbesserungen gezielt umzusetzen, kommuniziert. Ergänzt wird die Dachmarke durch die „Havenwelten Bremerhaven“, die alle touristisch relevanten Inhalte und Ziele zwischen Weser und Geeste zusammenfasst und durch die Marke „Schaufenster Fischereihafen“. Mit dem Slogan „Bremen – Mehr als Märchen“ gelingt es, das

eigenständige maritime 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) in Bremen und Bremerhaven.

Beschlussempfehlung

Die Deputationen für Wirtschaft und Häfen nehmen den Tätigkeitsbericht über die Mittelverwendung „Integriertes Standortmarketing“ für das Jahr 2024 zur Kenntnis.

Anlage(n):

1. 21_324_LS_Anlage Bericht Standortmarketing 2024



**BREMEN
BREMERHAVEN**



**INTEGRIERTES
STANDORTMARKETING 2024**

23. BERICHT

WFB WIRTSCHAFTS
FÖRDERUNG
BREMEN

Inhaltsverzeichnis

Einführung und tabellarische Übersicht über die Projekte	3
1 Nutzenorientierte Image- und Besucher:innenwerbung	5
1.1 Beilagen überregional/regional	5
1.2 City-Kampagne	7
1.3 Wissenschaftsmarketing	7
1.4 Marketing-Kooperationen	8
1.5 UNESCO Welterbe und City of Literature	12
1.6 Fußgängerleitsystem	13
1.7 Anzeigen/TV-Präsenz/PR	13
1.8 ZEIT-Anzeigen	13
1.9 Schlachte Marketing	14
2 Allgemeine Imagewerbung	14
2.1 Pressedienst aus dem Bundesland Bremen	14
2.2 Landesauftritte	16
2.3 Standortmedia	17
3 Eventmarketing	17
3.1 Veranstaltungsförderung Kultur und Sport	17
3.2 Lange Nacht der Museen/Museumsmarketing	20
3.3 Ausstellung Haus der Wissenschaft (HdW)	21
3.4 Hans Diers Marketing Symposium	21
3.5 Freimarktumzug	21
3.6 Wissenschaft auf der Maritimen Woche	21
3.7 Musikfest	22
3.8 Kindertag	22
3.9 Volksfeste: Osterwiese, Freimarkt, Weihnachtsmarkt	22
4 Markenwerbung/Allgemeines Marketing	23
5 bremen.de/Kultur	23
6 Unvorhergesehenes	24
7 Marktforschung	24
8 Maßnahmen Bremen-Nord	24
9 Zusätzliche Projekte	25
9.1 ADFC Kongress	25
9.2 Binnenmarketing (Identitätsmarketing)	25
9.3 Lichter der City	26
9.4 Open Space	26
9.5 Stadtradeln	26
9.6 HOEG	27
10 Bremerhavener Projekte	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 23. Bericht über die Verwendung der Standortmarketing-Mittel in Höhe von nunmehr 1.926.410,00 Euro für Bremen und Bremerhaven im Jahr 2024 umfasst auch die Entscheidungen über die Vergabe der Kultur- und Sportförderung über 0,975 Mio. Euro für Bremen.

Im Geschäftsbereich Tourismus und Marketing, Abteilung Bremen Marketing, wurden auch in 2024 drei Sonderprojekte fortgesetzt:

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

Für diese Maßnahmen werden separate Sachberichte vorgelegt.

Im Folgenden sind die Maßnahmen in 2024 im Detail mit Kostenangaben beschrieben.

Ausgabe	Standortmarketing	Standort- marketing Brhv	Drittmittel o. Fremdmittel
	2024	2024	2024
1 Nutzenorientierte Image-(Besucher)werbung			
1.1 Beilage regional/überregional	723.580,11	215.395,03	
		138.000,00	
1.2 City-Kampagne	140.229,78		
1.3 Wissenschaftsmarketing	17.143,30		
1.4 Marketing-Kooperationen			
Universum	169.753,52		
Botanika	54.570,71		
ITB	4.472,50		
Vegesacker Geschichtenhaus	954,40		
Themenjahr Fahrradja!	90.860,87		
Themenjahr 2025 (Vorbereitung)	30.005,48		
Bildungsmarketing Wissenswelten	31.270,43		
1.5 UNESCO-Welterbe/City of Literature	25.465,71		
1.6 Fußgängerleitsystem	7.198,94		
1.7 Anzeigen/TV-Präsenz/PR	21.485,30		
1.8 ZEIT-Anzeigen	35.559,66		
1.9 Schlachtermarketing	24.922,30		
Zwischensumme	1.377.473,01	353.395,03	0,00
2 Allgemeine Imagewerbung			
2.1 Pressedienst Land Bremen	47.460,28	5.273,36	
2.2 Landesauftritte	43.187,84	22.111,78	
2.3 Standortmedia	11.979,12		
Zwischensumme	102.627,24	27.385,14	0,00
3 Eventmarketing			
3.1 Veranstaltungsförderung Kultur und Sport	975.000,00		
3.2 Lange Nacht der Museen/Museumsmarketing	41.619,16		
3.3 Ausstellung HdW	4.515,03		
3.4 Hans Diers Marketing Symposium	5.828,43		
3.5 Freimarktzug	60.000,00		
3.6 Wissenschaft auf Maritimer Woche	12.000,00		
3.7 Musikfest-PR	15.000,00		
3.8 Kindertag	10.000,00		
3.9 Volksfeste			
Osterwiese			58.836,25
Freimarkt			105.658,28
Weihnachtsmarkt			25.469,86
Zwischensumme	1.123.962,62	0,00	189.964,39
4 Markenwerbung WFB	15.058,00		
Zwischensumme	15.058,00	0,00	0,00
5 Stadtportal bremen.de, Kultur	40.000,00		
6 Unvorhergesehenes	127.739,75		
7 Marktforschung	13.450,00		
8 Maßnahmen Bremen-Nord	84.244,80		
Zwischensumme	265.434,55	0,00	0,00
9 Zusätzliche Projekte			
9.1 ADFC Kongress	27.700,00		
9.2 Binnenmarketing	16.560,13		
9.3 Lichter der City	21.115,65		
9.4 Open Space	46.506,19		
9.5 Stadtradeln	20.616,76		
9.6 HOEG	40.000,00		
Zwischensumme	172.498,73	0,00	0,00
10 Bremerhavener Projekte		143.300,00	
Zwischensumme	0,00	143.300,00	0,00
11 Ausgaben Januar 2025	22.931,06		
Zwischensumme	22.931,06	0,00	0,00
Gesamt	3.079.985,21	524.080,17	189.964,39
12 Einnahmen			
Verstärkungsmittel	1.541.128,00	385.282,00	
Veranstaltungsförderung Kultur und Sport	975.000,00		
Handling Werbeflächen	196.608,92		
Drittmittel (Sommerwiese, Freimarkt, Weihnachtsmarkt)			189.964,39
Zusätzliche Finanz. Brhv. für drei Beilagenseiten		138.000,00	
Leistungen Dritter (Sponsoring)	15.000,00		
Mittel aus 2023 für 1. Halbjahr 2024	352.248,29	798,17	
Gesamt	3.079.985,21	524.080,17	189.964,39
13 Ergebnis (Übertrag in 2025)	0,00	0,00	0,00

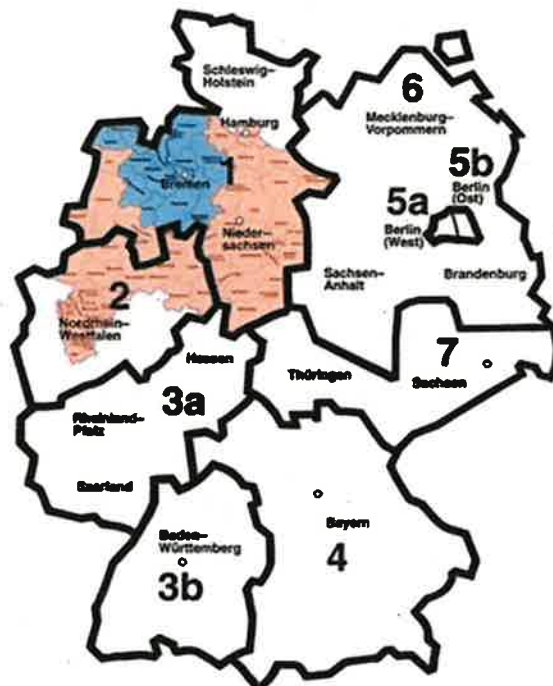
1 Nutzenorientierte Image- und Besucher:innenwerbung

1.1 Beilagen überregional/regional

In 2024 wurden drei überregionale Beilagen veröffentlicht, mit einer durchschnittlichen Auflage von 3,26 Millionen Exemplaren. Diese erschienen in regionalen Tageszeitungen und deckten mehr als 50% der Verbreitungsgebiete Nielsen 1 und 2 ab (siehe folgende Grafik). Daraus resultierten im Schnitt 10,19 Millionen Kontakte pro Ausgabe.

Das besonders hervorgehobene Gebiet ist der Kerneinzugsbereich der Bremer City, welcher zusätzlich durch die City-Kampagne (siehe Abschnitt 1.2.) erreicht wird.

Die Reaktionen auf die Printausgaben – also die Anzahl an Anrufen, E-Mails und anderen Kontaktaufnahmen, die in der Abteilung Tourismus, der WFB bearbeitet werden – sind im Folgenden für den Zeitraum ab 2019 dargestellt.



Response-Auswertung vier Wochen nach Erscheinen im Vergleich zum Vorjahr

	Mrz 22	Mrz 23	Mrz 24	Jul 21	Jun 22	Jun 23	Jun 24	Nov 21	Nov 22	Nov 23	Nov 24
a)	3.222	2.098	1.156	3.494	3.595	2.322	2.618	3.009	2.165	2.172	2.054
b) ¹⁾	5.905	4.535	3.662	5.318	5.612	4.356	4.983	4.242	3.870	3.941	3.646

a) = Anrufe, b) = Summe Kontakte¹⁾

¹⁾ inkl. E-Mails und Coupons

Die Kontaktzahlen sind im März 2024 zurückgegangen, im Juni allerdings auch wieder gestiegen, im Verhältnis zum Vorjahr. Diese Schwankungen haben natürlich auch mit der entsprechenden Attraktivität der Angebote in der jeweiligen Beilage zu tun.

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).

Bei einer Studie des Handelsforschungsinstitut (IFH Köln) im Februar 2025 kam heraus, dass der Wegfall der Print-Beilage bei einigen Einzelhändlern es zu einem signifikanten Umsatzeinbruch kam. Digitale Angebote konnten das Printprodukt nicht ersetzen, bzw. nur mit folgenschweren Auswirkungen.

Diese Ergebnisse und 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 Auswertung der Responsewerte ist zu berücksichtigen, dass diese lediglich als ein Indikator zu verstehen sind. Die tatsächliche Wirkung reicht deutlich über die Rückmeldungen hinaus, da immer mehr Städtereisende – insbesondere Tagesgäste – ihre Besuche eigenständig planen.

Zudem entfaltet die Angebotsvielfalt und -qualität einen positiven Imageeffekt, der über messbare Reaktionen wie die konkrete Besuchsplanung hinausgeht. Auch im Jahr 2024 wurde erneut auf ein abwechslungsreiches Programm gesetzt – von Volksfesten über Kunstaussstellungen bis hin zu Festivals – und damit ein breites Publikum angesprochen.

Die Beilagen stoßen auf große Zustimmung und regen viele Menschen dazu an, Bremen und Bremerhaven zu besuchen – das bestätigt auch eine Leserbefragung aus dem Jahr 2022 mit 4.300 Teilnehmenden. Laut dieser Umfrage informieren sich 40% der Leserinnen und Leser gezielt über Bremen, jeder Fünfte nimmt sogar das Angebot eines Anbieters wahr. Von denjenigen, die sich intensiver mit Informationen über Bremen beschäftigen, geben 50% an, dass sie sehr wahrscheinlich Bremen (erneut) besuchen werden.

Das Erlebnismagazin spricht vor allem Menschen an, die Bremen oder Bremerhaven bereits kennen. Die Mehrheit der Leserinnen und Leser waren schon einmal in einer der beiden Städte, etwa die Hälfte davon hat dort auch übernachtet. Allen hat Bremen bzw. Bremerhaven sehr gut gefallen – die Wahrscheinlichkeit eines erneuten Besuchs liegt bei nahezu 100 %. Viele der Befragten wohnen in der Nähe und etwa jeder Vierte oder Fünfte hat dort Freunde oder Verwandte.

Neue Besucherinnen und Besucher, die Bremen oder Bremerhaven noch nicht kennen, sind im Durchschnitt jünger und haben meist eine längere Anreise. Dennoch haben bereits zwei Drittel bis drei Viertel dieser Gruppe das Erlebnismagazin gelesen. Auch ihnen gefällt es sehr gut, und die Wahrscheinlichkeit, dass sie Bremen besuchen werden, liegt bei 40 bis 50 %.

Im Jahr 2024 entstanden für die drei Beilagen Gesamtkosten in Höhe von rund 1.076.975 Euro für Text, Litho, Druck und Schaltung (davon 723.580 Euro aus dem Bremer und 353.395 Euro aus dem Bremerhavener Budget).

Die finanzielle Beteiligung Bremerhavens war bei allen drei Ausgaben anteilig höher, da jeweils zwei zusätzliche Innenseiten mit Angeboten aus Bremerhaven belegt wurden – ein Indiz dafür, dass auch die Kolleginnen und Kollegen aus Bremerhaven diesen Kommunikationskanal schätzen.

Aus diesen Gründen wurde beschlossen, das Format der Beilage auch im Jahr 2025 fortzusetzen. Geplant sind erneut drei Ausgaben. Um den Auflagenrückgang der gedruckten Ausgaben zu kompensieren, wurden in 2024 auch zunehmend in digitalen Ausgaben geschaltet.

1.2 City-Kampagne

Mit dem vorrangigen Ziel, die Besucherfrequenz zu steigern, wurde auch im Jahr 2024 die City-Kampagne im Nordwesten (60 bis 80 km Umkreis) fortgesetzt, um die Bremer Innenstadt als attraktiven Erlebnisstandort für Kultur- und Veranstaltungsangebote sowie als lohnenswerte Einkaufsdestination zu bewerben. Einzelhändler und das Wirtschaftsressort investierten hierfür eine gleich hohe Summe. Diese wird durch die WFB mindestens verdoppelt. Im Jahr 2024 belief sich das Gesamtbudget auf rund 227.065 Euro, wovon der WFB-Anteil 140.230 Euro betrug.

Im Rahmen der Kampagne wurden neun Anzeigen-Schaltungen, darunter sechs in jeweils zwölf Tageszeitungen und sechs Funkspotschaltungen realisiert. Zusätzlich wurden – außerhalb des eigentlichen Budgets – weitere Werbemaßnahmen in der Außenwerbung und in digitalen Formaten umgesetzt, die die Kampagnenbotschaft weiter verstärkten. Die Anzeigen erreichten mit einer Auflage von 3,8 Millionen eine Reichweite von rund 12,1 Millionen Kontakten.

Die thematische Ausrichtung der Kampagne erstreckte sich über das gesamte Jahr und umfasste verschiedene Events, darunter die Maritime Woche, verkaufsoffene Sonntage zur Osterwiese, La Strada und den Freimarkt, als auch für das Cityfest „HOEG“ und den Bremer Weihnachtsmarkt mit Schlachte-Zauber.

1.3 Wissenschaftsmarketing

Das Thema Wissenschaft wird unter bremen.de/wissenschaft durch das Bremen Marketing stetig mit aktuellen Inhalten bespielt und fortlaufend aktualisiert. Zudem ist es 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-minütigen Vorträgen 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 2024 mit achtzehn Vorträgen vom 14. März bis 18. April statt. Die Herbstreihe wurde ebenfalls mit achtzehn Vorträgen vom 10. Oktober bis 14. November veranstaltet. Sowohl altbekannte als auch neue Kneipen waren bei den Reihen dabei.

Beworben wurden die Events durch Großflächen, Postkarten, Poster sowie durch die Sozialen Netzwerke und die Website 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 2024 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 17.000 Euro.

1.4 Marketing-Kooperationen

Universum® Bremen

Mehr als eine Viertelmillion Gäste begeisterten sich im vergangenen Jahr für Wissenschaft im Bremer Science Center: Mit 260.843 Besuchen präsentiert das Universum® Bremen für das vergangene Jahr stabile Gästezahlen auf hohem Niveau. Dabei steigerte sich die Anzahl der Jahreskarten-Inhabenden gegenüber dem Vorjahr um 51,9 %. Welche Relevanz das Science Center damit für den Tourismusstandort Bremen hat, zeigt die Herkunft der Besucherinnen und Besucher: Rund drei Viertel der Ticketkäufe stammten von Gästen außerhalb Bremens, allen voran aus Niedersachsen (36,6 Prozent) und Nordrhein-Westfalen (10,5 Prozent). Mit 5,9 Prozent zog es zudem aus dem Ausland erneut eine große Anzahl an Menschen ins Universum® und damit nach Bremen.

Die stärksten Kommunikationsanlässe in 2024 waren die Sonderausstellungen:

„Wolkenkuckucksheim – Bau dir deine Welt, wie sie dir gefällt!“ seit 1. Juli 2022, verlängert bis 7. April 2024, „Reingefuchst – Mathe zum Anfassen“ in Kooperation mit dem Mathematikum Gießen, vom 31. Januar 2024 bis 26. Mai 2024, und „KI, was geht?“ Die Mitmach-Ausstellung zum Thema Künstliche Intelligenz, vom 28. Juni 2024 bis 22. April 2025.

Ein besonderer Fokus lag dabei auf der neuen, hochaktuellen Sonderausstellung „KI, was geht?“, die vom Universum® gemeinsam mit den drei Kooperationspartnern experimenta in Heilbronn, AHHA in Tartu sowie dem Musée de l'Air et de l'Espace in Le Bourget bei Paris entwickelt wurde. Nach der Premiere in Bremen wandert die dreisprachig angelegte Ausstellung weiter in die anderen Science Center.

Um die Zielgruppe immer wieder aufs Neue zu überraschen wurde zu facettenreichen cross-medialen Marketingmaßnahmen gegriffen, beispielweise: Die Bremer Gäste wurden mittels einer Postwurfsendung einer „Urlaubspostkarte“ (an 47.497 Haushalte) zum Sommerprogramm „Sommersause“ eingeladen.

Im gesamten Print-Bereich betrug die Auflagenhöhe der Zeitungen und Zeitschriften 20,4 Mio. Exemplare (- 14,6 % im Vergleich zu 2023), womit bis zu 54,7 Mio. Leser:innen erreicht werden konnten (- 21,6 % im Vergleich zu 2023). Der Auflagen- und Reichweitenrückgang lässt sich vor allem auf die generelle Entwicklung im Print-Journalismus zurückführen. Mit 85,9 % stammte die Mehrzahl der Print-Berichte aus Medien aus Bremen und Niedersachsen. Wichtig für die Pressearbeit bleiben weiterhin die klassischen Tageszeitungen, in denen auch im vergangenen Jahr weit mehr als die Hälfte (68,8 %) der Print-Berichte veröffentlicht wurde.

Für die Online-Medien, in denen Artikel über das Universum® erschienen sind, betrug die Anzahl der monatlichen Nutzenden 15,2 Mio. (+ 72,7 % im Vergleich zu 2023) und die der monatlichen Visits 167,4 Mio. (+ 9 % im Vergleich zu 2023). Diese Angaben konnten jedoch nur bei rund einem Drittel (Nutzende) bzw. zwei Drittel (Visits) aller Online-Medien erfasst werden, wodurch die tatsächlichen Zahlen somit noch einmal deutlich höher liegen dürften.

Im Bereich der Hörfunk- und TV-Medien konzentrierte sich unsere Medienarbeit vor allem auf die regionalen Programme (z. B. Bremen Zwei, Bremen Vier, Energy Bremen, Radio ffn, Radio Bremen TV, SAT.1 Regional, RTL Nord). Ein bundesweites Highlight war die Aufzeichnung einer Folge des Deutschlandfunk-Podcasts „KI verstehen“ inmitten unserer KI-Ausstellung vor Publikum. Das Gespräch zwischen den Podcasts-Hosts und unserer Ausstellingleiterin Kerstin Haller war anschließend nicht nur als Podcast-Episode zu hören, sondern wurde auch im Radio-Programm des Deutschlandfunks ausgestrahlt.

Im Jahr 2024 haben 212.498 aktive Nutzende die Universum®- Website besucht. Die drei am häufigsten aufgerufenen Seiten waren die Startseite, Öffnungszeiten/Preise sowie die Unterseite zur Sonderausstellung. Etwa 54 Prozent der Zugriffe erfolgt durch die organische Suche, 23 Prozent über Google-Werbung, 14 Prozent direkt über die URL und neun Prozent über Sonstige Kanäle, wie Social Media. Im Jahr 2024 wurden in Google Analytics 58.743 aktive Google Ads Nutzer:innen erfasst, davon sind 53.514 neue Nutzer:innen, die Interaktionsrate lag 2024 bei 64,98 %. Die Google Ads Kampagnen haben im Jahr 2024 169.848 Klicks und 8.771.604 Impressionen erzielt. Wir haben 2023 insgesamt 19 Newsletter an unterschiedliche Empfänger:innen-Kreise verschickt (Allgemein, Bildung, Talkabend, Jahreskarteninhabende). 2024 haben alle aktiven Social-Media-Kanäle des Universum®, also Facebook, Instagram, TikTok, Pinterest, Threads und LinkedIn, insgesamt über 38.000 Follower:innen vereinen können. Es wurden im letzten Jahr über 700 Beiträge auf den diversen Plattformen veröffentlicht.

Besuche des bunten Wissensmobils erfreuen sich großer Beliebtheit in Bremen und im Umland, was sich in immer mehr organischen Buchungsanfragen widerspiegelt.

Das Universum hat seine wissenschaftliche Strahlkraft samt Mitmach-Charakter in Form von zwei Pop-up Ausstellungen nach außen tragen dürfen. Jeweils eine leerstehende Ladenfläche wurde in dem

Oldenburger Einkaufscenter „Schlosshöfe“ sowie dem Bremer „Roland Center“ für mehrere Wochen im Universum®-Gewand mit verschiedensten Exponaten bespielt.

Außerdem gab es eine Vertriebs-Roadshow und als Teil der Wissenswelten Bremen und Bremerhaven wurden Kinder beim Open Space Domshof zum kreativen Schaffen eingeladen. Auf der ITB in Berlin war das Universum® ebenso präsent.

Das Universum® durfte in 2024 gemeinsam mit befreundeten Häusern Bühne für die Lange Nacht der Museen am 25. Mai sein. Die Beziehungen in den regionalen Wissenschafts- und Bildungs-netzwerken wurden unter anderem dadurch gepflegt, wieder als Austragungsort des jährlichen MINT-Tags und des Wettbewerbs „Jugend forscht“ zu fungieren. Mit dem neuen Kooperationspartner Bremen 1860 wurde im zweiten Halbjahr ein sehr umfassendes Paket von gemeinsamen Maßnahmen entwickelt.

Aus Mitteln des Standortmarketings wurde das Universum® mit knapp 170.000 Euro unterstützt.

botanika

Im Jahr 2024 richteten sich die Marketingaktivitäten der botanika einerseits schwerpunktmäßig auf die Bewerbung der Zwergotteranlage als neues tierisches Highlight. Andererseits stand die Bekanntmachung der Neuerungen im Rahmen des Projekts „botanika digital“ im Fokus, welches die botanika als Naturerlebniszentrum und attraktives Ausflugsziel in Bremen zusätzlich stärker in die digitale Welt einbindet. Hierzu wurden Großflächen in Bremen bespielt und Anzeigen in zielgruppenspezifischen Medien geschaltet. Auch wurden Social-Media-Kanäle verstärkt genutzt und Social Ads geschaltet, um die Einbindung in die digitale Welt weiter voranzutreiben. Für die Bewerbung wurden professionelle Werbefotos beauftragt und erstellt.

Auch die diversen Veranstaltungen der botanika spielten bei den Marketingmaßnahmen eine wichtige Rolle: 2024 fanden die beliebten Sonderausstellungen „Hallo Langohr“ sowie „Frühlingsblüte mit Azaleen“ statt. Weitere Events im Laufe des Jahres waren beispielsweise das chinesische Neujahrsfest, Konzerte des Bremer Kaffeehaus-Orchesters sowie des Bremer HafenRevueTheaters und das hinduistische Lichterfest „Diwali“. Besonders hervorzuheben ist die Sci-Fi- und Fantasy-Convention „botanika goes space“, die seit mehreren Jahren veranstaltet wird und 2024 auch eine überregionale Strahlkraft entfalten konnte. Zur Bewerbung dieser vielfältigen Events, aber auch der Bewerbung der botanika allgemein wurden Social Ads und Google Ads geschaltet, Image-Flyer herausgegeben und Anzeigen in Printmedien veröffentlicht. Auch das Gruppenreisegeschäft wurde durch Anzeigen in Fachmagazinen bzw. -Portalen der Branche weiter beworben. Für die Bewerbung der botanika als Veranstaltungsort wurden professionelle Werbefotos beauftragt und erstellt.

Im Jahr 2024 konnte die botanika knapp 135.500 Gäste verzeichnen. Damit liegt die Zahl sogar noch einmal höher als im bisherigen Rekordjahr 2023 mit 129.000 Gästen.

Aus Mitteln des Standortmarketings wurde die Botanika mit 54.600 Euro unterstützt.

ITB

Für die Präsentation Bremens auf der Internationalen Tourismus-Börse ITB Berlin wurden Film- und Fotoaufnahmen in Auftrag gegeben. Zudem wurde das Exponat „Felix“ vom Universum® Bremen gemietet.

Insgesamt wurden 4.500 Euro ausgegeben.

Vegesacker Geschichtenhaus

Die Kommunikation als Klassenfahrt- und Busreiseziel wurden im Jahr 2024 mit Mitteln des Standortmarketings in Höhe von 950 Euro finanziert.

FAHRRADja! 2024. Bremen bewegt Dich.

2024 schwang sich Bremen aufs Fahrrad: Im Themenjahr „FAHRRADja! 2024. Bremen bewegt Dich.“ widmete sich die Hansestadt den Vorteilen und Stärken des Fahrradfahrens in Bremen mit über 50 Partner:innen und über 80 Veranstaltungen und Events. Die Planung und die Durchführung oblag der Abteilung Marketing.

Das Themenjahr startete mit den „Sixdays Bremen“ und einem eigenen Radteam, gefolgt von der Highlight Veranstaltung im April in Kooperation mit Red Bull „Aufsatteln“: ein Cyclo-Crossrennen auf der Bremer Galopprennbahn. Etabliert wurde im Juni die Bikeinale als Teil der Breminale und im September startete „Stadtradeln“ zum ersten Mal in Bremen und die Stadt wurde mit 2 Preisen ausgezeichnet. Der Abschluss des erfolgreichen Fahrrad-Jahres wurde durch die UCI Hallenrad-WM in der Bremer ÖVB-Arena abgerundet.

Unterschiedlichste Events wie Fahrradtouren, Fahrradfeste, Fahrradmärkte, Fahrradkino, Wettbewerbe, Mitmacherlebnisse und besondere Aktionstage wurden durch zuverlässige Partner:innen und regelmäßige Veranstaltungen mit großer Strahlkraft an die Tourist:innen sowie an die Einheimischen getragen.

Insgesamt wurde das Themenjahr durch Promotionseinsätze auf unterschiedlichen Veranstaltungen dargestellt und durch Außenwerbung wie die Nutzung von Großflächen und City Lights, Flughafenwerbung, Printanzeigen, Online und Social Media sichtbar gemacht.

Als Landingpage wurde www.fahradja.de genutzt, auf der im Themenjahr-Zeitraum alle vergangenen und kommenden Events ersichtlich waren. Die Startseite wurde über 450.000 Mal aufgerufen. Die Social-Media-Kanäle wurden mehrmals die Woche mit Posts und Storys bespielt, es wurden über 300 Beiträge veröffentlicht. Zudem wurden zahlreiche Social Ads geschaltet sowie 19 Gewinnspiele mit

insgesamt 29 Gewinner:innen durchgeführt. Es konnten in den Sozialen Medien etwa 800 Follower:innen dazugewonnen und circa 750.000 Menschen erreicht werden.

Die Ausgaben für das Themenjahr 2024 belaufen sich im Berichtszeitraum auf rund 90.900 Euro.

Themenjahr 2025 (Vorbereitung)

2025 stehen die Natur und die grünen Orte Bremens im Fokus des Themenjahres. Mit „NATURlich Bremen 2025. Ab ins Grüne!“ finden die Events in Naherholungsorten bzw. auf Grünflächen statt oder haben einen eindeutigen Bezug zur Natur. Inhaltlich und organisatorisch sind die Planungen für das Themenjahr vorangeschritten. Die Agentur „hello“ hat die von uns durchgeführte Ausschreibung gewonnen und ein Logo und das passende Key Visual entwickelt. Die erstellte Landingpage www.naturlichbremen.de wird mit Inhalten und akquirierten Partner:innen gefüllt. Fortlaufende Abstimmungstermine mit potenziellen Partner:innen finden statt, mögliche Highlight-Veranstaltungen werden analysiert und geplant.

Die Ausgaben für das Themenjahr 2025 belaufen sich im Berichtszeitraum auf rund 30.000 Euro.

Bildungsmarketing Wissenswelten

Die Akteure der Wissenswelten trafen sich 2024 Online und in Präsenz im Klimahaus Bremerhaven 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.

Bei dem Wissenswelten-Termin 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 wurden 2024 für alle Einrichtungen Imagefilme erstellt, welche die Einrichtungen für Ihre Marketingaktionen individuell nutzen können.

Für die Ansprache der Lehrenden 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.

Im Jahr 2024 betrugen die Gesamtkosten für diese Marketingmaßnahmen 31.300 Euro.

1.5 UNESCO Welterbe und City of Literature

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 31. Mai bis zum 2. Juni 2024 statt. Zum 20. Geburtstag lautete das Motto „Vielfalt erleben und entdecken“. 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 „Wir wirbeln Staub auf - Von der Gotik in die Schwerelosigkeit“ im Rathaus, ein Mitsingfest auf dem Marktplatz, Bühnenprogramm auf dem Domshof sowie eine szenische Lesung und eine Bücherbühne in der Stadtbibliothek. Das Europäische Hanse-Ensemble war zusätzlich mit seinem neuen Programm "EIN NEUES LIED WIR HEBEN AN" zu Gast. Darüber hinaus wurde der Welterbetag in Anzeigen und auf Plakaten beworben. Die Kosten beliefen sich insgesamt auf rund 17.400 Euro.

Nach der erfolgreichen Bewerbung Bremens um den Titel City of Literature von der UNESCO wurde die Literaturszene weiterhin unterstützt. Unter anderem wurde der Bremer Buchhandlungspreis, das Kinder- und Jugendliteraturfestival „Galaxie der Bücher, die Preisträgerlesungen zum Bremer Literaturpreis 2024 und der „Welttag des Buches“ unterstützt. Insgesamt wurden 8.000 Euro ausgegeben.

1.6 Fußgängerleitsystem

Der WFB obliegt die Reinigung, Aktualisierung und Reparatur der rund 120 Stelen des Fußgängerleitsystems. Es waren einige Reparaturen sowie Aktualisierungen und Reinigungsarbeiten an den Stelen notwendig. Hierfür wurden 2024 etwa 7.200 Euro aufgewendet.

1.7 Anzeigen/TV-Präsenz/PR

Auch in 2024 wurden aus diesem Budget eine Reihe von Anzeigenschaltungen (Magazine, Programmschriften, Sonderveröffentlichungen) finanziert. Geschaltet wurde unter anderem im Mix, im Programmheft der Sportgala, im Programmheft der GdP, im Weser Wochenblatt, im Magazin „Deutschland per Rad entdecken“ des ADFC oder für das Servicebuch für Einwohnende. Es wurden insgesamt rund 21.500 Euro aufgewendet.

1.8 ZEIT-Anzeigen

Auch in 2024 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 35.600 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 2024 fand auch der Schlachtezauber wieder mit weihnachtlicher Beleuchtung statt. Das Schlachte Marketing wurde in 2024 aus dem Standortmarketing mit 24.900 Euro gefördert.

2 Allgemeine Imagewerbung

2.1 Pressedienst aus dem Bundesland Bremen

Bremen ist ein Bundesland mit hoher Lebensqualität und hat zudem auch exzellente Wissenschaftskompetenz, innovative Start-ups und international wichtige Branchen wie die Luft- und Raumfahrt zu bieten. Der Pressedienst sucht, findet und berichtet seit 2008 über diese positiven Seiten des kleinsten Bundeslandes Deutschlands. Gute Nachrichten von hochwertiger journalistischer Qualität in unterschiedlichen Medien zu verbreiten, ist das Ziel des Dienstes, um so das positive Image des Wirtschafts- und Erlebnisstandorts Bundesland Bremen kontinuierlich durch gute Nachrichten zu stärken. Der Pressedienst ist ein bewährtes Mittel bei der Verbreitung in Print- und Onlinemedien. Auch die Auffindbarkeit über Suchmaschinen und soziale Medien nehmen eine wichtige Rolle ein für die Verbreitung der spannenden Bremer Geschichten.

Seit 2017 ist der Pressedienst in die Content-Marketing-Strategie der WFB integriert. Die Inhalte werden 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 Autorenstücke, um so Glaubwürdigkeit und Authentizität zu erzeugen und den Dienst von Pressemitteilungen zu unterscheiden. Die Inhalte speisen sich aus den Bereichen Kultur und Tourismus, Wirtschaft und Wissenschaft sowie Stadtentwicklung. Ebenso stehen besonders interessante Persönlichkeiten aus Bremen und Bremerhaven auf dem Themenplan.

Von Januar bis einschließlich Dezember 2024 wurde der Pressedienst monatlich an rund 600 vornehmlich journalistische Multiplikatoren versendet. Der Versand findet am Ende eines jeden Monats statt. Insgesamt erschienen 2024 35 Artikel (durchschnittlich 3 Artikel pro Monat) im Pressedienst.

Verbreitung in den Medien

2024 war erneut ein erfolgreiches Jahr für den Pressedienst. Die insgesamt 35 verbreiteten Artikel wurden knapp 500-mal in Printmedien, auf Onlineplattformen oder als TV- und Rundfunk-Beiträge veröffentlicht. Dabei werden die Artikel einerseits 1:1 mit den angebotenen Fotos übernommen oder sie dienen als Anregung, das Thema selbst aufzubereiten. Einer der erfolgreichsten Artikel war der Bericht über den **3D-Drucker fürs Weltall von der Constructor University** (veröffentlicht im September 2024) mit rund 100 Veröffentlichungen in Zeitungen, Onlinemedien und TV/Rundfunk, darunter bei buten un binnen, in der Hannoverschen Allgemeinen Zeitung (HAZ), ZDF Logo Kindernachrichten, Bild und Frankfurter Rundschau.

2024 war auch der Bericht über die **Bremerhavener Witzeerzähler** (veröffentlicht im Februar) erfolgreich mit rund 50 Veröffentlichungen, darunter Berliner Zeitung, Redaktionsnetzwerk Deutschland, Südkurier und Welt online.

Sehr gut angenommen wurden auch die Artikel über die **Trauerbegleiterin Tanja Brinkmann** (veröffentlicht im Februar). Sie wurde überregional als Expertin für das Thema Trauer am Arbeitsplatz wahrgenommen. Artikel (rund 50) erschienen unter anderem in der Berliner Zeitung, den Ruhr Nachrichten, der Berliner Morgenpost, in der Braunschweiger Zeitung und im Hamburger Abendblatt. Interessant für die Medien war auch der Artikel über die Oberstufe der Trägerrakete Ariane 6. Dazu gab es Veröffentlichungen unter anderem im Nordkurier, der Schweriner Volkszeitung, im Pregitzer und in den Norddeutschen Neuesten Nachrichten. Ein Medium, das fast jeden Pressedienst-Artikel veröffentlichte, ist der reichweitenstarke Newsletter nordische-esskultur, so zum Beispiel den über das Bremerhavener Fischkochstudio.

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 2024 waren:

- 1) „Wie der Bremer Malick Bauer zum TV-Star wurde“ kommt auf 908 Seitenaufrufe
- 2) „Von der Weser ins Weltall“ erhielt 878 Seitenaufrufe
- 3) „Rezepte aus der deutschen Heimat“ erreichte 857 Seitenaufrufe
- 4) „Wie eine Bremer Leuchte die Welt erobert“ 776 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.

Besonders beliebt auf Facebook waren 2024:

- Snack „Opoke“ mit 25.452 Aufrufen
- „Forschung mit Methanbakterien“ mit 19.775 Aufrufen
- „Von der Weser ins Weltall“ mit 17.534 Aufrufen
- Band „Soulrender“ mit 17.449 Aufrufen

Aus Mitteln des Standortmarketings Bremen wurden etwa 47.500 Euro aufgewendet sowie knapp 5.300 Euro aus dem Standortmarketing Bremerhaven.

2.2 Landesauftritte

Vom 2. bis 4. Oktober 2024 präsentierte sich das Bundesland Bremen bei den Feierlichkeiten zum Tag der Deutschen Einheit in Schwerin. Auf einer Ausstellungsfläche von knapp 2000 Quadratmetern wurde den Gästen ein breites Angebot aus Kulinarik, Informationen, Unterhaltung und Innovationen aus Bremen und Bremerhaven präsentiert. Der Bremer Ratskeller, Anheuser Busch InBeV und ein Fisch-Imbiss versorgten die Gäste mit Speisen und Getränken. Unter dem Motto „Innovativ aus Tradition“ informierte Mercedes-Benz über das Bremer Werk und stellte den Mercedes-Benz EQE aus. Besonderer Anklang fand auch das Thema Luft- & Raumfahrt bei den Besucherinnen und Besuchern der Bremer Länderpräsentation. Die ausgestellten Exponate der Ariane 6 (ArianeGroup) und des Modells des H2Sat (OHB) gaben anschauliche Einblicke in die Bremer Luft- und Raumfahrtbranche. Der Wissenskiosk des Universums Bremen brachte Wissenschaft den jüngeren Gästen näher. Für Unterhaltung auf der Bremen-Bühne sorgten inszenierte Aufführungen der Bremer Stadtmusikanten. Abends versorgten die Bremer Rockmusikanten die Gäste mit Klassikern aus 50 Jahren Rockmusik. An den drei Veranstaltungstagen fanden 200.000 Besucherinnen und Besucher auf das weitläufige Veranstaltungsgelände. Die Akteurinnen und Akteure des Bremer Landesauftrittes zeigten sich zufrieden.

Zudem wurde eine gestalterische Maßnahme im Foyer der Landesvertretung Bremen in Berlin finanziert.

Aus Mitteln des Standortmarketings Bremen wurden etwa 43.200 Euro aufgewendet sowie knapp 22.100 Euro aus dem Standortmarketing Bremerhaven.

2.3 Standortmedia

Zur Darstellung der Stärken des Standorts, sowohl nach innen als auch nach außen, wurde in 2024 die Broschüre „Bremens Beste Seiten“ auf Recyclingpapier gedruckt, 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 der Moin Mond Plakate, die sich großer Beliebtheit erfreuen, und eine Kooperation mit nordmedia Talk & Night auf der Berlinale 2024.

Insgesamt wurden etwa 12.000 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 2024 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.

Etat Veranstaltungsförderung Kultur & Sport 2024	
Bremen	975.000 €
Kultur (ca. 67 %)	653.250 €
Sport (ca. 33 %)	321.750 €

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. Die WFB, Geschäftsbereich Standortmarketing war im Rahmen einer Erweiterung der Beleihung ebenfalls ab dem 1. Juli 2024 zuständig für die Abwicklung des Förderprogramms „Bremer Bühnenprogramm für Clubs und Live-Musik-Spielstätten“.

Veranstaltungsförderung Kultur

Die Kulturveranstaltungsförderung Bremen 2024 wurde durch den Vergabeausschuss am 30.08.2023 beschlossen. An der Sitzung nahmen stimmberechtigt Herr Dr. Dirk Kühling (Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation) und Herr Oliver Rau (WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH) teil. Frau Carmen Emigholz ließ als stimmberechtigtes Mitglied vorab ihr schriftliches Votum zukommen. Als Gast nahm Victoria Reischl an der Sitzung teil (Vorbereitung und Protokoll, WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH, Projektleitung Veranstaltungsförderung).

Für die Kulturveranstaltungsförderung in Bremen 2024 stand zum Zeitpunkt der Vergabeausschusssitzung ein Etat in Höhe von rd. 506.391 Euro zuzüglich 70.000 Euro aus abgerechneten Projekten der Vorjahre zur Verfügung. Der Gesamtetat zum Zeitpunkt der Ausschusssitzung betrug rd. 576.391,00 Euro.

Der Vergabeausschuss beschloss die Förderung von insgesamt 24 Kulturveranstaltungen.

Träger:in	Projekt	Fördersumme
concept bureau UG	Breminale 2024	60.000,00 €
Neue Gruppe Kulturarbeit e.V.	LA STRADA	65.000,00 €
SummerSounds	SummerSounds 2024	15.000,00 €
VIS-VIS Kulturnetzwerk	Kultursommer Summarum	16.000,00 €
CSD Bremen + Bremerhaven e. V.	CSD 2024	12.000,00 €
Kulturkraken e.V.	Lichter der Neustadt	10.000,00 €
Turn up BREMN *	Turn Up BRMN	20.000,00 €

4vents & Marketing GmbH *	Gräfin Emma Festival	10.000,00 €
Peter Stöcker *	Mural City Bremen	30.000,00 €
Kunsthalle Bremen	Kirchner	50.000,00 €
Weserburg Museum für moderne Kunst	Yael Bartana	30.000,00 €
Übersee-Museum Bremen	Ozeanien	40.000,00 €
Universum Managementges. mbH	Mathe macht Mobil	25.000,00 €
Museen Böttcherstraße Stiftungs GmbH	Faszination Höhle	30.000,00 €
Die Deutsche Kammerphilharmonie Bremen	Sommer in Lesmona	45.000,00 €
Die Deutsche Kammerphilharmonie Bremen	Zukunftslabor – Melodie des Lebens	5.000,00 €
M3B GmbH	jazzahead!	50.000,00 €
Europäischer Klavierwettbewerb	18. Europäischer Klavierwettbewerb Bremen	20.000,00 €
Bremer Shakespeare Company	Shakespeare im Park	10.000,00 €
Fachverband für Theater in der Schule	Schultheater der Länder 2024	10.000,00 €
Filmfest Bremen e.V.	9. Filmfest Bremen	35.000,00 €
Hochschule Bremen	Poetry on the Road 2024	8.000,00 €
Kulturnetz e.V.	Bremer Zine Festival 2024	5.000,00 €
Landesverband freie darstellende Künste Bremen e. V.	Lange Nacht der Bühnen	20.000,00 €
VegeSack Marketing e.V. **	Festival Maritim	50.000,00 €
Peter Stöcker **	Hidden Treasure Festival	10.000,00 €
Verein zur Förderung des Welterbes Rathaus u. Roland in Bremen e.V. **	Wir wirbeln Staub auf - Von der Gotik in die Schwerelosigkeit	3.000,00 €
Gesamt (ohne *):		624.000,00 €
* Förderantrag wurde zurückgezogen / Veranstaltung hat nicht stattgefunden		
** Nachrücker / späterer Beschluss		

Die geförderten Veranstaltungen wurden von rd. 672.000 Personen besucht. Zwei Ausstellungen enden erst in 2025.

Veranstaltungsförderung Sport

Die Sportveranstaltungsförderung 2024 wurde durch eine Sitzung des Vergabeausschusses am 29.08.2023 beschlossen. An der Sitzung nahmen stimmberechtigt Herr Staatsrat Olaf Bull (Senator für Inneres und Sport), Herr Dr. Dirk Kühling (Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation) und Herr Oliver Rau (WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH) sowie als Gäste Christian Zeyfang (Sportamt Bremen) sowie Victoria Reischl (Projektleitung Veranstaltungsförderung der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH) teil.

Für die Sportveranstaltungsförderung stand zum Zeitpunkt des Vergabeausschusses ein Etat in Höhe von 249.417 Euro zur Verfügung. Der Vergabeausschuss beschloss die Förderung von neun Sportveranstaltungen.

Träger:in	Projekt	Fördersumme
Grün-Gold-Club Bremen e. V.	Dance Sport Festival DSF 2024 inkl. 3 WM	20.000,00 €
ATS Buntentor Bremen e. V.	Kuhcross	2.900,00 €
Das erste Buch e. V. c/o Carl Ed. Schünemann KG	Schach macht schlau!	7.207,00 €
Bernd Rennies Sport & Reisen	Internationales Nachwuchsradsrennen "U19" im Rahmen des intern. Bremer Sechstagerennens (Andy Kappes Cup)	26.000,00 €
NBO Event GmbH	German Beach Tour 2024	40.000,00 €
OMS Event GmbH	UCI Hallenradsport Weltmeisterschaften 2024	75.000,00 €
SPOSPOM Sportsponsoring- & Marketinggesellschaft mbH	GEWOBA City Triathlon Bremen	20.000,00 €
elements of sports / Happy Skater	Skate Nights Bremen "Auf die nächsten 15 Jahre!"	5.500,00 €
Deutscher Basketball Bund e. V. *	ING 3x3 Masters Bremen 2024	30.000,00 €
Gesamt (ohne *):		196.607,00 €
* Förderantrag wurde zurückgezogen / Veranstaltung hat nicht stattgefunden		

Die acht durchgeführten Veranstaltungen zählten rd. 81.500 Besuchende.

3.2 Lange Nacht der Museen/Museumsmarketing

Am 25. Mai 2024 beteiligten sich 30 Museen und Ausstellungshäuser an der Langen Nacht der Museen Bremen, davon sechs im Bremer Norden. Das kulturspartenübergreifende Programm bestand aus über 250 Veranstaltungen, die zum Teil auch barrierefrei waren. Erstmals wurde in Kooperation mit Bremen barrierefrei auch eine Begleitung geschulter Personen für Menschen mit Behinderungen angeboten. Passend zum Bremer Themenjahr „FAHRRADja!24 - Bremen bewegt Dich.“ wurde besonderer Wert auf Mobilitätsangebote und Programmpunkte rund um das Fahrrad gelegt. So kam die BIKE IT! Stage als mobile Musikbühne vor verschiedenen Museen zum Einsatz, konnten bei einem Fahrradparcours Lastenräder ausprobiert werden und bot der ADFC Bremen kostenlosen Transport zwischen den Museen der Innenstadt per Rikscha, Tandem oder Lastenrad an. Auch standen Leihräder des Weser-Kuriers für eine halbe Stunde kostenlos zur Verfügung. Die WFB förderte die Veranstaltung mit Marketing und Kommunikation sowie die Verkehrsverbindungen zwischen den Häusern (VBN, Schiffsshuttle, Bike Citizens – Rad-Navigation, geführte BIKE IT!-Radtouren). Mit mehr als 24.000 Besuchen wurde selbst das Vor-Corona-Niveau deutlich übertroffen. Über 4650 Eintrittsbänder wurden verkauft.

Insgesamt wurden gut 41.600 Euro ausgegeben.

3.3 Ausstellung Haus der Wissenschaft (HdW)

Für die Jahresausstellung wurden über dieses Budget Außenwerbung und Printprodukte für 4.500 Euro finanziert.

3.4 Hans Diers Marketing Symposium

Unter dem Titel „Chance und Herausforderung. Kulturinstitutionen als Dritter Ort“ fand am 15. und 16. April das 12. Fachsymposium zum Thema modernes Kulturmarketing in der Kunsthalle Bremen statt. Veranstaltet wurde es vom Kunstverein Bremen, dem Institut markt.forschung.kultur der Hochschule Bremen sowie der WFB. Das Symposium hat sich inzwischen als feste Institution etabliert.

Am 15. April organisierte das Institut markt.forschung.kultur ein Seminar bzw. einen Workshop mit einem Fachreferenten. Die Teilnehmerzahl war begrenzt.

Die Veranstaltung wurde durch Mittel des Standortmarketings finanziell unterstützt. Die Kosten betrugen 5.800 Euro.

3.5 Freimarktumzug

Der 55. Freimarktumzug fand am 26.10.2024 statt. Die Aufstellung des ca. 2.500 m langen Umzugs mit fast 4.000 Teilnehmern in 50 Laufgruppen und 78 Umzugswagen erfolgte 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 auch wieder Live im TV.

Der 55. Bremer FU fand bei sonnigem Wetter vor über 150.000 Zuschauern statt. Die Besucher am Rande der Strecke zeigten großes Interesse und vermittelten wieder die begeisterte Teilnahme. Das Erscheinungsbild des mit mehr Laufgruppen und deutlich reduzierter Anzahl von Discotrucks Erntewagen mit Kneipenausstattung besetzten FU fand ein ausgesprochen positives Medienecho.

Zur Erreichung eines Umzuges ohne Alkoholglorifizierung und übermäßiger Lautstärke waren 25 Umzugswagen eine Absage erteilt worden, was zu einem insgesamt familienfreundlicheren Umzug führte.

Für den Freimarktumzug fielen in 2024 insgesamt 60.000 Euro an.

3.6 Wissenschaft auf der Maritimen Woche

Am Samstag, 21.9.2024, und Sonntag, 22.9.2024, fand an der Unteren Schlachte die Forschungsmeile statt. Das Land Bremen ist ein bedeutender Wissenschaftsstandort - mit zwei Universitäten, acht Hochschulen sowie einer Vielzahl wissenschaftlicher Institute in Bremen und Bremerhaven.

Die Forschungsmeile an der Schlachte hat sich seit 2015 im Rahmen der Maritimen Woche erfolgreich etabliert und ist heute eine bedeutende Leistungsschau der bremischen Forschung. Sie ist die einzige Freiluftveranstaltung, die die vielfältige Forschungslandschaft Bremens direkt in die Innenstadt bringt und damit besonders bürgernah präsentiert.

Dank des großen Erfolgs in den vergangenen Jahren konnte auch 2024 erneut eine finanzielle Förderung durch die WFB genutzt werden, um 20 Pagodenzelte und Freiflächen für bis zu 20 Einrichtungen an der Unteren Schlachte bereitzustellen.

Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler präsentierten ihre Forschungsergebnisse vor Ort - verständlich und anschaulich für Bürgerinnen und Bürger aller Altersgruppen. Besonders für junge Nachwuchswissenschaftlerinnen und -wissenschaftler war der Besuch der Forschungsmeile ein Highlight: Experimente und Mitmachaktionen weckten Neugier und Forschergeist. Die selbstgebauten Wasserraketen erwiesen sich dabei als Publikumsmagnet für die jungen Besucherinnen und Besucher.

Die Präsentation der bremischen Forschung leistet so einen wichtigen Beitrag zur Nachwuchsförderung - und vermittelt gleichzeitig den Spaß an wissenschaftlicher Arbeit und einer Karriere in forschungsnahen Berufsfeldern.

Für die Maritime Woche fielen in 2024 insgesamt 12.000 Euro an.

3.7 Musikfest

Die werbliche Kommunikation und PR-Aktivitäten des herausragenden Imageträgers Musikfest wurde mit 15.000 Euro unterstützt.

3.8 Kindertag

Am 11. August fand der Bremer Kindertag im Bürgerpark statt. Das Areal rund um den Marcusbrunnen verwandelte sich in ein riesiges Spielfest unter dem Motto „Kinder stark machen“. Die Unterstützung für den Kindertag betrug 10.000 Euro.

3.9 Volksfeste: Osterwiese, Freimarkt, Weihnachtsmarkt

Auch im Jahr 2024 hat das Standortmarketing der WFB Werbemaßnahmen für die Osterwiese, den Bremer Freimarkt und den Weihnachtsmarkt durchgeführt.

Die Finanzierung der Werbung erfolgte über Umlagen und umfasste klassische Maßnahmen wie Außenwerbung, Anzeigen und Radiospots. Ergänzend wurde auch Online-Marketing eingesetzt. Der Werbeetat für die Osterwiese belief sich auf 58.836 Euro.

Für den Bremer Freimarkt wurde ein Budget in Höhe von 105.658 Euro. eingesetzt.

Es gab eine neue Eröffnungszeremonie, die bereits um 14:30 Uhr mit dem Ertönen von Fanfarenklängen aus dem Haus der Bremischen Bürgerschaft begann. Der neue Freimarkt-Botschafter, der Bremer Roland, und sein kleines Pendant, der „kleine Roland“ – ein Bremer Kind – ritten hoch zu Ross auf den Marktplatz.

Vor dem steinernen Roland wurde das Marktrecht von 1035 verlesen, alles Inszeniert vom Zeremonienmeister (Dirk Böhling), der auch die Idee und den Ablauf entwickelte. Danach eröffnete die Bürgerschaftspräsidentin Antje Grotheer mit den Bremer Schornsteinfeger*innen den kleinen Freimarkt. Mit einer historischen Straßenbahn (beklebt mit einem Freimarktsmotiv) ging es dann weiter zur Bürgerweide. Dort eröffnete die Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation, Frau Kristina Vogt, mit dem Durchschneiden eines roten Bandes offiziell den Bremer Freimarkt.

Der Bremer Weihnachtsmarkt wurde im Rahmen der CityMedienkampagne in der Region beworben. Weitere Maßnahmen, Print und Plakatwerbung wurden für 25.470 Euro durchgeführt. Die Plakate hingen in Hamburg, Hannover, Osnabrück, Münster, Dortmund und Oldenburg.

Die gesamten Maßnahmen wurden vollständig durch die Werbeumlage des Stadtamtes, getragen von den Schaustellern, finanziert.

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 Standortwerbung am Flughafen. Hinzu kommt noch Reinzeichnungsaufwand. Die Kosten betrugen etwa 15.000 Euro.

5 bremen.de/Kultur

Mit Hilfe der Unterstützung aus dem Standortmarketing (40.000 Euro) sind wichtige Routinetätigkeiten und Content-Produktionen unterstützt worden. Hierzu zählt z.B. das häufig verwendete Postfach info@bremen.de, das viele (Kultur-)Veranstaltende nutzen, um ihre regelmäßigen und unregelmäßigen Termine einzutragen, die dann im Veranstaltungskalender auf bremen.de ausgegeben werden. Bei der Content-Produktion seien exemplarisch drei Beiträge für Instagram und TikTok genannt:

1. Open Space Domshof

<https://www.instagram.com/reel/C7OqP04t3HD/> (rd. 93k Views, 668 Likes, 10 Kommentare)

<https://www.tiktok.com/@visitbremen/video/7380341960415956257> (1,1 Mio. Views, 880 Likes, 8 Kommentare)

2. Breminale

<https://www.instagram.com/insights/media/3405423546497040845/> (rd. 50k Views, 1014 Likes, 28 Kommentare)

3. LightUp! Rhododendronpark

<https://www.instagram.com/reel/C3aL0SDt4W7/> (rd. 356k, Likes: 7477, 137 Kommentare)
<https://www.tiktok.com/@visitbremen/video/7336143472363179297> (rd. 96k Views, 3733 Likes, 67 Kommentare)

Des Weiteren sind viele Ressourcen in die Kultur-Seiten auf bremen.de und die Veranstaltungs-Highlights geflossen.

6 Unvorhergesehenes

Auch in 2024 werden, wie in den Vorjahren, in dieser Rubrik wieder eine Vielzahl von Kostenpositionen zusammengefasst, 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: Light Up! (20.000 Euro), Winterwald (7.500 Euro), ÜberseestadtBahn (7.200 Euro), Messestand der Literaturhäuser aus Niedersachsen und Bremen auf der Leipziger Buchmesse (2.200 Euro), Diversity Preis der Hochschule Bremen (5.000 Euro), Verlängerung der Verwertungsrechte Models für die Image-Kampagne Mehr als Märchen (5.000 Euro), Förderung des Projekts „Glocke ImPuls-Konzerte in Bewegung“ (5.000 Euro), Kunstwerk im Viertel (3.000 Euro), Bauzaun in der Sögestraße- Bremen als Unikat (2.000 Euro) und Fotomarathon Bremen (2.000 Euro).

Für Unvorhergesehenes fielen in 2024 insgesamt knapp 128.000 Euro an.

7 Marktforschung

Wie in 2023 hat die WFB auch 2024 eine Untersuchung zum Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Städte Bremen und Bremerhaven in Auftrag gegeben. Zudem wurde eine Städtereisestudie durchgeführt und eine Sonderauswertung des Städterankings 2024 in Auftrag gegeben. Insgesamt fielen Kosten in Höhe von etwa 13.500 Euro an.

8 Maßnahmen Bremen-Nord

Auch 2024 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). 2024 wurden dafür gut 61.000 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 2024 entstanden, wie in den Vorjahren, Kosten in Höhe von 12.000 Euro.

Zusätzlich wurden Veranstaltungen wie Vegesacker Markt und Pappbootregatta in 2024 durchgeführt und (werblich, zumeist mit Anzeigen und Plakatierung) unterstützt. Insgesamt kosteten die in diesem Absatz beschriebenen Maßnahmen etwa 11.200 Euro.

Die Gesamtkosten für das beschriebene Maßnahmenpaket Bremen-Nord betrugen knapp 84.200 Euro.

9 Zusätzliche Projekte

9.1 ADFC Kongress

In 2024 wirkte das BIKE IT!-Projekt gemeinsam mit dem Bremen Convention Bureau und Bremen Tourismus im Rahmen einer Kooperationsvereinbarung bei der Vorbereitung des ADFC Radtourismus Kongresses 2025 mit, beispielsweise in Sachen Location, Dienstleister, Exkursionsprogramm, Kommunikation und Teilnehmendenmanagement.

Für die Vorbereitungen des ADFC Kongress fielen aus diesem Budget in 2024 insgesamt 27.700 Euro an.

9.2 Binnenmarketing (Identitätsmarketing)

Die Stadtmarketingkampagne „Mein Bremen ist echt“ wurde in 2024 fortgeführt. Sie soll Bremerinnen und Bremern Freude daran bereiten, ihre Stadt neu zu entdecken – abseits der bekannten touristischen Attraktionen, wie beispielsweise den Stadtmusikanten oder der Schlachte.

Zu diesem Zweck hat die WFB Einwohnerinnen und Einwohner Bremens ausgewählt, die ihre Lieblingsorte präsentieren und sich dort fotografieren lassen.

Diese Aufnahmen wurden von Juni bis Dezember in die Kampagne integriert und über verschiedene Kanäle verbreitet. Dazu gehörten digitale Großflächenplakate, Bildschirme in Straßenbahnen und

Bussen der BSAG sowie Monitore in Einkaufszentren. Zusätzlich wurden die Social-Media-Kanäle der WFB mit den Motiven bespielt.

Erstmals wurde im November eine Sammelkarte im DIN A5-Format mit spannenden und interessanten Wissenshäppchen über Bremen herausgebracht. Das Motto dieser Karte: Mein Bremen ist echt beliebt. Diese Sammelkarte wurde der WFB-News beigelegt. Für das erfolgreiche Binnenmarketing gab es eine zusätzliche Zuwendung über 50.000,00 €, aus dem Standortmarketing flossen gut 16.500 Euro.

9.3 Lichter der City

Das Motto der Lichter der City 2024 war „Farbenspiel“ und verwandelte vom 29. Dezember 2023 bis 14. Januar 2024 wieder verschiedene Fassaden in der Bremer Innenstadt in Kunstwerke.

Die Veranstaltung wurde mit 21.000 Euro unterstützt.

9.4 Open Space

Die Veranstaltungsreihe „Open Space“ (Juni bis August) mit Musik, Tanz, Spiele und Workshops wurde werblich in 2024 mit klassischem und Online-Marketing unterstützt. Regionale Tageszeitungen kamen neben Stadtmagazinen und Außenwerbung (Großflächen) zum Einsatz. Im digitalen Bereich gab es Anzeigen auf Weser-Kurier-Online, Google-Ads., außerdem Anzeigen im Social Media-Bereich (Google, Facebook, Instagram, TikTok). Zusätzlich wurde das Booking von verschiedenen Künstler:innen unterstützt. Insgesamt betrugen die Ausgaben 46.500 Euro.

9.5 Stadtradeln

In 2024 nahm die Stadt Bremen erstmals an der Initiative STADTRADELN des Klima-Bündnis teil. In diesem Rahmen werden alle Menschen, die einen Wohn- und/oder Arbeitsort in Bremen haben, aufgerufen, ihre mit dem Fahrrad zurückgelegten Kilometer per App-Tracking oder Listeneintrag zu sammeln und über die STADTRADELN-Plattform der Kommune zuzuzählen, in der sie angemeldet sind.

Anlass für die erstmalige Teilnahme Bremens war das Themenjahr „FAHRRADja!24“ und die auf Dauer angelegten Aktivitäten des Fahrradmarketingprojekts „BIKE IT! Bremen“, beides Projekte der WFB. Für das STADTRADELN übernahm die WFB die Vorbereitung, Bewerbung, Durchführung und Abwicklung des Projekts. Die Anmeldung erfolgte über die Senatorin für Bau, Mobilität und Stadtentwicklung, die die für die Teilnahme notwendige Mitgliedschaft im Klima-Bündnis führt.

Das Resultat des erfolgreichen Auftakts waren über 3.200 Teilnehmende und über 660.000 gesammelte Kilometer. Mit diesem Ergebnis erlangte Bremen die Auszeichnung als „Bester Newcomer“ sowohl in der Kategorie 'Radaktivste Kommune über 500.000 Einwohner:innen' als auch 'Radaktivstes Kommunalparlament der Kommune über 500.000 Einwohner:innen'.

Das regionale Marketing wurde über Plakatierungen auf Großflächen und kleineren Formaten, Zeitungsanzeigen und Social Media umgesetzt, Newsletterverteiler, Kooperations-Netzwerke, Institutionen und Veranstaltungen wie die ADFC Tour oder die Europäische Mobilitätswoche wurden einbezogen. Eine Fortführung und erneute Teilnahme in 2025 und darüber hinaus ist geplant, die Aktion verspricht sich über die wiederholte Teilnahme steigende Teilnehmerzahlen und Beliebtheitswerte der stadtweiten Community-Aktion. Stadtradeln wurde mit 20.600 Euro unterstützt.

9.6 HOEG

Das HOEG CitySommerFest fand 2024 zum dritten Mal statt. Vom 21. bis 23. Juni wurde ein buntes Programm mit zahlreichen Kulturaktionen und viel Live-Musik auf mehreren Bühnen in der Innenstadt geboten. Die WFB unterstützte das Sommerfest bei der Bewerbung im Radio, auf Facebook sowie mit Plakaten und Flyern. Zudem wurden Künstlerhonorare und Bühnentechnik bezahlt.

Die Kosten für HOEG betrugen insgesamt rund 40.000 Euro.

10 Bremerhavener Projekte

Die Verstärkungsmittel ermöglichen es Bremerhaven, sich weiter und stetig im Markt zu etablieren und das Tourismus-Marketing weiter auszubauen. Bremerhaven wird durch die Verstärkungsmittel vermehrt regional, überregional und global beworben. 2024 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 und Tickets zu buchen. Das stark wachsende Marktsegment Soziale Medien gewinnt immer mehr an Bedeutung. Bremerhaven bespielt hier erfolgreich die Kanäle Facebook, Instagram sowie LinkedIn und Pinterest. Ergänzt wird dieser Bereich durch den eigenen Blog www.logbuch-bremerhaven.de. Auf diesem finden sich auch regelmäßige Podcasts zu aktuellen Themen und Bremerhavener Persönlichkeiten aus Sport, Wissenschaft, Gastronomie u. v. m..

Durch die stetige Weiterentwicklung der Homepage, der Social-Media-Kanäle und des Buchungssystems für Unterkünfte, Arrangements sowie des Ticketingsystems und umfassenden Veranstaltungskalenders und Hinweisen 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 und Reisemobil-Stellplätzen. Bremerhavens Beliebtheit als Reisemobil-Standort nimmt stetig zu. Gäste schätzen die Nähe zum Wasser und das maritime Umfeld. Das Unterkunftsbuchungssystem wird ständig erweitert. Hier ist Bremerhaven als zentraler Administrator auch für etliche Partner des Umlandes tätig.

Mit den beiden Dachmarken Bremen und Bremerhaven, ergänzt durch die Bremerhavener Tourismusareale, 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 individuelle Standort-Profile stehen klar nebeneinander und sind gleichzeitig 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.

Die erlebbaren Tourismusareale „Havenwelten Bremerhaven“, Weser und Geeste, südliche Innenstadt, Überseehäfen und „Schaufenster Fischereihafen“ mit ihren hochkarätigen Attraktionen und Sehenswürdigkeiten werden im Print, Internet, PR und Social Media in den Vordergrund gestellt.

Die seit Beginn der Verstärkung des Standortmarketings definierten Strategien und Projekte werden konsequent weiterentwickelt und umgesetzt. Zentrales Ziel war und ist, Bremerhaven als maritimen Tourismusstandort, Reiseziel, Tagungsort sowie nachhaltige und barrierearme Destination zu profilieren und dieses Profil bestmöglich zu etablieren und zu stärken. Die Gäste, ob Tagesbesucher oder Übernachtungsgäste, erwarten ein maritimes und authentisches Erlebnis. Dieses erfüllt Bremerhaven und auch die neuen Projekte und Angebote werden dieser Strategie gerecht.

Der Gast findet in der Seestadt Bremerhaven Hafenerlebnis, Wissens- und Erlebniswelten, Fischerlebnis und außergewöhnliche Orte für Tagungen und Kongresse (MICE), was in den touristischen Arealen 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 zu schaffen. Vor diesem Hintergrund wurden bereits über dreißig Betriebe der touristischen Leistungskette nach dem bundesweit einheitlichen System „Reisen für Alle“ von unabhängigen Prüfenden zertifiziert und re-zertifiziert. Vom ersten Kontakt des Interessenten bis hin zur Durchführung werden Reisende konsequent über die breite Angebotspalette, die für alle Altersklassen und Bedürfnisse das Passende bietet, 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 und der neuen Dauerausstellung „Schiffswelten - Der Ozean und wir“, das U-Boot „Wilhelm Bauer“, der Museumshafen, der Zoo am Meer mit dem Nordseeaquarium, das „Schulschiff Deutschland“, die Aussichtsplattform Sail City, die Shopping- und

Outlet-Center, der Weser-Deich und das Weser-Strandbad. Weitere Attraktionen sind in der südlichen Innenstadt: Kunstmuseum, Kunsthalle und Stadttheater Bremerhaven. Das Schaufenster Fischereihafen - die maritimen „Fischmeile“ - ist für Gäste ein weiterer Anziehungspunkt und begeistert mit Fischkochstudio, der Multivisionsschau Fischbahnhof360*, FMS „Gera“, Phänomena, Theater im Fischereihafen, Figurentheater etc.. 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 Radwege- und Wanderwegenetz werden durch zahlreiche und unterschiedlichste maritime Veranstaltungen ergänzt.

In 2024 wurden 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 € 43.582,18. Fortführung und Ergänzung der Wegweisung an touristischen Knotenpunkten nahm € 1.933,21 in Anspruch. Ausbau der Sozialen Medien, des Blogs und der Pressearbeit mit Clips, Videos, Kampagnen, Give-aways für € 67.218,23. Die Durchführung von Promotion- und Auslandsaktivitäten mit Messen, Präsentationen, Gästebefragungen etc. beläuft sich auf € 29.119,47.

Die Kosten für die Bremerhavener Projekte betrugen insgesamt rund 143.300 Euro.

Vorlage Nr. 1/2026		
für die Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft.		
Beratung in öffentlicher Sitzung:	ja	Anzahl Anlagen: 1

Vorlage der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation für die Sitzung des Senats am 01.07.2025: „Werftquartier Bremerhaven: Berichterstattung 2025 und Finanzierung weiterer Planungen“

A Problem / B Lösung

Der Senat hat in seiner Sitzung am 01.07.2025 die Vorlage „Werftquartier Bremerhaven: Berichterstattung 2025 und Finanzierung weiterer Planungen“ beschlossen (s. Anlage). Da es sich bei dem Werftquartier um ein gemeinsames Projekt des Landes Freie Hansestadt Bremen und der Stadt Bremerhaven handelt, spiegelt der in der Vorlage dargestellte Sachstand auch den Sachstand Bremerhaven betreffend wider.

Die Finanzierung der öffentlichen Infrastruktur der Gesamtmaßnahme soll hälftig vom Land Bremen und der Stadt Bremerhaven bereitgestellt werden, wobei die Finanzierungen durch Drittmittel nicht in die Bilanzierung Stadt/Land aufgenommen werden.

Die bisherige Finanzierung der Maßnahmen erfolgte zum großen Teil zu Lasten des Landes. Auch der Mittelbedarf in 2024 und 2025 wurde und wird vollständig vom Land Bremen finanziert. Die Vorleistungen des Landes sollen ab 2026 durch die Stadt Bremerhaven ausgeglichen werden. Deshalb hat der Magistrat in seiner Sitzung am 28.08.2024 u. a. beschlossen: *„Der Magistrat sichert zu, für den Doppelhaushalt 2026 und 2027 Ansätze für das Werftquartier anzumelden, die auf einen Ausgleich der Zahlungsdisparität ausgerichtet sind.“* Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss hat in seiner Sitzung am 10.09.2024 entsprechend beschlossen.

Der Magistrat hat in seiner Sitzung am 30.07.2025 einen entsprechenden Beschluss erfasst.

C Alternativen

Keine.

D Auswirkungen des Beschlussvorschlags

Es sind keine Auswirkungen nach § 35 Abs. 2 GStVV 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 „Werftquartier Bremerhaven: Berichterstattung 2025 und Finanzierung weiterer Planungen“ der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation sowie die hierin enthaltenen Aussagen zu den not-

wendigen Finanzierungen im Doppelhaushalt 2026 und 2027 der Stadt Bremerhaven zur Kenntnis.

Grantz
Oberbürgermeister

Anlage: Senatsvorlage „Werftquartier Bremerhaven: Berichterstattung 2025 und Finanzierung weiterer Planungen“

Vorlage für die Sitzung des Senats

am 01. Juli 2025

Werftquartier Bremerhaven:

- Berichterstattung 2025,**
- Finanzierung weiterer Planungen**

A. Problem

Die Entwicklung des Werftquartiers Bremerhaven ist ein zentrales Stadtentwicklungsprojekt der Stadt Bremerhaven und des Landes Bremen. Bestandteil des Projektareals sind Flächen des Sondervermögens Fischereihafen Land- sowie Wasserseite, kommunale Flächen sowie im Kernbereich Flächen im Besitz von privaten Investor:innen, u. a. der Seebeck Werftquartier GmbH (SWQ) als Hauptinvestor. Auf der 140 ha großen Fläche soll in den kommenden 15 Jahren das neue Stadtquartier „Werftquartier“ mit einer Mischung aus Gewerbe, Wohnen, Erholung, Bildung, Kultur sowie Forschung entwickelt werden. Das Vorhaben „Werftquartier“ verfolgt einen integrativen Ansatz, der eine nachhaltige Antwort auf die Herausforderungen einer modernen Stadtentwicklung geben soll.

Seit 2018 wird die Entwicklung des Werftquartiers in einer Lenkungsrunde vorangetrieben und geplant. Mitglieder sind Oberbürgermeister Grantz, Bürgermeister Neuhoff, das Baudezernat BHV, die Magistratskanzlei (Medien- und Öffentlichkeitsreferat), Seestadtimmobilien, das Stadtplanungsamt (SPA) Bremerhaven, das Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft Bremerhaven, das Land Bremen (Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation (SWHT), die Fischereihafenbetriebsgesellschaft (FBG), bremenports (bp), die Städtische Wohnungsbaugesellschaft (Stäwog) sowie die Bremerhavener Investitions- und Stadtentwicklungsgesellschaft (BIS). Seit Anfang 2025 nimmt ebenfalls ein Vertreter

der SWQ teilweise an den Sitzungen teil.

Mit der Fertigstellung des finalen Rahmenplans im Frühjahr 2022, erarbeitet vom dänischen Planungsbüro COBE nach Wettbewerbsverfahren wurde die perspektivische Zielsetzung von Stadt und Land veranschaulicht und ein erster Meilenstein gesetzt. Dieser markierte den Auftakt für die Umsetzung des Werftquartiers (Anlage 1). Der Senat Bremen hat den Rahmenplan am 31.05.2022 beschlossen.

Die BIS ist mit der Projektsteuerung und dem Projektmanagement beauftragt.

Am 18.04.2023 fasste der Senat der Freien Hansestadt Bremen im Rahmen einer gemeinsamen Sitzung mit dem Magistrat Bremerhaven den Beschluss, dass „der Senat ... grundsätzlich einer hälftigen Finanzierung aus Mitteln des Landes und der Stadt Bremerhaven zur Umsetzung der notwendigen öffentlichen Infrastruktur zu(stimmt).“ Darüber hinaus wurde aufgrund der hohen Bedeutung des Vorhabens für das Land Bremen und des damit einhergehenden hohen Projektvolumens seitens des Senats und des Haushalts- und Finanzausschusses eine jährliche Berichterstattung (Vorlage VL 20/9099 vom 05.05.2023) zum Sachstand der Gesamtmaßnahme (Kosten, Projektfortschritt von Teilmaßnahmen etc.) erbeten.

Im Rahmen der aktuellen Vorlage soll über folgende Punkte berichtet bzw. beschlossen werden:

1. Sachstand der Gesamtmaßnahme sowie der aller Teilmaßnahmen
2. Finanzierung weiterer Planungen

B. Lösung

B.1 Sachstand der Gesamtmaßnahme

Seit 2018 wurde im Zusammenhang mit dem Werftquartier zunächst eine Bestandsermittlung (Altlasten, Kampfmittel, Vermessungen etc.) durchgeführt. Folgende Teilmaßnahmen erfolgten im weiteren Zeitverlauf und sind in Anlage 2 dargestellt:

B.1.1 Grundstücke

Sowohl die öffentliche Hand (Stadt Bremerhaven und Land Bremen) als auch der private Investor SWQ haben in den vergangenen Jahren Konzepte für private bzw. öffentliche Investitionen entwickelt, die jedoch zum Teil einen Flächentausch voraussetzen. Die Verhandlungen hierzu waren zeitintensiv und erstreckten sich über die Jahre 2021 bis 2024. Mit der Vertragsunterzeichnung zum Flächentausch zwischen öffentlicher Hand und privatem Investor im Dezember 2024 konnte ein maßgeblicher Meilenstein für das Gesamtprojekt Werftquartier erzielt werden.

Folgende Grundstücke wurden wieder in die Verfügungshoheit der öffentlichen Hand gebracht (Anlage 3):

Grundstück	m²	
Külkeninsel	63.667 m²	Ankauf des Erbbaurechtes im Jahr 2021
Frozen Fish international, FFI	14.397 m²	Aufhebung des Erbbaurechtes Ende 2019
Nansenstraße 12	1.382 m²	Ankauf des Erbbaurechtes in 2019
Riedemannstraße / Am Holzwerk	1.403 m²	Grundstückstausch zwischen Stadt BHV und SWQ in 2024
Wilhelms	9.433 m²	Ankauf des Erbbaurechtes in 2024 und 2025
Grundstücke Hallengärten, Kanal und Straße	33.760 m²	Grundstückstausch zwischen Stadt BHV und SWQ in 2024
Grundstück Mobility Hub	1.895 m²	Grundstückstausch zwischen Stadt BHV und SWQ in 2024
Grundstück Kaje	300 m²	Grundstückstausch zwischen Stadt BHV und SWQ in 2024

B.1.2 Planungen Kaje- und Promenadensanierung, Külkeninsel

Die Külkeninsel ist für die Entwicklung des Werftquartiers von besonderer Bedeutung. Sie ist mit ihrer Lage zwischen Fischereihafenschleuse, Doppelschleuse und Handelshafen und dem perspektivischen Ausbau des Kanals im Süden von vier Seiten mit Wasser umgeben. Auf der Külkeninsel ist die Errichtung eines urbanen,

familienfreundlichen und autoarmen Quartiers geplant. Das Interesse der privaten Wohnungswirtschaft (Zusammenschluss der Wohnungsbaugesellschaften und -genossenschaften zur Van-Ronzelen-Gruppe) zum Erwerb von Baugrundstücken ist nach wie vor groß. Es ist geplant sowohl preisgebundene Mietwohnungen als auch Reihenhäuser für Familien sowie Eigentumswohnungen zu errichten. Planerisches Grundgerüst um das Wohnquartier herum sind öffentlich zugängliche Promenaden rund um das Quartier. Im Zentrum der Gestaltungsplanung von Kajeen und Promenaden ist die Schaffung eines grünen, biodiversen Bereiches mit hoher Aufenthaltsqualität. Explizit sind klimarelevante Maßnahmen wie ein geringer Versiegelungsgrad der Flächen, die Verwendung von gebrauchten Materialien sowie diverse Baumpflanzungen geplant.

Die BIS hat Mitte 2023 die Untersuchung und Planung der Leistungsphase (Lph) 1-3 für die Sanierung der Kajeen sowie die Herstellung eines Promenadenrundlaufes beauftragt. Diese wurden in den letzten zwei Jahren vom Planungsbüro WTM Engineers GmbH für die Kajeen sowie vom Planungsbüro RMPSL Landschaftsarchitekten für die Promenaden durchgeführt.

Die Planungen (Lph 1-3) zu den Kajeen im Bereich der Külkeninsel haben ergeben, dass diese sich überwiegend in einem kritischen Zustand befinden und eine Sanierung zwingend erforderlich ist. Die zu sanierenden Kajeen umfassen mit einer Länge von insgesamt ca. 700 m den nordöstlichen Bereich der Külkeninsel und unterteilen sich in acht Kajeenabschnitte mit unterschiedlichen Uferbefestigungen im Bestand:

Kaje 14	Gemauerte Schwergewichtskonstruktion auf Holzpählen
Kaje 33	Uferbefestigung in Form einer Böschung, die im Jahr 1930 errichtet wurde
Kaje 15	Stahlspundwand mit Horizontalanker, die im Jahr 1939 errichtet wurde
Kaje 109	Stahlspundwand mit Schrägpfehl und Stahlbetongurt, die im Jahr 1974 errichtet wurde
Kaje 17 West	Gemauerte Schwergewichtskonstruktion mit Betongründung und Holzfußspundwand wurde im Zeitraum 1857 bis 1862 errichtet
Kaje 18	Spundwand mit Horizontalanker, die im Jahr 1949 errichtet wurde. Dahinterliegend Schwergewichtskonstruktion, die durch Bombenangriff zerstört wurde
Kaje 19 + a	Schwergewichtskonstruktion auf Holzpählen mit rückwärtigen Holzspundwand, die im Jahr 1907 errichtet wurde



Die Prüfung der Bestandskajen aus den Jahren 1857 bis 1974 in den Bereichen Konstruktion, Stahlbau, Ausrüstung und Korrosionsschutz hat ergeben, dass der bauliche Zustand insgesamt stark beeinträchtigt, die Standsicherheit zum großen Teil nicht mehr gegeben ist und ein direkter Handlungsbedarf besteht.

Die Planungen (Lph 1-3) zum geplanten Promenadenrundlauf gehen vom aktuellen Bestand an ungenutzten Industriebrachen früherer Hafennutzung aus. Nach der Werfthnutzung – insbesondere an der Westpier des Handelshafens – wurde das Gebiet als Umschlagplatz für diverse Güter, u.a. Holz, Düngemittel, genutzt. Diese Umschlagstoffe wurden in den alten Holzhallen gelagert und über die Westpier /spätere Silopier angelandet. Die Planungen (Lph 1-3) für die Neugestaltung der Promenaden sehen landseitig der Kajen die Herstellung von einer ca. 10 m breiten Promenade vor, die an manchen Stellen bis zu 15 Meter platzartig erweitert und perspektivisch durch Blockrandbebauung begrenzt wird.

Grundsätzlich soll die vorhandene Hafenkulisse durch die neue, durchgehende Hafenpromenade als Erholungsort für die ganze Stadt nutzbar werden. Die Promenade soll abwechslungsreiche Ausblicke über den Fischereihafen, den Handelshafen, die Doppelschleuse und die Bremerhavener Innenstadt bieten. Die künftige Promenade wird alle Bereiche des Quartiers entlang des Wassers verbinden und ein attraktives Durchlaufen des Gesamtgebietes ermöglichen.

Im Sinne einer nachhaltigen Gestaltung und Nutzung sollen die Kajen begrünt werden, um auch bei Hitzeperioden als attraktive Aufenthaltsorte genutzt werden zu können. Die Versiegelung von Flächen soll auf das notwendige Minimum begrenzt und durch die Verwendung von gebrauchten Materialien der CO₂-Verbrauch reduziert werden. Zugleich soll die Sammlung von Regenwasser zur Bewässerung begrünter Flächen erfolgen.

Die Promenaden und Zugänge zum Wasser sollen barrierefrei gestaltet werden, Aufenthaltsbereiche und vereinzelte Spielmöglichkeiten sollen die Attraktivität erhöhen. Der zu beplanende Bereich definiert sich durch die Kajen und die Baulinien zur Wohnbebauung gemäß dem städtebaulichen Rahmenplan, der derzeit in einem B-Plan (501) transformiert wird (siehe Abbildung oben). Aktuell läuft die Frühzeitige Öffentlichkeitsbeteiligung für den B-Plan. Die Baufelder der künftigen Bebauung sollen zur Seite der Promenaden urbane Vorzonen mit umfassen (Verkauf dieser Flächen als Baufeld an Wohnungswirtschaft, da diese individuell auf die Nutzungen in den Gebäuden abgestimmt werden). Die vorliegende Entwurfsplanung stellt insofern einen Gestaltungsleitfaden für die urbanen Vorzonen dar. Die Realisierung der Vorzonen soll erst nach Fertigstellung der angrenzenden Gebäude erfolgen.

Die Kostenberechnungen für die Sanierung der Kajen und Herstellung der Promenaden stellen sich wie folgt dar:

Für die Planungen der Lph 4 und 5 zur Sanierung der Kajen und Promenaden wurde im Rahmen der Kostenberechnung (EW-Bau) durch die BIS bzw. die beauftragten Planungsbüros ein Mittelbedarf in Höhe von 1 Mio. € netto bzw. 1,19 Mio. € brutto ermittelt. Die Finanzierung dieser Planungsmittel soll im Rahmen dieser Vorlage erfolgen (siehe Punkt B.3.2).

Für die weitere Sanierung (Lph 6-9) aller sich im kritischen Zustand befindlichen

Kajenabschnitte des Külkengeländes wurden von der BIS bzw. von dem beauftragten Planungsbüro WTM Engeneers GmbH, Gesamtkosten in Höhe von rd. 17.150.000 € netto bzw. 20.408.500 Mio. € brutto berechnet. Die Kostenberechnungen wurden von den zuständigen Stellen der Baufachtechnischen Prüfung der SWHT geprüft und bestätigt.

Für die weitere Herstellung des Promenadenrundlaufes wurde von der BIS bzw. von dem beauftragten Planungsbüro RMPSL Landschaftsarchitekten Gesamtkosten in Höhe von 3.800.889 € netto bzw. 4.523.058 € brutto berechnet. Die Kostenberechnungen wurden von der zuständigen Stelle zur baufachtechnischen Prüfung des Senators für Finanzen (SF) geprüft und bestätigt.

Insgesamt hat die von der baufachtechnischen Prüfstelle bestätigte Kostenberechnung Kosten für die Kajensanierung und Promenadenherrichtung in Höhe von 21.950.880 € netto bzw. 26.121.558 € brutto ergeben (die künftige Eigentümerin Bremerhavener Entwicklungsgesellschaft Alter/Neuer Hafen ist in diesem Falle nicht zum Vorsteuerabzug berechtigt).

Hinzu kommen Kosten für die Planung und Durchführung der Regenwasserkanalisation sowie Projektsteuerungskosten bei der weiteren Durchführung der Maßnahme.

Gesamtkosten	Kosten
Planungen Kajen und Promenaden Külkeninsel (Lph 4 und 5) netto	1.000.000 €
Kajen Külkeninsel (Lph 6-9), netto	17.150.000 €
Promenaden, Külkeninsel (Lph 6-9), netto	3.800.889 €
Gesamtkosten netto	21.950.889 €
19% MwSt	4.170.669 €
Gesamtkosten brutto	26.121.558 €

Die weitere Planung, Sanierung und Umsetzung einzelner Kajen und Promenadenabschnitte soll sukzessive in Abhängigkeit zu den zur Verfügung stehenden Mitteln realisiert werden.

B.1.3 Neubau Kanal, Planung Lph 1-3, Külkeninsel

Der Kanal, der die Külkenhalbinsel im künftigen Erscheinungsbild zu einer Insel umgestalten soll, ist ein zentrales Gestaltungselement des Rahmenplans (siehe Anlage

1). Im Jahr 2024 wurden der BIS Mittel in Höhe von 150.000 € für die Planungen der Lph 1-3 des Kanals bereitgestellt (siehe Anlage 2). Das europaweite Vergabeverfahren für die Planungsleistungen läuft derzeit und ist voraussichtlich im Juli 2025 abgeschlossen. Mit der Fertigstellung der EW Bau wird aktuell im 1. Quartal 2026 gerechnet. Für die Durchführung der baufachtechnischen Zuwendungsprüfung wurde die zuständige Stelle bei SWHT für Ingenieurbauwerke eingebunden. Es wird erwartet, dass die baufachtechnische Prüfung der der EW-Bau bis Ende 3. Quartal 2026 abgeschlossen sein wird. Weitere Planungsphasen und Umsetzung werden zu gegebener Zeit Gegenstand einer separaten Gremienvorlage sein.

B.1.4 Mobility Hub, Külkeninsel

Die Rahmenplanung für das Werftquartier hat neben der städtebaulichen Aufgabenstellung insbesondere die Themenfelder Nachhaltigkeit und Mobilität bearbeitet. Konzeptionell wird das Werftquartier als ein autoreduziertes bzw. autoarmes Quartier entwickelt. Die partielle Neuordnung des Erschließungssystems sieht perspektivisch eine Reduzierung von Straßen zu Gunsten von Fuß- und Radwegen vor. Mit der damit korrespondierenden Verringerung der Stellplatzkapazitäten werden neue Mobilitätsangebote erforderlich: wohnungsnah gelegene Mobility Hubs, die neben den noch klassisch benötigten, aber in der Anzahl reduzierten Stellplätzen neue nachhaltige Mobilitätsformen anbieten. Es ist vorgesehen, Car- und Bike-Sharing-Systeme sowie Werkstattbereiche (z. B. für Fahrradreparaturen) anzubieten. In diesem Zusammenhang soll das geplante Mobility Hub auf der Külkeninsel (siehe Anlage 2) nicht als konventionelle Hochgarage konzipiert, sondern als Zentrum mit multicodierter Nutzung errichtet werden. Generell soll eine flexible Nutzung und auch eine Anpassungsfähigkeit auf geänderte Bedarfe Grundsatz der Planungen für das Mobility Hub sein. Hierbei wird das Prinzip verfolgt, freie öffentliche Flächen wie Straßenräume, Stellplatzanlagen, Dachflächen etc. gleichzeitig zu einer weiteren Nutzung (Sport, Schul-, Wasser-, oder Naturwirtschaft) zu qualifizieren. Im Erdgeschoss können neben Sharing-Angeboten und E-Lade-Stationen Funktionen wie Einzelhandel / Supermarkt oder auch soziale Infrastruktur (KiTa) vorgesehen werden. Ergänzt werden sollen diese Funktionen um eine öffentliche Nutzung auf dem Dach. Für die Planungen der Lph 1-3 wurden der BIS im Jahr 2024 Mittel in Höhe von 1 Mio. € bereitgestellt. Im zweiten Halbjahr 2024 wurde mit den Planungen der Leistungsphase 1 - 3 bzw. dem

Gestaltungswettbewerb für das Mobility Hub im Bereich des Grünen Fingers auf der Külkeninsel begonnen. Die Preisgerichtssitzung findet am 4. Juli 2025 statt. Für die Durchführung der baufachtechnischen Zuwendungsprüfung wurde die zuständige Stelle des SF eingebunden. Mit der Fertigstellung der EW Bau wird aktuell Ende 1. Quartal 2026 gerechnet. Die Finanzierung der anschließenden Umsetzung soll nach der grundsätzlichen 50/50 Finanzierung Stadt/Land im Rahmen einer gesonderten Gremienvorlage erfolgen.

Ein Teil des benötigten Grundstücks wurde Ende 2024 durch den Rückkauf eines Erbbaurechtes in die Verfügungshoheit der öffentlichen Hand gebracht. Ein weiterer Rückkauf eines Erbbaurechtes wurde im Juni 2025 im Senat und der Deputation für Wirtschaft und Häfen beschlossen. Die Grundstücksverfügbarkeit wäre entsprechend ab 2031 möglich.

B.1.5 Altlastenbeseitigung und Abbruch, Planung Lph 1-3, Külkeninsel

Für die Planungen der Lph 1-3 der restlichen Altlastensanierung und des Gebäudeabbruches auf dem Areal der Külkeninsel, zur Vorbereitung der Bebauung des Areals und der Realisierung der geplanten Infrastruktur wurden der BIS im Jahr 2024 Mittel in Höhe von 300.000 € bereitgestellt. Im Rahmen des europaweiten Vergabeverfahrens sind die Teilnahmeunterlagen eingegangen und drei Büros wurden zur Angebotsabgabe aufgefordert. Mit der Vergabe wird bis Ende Juni 2025 gerechnet (das Verfahren war mit Stand Mitte Juni 25 im Zeitplan). Das Rückbau- und Sanierungskonzept wird voraussichtlich Ende 2025 vorliegen. Die zuständige Stelle der baufachtechnischen Zuwendungsprüfung des SF wurde eingebunden.

B.1.6 Grüner Finger, Külkeninsel

Der städtebauliche Rahmenplan des Werftquartiers sieht im Zentrum der Külkeninsel eine Parkanlage vor, die an die südlich gelegenen Hallengärten anschließt (Anlage 2). Die Finanzierung der Maßnahme wurde im Rahmen des Bundesprogramms „Klimaanpassung urbaner Räume“ beantragt und zugesagt. Der Zuwendungsbescheid des Bundes in Höhe von 2.639.000 € ist im März 2023 bei der BIS eingegangen.

Durch einen Wechsel der Vergabestellen kam es zu Verzögerungen bei der Ausschreibung der Planungsleistungen, die jedoch aktuell durchgeführt wird. Das europaweite Vergabeverfahren wird rd. sechs Monate beanspruchen, so dass mit einer

Beauftragung Herbst 2025 zu rechnen ist. Parallel wurden jedoch die bereits begonnenen Vergaben für die vorbereitenden Gewerke (Schadstoff und Abbruch) durchgeführt.

B.1.7 Brücke Werfthafen

Die künftige Fahrrad- und ÖPNV-Brücke von der Riedemannstraße zum geplanten COBE Kanal und der Neuen Straße am Holzwerk überspannt den Werfthafen in einer Länge von ca. 54 m und wird die wichtigste Verbindung des Gebietes zum Osten der Stadt, zum Stadtteil Geestemünde und zum Hauptbahnhof darstellen (Anlage 2). Das Mobilitätskonzept des Rahmenplans sieht hier eine ausschließliche Nutzung für Fußgänger:innen und Fahrradfahrer:innen sowie für den ÖPNV (Quartiersbuslinie) und Rettungsfahrzeuge vor. Aufgrund der vorhandenen Freizeitschifffahrt wird die Brücke als bewegliche Dreh- oder Klappbrücke konzipiert. Für die Planungen der Lph 1-3 wurden in 2024 Mittel in Höhe von 0,5 Mio. € bereitgestellt. Im Zuge eines Wettbewerbsverfahrens ist im März 2025 der Entwurf der Bergergemeinschaft Panta Ingenieure GmbH und Ney & Partners, Brüssel mit dem ersten Preis ausgezeichnet worden (Anlage 4). Das notwendige Verhandlungsverfahren mit den ersten drei Preisträgern wurde geführt; der Auftrag wurde Mitte Juni 2025 vergeben. Mit dem Abschluss der Lph 3 wird aktuell Ende 1. Quartal 2026 gerechnet.

B.1.8 Autonome Fähre

Für die autonome Fähre zwischen der Külkeninsel und dem Gelände des Alfred-Wegener-Instituts (AWI) (Anlage 2) plant das Wassertaxi-Konsortium eine Fähre/Wassertaxi im Fischereihafen als Innovationsvorhaben. Ein Prototyp einer Fähre (sog. Schuppi) wurde bereits getestet. Im Rahmen der Planung Kaje und Promenaden (siehe Punkt B.1.2) wurde ein möglicher Fähranleger konzeptionell berücksichtigt. Eine Abstimmung mit dem AWI für eine Errichtung eines Anlegers und Querung des AWI Grundstückes ist in Vorbereitung. Diese Maßnahme wird zu gegebener Zeit Gegenstand einer separaten Gremienvorlage sein.

B.1.9 Umbau öffentliche Verkehrsflächen und Plätze, Planung Lph 1-3

Im Jahr 2024 wurden der BIS Mittel in Höhe von 2.132.000 € für die Planungen der Lph 1-3 von Um- und Neubau von öffentlichen Verkehrsflächen und Plätzen bereitgestellt (Anlage 2).

Für die Planung der nachfolgenden Straßen wurde ein zusammenhängendes Vergabeverfahren durchgeführt. Die Beauftragung erfolgt Ende Juni 2025. Mit der Fertigstellung der jeweiligen EW Bau wird im ersten Quartal 2026 gerechnet.

- Verlegung nördlicher Bereich Riedemannstraße (0,75 Mio. €)
- Umgestaltung Klußmannstrasse (0,15 Mio. €)
- Umgestaltung Ellhornstraße (0,07 Mio. €)
- Umbau Max-Dietrich-Straße, Einswarder Straße und Georg-Seebeck-Straße (0,1 Mio. €)
- Neubau Am Holzwerk Ost und West (0,162 Mio. €)

Für die Planung der Fläche eines Parks vor dem Werftquartierhaus (0,9 Mio. €) wird aktuell das Vergabeverfahren vorbereitet. Die Beauftragung erfolgt im 3. Quartal 2025. Mit der Fertigstellung der EW Bau wird im ersten Quartal 2026 gerechnet.

Für die Durchführung der baufachtechnischen Zuwendungsprüfung im Bereich des Straßenbaus wurden die zuständigen Stellen für die baufachtechnische Zuwendungsprüfung bei der Senatorin für Umwelt, Klima und Wissenschaft (SUKW) sowie für die Baufachtechnische Zuwendungsprüfung von Freiflächen bei dem SF eingebunden. Die Maßnahmen (weitere Planungsphasen und Umsetzung) werden zu gegebener Zeit Gegenstand separater Gremienvorlagen sein.

B.1.10 Querung Geestesperrwerk für Fußgänger und Radfahrer

Im Entwicklungsgebiet Werftquartier liegt das aktuell geplante Geestesperrwerk (Anlage 2). Das Geestesperrwerk dient dem Hochwasserschutz der Stadt Bremerhaven und des niedersächsischen Hinterlandes und wird im Rahmen der Gemeinschaftsaufgabe Agrarstruktur und Küstenschutz, GAK finanziert. Die Entwurfsplanung (Lph. 3) wird vsl. im Herbst 2025 und der Genehmigungsantrag zum Ende 2025 bei der SUKW eingereicht. Abhängig von der Dauer des Planfeststellungsverfahrens und dem Bau der Hochwasserschutzmaßnahme südlich des Sperrwerks, ist ein Baubeginn ab 2031 für das Sperrwerk möglich.

Zur Anbindung des Werftquartiers an die Innenstadt Bremerhaven ist im Rahmen der Gesamtplanung zum Werftquartier eine Querung für Fußgänger und Radfahrer parallel zum Sperrwerk vorgesehen (Anlage 3). Bei den Planungen hierzu sind zwingend die Vorgaben des Sperrwerks zu berücksichtigen, so dass diese erst zeitlich nachgeordnet erfolgen können. Im Jahr 2022 wurde hierzu zunächst eine Machbarkeitsstudie

vorgelegt, deren Ergebnisse jedoch aufgrund der ermittelten Kosten (< 20 Mio. €) verworfen wurden. Aktuell wird ein Magistratsbeschluss vorbereitet, der die Beauftragung eines weiteren Planungsbüros mit der Erarbeitung einer kostengünstigeren Lösung vorsieht.

B.1.11 Planung Hallengärten

Die Hallengärten des Werftquartiers sind ein weiteres zentrales Element des Städtebaulichen Rahmenplans (Anlage 2). Für erste Planungen der Lph 1-3 wurden mit Senatsbeschluss vom 31.05.2022 im Rahmen einer Mittelbereitstellung des EFRE Programms Mittel in Höhe von 435.000 € bereitgestellt. Die Flächen der Hallengärten befanden sich bis vor kurzem noch in Privateigentum. Im Zuge eines Flächentausches mussten diese zunächst in öffentlichen Besitz gelangen.

Der Magistratsbeschluss zum Flächentausch erfolgte am 24.04.2024. Die nachfolgende Vertragsunterzeichnung zwischen der Stadt Bremerhaven und dem Privatinvestor konnte aufgrund erhöhten Abstimmungsbedarfes zwischen der Stadt Bremerhaven und dem Privatinvestor erst im Dezember 2024 realisiert werden. Vor diesem Hintergrund konnte der Beginn der Planungen erst Anfang 2025 erfolgen. Vorgesehen ist die Erarbeitung der Lph 1-3 bis Mitte 2026. Die Finanzierung weiterer Planungsphasen und der Umsetzung wird im zweiten Halbjahr 2026 Gegenstand einer separaten Gremienvorlage sein. Die Umsetzung soll bis Mitte 2028 erfolgen.

B.1.12 Quartierspark

Gemäß dem Rahmenplan soll im östlichen Bereich des Werftquartiers ein Quartierspark entstehen (Anlage 2). Es ist geplant, die Teilmaßnahme im Rahmen des Städtebauförderprogramms der Stadt Bremerhaven zu realisieren. Aufgrund personeller und finanzieller Engpässe konnte bislang nicht mit den Planungen begonnen werden. Das Stadtplanungsamt Bremerhaven strebt jedoch im Jahr 2025 eine Ausschreibung der Planungsleistungen an.

B.1.13 Wissenschaftscampus

Im Bericht für das Jahr 2024 wurde die Konzeptskizze zum Wissenschaftscampus ausführlich dargestellt. Grundsätzlich soll die Skizze in eine Vorplanung überführt werden. Für die Umsetzung der Maßnahme sollen EU- oder Bundesmittel eingeworben werden. Seit dem Bericht 2024 konnten keine entsprechenden Fördermöglichkeiten

identifiziert werden. Die Maßnahme wird zu gegebener Zeit Gegenstand einer separaten Gremienvorlage sein (Anlage 2).

B.1.14 Werftquartierhaus

Im Mai 2024 wurde das Werftquartierhaus eröffnet. Es dient als die zentrale Anlaufstelle für Interessierte rund um das Werftquartier. Das Werftquartierhaus ist mit zwei Mitarbeitenden für Öffentlichkeitsarbeit sowie Stadtplanung besetzt, die Ansprechpartner:innen für an den Planungen beteiligte Personen, für Bürger:innen und andere interessierte Personen sind. Personal- und Mietkosten werden weiterhin von der Stadt Bremerhaven getragen (Anlage 2).

B.1.15 Marketing

Im Jahr 2024 wurden Merchandise-Produkte (Helmcover, Sattelschutz, Stoffbeutel etc.) angeschafft und an Bürger:innen ausgegeben. Die ebenfalls bereitgestellten Mittel für Anschaffung von Liegestühlen und Bänken sowie die Erstellung eines Graffitis am Energiebunker wurde zugunsten der Erstellung eines digitalen Zwillings des Werftquartiers umgewidmet. Mit dem digitalen Zwilling sollen digitale Touren im Werftquartierhaus ermöglicht werden. Ebenfalls wurde mit ersten Führungen für die Öffentlichkeit in der Schönwetterphase 2024 begonnen, die den Bürger:innen einen Einblick in das Vorhaben ermöglichten. Die Bevölkerung nahm die bisherigen Maßnahmen sehr positiv auf.

Am 16. und 17. Juni 2025 tagte der dritte Bundeskongress der Tag der Regionen in Bremerhaven. Im Rahmen der Veranstaltung wurde das Werftquartier mit einem Infostand den Teilnehmenden präsentiert.

B.1.16 Private Investoren

Private Investitionen der Wohnungswirtschaft und nicht störendes Gewerbe sind im Wesentlichen auf der Külkeninsel und östlich des Werfthafens geplant. Eine erste sichtbare Entwicklung wird im Bereich des B-Plans 500 nordöstlich der geplanten neuen Brücke sein. Baubeginn sowie eine begleitende Auftaktveranstaltung soll am 01. August 2025 erfolgen.

Die Wohnungswirtschaft auf dem Areal der Külkeninsel war im Jahr 2024/2025 an der Überarbeitung des städtebaulichen Konzepts beteiligt. Das Konzept ist seit dem 5. Mai

2025 im Prozess der frühzeitigen Öffentlichkeitsbeteiligung zum B-Plan 501. Nach erfolgter Kajensanierung ist aktueller Baubeginn ab 2028 im nord-östlichen Abschnitt geplant.

B.2 Finanzierungsübersicht

Wie bereits unter Abschnitt A dargestellt, soll die Finanzierung der öffentlichen Infrastruktur der Gesamtmaßnahme hälftig vom Land Bremen und der Stadt Bremerhaven bereitgestellt werden, wobei die Finanzierungen durch Drittmittel nicht in die Bilanzierung Stadt/Land aufgenommen werden.

Die bisherige Finanzierung der Maßnahmen erfolgte zum großen Teil zu Lasten des Landes wie aus der untenstehenden Tabelle ersichtlich ist. Dies ist u.a. auf den Senatsbeschluss vom 21.05.2024 zurückzuführen. Auf Grundlage dieses Beschlusses wird der Mittelbedarf in 2024 und 2025 vollständig vom Land Bremen finanziert. Die Finanzierung der Mittelbedarfe in 2026 und 2027 soll aus kommunalen Mitteln der Stadt Bremerhaven erfolgen, so dass der Finanzierungsgrundsatz perspektivisch eingehalten wird.

Für die oben beschriebenen Teilmaßnahmen sind aktuell Maßnahmen für 17.109.771 € finanziert. Einen Überblick über die Mittelherkunft gibt nachfolgende Tabelle zum Beschluss- und Finanzierungsstand:

Maßnahme / Beschlussfassung	Summe gesamt	Finanzierung Drittmittel	Finanzierung Land	Finanzierung Stadt
Vorplanungsmittel Senat 21.08.2018	710.000 €		355.000 €	355.000 €
Planungsmittel Senat 03.11.2020 sowie APV vom 04.12.2024	2.388.930 €		1.388.930 €	1.000.000 €
Hallengärten, Planungsmittel Senat 31.05.2022	435.000 €	EFRE		
Rückkauf Erbbaurecht Külkeninsel, Depu 24.11.2021	3.311.000 €		3.311.000 €	
Entgangene Erbbauzinsen durch frühzeitigen Rückkauf	670.719 €		670.719 €	
Grundstück FFI Deputation 22.11.2019, HaFA 27.11.2019	1.166.164 €		1.166.164 €	
Ankauf Nansenstr. 12, Schreiben vom 18.07.2019	201.456 €		201.456 €	
Grüner Finger, Külken, Bescheid, 18.03.2024	2.639.000 €	Klimaanpassung urbaner Räume / Bund		
Grundstückstausch Stadt BHV und der Seebeck Werftquartier GmbH, Magistrat 24.04.2024	275.000 €			275.000 €

Rückkauf Erbbaurecht Wilhelms, Teil 1 Antragsprüfvermerk vom	180.000 €		180.000 €	
Rückkauf Erbbaurecht Wilhelms, Teil 2 Gremienbeschluss in Vorbereitung	760.000 €		760.000 €	
Planungsmittel Senat 21.05.2024	4.372.502 €		4.372.502 €	
Gesamt	17.109.771 €		12.405.771 €	1.630.000 €

Die folgende Tabelle stellt den Mittelabfluss für die einzelnen Maßnahmen dar. Dieser Darstellung ist zu entnehmen, dass die Mittel in voller Höhe zur Umsetzung der Maßnahmen verwendet wurden bzw. werden. Im Rahmen des vom Senat beschlossenen Sanierungsprogramms wurden im Haushalt des Landes für 2026 und für 2027 keine weiteren Mittel für das Werftquartier im Haushalt des Landes vorgesehen.

Bisheriger Mittelabfluss mit Restzahlungen in 2025

Maßnahme / Beschlussfassung	Summe	2018	2019	2020	2021	2022	2023	2024	2025
Vorplanungsmittel Senat 21.08.2018	710.000	243.750	388.776						
Planungsmittel Senat 03.11.2020 sowie APV vom 04.12.2024	2.388.930			800.000	800.000	400.000	237.930	281.000	
Hallengärten	435.000	Noch nicht beschieden							
Rückkauf Erbbaurecht Külkeninsel, Depu 24.11.2021	3.311.000				3.311.000				
Entgangene Erbbauzinsen durch frühzeitigen Rückkauf	670.720					165.610	165.610	165.610	173.890
Grundstück FFI Deputation 22.11.2019, HaFa 27.11.2019	1.166.164		1.151.000						
Ankauf Nansenstr. 12, Schreiben vom 18.07.2019	201.456		201.210						
Öffentlichkeitsarbeit zur Erhöhung der Sichtbarkeit des Werftquartiers APV vom 27.11.2022	38.000 *					38.000			
Rechtliche Prüfung der des Netzversorgung des Werftquartiers APV vom 23.09.2024	8.000 *							8.000	
Grüner Finger, Külken, Bescheid, 18.03.2024	2.639.000	Bundesmittel							
Grundstückstausch Stadt BHV und der Seebeck Werftquartier GmbH, Magistrat 24.04.2024	275.000	Mittel BHV							
Rückkauf EBR Werner, 1 Antragsprüfvermerk vom 20.11.2024	180.000							190.000	
Rückkauf EBR Werner, 2 Gremienbeschluss Sommer 2025	760.000								760.000
Planungsmittel Senat 21.05.2024	4.372.502							1.687.641	2.684.861
Gesamt	17.155.772	243.750	1.740.986	800.000	4.111.000	603.610	403.540	2.332.251	3.618.751

* Diese Mittel wurden auf Grund der Höhe in der oben dargestellten Tabelle nicht berücksichtigt.

Neben den oben dargestellten, bereits finanzierten, Teilmaßnahmen sollen im Rahmen der aktuellen Vorlage weitere Mittel für Planungen bereitgestellt werden:

B.3 Kosten weiterer Planungen

Die Gesamtmaßnahme Werftquartier besteht aus einer Vielzahl von Teilmaßnahmen,

die ineinander verzahnt und in der zeitlichen Abfolge aufeinander abzustimmen sind. Aktuell sind die nachfolgend aufgeführten Teilmaßnahmen zu beginnen bzw. diverse kleinteilige Untersuchungen durchzuführen, um die Gesamtmaßnahme insgesamt in der Entwicklung voranzutreiben. Für nachfolgende Maßnahmen (B.3.1 – B.3.5) hat die BIS einen Antrag auf vorzeitigen Maßnahmenbeginn gestellt, der von der SWHT bewilligt wurde, so dass mit den Maßnahmen förderunschädlich bereits begonnen werden konnte. Vor diesem Hintergrund sind die Mittelbedarfe im Haushaltsjahr 2025 in voller Höhe bereitzustellen.

B.3.1 Bestandsaufnahmen auf dem Kulkengelände

Ein landseitiges Baugrundgutachten (Anlage 5) für das Kulkengelände ist von entscheidender Bedeutung für die Planung weiterer Bauabschnitte sowie die spätere Bebauung (Verkehrsanlagen, Freianlagen). Es trägt maßgeblich zur Planungs- und Kostensicherheit bei, da potenzielle Risiken frühzeitig erkannt und in die Planung einbezogen werden können. Durch die gewonnenen Erkenntnisse sollen Verzögerungen im weiteren Planungs- und Bauablauf vermieden werden. Die BIS schätzt die Kosten hierfür auf 50.000 € brutto. Auf Grundlage der Genehmigung zum vorzeitigen Maßnahmenbeginn wurde das Gutachten bereits beauftragt. Mit Ergebnissen ist zum Ende des 2. Quartal 2025 zu rechnen.

Ein wasserseitiges Baugrundgutachten (Anlage 5) dient als fundamentale Grundlage für die weitere Planung der Kajensanierung im Vorfeld der Bauausführung auf dem Kulkengelände. Es gewährleistet eine verlässliche Einschätzung der Bodenverhältnisse und ermöglicht eine präzise Planung der erforderlichen Maßnahmen bspw. in Hinsicht auf statische Belange. Dadurch trägt es entscheidend zur Kosten- und Zeitsicherheit im weiteren Projektverlauf bei. Die BIS schätzt die Kosten hierfür auf 130.000 € brutto. Auf Grundlage der Genehmigung zum vorzeitigen Maßnahmenbeginn wurde das Gutachten bereits beauftragt. Mit Ergebnissen ist Ende 2. Quartal 2025 zu rechnen.

Ein Flächen- und Höhenaufmaß (Ingenieurvermessung) ist Grundlage für die Planung von Massen für die Bauausführung von Verkehrsanlagen, Freiflächen, Bodenaustausch und weiteren Baumaßnahmen indem im Vorfeld alle planungsrelevanten Bauteile (Schachtdeckel, Häuserkanten, Trassen, Schienen usw.) aufgenommen und verortet werden. Durch eine frühzeitige Durchführung können die erforderlichen Mengen präzise ermittelt werden, was zu einer effizienten Planung beiträgt. Dies spart im weiteren

Planungs- und Bauprozess sowohl Zeit als auch Kosten. Die BIS schätzt die Kosten hierfür auf 20.000 € brutto. Auf Grundlage der Genehmigung zum vorzeitigen Maßnahmenbeginn wurde das Gutachten bereits vergabetechnisch abgestimmt. Mit Ergebnissen ist im 3. Quartal 2025 zu rechnen.

Um eine verlässliche Grundlage für weitere Planungen der Böschung der Kaje 33 in Bezug auf Ausführung, Statik, Gründung etc. zu schaffen, wird im Jahr 2025 eine Bauwerksinspektion dieses Kajenabschnitts durchgeführt. Die BIS schätzt die Kosten hierfür auf 25.000 € brutto. Auf Grundlage der Genehmigung zum vorzeitigen Maßnahmenbeginn wurde das Gutachten bereits beauftragt. Mit Ergebnissen ist zu Beginn des 3. Quartals 2025 zu rechnen.

Der Kampfmittelräumdienst der Polizei Bremen hat sich zur Kampfmittelsondierung im Bereich der Wasserseite dahingehend geäußert, dass ein Nachweis der Wassertiefe (Anlage 4) des betroffenen Hafenbeckens zur Zeit des Zweiten Weltkriegs (tiefer als 5 Meter) den Aufwand der Kampfmittelsondierung reduzieren bzw. eine treffendere Einschätzung ermöglichen würde. Hierfür sind Recherchen zu Wasserstiefen rund um die Külkeninsel durchzuführen. Die BIS schätzt die Kosten hierfür auf 10.000 € brutto. In einem ersten Durchlauf ist kein Angebot abgegeben worden. Ein zweites Verfahren wird aktuell vorbereitet.

Die BIS schätzt die Kosten für die genannten Bestandsaufnahmen auf insg. 235.000 € brutto.

B.3.2 Planungen Lph 4 und 5 der Kaje und Promenaden (Külkeninsel)

Auf Basis der vorgelegten und geprüften Kostenberechnungen (Lph 1-3, siehe Punkt B.1.3) sollen im Rahmen der aktuellen Vorlage weitere Planungsmittel für die Durchführung der Ausführungsplanung (Lph 4 und 5) für alle Kaje- und Promenadenabschnitte der Külkeninsel bereitgestellt werden (Anlage 5). Auf der Basis der Planungsergebnisse der Lph 5 können nachfolgende Realisierungsabschnitte schneller zur Vergabe und Ausführung gebracht werden. Die BIS berechnet die Kosten hierfür auf 1.000.000 € netto bzw. 1.190.000 € brutto.

Auf Grundlage der Ausnahmegenehmigung zum vorzeitigen Maßnahmenbeginn wurden die Vergaben hierzu bereits durchgeführt. Die entsprechenden Aufträge sind ausgelöst. Aktuell wird jedoch auf die Ergebnisse der Gutachten (siehe Punkt B.3.1),

als Voraussetzung für die weiteren Planungen, gewartet. Die Bearbeitung der Lph 4 und 5 ist angelaufen. Mit der Fertigstellung der Leistungsphasen 4 und 5 wird im ersten Quartal 2026 gerechnet.

B.3.3 Kampfmittelsondierung (Külkeninsel)

Die Kampfmittelsondierung ist eine zwingende Voraussetzung, um im Bereich der Külken-Halbinsel in die Böden eingreifen zu dürfen (Anlage 5). Nach Abstimmung mit dem Kampfmittelräumdienst der Polizei Bremen gilt diese Anordnung sowohl für die landseitigen als auch für die wasserseitigen Böden (Sedimente). Da die Maßnahme kosten- und zeitintensiv ist, muss sie zwingend im Vorfeld der Baumaßnahme und der marinen Bodenerkundung durchgeführt werden. Eine frühzeitige Ausführung trägt zur Planungs- und Kostensicherheit bei und ermöglicht eine erhebliche Zeitersparnis im späteren Bauablauf der Kajensanierung. Die BIS schätzt die Kosten hierfür auf 350.000 € brutto. Auf Grundlage der Ausnahmegenehmigung zum vorzeitigen Maßnahmenbeginn wurde das Vergabeverfahren hierzu bereits durchgeführt. Die Durchführung der Kampfmittelsondierung ist bereits erfolgt, die Freigabe durch die Polizei wurde Anfang Juni 2025 erteilt.

B.3.4 Bauliche Maßnahmen für Öffentlichkeitsarbeit und Öffentlichkeitsarbeit

Aktuell wird mit dem Investor die Möglichkeit der Öffnung des privaten Werftareals für Führungen und aber auch private Personen geprüft. Im diesem Zusammenhang ist ein Durchbruch der Mauer und des Wildwuchses am alten Gelände der Seebeck-Schichau-Werft angedacht, um einen erleichterten Zugang zum Gelände der zukünftigen Hallengärten zu erlangen. Hierzu sind bauliche Maßnahmen erforderlich, für welche ein Mittelbedarf in Höhe von 75.000 € brutto ermittelt wurde (Anlage 5).

Darüber hinaus soll ein Hinweisschild / Wegweiser auf der Straße „Ostrampe“ errichtet werden (Mittelbedarf 2.000 €). Für die Durchführung von Führungen für die Öffentlichkeit wird ein Mittelbedarf von 1.500 € notwendig.

Insgesamt ergibt sich ein Bedarf für Marketing in Höhe von 78.500 € brutto.

B.3.5 Projektsteuerung BIS

Die übergeordneten Projektmanagementkosten für die Gesamtmaßnahme

„Werftquartier“ werden, lt. Vertrag von 2018, auf der Basis der Empfehlungen des Ausschusses der Verbände und Kammern der Ingenieure und Architekten für die Honorarordnung (AHO) abgerechnet. Hierfür werden die Kosten überschlägig mit einer Pauschale von 3% angesetzt.

B.3.6 Übersicht über aktuell zu beschließenden Planungen von Teilmaßnahmen

	Maßnahme	Mittelbedarf in 2025
3.1	Bestandsaufnahmen	235.000 €
3.2	Planungen Kaje und Promenaden Külken, Lph 4 und 5	1.190.000 €
3.3	Kampfmittelsondierung	350.000 €
3.4	Bauliche Maßnahmen Öffentlichkeitsarbeit	78.500 €
	Summe Maßnahmen	1.853.500 €
3.5	Projektsteuerung BIS 3 %	55.605 €
	Gesamt	1.909.105 €

Für die aktuell beschriebenen Planungen zu den Maßnahmen 1 – 4 sowie für die überschlägige Projektsteuerung der BIS wurde ein Mittelbedarf von insgesamt 1.909.105 € von der BIS geschätzt. Der Mittelbedarf im Haushaltsjahr 2025 wird innerhalb des Budgets des Produktplans 81 - Häfen aus veranschlagten Mitteln bei der Haushaltsstelle 0801.891 62-4 „Werftquartier Bremerhaven“ abgedeckt. Die Mittel werden im Haushaltsjahr 2025 vollständig abfließen.

Wie unter Punkt B.2 dargestellt, erfolgt die Finanzierung der Mittelbedarfe in 2026 und 2027 durch die Stadt Bremerhaven. Hierfür ist die Erteilung einer Verpflichtungsermächtigung zu Lasten des Landeshaushalts nicht erforderlich.

B.4 Regionalwirtschaftliche Bewertung und deren künftige Aktualisierung sowie anteilige Finanzierung der öffentlichen Infrastruktur

Im Jahr 2023 wurde von Prognos AG eine wirtschaftliche Bewertung der Gesamtmaßnahme durchgeführt. Hierbei wurden die von der BIS im Jahr 2022 geschätzten Kosten (in Höhe von 225,6 Mio. € abzüglich der kommunal zu finanzierenden sozialen Infrastruktur in Höhe von 84 Mio. €) in Höhe von 141,6 Mio. € in einem Entwicklungszeitraum bis zu Jahr 2040 zugrunde gelegt. Im Ergebnis wurden von der Prognos AG grundsätzlich positive fiskalische Effekte in verschiedenen Entwicklungsszenarien beschrieben. Es wird betont, dass diese sich insbesondere nach dem Betrachtungszeitraum bis 2040 verstärkt darstellen werden. In Folge dessen sei davon auszugehen, dass sowohl das Land Bremen als auch die Stadt Bremerhaven

in einem hohen Maße von dieser Entwicklung profitieren werden. Der Zuwachs an Einwohner:innen sowie der Zuwachs an Arbeitsplätzen haben direkt und indirekt positive Auswirkungen auf die Bruttowertschöpfung sowie auf die steuerlichen Einnahmen und darüber hinaus auf das Image von Stadt und Land.

Die hälftige Finanzierung drückt das hohe Interesse beider Gebietskörperschaften an der Entwicklung des Werftquartiers aus. Diese gemeinsame Finanzierung bezieht sich auf die reinen Infrastrukturmaßnahmen (ohne soziale Infrastruktur), sofern für die Maßnahmen nicht Drittmittel wie Städtebauförderungsmittel, GRW, EFRE, Bundesmittel wie z. B. Klimaanpassung urbaner Räume oder Kommunalrichtlinie etc. eingeworben werden können.

Aufgrund der hohen Bedeutung des Vorhabens für das Land Bremen und des damit einhergehenden hohen Projektvolumens wurden seitens des Senats und des Haushalts- und Finanzausschusses eine jährliche Berichterstattung zum Sachstand der Gesamtmaßnahme (Kosten, Projektfortschritt von Teilmaßnahmen etc.) erbeten. Darüber hinaus bat der Haushalts- und Finanzausschusses in seiner Sitzung vom 25.04.2023 um eine Aktualisierung der regionalwirtschaftlichen Bewertung im Fünfjahresrhythmus. Entsprechend wird diese im Jahr 2028 im Rahmen der jährlichen Berichterstattung vorgelegt.

B.5 Künftige Unterhaltungskosten

Die Kosten und die Finanzierung der künftigen Unterhaltung sind von den jeweiligen Trägern der Maßnahmen zu leisten.

C. Alternativen

Aussetzung weiterer Planungen im Werftquartier Bremerhaven. Vor dem Hintergrund des gemeinsamen Beschlusses des Senats der Freien Hansestadt Bremen und der Seestadt Bremerhaven in Bremerhaven ein neues Quartier „Werftquartier“ gemeinsam zu entwickeln wird diese Alternative jedoch nicht empfohlen.

D. Finanzielle, personalwirtschaftliche und genderbezogene Auswirkungen Kosten

D.1 Finanzielle Auswirkungen

Wie unter Punkt B.3 dargestellt, besteht zwischen dem Land Bremen und der Stadt Bremerhaven eine grundsätzliche Übereinkunft über eine hälftige Finanzierung der öffentlichen Infrastruktur. In Abhängigkeit der jeweils zur Verfügung stehenden Liquidität variieren die zeitlichen Finanzierungsstände von Stadt und Land. Langfristig wird jedoch die hälftige Finanzierung sichergestellt. Der aktuelle Finanzierungsstand Stadt/Land wird unter Punkt B.2 dargestellt.

Der Magistrat der Stadt Bremerhaven hat in seiner Sitzung am sichert, für den Doppelhaushalt 2026 und 2027 Ansätze für das Werftquartier im kommunalen Haushalt anzumelden, die auf einen Ausgleich der Zahlungsdisparität ausgerichtet sind.

Im Rahmen der aktuellen Vorlage werden Mittelbedarfe in Höhe von 1.909.105 € im Jahr 2025 ermittelt. Die Bereitstellung der Mittel in Höhe von 1.909.105 € im Haushaltsjahr 2025 erfolgt aus den veranschlagten Mitteln der Haushaltsstelle 0801.891 62-4 „Werftquartier Bremerhaven“, welche im beschlossenen Haushalt in ausreichender Höhe zur Verfügung stehen. Die Finanzierung erfolgt auf der Grundlage eines Zuwendungsbescheides.

Da die Mittel vollständig im Haushaltsjahr 2025 abfließen werden, ist die Erteilung einer Verpflichtungsermächtigung nicht erforderlich.

D.2 Personalwirtschaftliche Auswirkungen

Im Zusammenhang mit der vorliegenden Senatsvorlage sind keine personalwirtschaftlichen Auswirkungen zu erwarten.

D.3 Genderbezogene Auswirkungen

Genderbezogene Auswirkungen ergeben sich aus der Berichtsvorlage sowie Bereitstellung von Planungsmitteln nicht. Im Zuge der künftigen Realisierung des Entwicklungsprojektes Werftquartier werden sich jedoch genderbezogene Fragestellungen ergeben, die sich auf eine Vielzahl städtebaulicher Themen wie das Zusammenleben, Wohnen und Arbeiten aller in diesem Stadtteil lebenden

Bevölkerungsgruppen beziehen werden. Diese werden zu gegebener Zeit bei der weiteren Planung und Entwicklung einbezogen.

D.4 Klimacheck

Das Klimacheck-Tool wurde nicht angewendet, da es sich um eine Berichtsvorlage handelt. Darüber hinaus werden Planungsmittel bereitgestellt, die per Definition des Klimacheck-Tools keine CO₂ Auswirkungen haben.

E. Beteiligung und Abstimmung

Die Abstimmung der Vorlage mit dem Magistrat der Stadt Bremerhaven sowie dem Senator für Finanzen und der Senatskanzlei ist erfolgt.

F. Öffentlichkeitsarbeit und Veröffentlichung nach dem Informationsfreiheitsgesetz

Die Vorlage ist nach dem Informationsfreiheitsgesetz zur Veröffentlichung im Transparenzportal geeignet.

G. Beschlussvorschlag

1. Der Senat nimmt den Bericht der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation über den Sachstand der Gesamtmaßnahme „Werftquartier Bremerhaven“ zur Kenntnis. Er begrüßt die kontinuierlichen Planungsarbeiten zum Werftquartier und bittet die Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation diese weiter fortzusetzen.
2. Der Senat stimmt der Finanzierung der genannten Gutachten für Bestandsaufnahmen auf dem Areal der Külkeninsel in Höhe von insgesamt 235.000 € in 2025 zu.
3. Der Senat stimmt der Finanzierung von Planungen der Lph 4 und 5 für die Kaje und Promenaden der Külkeninsel von insgesamt 1.190.000 € für 2025 zu.
4. Der Senat stimmt der Finanzierung der Kampfmittelsondierung auf dem Kulkengelände in Höhe von 350.000 € in 2025 zu.
5. Der Senat der Freien Hansestadt Bremen stimmt der Finanzierung von baulichen Maßnahmen als Voraussetzung für die Öffentlichkeitsarbeit in Höhe von 78.500 € in 2025 zu.
6. Der Senat stimmt der Finanzierung der Projektsteuerung der Bremerhavner Investitions- und Stadtentwicklungsgesellschaft mbH (BIS) in Höhe von 55.605 € in 2025 zu.
7. Der Senat stimmt der Bereitstellung des Mittelbedarfs für das Haushaltsjahr 2025 aus den veranschlagten Mitteln der Haushaltsstelle 0801.891 62-4 „Werftquartier Bremerhaven“ in Höhe von insgesamt 1.909.105 € zu.
8. Der Senat bittet den Magistrat Bremerhaven um Berücksichtigung von notwendigen Finanzierungen im Doppelhaushalt 2026 und 2027 der Stadt Bremerhaven.
9. Der Senat bittet die Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation, die Deputation für Wirtschaft und Häfen zu befassen und anschließend über den

Senator für Finanzen die erforderlichen Beschlüsse der Haushalts- und Finanzausschüsse der Bremischen Bürgerschaft einzuholen.

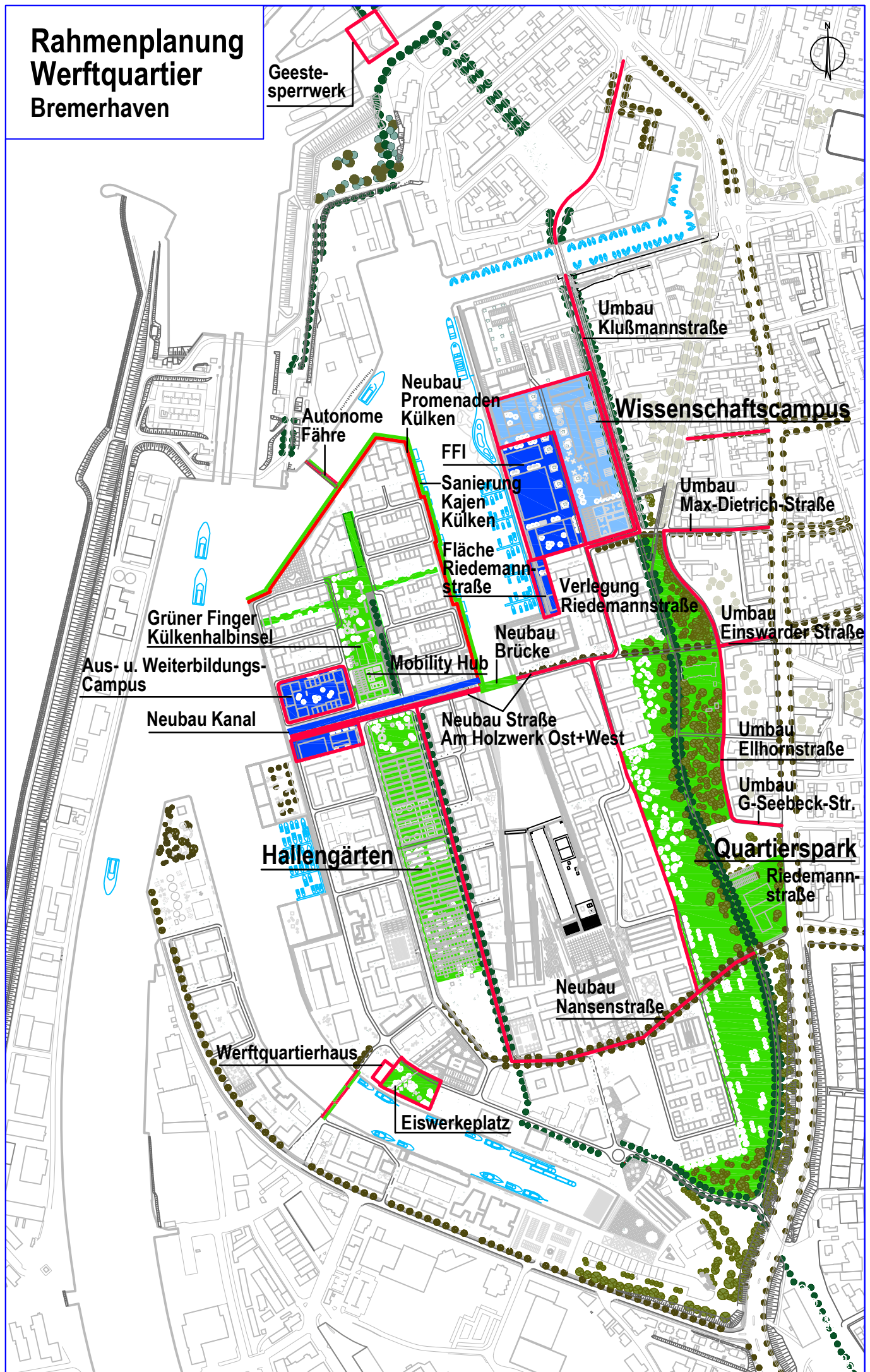
Anlagen:

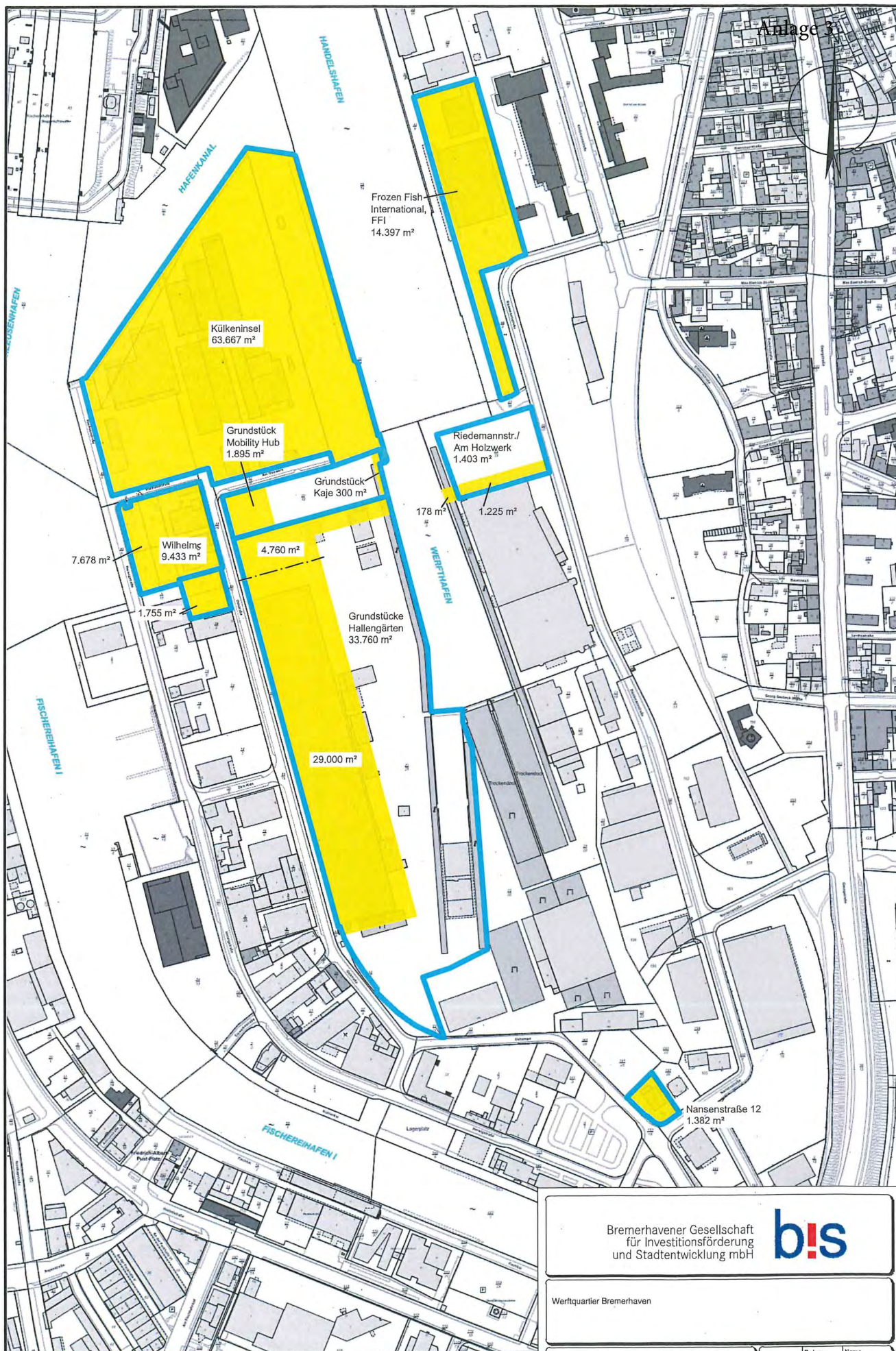
1. Rahmenplan
2. Übersicht Sachstand
3. Übersicht Grundstücke
4. Wettbewerbsergebnisse Brücke
5. Übersicht neue Maßnahmen

Rahmenplanung Werftquartier Bremerhaven



Rahmenplanung Werftquartier Bremerhaven





Bremerhavener Gesellschaft
für Investitionsförderung
und Stadtentwicklung mbH

bis

Wertquartier Bremerhaven

Übersichtskarte Grundstückstausch
Flächen Verfügungshoheit öffentliche Hand

Maßstab 1: 5.000

Detaill: F:\CAD\WG\4404\AKS\250403_WG_Datex-Graf-917-Haus

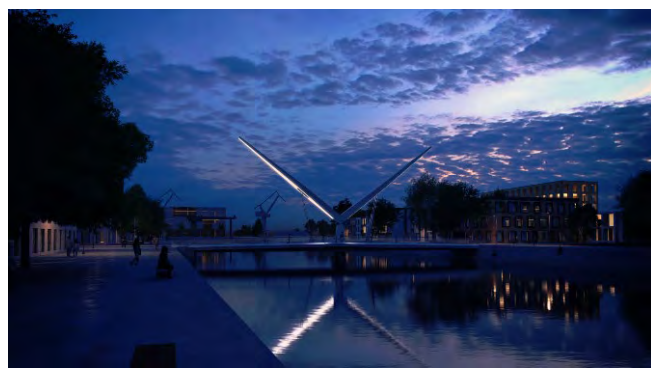
Blatt	Datum	Name
03.04.2025	Stuckmann	

Gezeichnet	
Entwurf	

Projektnr.: Blatt:

Bremerhaven, d. 03.04.2025

1. Preis, Panta Ingenieure GmbH und Ney & Partners, Brüssel



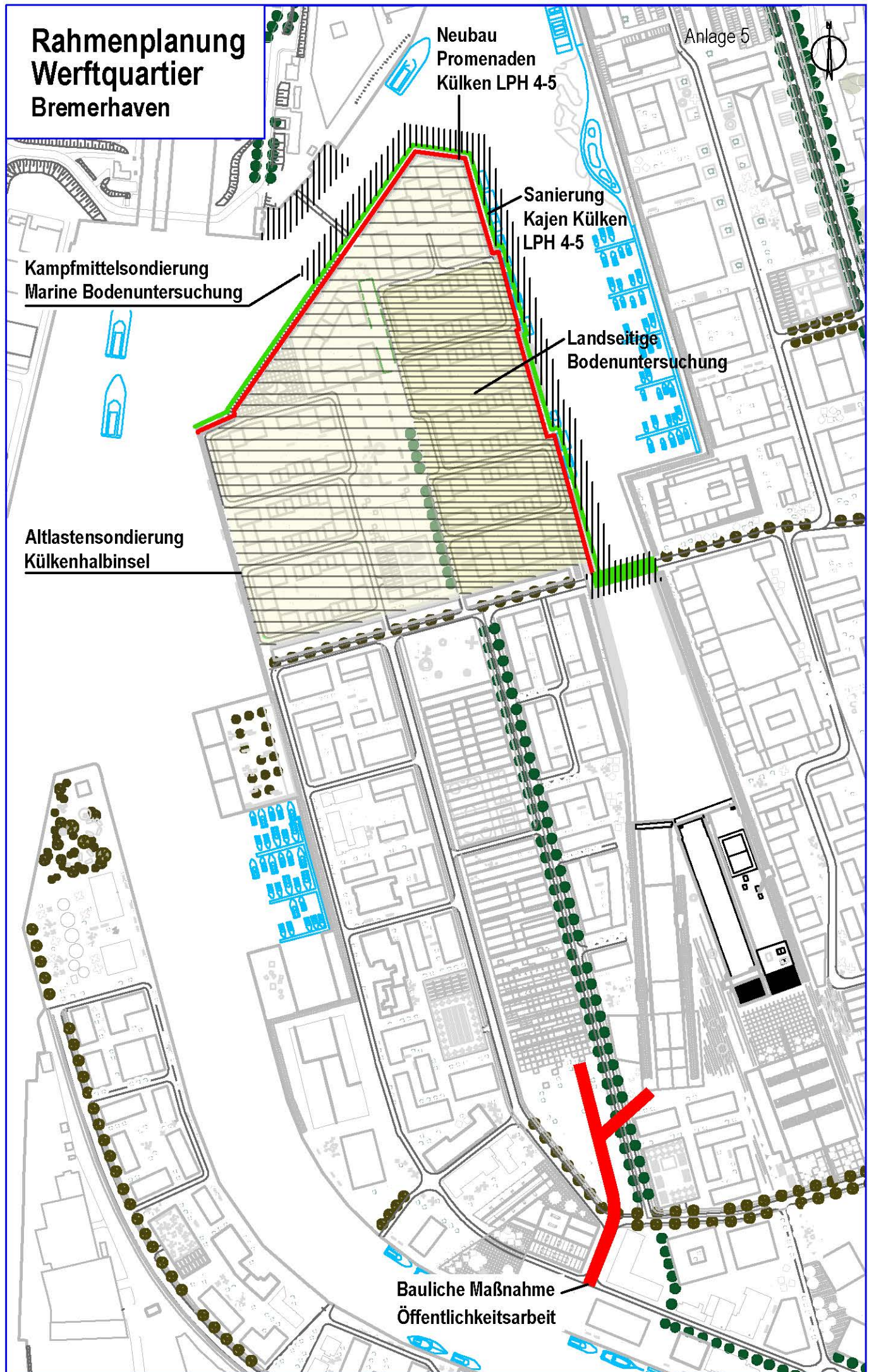
2. Preis, Bietergemeinschaft DKFS PartGmbH, Architekten Dirk Krolikowski + Falko Schmitt sowie Knippershelbig / Stuttgart



3. Preis, Werner Sobeck AG, Stuttgart



Rahmenplanung Werftquartier Bremerhaven



Beschluss des Senats

vom 01.07.2025

- 7.) Werftquartier Bremerhaven:
- Berichterstattung 2025,
- Finanzierung weiterer Planungen
(Vorlage)
-

Beschluss:

1. Der Senat nimmt den Bericht der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation über den Sachstand der Gesamtmaßnahme „Werftquartier Bremerhaven“ zur Kenntnis. Er begrüßt die kontinuierlichen Planungsarbeiten zum Werftquartier und bittet die Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation diese weiter fortzusetzen.
2. Der Senat stimmt der Finanzierung der genannten Gutachten für Bestandsaufnahmen auf dem Areal der Külkeninsel in Höhe von insgesamt 235.000 € in 2025 zu.
3. Der Senat stimmt der Finanzierung von Planungen der Lph 4 und 5 für die Kajen und Promenaden der Külkeninsel von insgesamt 1.190.000 € für 2025 zu.
4. Der Senat stimmt der Finanzierung der Kampfmittelsondierung auf dem Kulkengelände in Höhe von 350.000 € in 2025 zu.
5. Der Senat der Freien Hansestadt Bremen stimmt der Finanzierung von baulichen Maßnahmen als Voraussetzung für die Öffentlichkeitsarbeit in Höhe von 78.500 € in 2025 zu.
6. Der Senat stimmt der Finanzierung der Projektsteuerung der Bremerhavener Investitions- und Stadtentwicklungsgesellschaft mbH (BIS) in Höhe von 55.605 € in 2025 zu.

Beschluss des Senats

vom 01.07.2025

7. Der Senat stimmt der Bereitstellung des Mittelbedarfs für das Haushaltsjahr 2025 aus den veranschlagten Mitteln der Haushaltsstelle 0801.891 62-4 „Werftquartier Bremerhaven“ in Höhe von insgesamt 1.909.105 € zu.
8. Der Senat bittet den Magistrat Bremerhaven um Berücksichtigung von notwendigen Finanzierungen im Doppelhaushalt 2026 und 2027 der Stadt Bremerhaven.
9. Der Senat bittet die Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation, die Deputation für Wirtschaft und Häfen zu befassen und anschließend über den Senator für Finanzen die erforderlichen Beschlüsse der Haushalts- und Finanzausschüsse der Bremischen Bürgerschaft einzuholen.

Vorlage Nr. 4/2026		
für die Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft.		
Beratung in öffentlicher Sitzung:	ja	Anzahl Anlagen: 1

Vorlage der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation für die Sitzung des Senats am 09.12.2025: „200-jähriges Stadtjubiläum Bremerhaven in 2027“

A Problem / B Lösung

Der Senat hat in seiner Sitzung am 09.12.2025 die Vorlage „200-jähriges Stadtjubiläum Bremerhaven in 2027“ beschlossen (s. Anlage).

Der Magistrat hat in seiner Sitzung am 14.01.2026 einen entsprechenden Beschluss gefasst.

C Alternativen

Keine Alternativen.

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 „200-jähriges Stadtjubiläum Bremerhaven in 2027“ der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation zur Kenntnis.

Grantz
Oberbürgermeister

Anlage: Senatsvorlage „200-jähriges Stadtjubiläum Bremerhaven in 2027“

Vorlage für die Sitzung des Senats am 09.12.2025

200-jähriges Stadtjubiläum Bremerhaven in 2027

A. Problem

Im Jahr 2027 wird die Seestadt Bremerhaven 200 Jahre alt. Dieses Jubiläumsjahr soll im Rahmen eines umfassenden Veranstaltungsprogramms entsprechend gefeiert werden. Im Mai 2023 hat der Magistrat Bremerhaven zur Kenntnis genommen, dass, unter Berücksichtigung der rechtlichen Vergabevorschriften, das Beratungsunternehmen PROJECT M GmbH aus Hamburg mit der Durchführung eines Beteiligungsverfahrens zur Erarbeitung eines strategischen Grobkonzeptes für eine Veranstaltungsreihe zum 200-jährigen Jubiläum der Seestadt Bremerhaven beauftragt wurde. Darüber hinaus wurde die Erlebnis Bremerhaven Gesellschaft für Touristik, Marketing und Veranstaltung mbH (EBG) mit der Gesamtsteuerung der Veranstaltung beauftragt.

Die Jubiläumsfeierlichkeiten sollen einen erheblichen Beitrag dazu leisten, die Angebots- und Leistungsvielfalt der Stadt und ihrer Quartiere in Kultur, Wirtschaft und Wissenschaft ihrer Bevölkerung und ihren touristischen Gästen zu zeigen.

Dadurch soll nicht nur ein überzeugendes Programm zum Stadtjubiläum präsentiert, sondern imageverstärkend auch Besucher:innen von außerhalb in die Stadt gezogen werden, was Bremerhaven als Tourismusstandort zugutekommen soll.

Bis Ende des Jahres 2023 wurden Bürger:innen sowie lokale Akteur:innen aus Politik und Verwaltung, Tourismus, Wirtschaft, Wissenschaft, Sport und Kultur mit verschiedenen Formaten aktiv in die Konzepterarbeitung der PROJECT M GmbH eingebunden. Im Rahmen des Beteiligungsverfahrens zur Erstellung des Grobkonzeptes wurden ein strategischer Rahmen, eine Veranstaltungsarchitektur, eine Kommunikationsstrategie und ein Umsetzungsmanagement erarbeitet. Das erarbeitete Grobkonzept wurde dem Magistrat in seiner Sitzung am 31. Juli 2024 vorgelegt (s. Anlage).

Ziel der zentralen Botschaft für das Jubiläumsjahr ist die Impulsgebung für ein neues Wir-Gefühl der Stadtgesellschaft als Basis für mehr Lebensqualität, welche durch eine

umfassende Teilhabe, Aktivierung und Zusammenarbeit erzielt werden soll. Daraus folgend wurde das Leitthema „Die Reise zum Wir“ zur eigenen Identität der Stadt vereinbart.

Mit diesem Leitthema sollen Inhalte der Bereiche „Wissenschaft“, „Wirtschaft“, „Kultur“, „Tourismus“ und „Stadtteilkultur“ verknüpft und in die Stadtperspektive des heutigen und künftigen Bremerhavens übersetzt werden.

Dafür werden für jeden Bereich Arbeitsgruppen (AGs) eingerichtet. Zu ihren Aufgaben gehören die:

- Ideenfindung und Definition von Projekten und Highlights,
- Projektbewertung und -auswahl (Check Vision / Ziele, Setzen von Prioritäten),
- Identifizierung benötigter Partner, Kostenschätzung, Finanzierung,
- Aufzeigen von Einbindungsmöglichkeiten der Bevölkerung.

Um die Zusammenarbeit, Vernetzung und Abstimmung der Akteur:innen zu koordinieren und zu unterstützen, ist der Magistrat Bremerhaven der Empfehlung der PROJECT M GmbH gefolgt und hat am 23.07.2023 die Einrichtung eines Projektbüros bei der EBG beschlossen, um auf die hier vorhandenen erforderlichen Kompetenzen zurückgreifen zu können und den bereits etablierten Stadtmarketingbeirat als beratendes Gremium in die Arbeit einzubinden.

Das Projektbüro ist zuständig für die

- Koordination der Gesamtdramaturgie in Abstimmung mit den einzelnen AGs,
- Moderation und Impulsgebung der AGs und des Kuratoriums sowie die Zusammenführung von Ergebnissen aus den einzelnen AGs,
- Information des Stadtmarketingbeirats über jeweilige Sachstände,
- Ziel- und Budgetverantwortung,
- Marketingplanung und PR (in Abstimmung mit der Pressestelle der Stadt).

Durch die Einrichtung des Projektbüros und der Bereitstellung eines fest definierten Fördermittelrahmens sollen die „Institutionen der Stadtgesellschaft“ in Form von Vereinen, kulturellen und sozialen Einrichtungen, Initiativen u.a. einen Impuls erhalten, ihren Beitrag für ein neues Wir-Gefühl in der Stadt in das Jubiläumsjahr einzubringen. Im Kern dieser Konzeption geht es insoweit nicht um die Durchführung einer singulären Großveranstaltung, sondern um einen bereits im Jahr 2023 begonnenen Prozess, der die Akteur:innen, die das neue Wir-Gefühl der Stadt vermitteln, in den Vordergrund stellt.

Im Folgenden werden das Grobkonzept und die ermittelten Kosten (insg. 2,6 Mio. €) dargestellt.

B. Lösung

Das Grobkonzept und der hieraus entstehende Wirtschaftsplan wurde von der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation geprüft und stellt sich wie folgt dar:

B.1 Kosten

Für die Durchführung der Feierlichkeiten und Veranstaltungen zum 200-jährigen Stadtjubiläum Bremerhaven wurde auf Basis des Grobkonzeptes von PROJEK M GmbH von der EBG Kosten von insgesamt 2.545.000 € ermittelt (nach Gegenrechnung der erwarteten Einnahmen in Höhe von 145.000 € verbleibt ein zu finanzierender Betrag von 2,4 Mio. €), der im Folgenden aufgeschlüsselt wird. Da die EBG zum Vorsteuerabzug berechtigt handelt es sich um Nettokosten.

B.1.1 Personalkosten Projektbüro

Für den Zeitraum der Initiierung und Planung des Jubiläumsprogramms bis Ende 2026 sowie der Umsetzung in 2027 wurde befristet ein Projektbüro bei der EGB eingerichtet. Das Projektbüro soll insgesamt drei Mitarbeitende umfassen (Büroleitung sowie zwei Fachkräfte für administrative, koordinative und operative Aufgaben). Die am 15. Juli 2025 eingestellte Leitung übernimmt die Gesamtkoordination des Jubiläumsprogramms (Moderation der Arbeitsgruppen), die strategische Planung und Steuerung sowie die Kommunikation mit internen und externen Stakeholdern und die Information des Stadtmarketingbeirats. Eine der beiden Fachkräfte wurde zum 01. August 2025 eingestellt, die zweite Fachkraft soll zum 01. Januar 2026 ihre Tätigkeit aufnehmen. Die beiden Fachkräfte unterstützen bei der Planung, Organisation und Umsetzung der Veranstaltungen sowie bei der Abstimmung mit den beteiligten Partner:innen und Akteur:innen. Außerdem sind sie für die Entwicklung der Projektförderkriterien und die Budgetabwicklung gegenüber dem Zuwendungsgeber und mit den Antragsteller:innen verantwortlich. Die Mitarbeitenden wurden bzw. werden befristet bis Ende 2027 eingestellt, die Leitung des Projektbüros wird zur Sicherstellung der Verwendungsnachweisführung bis einschließlich Ende April 2028 beschäftigt.

Für die Personalkosten des Projektbüros für den Zeitraum 2025 bis April 2028 hat die EBG Kosten in Höhe von 533.000 € geschätzt (Kostenaufschlüsselung siehe Anlage 2).

B.1.2 Sachkosten Projektbüro

Für den Zeitraum 2025 bis April 2028 werden Sachkosten im Projektbüro benötigt. Die Sachkosten umfassen die laufenden Ausgaben des Projektbüros wie Miete, Büromaterial, IT-Ausstattung, Kommunikations- und Reisekosten sowie die Organisation von Workshops, Netzwerktreffen und Planungsveranstaltungen.

Für die Sachkosten des Projektbüros für den Zeitraum 2025 bis April 2028 hat die EBG auf Basis des Konzepts der PROJECT M GmbH Kosten in Höhe von 135.000 € geschätzt (Kostenaufschlüsselung siehe Anlage 2).

B.1.3 Fremdleistungen

Um die geplanten Maßnahmen effizient und professionell umzusetzen ist die Beauftragung externer Dienstleistungen notwendig (bspw. Agenturen für Veranstaltungsmanagement, technische Dienstleister, Experten für Spezialprojekte im Rahmen des Jubiläumsprogramms, Konzeptions- und Beratungsleistungen u. a. zum Programmmanagement, Netzwerkveranstaltungen).

Für die durch das Projektbüro zu vergebenen Fremdleistungen hat die EBG auf Basis des Konzepts der PROJECT M GmbH für den Zeitraum 2025 bis April 2028 Kosten in Höhe von 112.000 € geschätzt (Kostenaufschlüsselung siehe Anlage 2).

B.1.4 Marketing

Das Marketing spielt eine zentrale Rolle, um das Jubiläumsjahr Bremerhaven überregional bekannt zu machen und eine breite Zielgruppe anzusprechen. Zu den geplanten Maßnahmen zählen die Entwicklung einer Jubiläumsmarke (Key Visual), eine groß angelegte Kommunikationskampagne, der Einsatz digitaler Medien sowie die Bewerbung von Veranstaltungen auf nationaler und auch internationaler Ebene. Ziel ist es, nicht nur die lokale Bevölkerung, sondern auch Tourist:innen und potenzielle Partner:innen für das Jubiläumsjahr zu gewinnen (Kostenaufschlüsselung siehe Anlage 2).

Für Marketingmaßnahmen hat die EBG auf Basis des Konzepts der PROJECT M GmbH für den Zeitraum 2025 bis 2027 Kosten in Höhe von 360.000 € geschätzt.

B.1.5 Projektkosten

Bei der inhaltlichen Ausgestaltung von Einzelveranstaltungen und -projekten der Themenbereiche „Wissenschaft“, „Wirtschaft“, „Kultur“, „Tourismus“ sowie „Stadtteilkultur“ ist es vorgesehen, gezielt Projekte und Veranstaltungsformate zu fördern, die aus der Stadtgesellschaft Bremerhaven heraus, bspw. durch Vereine, Initiativen, Institutionen etc. entwickelt werden. Die Förderung erfolgt inhaltlich-strategisch auf Grundlage des Leitthemas „Die Reise zum Wir“ und orientiert sich an den Kriterien Partizipation, Innovation, Nachhaltigkeit und öffentliche Wirkung. Darüber hinaus sollen die Vorhaben stadtteilbezogen oder bereichsübergreifend angelegt sein (z. B. Kultur, Wissenschaft, Wirtschaft, Tourismus, Stadtentwicklung), eine hohe öffentliche Sichtbarkeit und Wirkung entfalten und langfristig positive Impulse für das Leben in Bremerhaven setzen. Zur Sicherstellung einer möglichst breiten gesellschaftlichen Beteiligung prüft die EBG in Abstimmung mit dem Zuwendungsgeber, inwieweit für kleinere Projektträger wie Initiativen oder Vereine vereinfachte Verfahren bei der Abwicklung des Fördergeschäfts zur Anwendung kommen können (bspw. pauschalisierter Nachweise oder standardisierter Dokumentationshilfen). Darüber hinaus sind begleitende Beratungsangebote und Informationsmaterialien durch das Projektbüro Stadtjubiläum der EBG vorgesehen. Grundsätzlich soll es um neue, eigenständige Formate gehen, die zur Jubiläumsbotschaft beitragen – nicht um die bloße Aufwertung bestehender Veranstaltungen. In diesem Zusammenhang wurde eine rechtliche Fördergrundlage nach VV-LHO zu 44 LHO mit dem Senator für Finanzen abgestimmt.

Die Entwicklung und Priorisierung der Projekte sollen über die o. g. thematischen AGs erfolgen. Für alle fünf AGs wurden jeweils zwei Sprecher:innen angesprochen und für ein ehrenamtliches Engagement gefunden. Bei der Besetzung Sprecher:innen wurde darauf geachtet, dass nicht nur ausgewählte städtische Stellen – beispielsweise das Kulturdezernat – eine koordinierende Funktion innerhalb der jeweiligen Themenbereiche übernehmen, sondern jeweils auch ein/e Vertreter:in der Stadtgesellschaft an diesen Aufgaben mitwirkt. Die Arbeitsgruppensprecher:innen sind inhaltlich strukturierend und beratend tätig, unter anderem bei der Vernetzung relevanter Akteur:innen oder der fachlichen Einschätzung von Projektvorschlägen, haben jedoch keine verwaltende Funktion.

Das Projektbüro der EBG übernimmt die übergeordnete Koordination des Antragsverfahrens, einschließlich der fachlichen Prüfung und entscheidet in Abstimmung mit der

interdisziplinären Steuerungsgruppe (Kuratorium), bestehend aus den Sprecher:innen der einzelnen AGs. Diese bewerten, priorisieren und entscheiden über die Projektvorschläge unter Einbindung des Projektbüros.

Für die Durchführung von Veranstaltungen hat die EBG auf Basis des Konzepts von PROJEKT M GmbH im Jubiläumsjahr 2027 einen Mittelbedarf von insgesamt 1.405.000 € angesetzt. Diese Mittel werden in voller Höhe auf Basis der Fördergrundlagen an die Antragsteller:innen weitergegeben.

B.2 Einnahmen

Im Zusammenhang mit der Durchführung der Feierlichkeiten und Veranstaltungen zum 200-jährigen Stadtjubiläum Bremerhaven wurden von der EBG Einnahmen von insgesamt 145.000 € geschätzt, die im Folgenden dargestellt werden.

B.2.1 Sponsoring / Standgebühren

Gemäß dem Grobkonzept sollen sich die Projektträger:innen finanziell mit einem Eigenanteil oder Drittmitteln (z. B. Sponsoring, Förderprogramme, Spenden) an ihren Projekten beteiligen. Zugleich sind bürgerschaftliches Engagement und private Finanzierungsbeiträge ausdrücklich erwünscht. Die EBG geht davon aus, dass 10% der Gesamtprojektkosten (1.405.000 €, siehe B.1.5), bzw. 140.500 € durch Sponsoreneinnahmen und Standgebühren dargestellt werden können. Hierfür soll vor allem auf lokale und regionale Partner:innen in der Wirtschaft zugegangen werden, die eine hohe Affinität und Beziehung zur Stadt haben.

Anteilig geht die EBG von Sponsoreneinnahmen in Höhe von 125.000 € aus. Die relativ geringe Sponsorenquote ist auf den konzeptionell gewünschten hohen Anteil von nicht kommerziellen Veranstaltungen zurückzuführen.

Im Rahmen der ganzjährig geplanten Veranstaltungsreihe ist auch die Begleitung durch kommerzielle Marktstände o. ä. geplant. Hierdurch entstehende Einnahmen innerhalb der Einzelveranstaltungen (siehe B.1.5) sind Bestandteil der jeweiligen Finanzierung. Die EBG als Netzwerkorganisation des Stadtjubiläums geht davon aus, dass die EBG selbst nur wenige Veranstaltungsformate durchführen wird. Soweit die EBG als Veranstalterin tätig wird, richtet sich die Höhe ihrer Standgebühren nach ihrer „Preistabelle“ mit Stand Februar 2025. Die hierdurch entstehenden Einnahmen für Standgebühren werden von der EBG auf 20.000 € geschätzt.

B.3 Einnahme / Kostenübersicht

Die Gegenüberstellung der geschätzten Nettokosten und Einnahmen stellt sich in der Übersicht folgende Darstellung:

	2025 in €	2026 in €	2027 in €	2028 in €	Gesamt in €
Kosten					
Personal Projektbüro	75.000	215.000	215.000	28.000	533.000
Sachkosten Projektbüro	40.000	45.000	45.000	5.000	135.000
Fremdleistungen	45.000	35.000	25.000	7.000	112.000
Marketing	40.000	140.000	180.000	0	360.000
Projektkosten (Veranstaltungen)	5.000	100.000	1.300.000		1.405.000
Kosten gesamt	205.000	535.000	1.765.000	40.000	2.545.000
Einnahmen					
Sponsoring	0	0	125.000	0	125.000
Standgebühren	0	0	20.000	0	20.000
Einnahmen gesamt	0	0	145.000	0	145.000
Fehlbedarf	205.000	535.000	1.620.000	40.000	2.400.000

Über den Zeitraum von 2025 bis 2028 ergibt sich ein Fehlbedarf in Höhe von 2.400.000 € (Kosten i.H.v. 2.545.000 abzgl. Einnahmen i.H.v. 145.000 € Sponsoring/Standgebühren).

Die Mittelbedarfe in den Jahren 2025 und 2026 wurden bzw. werden von der Stadt Bremerhaven vorfinanziert und im Jahr 2027 vom Land Bremen erstattet.

Für die zu erstattenden Kosten hat der Senat im Rahmen seiner Befassung zu den Ergebnissen aus der Revisionsphase am 2. September 2025 für den Produktplan 71 Wirtschaft für das Haushaltsjahr 2027 eine Eckwerteaufstockung in Höhe von 2.400.000 € beschlossen. Der Senat hat sich in Anbetracht der schwierigen finanziellen Rahmenbedingungen in Bremerhaven dafür ausgesprochen, die Stadt bei der Ausrichtung ihres 200-jährigen Stadtjubiläums zu unterstützen und die Finanzierung für das Haushaltsjahr 2027 abzusichern.

C. Alternativen

Alternativ könnte auf die Mittelbereitstellung für das Stadtjubiläum Bremerhaven verzichtet werden. Eine finanzielle Nichtbeteiligung durch das Land Bremen würde dazu führen, dass keine Feierlichkeiten zum Stadtjubiläum durchgeführt werden könnten. Bremerhaven und damit dem Land Bremen ginge die Chance verloren, sich positiv und zukunftsorientiert national sichtbar zu machen.

Diese Alternative wird nicht empfohlen.

D. Finanzielle, personalwirtschaftliche, genderbezogene Auswirkungen und Klimacheck

D.1.1 Finanzielle Auswirkungen

Der dargestellte Mittelbedarf in Höhe von insgesamt 2.400.000 € wird wie folgt bereitgestellt:

$$2027 \quad = \quad 2.400.000 \text{ €}$$

Die Mittelbedarfe in den Jahren 2025 und 2026 wurden bzw. werden von der Stadt Bremerhaven vorfinanziert und im Jahr vom Land Bremen 2027 erstattet.

Die Bereitstellung der Mittel erfolgt im Rahmen einer Fehlbedarfsfinanzierung bis maximal 2.400.000 €. Sollte sich der Fehlbedarf aufgrund von höheren Kosten oder geringerer Einnahmen erhöhen, erfolgt die zusätzliche Finanzierung durch die Stadt Bremerhaven.

Die Finanzierung erfolgt aus veranschlagten Mitteln bei der neu einzurichtenden Haushaltsstelle 0706.686 41-0 „Stadtjubiläum Bremerhaven“.

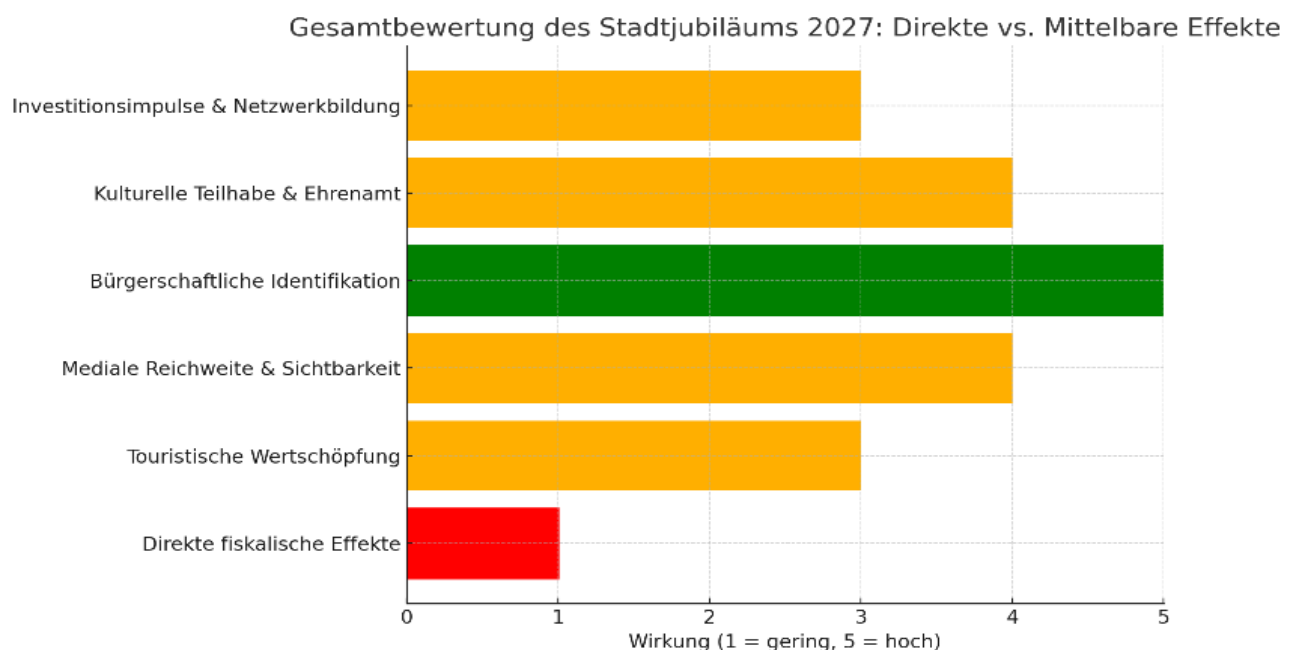
Zur haushaltsrechtlichen Absicherung der Mittelbedarfe in 2027 ist die Erteilung einer zusätzlichen Verpflichtungsermächtigung (VE) bei der neu einzurichtenden Haushaltsstelle 0706.686 41-0 „Stadtjubiläum Bremerhaven“ in Höhe von 2.400.000 € erforderlich. Zum Ausgleich für diese zusätzliche VE werden die bei der Haushaltsstelle 0709.686 57-7 „EU-Programm EFRE 2021-2027 –konsumtiv-“ veranschlagte VE in Höhe von 112.200,00 €, die bei der Haushaltsstelle 0709.893 57-2 „EU-Programm EFRE 2021-2027 – investiv-“ veranschlagte VE in Höhe von 1.787.800,00 € sowie die bei der Haushaltsstelle 0754.891 45-9 „Förderung des Tourismus (investiv)“ veranschlagte VE in

Höhe von 500.000,00 € nicht in Anspruch genommen. Die barmittelmäßige Abdeckung der zusätzlichen VE in 2027 erfolgt aus veranschlagten Mitteln bei der Haushaltsstelle 0706.686 41-0.

D.1.2 Regionalwirtschaftliche Effekte / Wirtschaftlichkeitsuntersuchung

Zur Ermittlung der fiskalischen Effekte wurde das Tool des Senators für Finanzen mit Besucherzahlen aus vergleichbaren Stadtjubiläen (Karlsruhe, Neu-Ulm) angewendet. Im Ergebnis wird jedoch kein positiver fiskalischer Effekt nach Länderfinanzausgleich erreicht. Die Maßnahme „Jubiläumsjahr Bremerhaven“ wird von der EBG jedoch insgesamt als regionalwirtschaftlich im Sinne von Tourismuswachstum, Standortmarketing und Kulturförderung positiv bewertet, da:

- Bremerhaven als Teil des Landes Bremen bundesweit in Szene gesetzt wird.
- das Jubiläum eine einmalige Chance zur Stärkung von Stadtidentität und Zusammenhalt in einer wachsenden, heterogenen Stadtgesellschaft bietet.
- die nicht monetarisierbare mediale Aufmerksamkeit auf landesweiter und bundesweiter Ebene voraussichtlich mehrere Millionen Kontakte erzeugt, insbesondere durch Eventberichterstattung, Social Media und Reisetemen in Publikumsmedien.
- die angestrebten Formate Impulse für private Investitionen, Ehrenamt, Vereinsleben und Kooperationen setzen.
- es um ein geschichtliches Narrativ und kulturelles Erbe geht, das zur Profilbildung Bremerhavens im Nordwesten Deutschlands beiträgt und langfristig die „Stadtmarke Bremerhaven“ stärkt.



(Quelle EBG, 2025)

Die Maßnahme wird von der EBG durchgeführt. Mittelempfänger ist ebenfalls die EBG.

D.3 Personalwirtschaftliche Auswirkungen

Die Planungen und Realisierung der Maßnahmen haben keine personalwirtschaftlichen Auswirkungen für das Land Bremen.

D.4 Genderbezogene Auswirkungen

Die dargestellte Maßnahme richtet sich ausdrücklich an alle Bevölkerungsgruppen.

Im Zuge der durchzuführenden Einzelmaßnahmen wird der Zuwendungsempfänger bei der Beauftragung von Einzelmaßnahmen genderrelevante Aspekte einbeziehen.

D.5 Klimacheck

Die Beschlüsse in der Senatsvorlage haben voraussichtlich keine Auswirkungen auf den Klimaschutz.

E. Beteiligung und Abstimmung

Eine Abstimmung der Vorlage mit dem Magistrat Bremerhaven, 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 nimmt das dargestellte Grobkonzept zum Stadtjubiläum Bremerhaven 2027 zur Kenntnis.
2. Der Senat stimmt der dargestellten Finanzierung für das Stadtjubiläum in Bremerhaven in 2027 in Höhe von bis zu 2.400.000 € zu.
3. Der Senat stimmt zur haushaltsrechtlichen Absicherung der Mittelbedarfe der dargestellten Erteilung einer zusätzlichen Verpflichtungsermächtigung bei der neu einzurichtenden Haushaltsstelle 0706.686 41-0 „Stadtjubiläum Bremerhaven“ i. H. v. 2.400.000 € mit Abdeckung in 2027 zu.

4. Der Senat bittet die Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation, die zuständige Deputation für Wirtschaft und Häfen in ihrer nächsten Sitzung mit dieser Vorlage zu befassen und über den Senator für Finanzen die haushaltsrechtliche Absicherung der Finanzierung durch Beschluss des Haushalts- und Finanzausschusses herbeizuführen.

Anlagen

Anlage 1a: Magistratsvorlage

Anlage 1b: Grobkonzept Projekt M

Anlage 2 Kosten-Einnahmeübersicht

Anlage 3: VE-Antrag

Anlage 4: WU-Übersicht

Vorlage Nr. I/ 70/2024 2
für den Magistrat

Anzahl Anlagen: 2

Grobkonzept: Stadtjubiläum 2027 – 200 Jahre Seestadt Bremerhaven

A Problem

Im Jahr 2027 wird die Seestadt Bremerhaven 200 Jahre alt. Dieses Jubiläumsjahr soll im Rahmen eines umfassenden Veranstaltungsprogramms entsprechend gefeiert werden. Hierzu führt die Koalitionsvereinbarung von SPD, Bündnis90/Die Grünen und Die Linke für die 21. Wahlperiode der Bremischen Bürgerschaft 2023 – 2027 wie folgt aus: „Die Koalition wird die ganzjährigen Feierlichkeiten zum 200. Geburtstag der Seestadt Bremerhaven im Jahr 2027 finanziell absichern“.

Der Magistrat hat diesbezüglich in seiner Sitzung am 31. Mai 2023 zur Kenntnis genommen, dass die Magistratskanzlei und das Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft eine beschränkte Ausschreibung für die Durchführung eines Beteiligungsverfahrens zur Erarbeitung eines strategischen Grobkonzeptes für eine Veranstaltungsreihe zum 200-jährigen Jubiläum der Seestadt Bremerhaven vornehmen. Den Zuschlag für die Durchführung erhielt die Agentur Project M, Hamburg.

B Lösung

Die Auftaktveranstaltung zur Erarbeitung des Grobkonzeptes fand am 3. Juli 2023 statt. Unter der fachlichen und moderativen Begleitung von Projekt M wurde ein umfassender Beteiligungsprozess in Gang gesetzt. Bis Ende des Jahres 2023 wurden Bürgerinnen und Bürger sowie lokale Akteur:innen aus Politik und Verwaltung, Tourismus, Wirtschaft, Wissenschaft, Sport und Kultur mit verschiedenen Formaten aktiv in die Konzepterarbeitung eingebunden. Zu den Beteiligungsformaten gehörten:

1. Ein Online-Ideenfinder: Über diese Website wurden rund 90 Ideen und Beiträge eingereicht, darunter u. a. für die Bereiche Kunst und (Stadtteil-) Kultur, Geschichte, Musikveranstaltungen und Freizeit,
2. Eine Online-Befragung der Fachöffentlichkeit: An dieser Befragung nahmen 55 Akteur:innen aus den Bereichen Tourismus, Wirtschaft, Handel, Kultur, Stadtquartiere, Politik, Verwaltung, Wissenschaft und Bildung teil,
3. Fachdialoge: In vier Online-Dialogen fand ein Austausch mit unterschiedlichen Akteur:innen aus Wirtschaft & Handel, Wissenschaft & Bildung, Tourismus, Freizeit & Kultur und Quartiersnetzwerke, Politik & Verwaltung statt,
4. Lenkungsgruppe: Die Ergebnisse der Beteiligungsformate wurden in einer interdisziplinären Lenkungsgruppe mit fast 30 Vertreter:innen aus verschiedensten Bereichen reflektiert.

Im Rahmen des Beteiligungsverfahrens zur Erstellung des Grobkonzeptes wurden ein strategischer Rahmen, eine Veranstaltungsarchitektur, eine Kommunikationsstrategie und ein Umsetzungsmanagement erarbeitet. Kern der zentralen Botschaft für das Jubiläumsjahr ist die Impulsgebung für ein neues WIR-Gefühl der Stadtgesellschaft als Basis für mehr Lebensqualität, welche durch eine umfassende Teilhabe, Aktivierung und Zusammenarbeit erzielt wird.

Daraus folgend wurde das innengerichtete Leitthema „Die Reise zum Wir“ zur eigenen Identität der Stadt vereinbart. An dieses Leitthema knüpfen die verschiedenen Themenstränge der Bereiche Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur, Tourismus & Freizeit und Stadtteile an und übersetzen dieses in die Stadtperspektive des heutigen und zukünftigen Bremerhavens. Zwecks Errichtung der Veranstaltungsarchitektur wurde ein Format-Pool aus den gesammelten Ideen in den verschiedenen Themenbereichen Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur, Tourismus und Stadtteile gelistet. In den weiteren Planungsprozess ist die Bevölkerung kontinuierlich und transparent einzubeziehen, damit das erklärte Ziel, Identifikation und Wir-Gefühl zu schaffen, erreicht wird.

Um die Zusammenarbeit, Vernetzung und Abstimmung der Akteur:innen in den nächsten Monaten zu verstetigen, bedarf es der Schaffung einer den anstehenden Aufgaben angemessenen Organisationsstruktur (siehe Anlage 2). Zu den zentralen Aufgaben dieser Organisationseinheit werden nach Maßgabe des erarbeiteten Grobkonzeptes in erster Linie zählen:

1. Die Koordination der Gesamtdramaturgie in Abstimmung mit den einzelnen AG's (Moderation der Arbeitsgruppen),
2. Moderation & Impulsgebung der Arbeitsgruppen und des Kuratoriums/Zusammenführung von Ergebnissen aus den einzelnen Arbeitsgruppen,
3. Information des Stadtmarketingbeirats über die jeweiligen Sachstände,
4. Ziel-/Budgetverantwortung, Ausarbeitung von Empfehlungen, Akquise von Fördermitteln/Sponsorengelder,
5. Marketingplanung/PR (in Abstimmung mit der Pressestelle der Stadt).

Unter Berücksichtigung dieses Aufgabenportfolios und der vor Ort etablierten Strukturen empfiehlt Projekt M die Einrichtung eines Projektbüros bei der Erlebnis Bremerhaven GmbH (EBG). Die EBG hat als Gesellschaftszweck die Stärkung des Profils der Stadt Bremerhaven durch Förderung, Entwicklung, Umsetzung und Koordination geeigneter Maßnahmen in den Bereichen Stadtmarketing und Veranstaltungsmanagement, so dass auf die erforderlichen Kompetenzen zurückgegriffen und der bereits etablierte Stadtmarketingbeirat als beratendes Gremium in die Arbeit eingebunden werden kann. Das Projektbüro bei der EBG sollte spätestens Anfang 2025 die operative Arbeit zur Vorbereitung der 200-Jahr-Feier aufnehmen. Bis zur Aufnahme der Tätigkeit ist die Netzwerkarbeit kommissarisch durch ggf. das Stadtmarketing der EBG zu organisieren. Die Arbeit des Projektbüros (Befristung der Stellen) richtet sich nach der Laufzeit des Zuwendungsbescheides.

Die Planung, Vorbereitung und Durchführung eines prägenden Jubiläumsjahres benötigt ein auskömmliches Budget. Vor diesem Hintergrund wurde eine grobe Budgetplanung für die Jahre 2024 bis 2027 mit einem finanziellen Gesamtvolumen in Höhe von rd. 2,6 Mio. EUR erstellt (siehe Anlage 1, S. 58).

C Alternativen

Ohne das Organisationsschema und die Bereitstellung von Landesmitteln ist die Realisierung des Grobkonzeptes zum Stadtjubiläum nicht darstellbar.

D Auswirkungen des Beschlussvorschlages

Der Beschlussvorschlag hat keine personalwirtschaftlichen Auswirkungen.

Die Genderneutralität wird durch den Beschlussvorschlag nicht beeinflusst.

Es sind keine klimaschutzzielrelevanten Auswirkungen durch den Beschlussvorschlag zu erwarten.

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

Keine.

F Öffentlichkeitsarbeit / Veröffentlichung nach dem BremIFG

Gegen eine Veröffentlichung nach dem BremIFG bestehen keine Bedenken.

G Beschlussvorschlag

Der Magistrat nimmt das Grobkonzept: „Stadtjubiläum 2027 – 200 Jahre Seestadt Bremerhaven“ zur Kenntnis und bittet das Dez I (vertreten durch das Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft) die erforderlichen finanziellen Mittel in Höhe von 2,6 Mio. EUR für die Planung, Vorbereitung und Durchführung des Stadtjubiläums beim Land einzuwerben.

Der Magistrat nimmt das Organisationsschema zur Planung und Vorbereitung des Stadtjubiläums sowie die Einrichtung eines Projektbüros bei der Erlebnis Bremerhaven, Gesellschaft für Touristik, Marketing und Veranstaltungen mbH zur Kenntnis und beschließt, in dem vorgesehenen Kuratorium ergänzend je eine Vertreterin / einen Vertreter der Koalition zu beteiligen.

Der Magistrat beschließt, die EBG mit der technischen Abwicklung der Vorbereitung und Koordination des Stadtjubiläums 2027 zu beauftragen.

Granz
Oberbürgermeister

Anlage 1: Stadtjubiläum 2027, 200 Jahre Seestadt Bremerhaven, Projekt M, Grobkonzept

Anlage 2: Stadtjubiläum 2027, 200 Jahre Seestadt Bremerhaven, Organisationsschema



BREMERHAVEN
MEER ERLEBEN!

Stadttjubiläum 2027 200 Jahre Seestadt Bremerhaven

Grobkonzept

März 2024

PROJECT^M

Impressum

Auftraggeber

Magistrat der Stadt Bremerhaven

Magistratskanzlei

Hinrich-Schmalfeldt-Straße 42, 27576 Bremerhaven



Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft

Barkhausenstraße 22, 27568 Bremerhaven



Erstellt durch

PROJECT M GmbH

Büro Hamburg

Steinhöft 9, 20459 Hamburg

E-Mail: info@projectm.de

Web: www.projectm.de



Projektteam:, Dipl. Ing. Peter C. Kowalsky (Projektleitung), Dipl. Geogr. Peter Herrmann, Maik Zießnitz M.Sc.

Bilder: soweit nicht anders gekennzeichnet, stammen die Bilder von PROJECT M.



01	Einführung	4
02	Gemeinsam zum Konzept	6
03	Strategischer Rahmen	9
	• Vision • Leitlinien • Mission • Leitthemen	
04	Veranstaltungsarchitektur	15
	• Event- und Innovationspool • Netzwerkarbeit • Bevölkerung	
05	Kommunikationsstrategie	32
	• B2B und B2C-Strategie • Zeitplan und Schwerpunktformate	
06	Umsetzungsmanagement	48
	• Koordinations-/Netzwerkarbeit und Controlling/Evaluierung • Zeitplan und Meilensteine • Budgetplanung	
07	Fazit	60
08	Anlagen	62
	• Ideenpool (Projektwebseite) • Ergebnisbericht Befragung Fachöffentlichkeit	

01	Einführung	4
02	Gemeinsam zum Konzept	6
03	Strategischer Rahmen	9
	• Vision • Leitlinien • Mission • Leitthemen	
04	Veranstaltungsarchitektur	15
	• Event- und Innovationspool • Netzwerkarbeit • Bevölkerung	
05	Kommunikationsstrategie	32
	• B2B und B2C-Strategie • Zeitplan und Schwerpunktformate	
06	Umsetzungsmanagement	48
	• Koordinations-/Netzwerkarbeit und Controlling/Evaluierung • Zeitplan und Meilensteine • Budgetplanung	
07	Fazit	60
08	Anlagen	62
	• Ideenpool (Projektwebseite) • Ergebnisbericht Befragung Fachöffentlichkeit	

1) Einführung

Das Jahr 2027 ist für die Seestadt Bremerhaven ein ganz besonderes Jahr. In diesem Jahr wird die Seestadt Bremerhaven 200 Jahre alt. Um das Jubiläumsjahr 2027 gebührend zu feiern, wird die Seestadt Bremerhaven ein umfassendes Veranstaltungsprogramm auf die Beine stellen, das ein breites Publikum begeistern und mitreißen wird. Das Jubiläumsjahr soll aber nicht nur eine Feier sein, es soll vielmehr auch ein Impuls sein für ein neues WIR-Gefühl der Stadt und der Stadtgesellschaft. Bereits auf dem Weg zum Stadtjubiläum 2027 haben die Aktivierung und Partizipation der Menschen und die Gestaltung von gemeinsamen Perspektiven für Bremerhaven daher eine große Bedeutung.

Die Geschichte Bremerhavens beginnt am 11. Januar 1827 mit dem Kaufvertrag zwischen dem Bremer Bürgermeister Johann Smidt und dem Königreich Hannover über das Landstück am Weserufer nördlich der Geestemündung. Hintergrund war die Versandung der Unterweser, welche die Freie Hansestadt Bremen als bedeutende Kaufmanns- und Hafenstadt vor erhebliche Probleme stellte. Noch im Jahr der Vertragsunterzeichnung wurde ein künstliches Hafenbecken angelegt und es entwickelte sich eine prosperierende Hafenniederlassung für den überseeischen Handel der bremischen Kaufleute.

Bei Gründung 1827 hatte Bremerhaven 19 Einwohner. Heute ist die Seestadt mit knapp 120 Tsd. Einwohnern (Stand: 31.12.2022) die einzige Großstadt an der deutschen Nordseeküste. Aus dem einstigen Hafen ist 1879 eine selbstständige Stadt entstanden, die nunmehr im Jahr 2027 selbstbewusst auf eine bewegende 200-jährige Geschichte mit bedeutsamen Ereignissen für die Stadt und viele Menschen, Einwanderer wie Auswanderer, zurückblicken darf.



Bild: © Stadtarchiv Bremerhaven



01	Einführung	4
02	Gemeinsam zum Konzept	6
03	Strategischer Rahmen	9
	• Vision • Leitlinien • Mission • Leitthemen	
04	Veranstaltungsarchitektur	15
	• Event- und Innovationspool • Netzwerkarbeit • Bevölkerung	
05	Kommunikationsstrategie	32
	• B2B und B2C-Strategie • Zeitplan und Schwerpunktformate	
06	Umsetzungsmanagement	48
	• Koordinations-/Netzwerkarbeit und Controlling/Evaluierung • Zeitplan und Meilensteine • Budgetplanung	
07	Fazit	60
08	Anlagen	62
	• Ideenpool (Projektwebseite) • Ergebnisbericht Befragung Fachöffentlichkeit	

2) Gemeinsam zum Konzept

Mit dem vorliegenden Grobkonzept wurden gemeinsam mit Akteuren verschiedener gesellschaftlicher, wirtschaftlicher und städtischer Bereiche die Weichen für ein erfolgreiches Jubiläumsjahr 2027 gestellt. Unter dem **Motto „gemeinsam planen und gestalten“** startete Anfang Juli 2023 unter der Federführung von Magistratskanzlei und dem Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft die Erarbeitung des **Grobkonzepts für das Jubiläumsjahr 2027** mit einer Auftaktveranstaltung für die Fachöffentlichkeit.

Unter der fachlichen und moderativen Begleitung von PROJECT M fand darauf ein umfassender Beteiligungsprozess statt. Bis Ende 2023 wurden Bürgerinnen und Bürger sowie lokale Akteure aus Politik und Verwaltung, Tourismus, Wirtschaft, Wissenschaft, Sport und Kultur mit verschiedenen Formaten aktiv in die Konzepterarbeitung eingebunden. Zu den Beteiligungsmodulen gehörten:

- **Online-Ideenfinder:** Auf der Webseite <https://perspektive-bremerhaven-200jahre.projectm.de> konnten Vorschläge, Projektideen und Kommentare für 2027 veröffentlicht werden. Bis Ende 2023 wurden rund 90 Ideen und Beiträge für das Jubiläumsjahr eingereicht, darunter u. a. für die Bereiche Kunst und (Stadtteil-)Kultur, Geschichte, Musikveranstaltungen und Freizeit.
- **Online-Befragung Fachöffentlichkeit:** Vom 02. bis 20. August 2023 nahmen 55 Akteure aus den Bereichen Tourismus, Wirtschaft, Handel, Kultur, Stadtquartiere, Politik, Verwaltung, Wissenschaft und Bildung an der Befragung teil. Hierbei wurden u.a. Einschätzungen zur Bedeutung und zu erwarteten Effekten des Jubiläumsjahres sowie zu Themen, denkbaren



**Beteiligungsprozess zur Planung des
200-jährigen Jubiläums der Seestadt
Bremerhaven**

Jubiläumskonzept 2027: 200 Jahre Seestadt Bremerhaven

Vision, Botschaft, Schwerpunkte

7. Wenn Sie nach 2027 auf das Jubiläumsjahr zurückblicken werden, welche Botschaft(en) müsste die Stadt Bremerhaven mit ihren Veranstaltungen und Projekten weit über ihre Stadtgrenzen hinaus (national, international) vermittelt haben? Bitte vervollständigen den Satz

„Bremerhaven hat mit seinem Stadtjubiläum

Online-Befragung Fachöffentlichkeit

2) Gemeinsam zum Konzept



Leuchtturmprojekten als auch zur Bereitschaft einer aktiven Beteiligung an der Gestaltung von Veranstaltungen im Jubiläumsjahr beantwortet.

- **Fachdialoge:** In vier Online-Dialogen fand im August 2023 ein Austausch mit unterschiedlichen Akteuren aus Wirtschaft & Handel, Wissenschaft & Bildung, Tourismus, Freizeit & Kultur und Quartiersnetzwerke, Politik & Verwaltung statt. In diesen Gesprächen wurden die bis dahin erzielten Ergebnisse aus den verschiedenen Beteiligungsformaten aufgearbeitet und an der Vertiefung von einer gemeinsamen Vision für das Stadtjubiläum, Werten, Themenschwerpunkten, Synergien und organisatorischen Rahmenbedingungen gearbeitet.
- **Lenkungsgruppe:** In drei Workshops in Bremerhaven wurden die Ergebnisse der Beteiligungsformate mit einer interdisziplinären Lenkungsgruppe reflektiert. Im Fokus stand die Gesamtstrategie sowie Ansprüche und Leitlinien für das Jahr 2027. Auch die Partizipation und Einbindung der Bevölkerung sowie der unterschiedlichen Stadtakteure in die Programmgestaltung stand im Fokus der Sitzungen. Insgesamt brachten sich fast 30 Vertreter und Vertreterinnen aus den verschiedensten Bereichen mit ihrem Know-how in die Arbeit der Lenkungsgruppe ein. Die letzte Sitzung fand im November 2023 statt.

Es ist hierbei festzuhalten, dass das vorliegende Grobkonzept zum 200-jährigen Stadtjubiläum Bremerhavens in dieser Form und Qualität ohne den Dialog, die Kreativität und das Engagement der direkt in den Prozess eingebundenen Akteure sowie der Bürgerinnen und Bürger nicht zustande gekommen wäre.



Inhalt

01	Einführung	4
02	Gemeinsam zum Konzept	6
03	Strategischer Rahmen	9
	• Vision • Leitlinien • Mission • Leitthemen	
04	Veranstaltungsarchitektur	15
	• Event- und Innovationspool • Netzwerkarbeit • Bevölkerung	
05	Kommunikationsstrategie	32
	• B2B und B2C-Strategie • Zeitplan und Schwerpunktformate	
06	Umsetzungsmanagement	48
	• Koordinations-/Netzwerkarbeit und Controlling/Evaluierung • Zeitplan und Meilensteine • Budgetplanung	
07	Fazit	60
08	Anlagen	62
	• Ideenpool (Projektwebseite) • Ergebnisbericht Befragung Fachöffentlichkeit	

Seite

4

6

9

15

32

48

60

62

3) Strategischer Rahmen - Vision und Mission für das Jubiläumsjahr



Die **Vision** bezeichnet das Zielbild, das im Zusammenhang mit der Vorbereitung und der Durchführung des Jubiläumsjahres in Bremerhaven bis zum Jahr 2027 erreicht und mittels der Teilhabe der Menschen nachhaltig gestärkt werden soll. Das Jubiläumsjahr soll (siehe rechts) in besonderem Maße **die Gemeinschaft, das Wir-Gefühl und die Identifikation mit der Stadt stärken**. Das funktionierende "Wir" ist die Basis für das Engagement für die eigene Stadt und den Lebens-, Erlebnis- und Wirtschaftsstandort Bremerhaven. Ein funktionierendes „Wir“ ist aber nicht selbstverständlich.

Daher bilden die in der **Mission** für das Jubiläumsjahr benannten Aspekte der **Teilhabe**, die **Aktivierung** und die **Zusammenarbeit** die Grundvoraussetzung, um eine **Erhöhung der Lebensqualität** und die **Verbesserung des Images der Stadt und des Standortes Bremerhaven** zu erreichen. Über das gesamte Jubiläumsjahr sollen dazu aktivierende Attraktionen stattfinden.

- Das Ausrichten von **gemeinschaftsorientierten Veranstaltungen und Aktivitäten**. Die **Einladung zur Mitgestaltung** fördert den **Zusammenhalt** und bietet **Möglichkeiten für Begegnung, Freizeit, Spaß und Unterhaltung**. Die **austarierte Mischung** aus leuchtenden „**Großveranstaltungen**“, die Hervorhebung kleinerer Nischen und Highlights sowie innengerichteter „Mitmach-Events“ sind für das kulturelle Miteinander und die Aktivierung und Inwertsetzung der (auch neuer) Netzwerke essentiell.
- **Mitgestalten** fördert ein starkes Gemeinschaftsgefühl, fördert **soziale Bindungen und Zusammenhalt**. Der Austausch und das Erfolgserlebnis

VISION Stadtjubiläum BHV 2027



„Das **WIR** stärken, als
Basis für mehr
Lebensqualität“

Mission Stadtjubiläum BHV 2027



„Das **WIR** bedeutet
**Teilhabe, Aktivierung und
Zusammenarbeit** und ist
die Grundlage für mehr
Lebensqualität“

3) Strategischer Rahmen - Vision und Mission für das Jubiläumsjahr



eröffnen neue Perspektiven und fördern die soziale Stabilität.

- **Teilhabe und Gemeinschaftsgefühl** forcieren die Integration von den verschiedenen Menschen und Kulturen der Stadt. Sie schaffen Raum für Bewusstsein und Akzeptanz, **fördern** die von Vielfalt geprägte Stadt **und** schaffen **nachhaltige Beziehungen**.
- In Gemeinschaften, in denen die Menschen sich gehört und beteiligt fühlen, steigt die **Bereitschaft zur Mitwirkung** an lokalen Ereignissen und an sozialem Engagement z.B. in Vereinen.
- **Teilhabe kann zu einer effektiveren lokalen Governance führen** und die Möglichkeit bieten, die Stadt- und Standortentwicklung der nächsten Jahre noch stärker in gemeinsamer Verantwortung von Stadt und Stadtgesellschaft, von Wirtschaft und Wissenschaft entsprechend den Bedürfnissen der Bewohner und den Anforderungen und Herausforderungen einer Stadt im 21. Jahrhundert zu gestalten.

Das vorgestellte Zielbild (Vision) und der einhergehende Auftrag (Mission) fußen dabei auf einem gemeinsamen Verständnis der Gemeinschaft bzw. des Begriffs „Wir“, welcher auf dem folgenden Chart ausführlich erläutert ist.

Anschließend wird das Leitziel noch in ein Unterzielsystem operationalisiert. In diesem System wird das Leitziel in fünf Unterziele und jeweils die vier Kategorien Innenwirkung, Außenwirkung, Collective Impact (Gemeinsam Wirken) und Nachhaltigkeitsfokus ausdifferenziert.

VISION Stadtjubiläum BHV 2027



„Das **WIR** stärken, als
Basis für mehr
Lebensqualität“

Mission Stadtjubiläum BHV 2027



„Das **WIR** bedeutet
Teilhabe, Aktivierung und
Zusammenarbeit und ist
die Grundlage für mehr
Lebensqualität“

Interpretation des „WIRs“ für Bremerhaven



Mit der Teilhabe der Menschen und der Stärkung des „WIRs“ wird eine Erhöhung der Lebensqualität und die nachhaltige Verbesserung des Images der Stadt und des Standortes Bremerhaven forciert:

- Das **Wir der Stadt & Stadtteile** steht für gelebte Weltoffenheit, Dialogkultur und Toleranz.
- Die **Bürgerinnen und Bürger** Bremerhavens sind stolz auf ihre Stadt, engagieren sich und identifizieren sich in hohem Maße mit ihr.
- **Kultur und Vereine** bilden das spürbare Fundament der vitalen Stadt und Stadtgesellschaft. Sie laden ein zum Mitmachen in Kultur, Sport und Freizeit.
- **Der Tourismus** präsentiert sich gemeinsam als gute Gastgeberin gegenüber Einheimischen, Wiederkehrern und Gästen aus dem In- und Ausland.
- **Die Wissenschaft in Bremerhaven** hat national wie international einen hervorragenden Ruf als Wissenschaftsstandort mit einer funktionierenden Bildungslandschaft.
- **Bremerhaven bietet der Wirtschaft** Standortqualitäten, die sich durch starke Netzwerke, Verbundenheit und ein Klima der Innovation und Zukunftsfähigkeit auszeichnen. Mit dem Bewusstsein für den Wert von Tradition und Mut für neue Wege bietet die Stadt beste Perspektiven für Hafen, Wirtschaft und Handel.

Leitziele | Stadtjubiläum BHV 2027



Leitziel „Das Wir stärken“ für mehr Teilhabe und Engagement für Lebensqualität

Anspruch an das Stadtjubiläum: innovativ, inklusiv / barrierefrei, klimaneutral und transparent

	Wissens- vermittlung	Wertschöpfung Kreisläufe	interkulturelle Identität	Gastgeber sein / Image	Miteinander / Engagement
Innen- wirkung	Wissen(-schaft) in die Stadt tragen (Bildung)	Wertschöpfung generieren & in den Stadtteilen halten	Wir-Gefühl schaffen & Identitäten stärken	Selbstbewusstsein & Tourismus- bewusstsein ausbauen	Soziales- Engagement & Partizipation fördern
Außen- wirkung	Reputationsgewinn auf (inter)nationaler Ebene erzeugen	Standortmarke stärken & Arbeits-/ Fachkräftewerbung	Kulturkompetenz und Einrichtungen sichtbar machen	Stadt (inter)national als attraktives Reiseziel profilieren	Lebendige, vitale Quartiere fördern
Collectiv Impact	Verknüpfung Wissenschaft mit Wirtschaft. Kultur & Menschen i.d. Stadtteilen	Partizipation der Stadtteile / lokaler Betriebe	Stärkung Verknüpfung Wissenschaft, Kultur und Stadtteile	Gastgeberrolle nach innen und außen gerecht werden	Vereinskultur & aktive Partnerschaften
Nachhaltig- keitsfokus	Lösungen für die Kernaufgaben unserer Zeit	Der Zukunft ein Gesicht und eine Bühne geben	Geschichte und Stadtidentität interaktiv begegnen	Heimathafen für Fernwehliebhaber und Weltenentdecker	Eintauchen in das Quartiersleben

3) Strategischer Rahmen - Leitthema für das Jubiläumsjahr



Das **Leitthema für das Jubiläumsjahr** stellt die „Die Reise zum Wir“ in den Mittelpunkt. Es geht um die **facettenreiche Vermittlung der Erfolge der Stadt**, aber auch um die **Herausforderungen der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft**. Es geht um das **Bewusstsein für Wandel und Transformation** und den gemeinsamen Weg in **eine lebenswertere Zukunft**. Der **Beteiligungsprozess selbst, die Aktivierung und Teilhabe der Menschen**, ist ein wichtiger Bestandteil für den Erfolg des **Jubiläumsjahres Bremerhaven 2027**.

Das Motiv „Reise“ ist verankerter Bestandteil der städtischen DNA und soll als Leitthema für das Jubiläumsjahr ausgebaut werden. Das Jubiläumsjahr ist damit die **Einladung zur gemeinsamen Reise** nach und innerhalb von Bremerhaven, eine Einladung, **die Stadt in all seinen Stärken, Schönheiten, aber auch Herausforderungen noch ehrlicher und authentischer kennenzulernen**.

Die verschiedenen städtischen Wirkungsbereiche **Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur, Sport, Tourismus und Stadtgesellschaft** bilden den Rahmen und bündeln die Ideen zur bereichsspezifischen Teilhabe, dem Eintauchen in die **verschiedenen Erlebniswelten des Jubiläumsjahres**. Sie übersetzen das Reisetema jeweils aus der eigenen Perspektive in Veranstaltungen und Erlebnisse. Mit und in ihren jeweiligen Netzwerken sind sie zuständig für die Realisierung des Anspruches der Teilhabe, der Aktivierung und der Zusammenarbeit. Aus diesem Zusammenspiel aus Leitthema und Sub-Themen wird sich die Veranstaltungsarchitektur etablieren.



	Seite
01 Einführung	4
02 Gemeinsam zum Konzept	6
03 Strategischer Rahmen	9
• Vision • Leitlinien • Mission • Leitthemen	
04 Veranstaltungsarchitektur	15
• Themenstränge mit Event- und Innovationspool • Einbindung der Bevölkerung	
Kommunikationsstrategie	32
• B2B und B2C-Strategie • Zeitplan und Schwerpunktformate	
06 Umsetzungsmanagement	48
• Koordinations-/Netzwerkarbeit und Controlling/Evaluierung • Zeitplan und Meilensteine • Budgetplanung	
07 Fazit	60
08 Anlagen	62
• Ideenpool (Projektwebseite) • Ergebnisbericht Befragung Fachöffentlichkeit	

4) Veranstaltungsarchitektur – Einführung

Mit der **Veranstaltungsarchitektur** wird das Zusammenspiel aus verschiedenen Themensträngen bezeichnet, die zusammen auf das Leitthema des Jubiläums einzahlen. Im Sinne der Vision – das **Leitziel „Das Wir stärken“ für mehr Teilhabe und Engagement für Lebensqualität** – zielt die Architektur darauf ab, **verschiedene Bereiche miteinander zu verknüpfen** und eine breite Anzahl an städtischen Themen und Aktionen der Bevölkerung zugänglich zu machen. Die nächste Seite zeigt hierzu die **Themenstränge für das Jubiläumsjahr**. Die Themenstränge **bündeln Themen und Organisationen**, die gemeinsam an Formaten und einer passenden Übersetzung des Leitthemas arbeiten sollen.

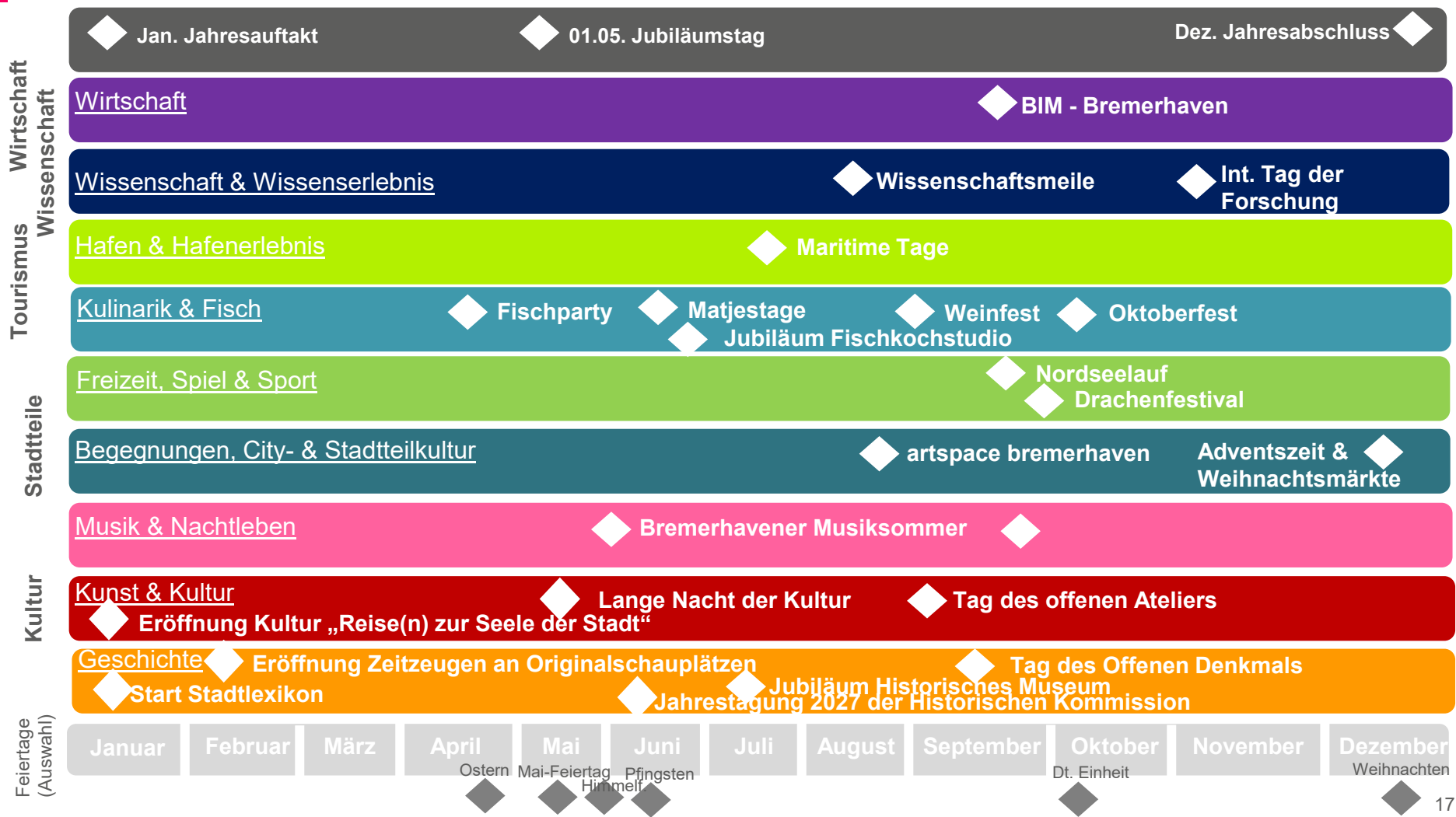
Die Veranstaltungsarchitektur sichert eine sinnvolle **Verteilung von themenspezifischen Highlights über das Jahr hinweg**. Ziel ist es, dass sich Formate nicht gegenseitig „kannibalisieren“ und um Besuchende, Teilnehmende oder Aufmerksamkeit konkurrieren. Die Veranstaltungsarchitektur stellt sicher, dass **Veranstaltungshighlights aus verschiedenen Themensträngen optimal miteinander verknüpft** werden. So kann ein Highlight-Event aus dem Bereich Kultur auch gut in Zusammenarbeit mit dem Bereich Stadtteile erarbeitet werden bzw. auch in diesen stattfinden und sie damit im Jubiläumsjahr in Szene setzen. Die **Netzwerke der Themenstränge** tragen maßgeblich dafür Sorge, über die Ausgestaltung und Aufladung von Veranstaltungen und interaktiven Formaten dem Anspruch der Mission, der Teilhabe, Aktivierung und Zusammenarbeit, gerecht zu werden.



4) Veranstaltungsarchitektur – Themenstränge



4.) Meilensteine in der Veranstaltungsarchitektur für 2027



4) Veranstaltungsarchitektur – Themenstränge



Vision: Das **WIR** stärken, als Basis für mehr Lebensqualität

Leitthema: Reise zum Wir: (thematische Verbindung zwischen den Themensträngen)

▼ Übersetzung des Leitthemas Reise für die Themenstränge ▼

	Wissenschaft	Wirtschaft	Kultur	Tourismus	Stadtteile
Sub-Thema (Arbeitstitel)					
	Lösungen für die Kernaufgaben unserer Zeit	Der Zukunft ein Gesicht und eine Bühne geben	Geschichte und Stadtidentität interaktiv begegnen	Heimathafen für Fernwehliebhaber und Weltenentdecker	Eintauchen in das Quartiersleben
Inhalte	• Umweltmigration • Klimawandel • „Multikulturalität“ • Zukunftsforschung	• Zukunftsbranchen • „Offene Betriebe“ • Zukunftstechnologien • ...	• Stadtgeschichte • Identitätswerdung • Weltoffene Kultur • Junge / Szene Kultur	• Hafenerlebnis • Fischerlebnis • Wissenserlebnis • ...	• Mitmachaktionen • Stadt-/Stadtteilkonzerte • Vereinsleben • Sport (Profi & Amateur) • Gemeinde(n)
▼ Festigung der Themenstränge je Netzwerk, Ausgestaltung von Highlight-Veranstaltungen und weiteren Aktionen / Nutzung von thematischen Synergien in andere Bereiche. ▼					

4) Veranstaltungsarchitektur für das Jubiläumsjahr 2027



Im Folgenden ist ein **Format-Pool** mit aus dem Prozess gesammelten Ideen für Jubiläums-Formate in den verschiedenen Themenbereichen gelistet. Dabei werden das Format kurz erläutert, Vernetzungspotenziale mit den anderen Bereichen sowie Beteiligungsmöglichkeiten der Bevölkerung aufgezeigt und die Formatbewertung anhand von leitzielkonformen Kriterien vorgenommen:

Innenwirkung bewertet, wie stark das Format die lokale Gemeinschaft beeinflusst und einbindet. Veranstaltungen mit hoher Innenwirkung sollten das Gemeinschaftsgefühl stärken. Dieses Kriterium bezieht sich darauf, wie gut die Eventformate die Bürger einbinden und zur Teilnahme motivieren.

Außenwirkung betrifft die Sichtbarkeit und den Einfluss des Stadtjubiläums über die Stadtgrenzen hinaus. Formate mit starker Außenwirkung tragen dazu bei, das Image der Stadt und ihrer Teilbereiche zu verbessern.

Klimafreundlichkeit bewertet, inwieweit die Eventformate umweltfreundlich und nachhaltig sind. Klimafreundliche Veranstaltungen berücksichtigen den ökologischen Fußabdruck, minimieren Abfall, fördern den Einsatz erneuerbarer Energien und tragen zum Umweltschutz bei.

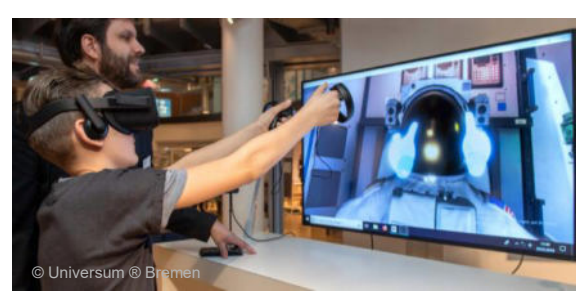
Vernetzung von Akteuren bezieht sich auf die Fähigkeit der Formate, verschiedene Interessengruppen miteinander zu verbinden. Veranstaltungen sollen Plattformen bieten, auf denen lokale Unternehmen, Organisationen, Künstler und Bürger zusammenarbeiten und voneinander profitieren können.



Wissenschaft	Wirtschaft	Kultur	Tourismus	Stadtteile
Lösungen für die Kernaufgaben unserer Zeit	Der Zukunft ein Gesicht und eine Bühne geben	Geschichte und Stadtidentität interaktiv begegnen	Heimathafen für Fernwehliebhaber und Weltentdecker	Eintauchen in das Quartiersleben



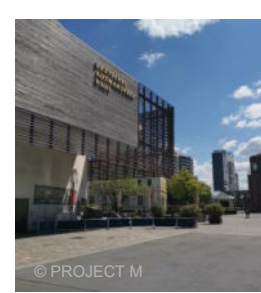
© PROJECT M



© Universum @ Bremen



© bremerhaven.de



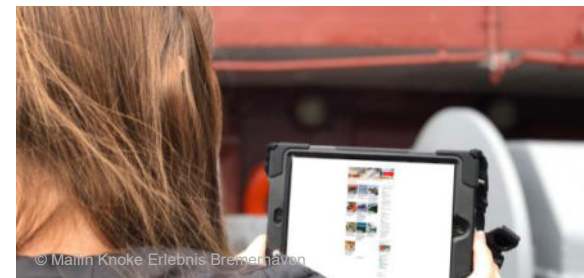
© PROJECT M



© Helmut Gross



© ISL



© Mann Knöke Erlebnis Bremerhaven



© Helmut Gross

© Nils Holtheimer, DSH



© Erlebnis Bremerhaven



© PROJECT M



© BEAN Erlebnis Bremerhaven



© Freundeskreis zur Förderung der Wissenschaft

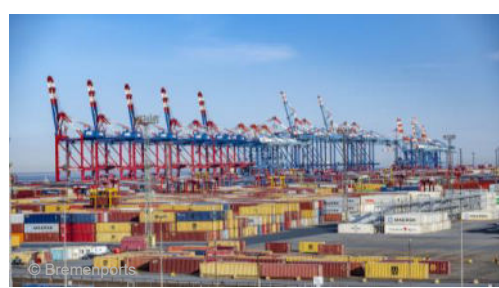
4) Veranstaltungsarchitektur – Themenstrang Wissenschaft



Wissenschaft	Idee für das Format	Verknüpfung mit anderen Themenbereichen	Einbindung der Bevölkerung	Impuls hinsichtlich der Leitziele
Blockbuster-Ausstellung - Event - ganzjährig	Blockbuster-Ausstellung zum Thema Umweltmigration vom/im DAH, DSM und Klimahaus in Kooperation mit AWI	Verknüpfung mit den Bereichen Kultur (Bühne) und Tourismus	Durch z.B. ausstellungsbegleitende Talks und über Kooperationen mit Schulen denkbar	Innenwirkung: ●●○ Außenwirkung: ●●● Klimafreundlichkeit: ●●○ Vernetzung: ●●○
Citizen Science Projekt - Format - ganzjährig	Aufsetzen eines Forschungsprozesses unter der Einbindung der Bremerhavener Bevölkerung, idealerweise Sichtbarmachung der Ergebnisse im Raum (digitale Anzeige)	Verknüpfung mit den Bereichen Wirtschaft und Stadtteile	Durch das Format selber gegeben. Bevölkerung ist Teil des Forschungsprozesses, zusätzlich begleitende Events für Kick-off und Projektabschluss denkbar	Innenwirkung: ●●○ Außenwirkung: ●●○ Klimafreundlichkeit: ●●● Vernetzung: ●●○
Wissenschaftsmeile - Event - August -	Institutionen präsentieren sich im Rahmen der Maritimen Tage, wechselndes Programm unter dem Jahresthema „Umweltmigration“	Verknüpfung mit dem Bereich Wirtschaft	Bevölkerung partizipiert durch Teilnahme / Besuch	Innenwirkung: ●●○ Außenwirkung: ●●○ Klimafreundlichkeit: ●●● Vernetzung: ●○○
Wissen to go - Format - ganzjährig	App oder Ausstellung mit Informationen zur Geschichte der Stadt (ggf. in Verbindung mit den Themen Umwelt und Migration)	Verknüpfung mit den Bereichen Wirtschaft und Kultur	Bevölkerung partizipiert durch Nutzung	Innenwirkung: ●●○ Außenwirkung: ●○○ Klimafreundlichkeit: ●●○ Vernetzung: ●●○
Science goes Public 200 Jahre BHV Edition - Eventreihe - ganzjährig	Fortführung der beliebten Reihe unter dem Jahresthema Klimamigration	Verknüpfung mit den Bereichen Wirtschaft und Stadtteile	Bevölkerung partizipiert durch Teilnahme / Besuch	Innenwirkung: ●●○ Außenwirkung: ●○○ Klimafreundlichkeit: ●●● Vernetzung: ●●○
Branchen-Festival / TED-Talk - Event – Zeitraum offen	Branchen-Festival mit Fokus Digitalisierung und Nachhaltigkeit in Bremerhaven ausrichten	Verknüpfung mit den Bereichen Wirtschaft und Stadtteile	Bevölkerung partizipiert durch Teilnahme	Innenwirkung: ●●● Außenwirkung: ●●○ Klimafreundlichkeit: ●○○ Vernetzung: ●○○



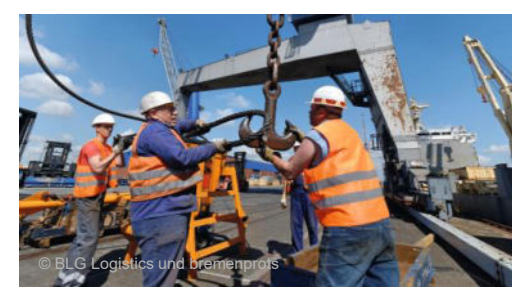
© PROJECT M



© Brémeharfen



© PROJECT M



© BLG Logistics und brémeharfen



© BGW



© PROJECT M



Wirtschaft Bremerhaven: Der Zukunft Gesicht und Bühne geben



© CDL Bremerhaven



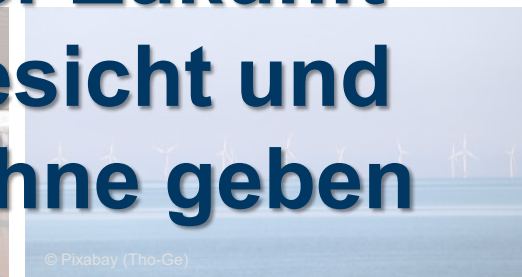
© PROJECT M



© ATLANTIC Seafood / Anja Schimanski



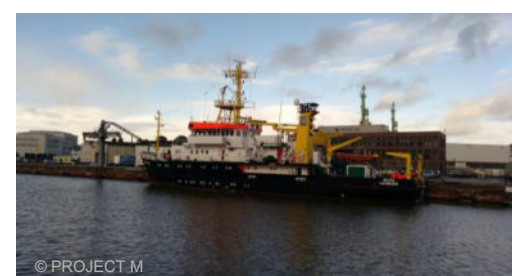
© PROJECT M



© Pixabay (Tho-Ge)



© PROJECT M



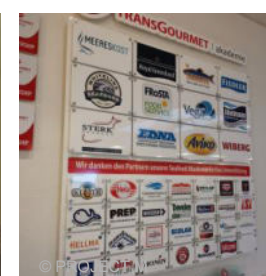
© PROJECT M



© PROJECT M



© PROJECT M

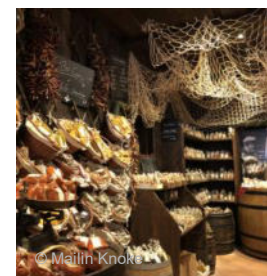
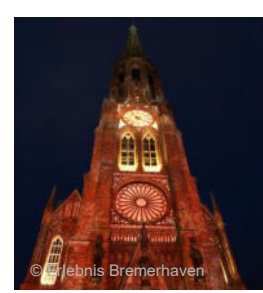
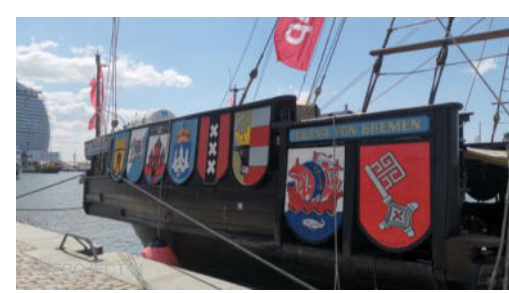


© PROJECT M

4) Veranstaltungsarchitektur – Themenstrang Wirtschaft



Wirtschaft	Idee für das Format	Verknüpfung mit anderen Themenbereichen	Einbindung der Bevölkerung	Impuls hinsichtlich der Leitziele
Container-Ausstellung - Eventreihe – z.B. 4x / Jahr	Unternehmen stellen sich in Ausstellungs-Containern vor, diese rotieren im Stadtgebiet	Verknüpfung mit den Bereichen Wissenschaft und Stadtteile	Bevölkerung partizipiert durch Teilnahme / Besuch	Innenwirkung: ●○○ Außenwirkung: ●○○ Klimafreundlichkeit: ●○○ Vernetzung: ●●○
Tage der offenen Unternehmen - Eventreihe – z.B. 2x / Jahr	Unternehmen stellen sich in ihren Räumlichkeiten vor und bieten Führungen und Programm unter dem Thema „zukunftsfähige Wirtschaft“ an	Verknüpfung mit dem Bereich Wissenschaft	Bevölkerung partizipiert durch Teilnahme / Besuch	Innenwirkung: ●●○ Außenwirkung: ●●○ Klimafreundlichkeit: ●●● Vernetzung: ●○○
Branchen-Festival / TED-Talk - Event – Zeitraum offen	Branchen-Festival mit Fokus Digitalisierung und Nachhaltigkeit in Bremerhaven ausrichten	Verknüpfung mit den Bereichen Wissenschaft und Stadtteile	Bevölkerung partizipiert durch Teilnahme / Besuch	Innenwirkung: ●●● Außenwirkung: ●●○ Klimafreundlichkeit: ●○○ Vernetzung: ●○○
Jubiläum 150 Jahre BLG Logistics Group - Event – Zeitraum offen	Firmenjubiläum der lokal ansässigen BLG Group mit möglichen Schnittmengen zum Stadtjubiläum	Verknüpfung mit dem Bereich Stadtteile	Bevölkerung partizipiert durch Teilnahme / Besuch	Innenwirkung: ●●○ Außenwirkung: ●●○ Klimafreundlichkeit: ●●○ Vernetzung: ●○○
...	...	...	...	



Kultur Bremerhaven: Geschichte und Identität interaktiv begegnen

4) Veranstaltungsarchitektur – Themenstrang Kultur



	Idee für das Format	Verknüpfung mit anderen Themenbereichen	Einbindung der Bevölkerung	Impuls hinsichtlich der Leitziele
Blockbuster-Inszenierung - z.B. Lichtkunst-Welt - ganzjährig	Blockbuster-Inszenierung und Illumination als sichtbares Auftakthighlight und Wiedererkennungsmerkmal	Verknüpfung mit allen Bereichen über die gemeinsame LED-Illumination prägender Gebäude, Plätze und der gesamten Wasserkante	Durch z.B. kleines Merchandise Element („Ich mache mit / bin mit Teil“)	Innenwirkung: ●●● Außenwirkung: ●●● Klimafreundlichkeit: ●○○ Vernetzung: ●○○
Stadtlexikon - Format - ganzjährig	Feierliche Übergabe des Stadtlexikons, welches unter breiter öffentlicher Einbindung bis 2027 durch das Stadtarchiv erarbeitet wird	Verknüpfung mit dem Bereich Stadtteile	Einbindung durch Zulieferung von Geschichten, O-Tönen, Gegenständen	Innenwirkung: ●●● Außenwirkung: ●●● Klimafreundlichkeit: ●●● Vernetzung: ●●○
Jahrestagung der Historische Kommission Bremen / Niedersachsen - Event - Juni	Jahrestagung der historischen Kommission mit öffentlich zugänglichen Vorträgen zu einem durch die Kommission festzulegenden Thema	Ja nach Jahresthema	Bevölkerung partizipiert durch Teilnahme / Besuch	Innenwirkung: ●○○ Außenwirkung: ●●○ Klimafreundlichkeit: ●●● Vernetzung: ●○○
Finale: Reise zur Seele der Stadt - Eventreihe – div. Termine	Finale der zweijährigen Veranstaltungsreihe mit Events zu Stadtgeschichte(n), Orten und Besonderheiten, die Antwort auf die Frage der Seele der Stadt liefern	Verknüpfung mit den Bereichen Stadtteile, Wirtschaft und Wissenschaft	Bevölkerung partizipiert durch Teilnahme / Besuch	Innenwirkung: ●●○ Außenwirkung: ●●● Klimafreundlichkeit: ●○○ Vernetzung: ●●○
Jubiläumsausstellung Historisches Museum, Kunsthalle, Stadttheater etc. - Format - ganzjährig	Sonderprogramm 200 Jahre Bremerhaven mit Fokus Stadtgeschichte, Umweltmigration, städtischer Zusammenhalt	Verknüpfung mit dem Bereich Stadtteile und Wissenschaft	Einbindung durch Zulieferung von Geschichten, O-Tönen, Gegenständen	Innenwirkung: ●●○ Außenwirkung: ●●● Klimafreundlichkeit: ●○○ Vernetzung: ●●●



© PROJECT M



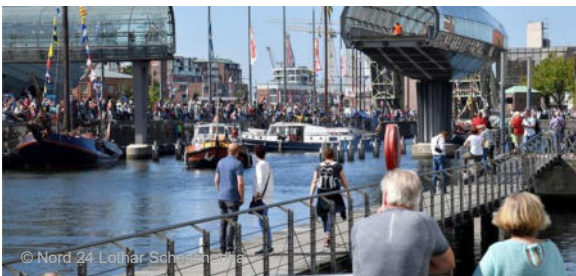
© Erlebnis Bremerhaven



© bremerhaven.de



© PROJECT M



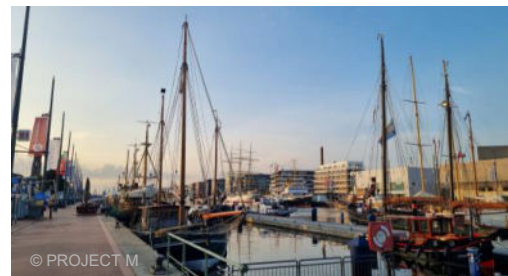
© Nord 24 Lotmar Schenck

Tourismus Bremerhaven: Heimat für

Fernwehliebhaber u. Weltenendecker

© Tanja Albert

© Hotel Amaris



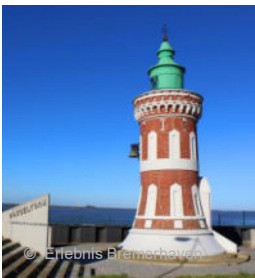
© PROJECT M



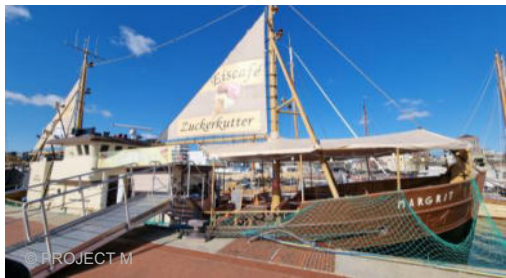
© Helmut Gross



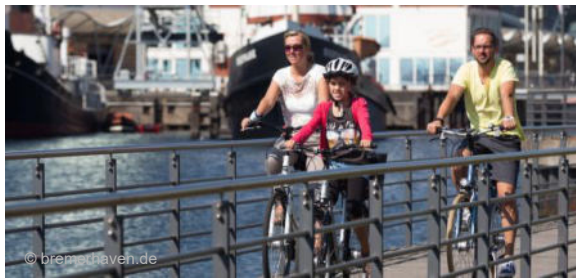
© bremerhaven.de



© Erlebnis Bremerhaven



© PROJECT M



© bremerhaven.de

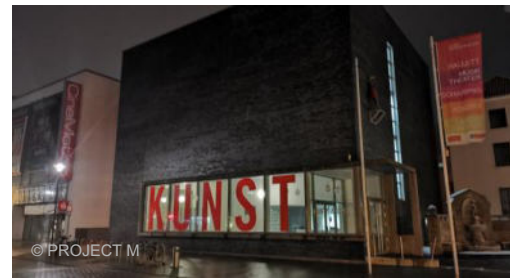
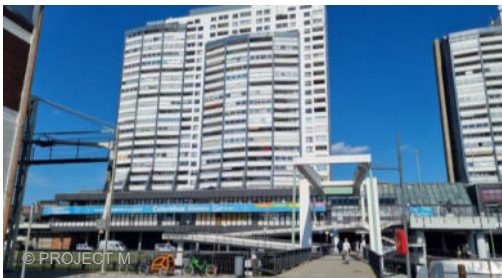
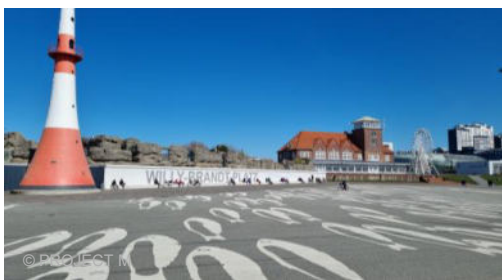


© Erlebnis Bremerhaven

4) Veranstaltungsarchitektur – Themenstrang Tourismus



Tourismus	Idee für das Format	Verknüpfung mit anderen Themenbereichen	Einbindung der Bevölkerung	Impuls hinsichtlich der Leitziele
Maritime Tage 200 Jahre BHV Edition - Eventwoche - August	Maritime Tage als sommerlicher Höhepunkt / Stadtfest unter dem „Segel“ des 200-jährigen Geburtstags	Verknüpfung mit dem Bereich Kultur	Bevölkerung partizipiert durch Besuch	Innenwirkung: ●●○ Außenwirkung: ●●● Klimafreundlichkeit: ●○○ Vernetzung: ●●○
Weltenentdecker-Pass für Bremerhavener:innen - Format - ganzjährige	Besondere Vergünstigungen / Rabatt für den Eintritt in den Einrichtungen der Stadt als Jubiläumsgeschenk	Verknüpfung mit dem Bereich Kultur und Stadtteile	Bevölkerung partizipiert durch Nutzung	Innenwirkung: ●●● Außenwirkung: ●○○ Klimafreundlichkeit: ●●● Vernetzung: ●●○
Maritime-Events und Fisch-Events - Eventreihe - ganzjährig	Besondere Events, die den maritimen Charakter und Fischgenuss der Stadt unterstreichen (Fischereihafen, SeeFiKo etc.)	Verknüpfung mit dem Bereich Kultur	Bevölkerung partizipiert durch Besuch	Innenwirkung: ●○○ Außenwirkung: ●●○ Klimafreundlichkeit: ●●○ Vernetzung: ●○○
Filmfestival - Bremerhaven als Drehort für zahlreiche Filmproduktionen - Event – Zeitraum offen	Screening von Filmen mit Bremerhavenbezug an besonderen Orten / Schauplätzen, Talks nach den Screenings	Verknüpfung mit dem Bereich Kultur	Bevölkerung partizipiert durch Besuch	Innenwirkung: ●●○ Außenwirkung: ●○○ Klimafreundlichkeit: ●●○ Vernetzung: ●○○
Talk mit ehemaligen Bremerhavener:innen und ihre Sicht auf Bremerhaven - Eventreihe - ganzjährig	Fernwehliebhaber und Weltenentdecker kehren in die Stadt zurück, erzählen ihre Geschichte und ihren Blick auf die Stadt	Verknüpfung mit dem Bereich Kultur	Bevölkerung partizipiert durch Besuch	Innenwirkung: ●●○ Außenwirkung: ●○○ Klimafreundlichkeit: ●●○ Vernetzung: ●○○



4) Veranstaltungsarchitektur – Themenstrang Stadtteile



Stadtteile	Idee für das Format	Verknüpfung mit anderen Themenbereichen	Einbindung der Bevölkerung	Impuls hinsichtlich der Leitziele
Stadtteilkonferenzen - Eventreihe – z.B. 9x / Jahr	Ausrichtung jeweils einer Stadtteilkonferenz für jeden Stadtteil, Reflektion der Geschichte und Potenziale	Verknüpfung mit den Bereichen Wirtschaft und Kultur	Bevölkerung partizipiert durch Teilnahme	Innenwirkung: ●●● Außenwirkung: ●○○ Klimafreundlichkeit: ●●● Vernetzung: ●●○
Stadtteilfeste - Eventreihe – z.B. 9x / Jahr	Ausrichtung jeweils eines Stadtteilfestes für jeden Stadtteil unter Einbindung lokaler Vereine und Initiativen, Ideen: Gemeinsame Bürger:innentafel, Konzerte, Spiele, Vorträge, DJ	Verknüpfung mit den Bereichen Wirtschaft und Kultur	Bevölkerung partizipiert durch Teilnahme / Besuch und Mitmach-Aktionen	Innenwirkung: ●●● Außenwirkung: ●○○ Klimafreundlichkeit: ●●○ Vernetzung: ●●○
Sport-Events - Events – Zeiträume offen	Sport-Events stiften Identität und Zusammenhalt, anlässlich des 200-jährigen Jubiläums sollte eine besondere Sportveranstaltung (z.B. Stadtteilolympiade) organisiert werden	Verknüpfung mit dem Bereich Kultur	Bevölkerung partizipiert durch Teilnahme / Besuch	Innenwirkung: ●●● Außenwirkung: ●○○ Klimafreundlichkeit: ●●○ Vernetzung: ○○○
Musik-Veranstaltungen - Events – Zeiträume offen	Musikveranstaltungen stärken die Gemeinschaft und schaffen positive Erinnerungen, im Jubiläumsjahr sollen verschiedene Genre-Events über die Stadt verteilt werden	Verknüpfung mit dem Bereich Kultur	Bevölkerung partizipiert durch Teilnahme / Besuch	Innenwirkung: ●●● Außenwirkung: ●○○ Klimafreundlichkeit: ●●○ Vernetzung: ○○○
Public-Viewing Events - Eventreihe - Sommer	Öffentlicher Stream von Filmen und/oder Kulturveranstaltungen im öffentlichen Raum	Verknüpfung mit dem Bereich Kultur	Bevölkerung partizipiert durch Teilnahme / Besuch	Innenwirkung: ●●○ Außenwirkung: ●○○ Klimafreundlichkeit: ●●● Vernetzung: ●●○

4) Veranstaltungsarchitektur - Einbindung der Bevölkerung

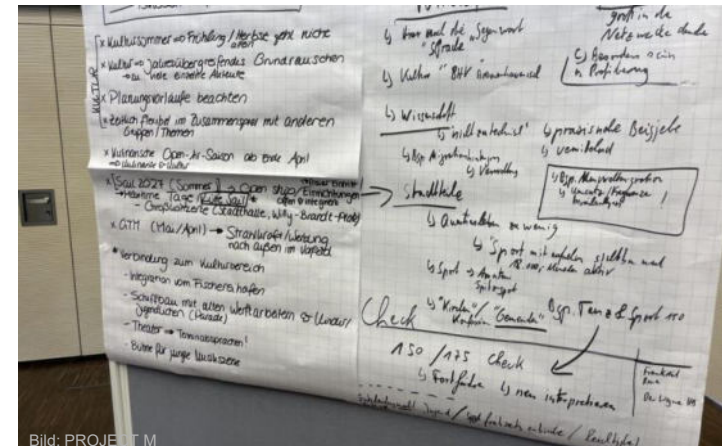
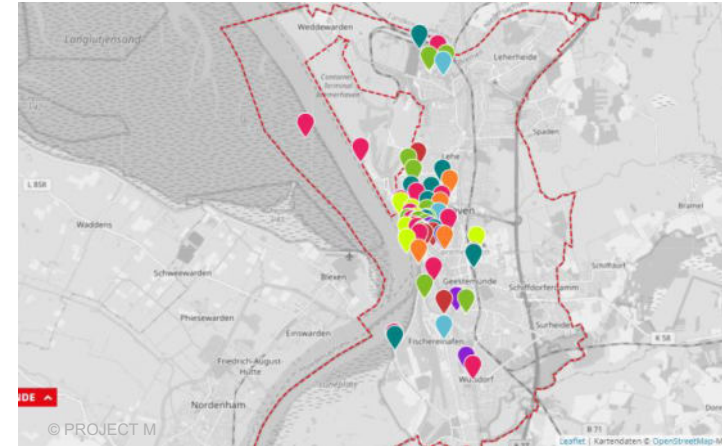


Die Feierlichkeiten zum 200. Geburtstag der Seestadt Bremerhaven werden für und mit den Bürgerinnen und Bürgern der Stadt gestaltet. Nur durch eine breite **Beteiligung aller Altersgruppen und Bevölkerungsschichten** kann das erklärte **Ziel, Identifikation und Wir-Gefühl** zu schaffen, erreicht werden.

Damit dies gelingt, ist die **Bevölkerung kontinuierlich und transparent in den weiteren Planungsprozess einzubeziehen**. Dabei sollen z.B. Wünsche für Großacts eingeholt und niedrigschwellige Teilnahmeangebote gemacht werden, als auch Angebote, die eine aktive Mitarbeit, ggf. auch über einen längeren Zeitraum, erfordern. Desto intensiver die Einbindung ist, desto nachhaltiger wirken identitätsstiftende Effekte über das Jubiläumsjahr hinaus.

Zielgruppen sind sowohl **Einzelpersonen** als vor allem auch **Vereine und Initiativen**, welche innerhalb ihrer Strukturen und Stadtteile eigene Projekte für 2027 entwickeln und ggf. für eine finanzielle Förderung aus dem Budget für das Jubiläumsjahr einreichen können. Die Beteiligungsmöglichkeiten sind **in der Kommunikationsstrategie** (s. Kapitel 5) zu **berücksichtigen** und entsprechend transparent über passgenaue Kanäle zu vermitteln.

Wichtig ist, dass die **Mitglieder der zu installierenden Arbeitsgruppen** als **Multiplikatoren** agieren, Impulse setzen und **in ihren Netzwerken um Engagement und Mitarbeit an der Programmgestaltung werben**. Es geht schließlich um mehr als die Organisation einiger herausragender Highlights für Bremerhaven. Es geht um ein ganzes Jahr voller Begeisterung in viele unterschiedliche Themensträngen, die langfristige Wirkung erzielen soll.



4) Veranstaltungsarchitektur - Einbindung der Bevölkerung



Mögliche Formate der aktiven Beteiligung der Bevölkerung an der Programmgestaltung für das Jubiläumsjahr 2027 können sein:

- **Interaktive, barrierefreie Projektwebsite** (Fortführung Ideenpool): Einbringen individueller Projektideen als niedrigschwelliges Angebot.
- **Mitarbeit in thematischen Arbeitsgruppen:** Die zu schaffenden AGs sollen grundsätzlich allen Interessierten für eine Mitarbeit offenstehen, aber möglichst auf eine Teilnehmerzahl von max. 20 Personen begrenzt werden, um die Arbeitsfähigkeit der AGs zu gewährleisten.
- **Organisation von Stadtteilkonferenzen**, um in den Quartieren für die Mitwirkung an stadtbezogenen Veranstaltungen/ Projekten zu werben.
- **Organisation von offenen Foren/Werkstätten** zu bestimmten, anlassbezogenen Themenschwerpunkten.
- **Digitale Sprechstunde (Offenes Projektbüro):** regelmäßige offene digitale Sprechstunden, in denen sich die Bürger:innen bei dem Projektbüro über Projekte und Beteiligungsmöglichkeiten erkundigen und sich einbringen können.

Die hier genannten Formate sind nicht als abschließend oder vollständig zu betrachten. Insbesondere im Rahmen der Projektentwicklung durch die AGs sind weitere projektspezifische Beteiligungsformate denkbar. Wichtig ist aber, dass die Veranstaltungen selbst im Jahre 2027 zum Mitmachen und zur Interaktion auffordern (z.B. Citizen-Science-Projekte, Reallabore).



Beteiligungsprozess zur Planung des 200-jährigen Jubiläums der Seestadt Bremerhaven



Inhalt

	Seite
01 Einführung	4
02 Gemeinsam zum Konzept	6
03 Strategischer Rahmen	9
• Vision • Leitlinien • Mission • Leitthemen	
04 Veranstaltungsarchitektur	15
• Themenstränge mit Event- und Innovationspool • Einbindung der Bevölkerung	
05 Kommunikationsstrategie	32
• B2B und B2C-Strategie • Zeitplan und Schwerpunktformate	
06 Umsetzungsmanagement	48
• Koordinations-/Netzwerkarbeit und Controlling/Evaluierung • Zeitplan und Meilensteine • Budgetplanung	
07 Fazit	60
08 Anlagen	62
• Ideenpool (Projektwebseite) • Ergebnisbericht Befragung Fachöffentlichkeit	

5) Kommunikationsstrategie - Einführung

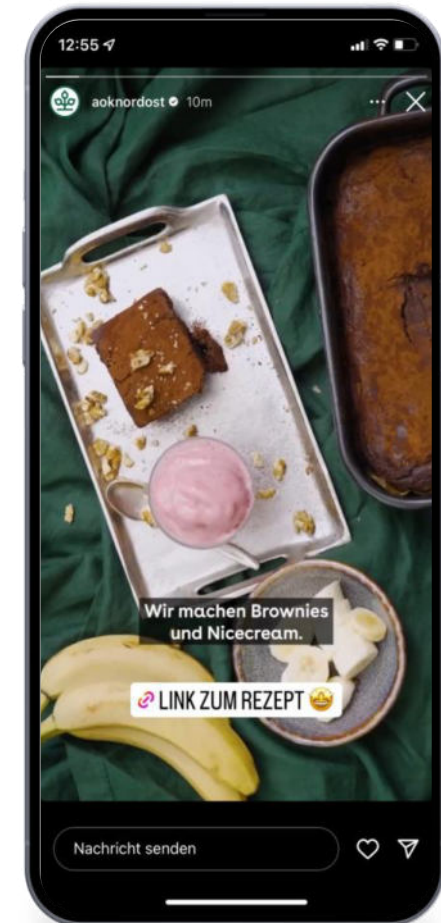


B2B-Kommunikation: B2B steht für Business-to-Business und bezeichnet Kommunikationsaktivitäten, die zwischen Organisationen und Unternehmen stattfinden. Die B2B-Kommunikation zielt auf Kooperationen / Partnergewinnung für Veranstaltungen, Sponsoring-Vereinbarungen oder gemeinsame Marketinginitiativen im Binnen- und Außenmarketing ab.

B2C-Kommunikation: B2C steht für Business-to-Consumer und bezieht sich auf die Kommunikation mit Bewohner:innen und Gästen. Dies umfasst Marketingmaßnahmen, welche das Interesse und die Teilnahme der Einwohner an partizipativen Maßnahmen vor dem Jubiläum sowie Veranstaltungen während des Jubiläums wecken sollen. Die Kommunikation fokussiert die Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur, Tourismus und Stadtteile.

Branding: Branding bezieht sich auf den Prozess der Schaffung und Pflege einer einheitlichen Identität für das Jubiläumsjahr. Im Jubiläumsjahr, um eine kohärente visuelle und inhaltliche Präsenz sicherzustellen. Dies umfasst das Jubiläumslogo, Farbpaletten, Schriftarten und die übergeordnete Botschaft, welche die Identität des Jubiläumsjahres repräsentiert.

Website und Social Media: Die Website dient als zentraler Online-Hub für Informationen rund um das Jubiläumsjahr 2027. Sie sollte alle relevanten Details zu Veranstaltungen, Programmen, Sponsoren und Neuigkeiten enthalten. Social-Media-Plattformen werden genutzt, um mit der Zielgruppe in Echtzeit zu interagieren, aktuelle Updates zu teilen und die Online-Community zu mobilisieren. Die bestehenden Social Media- Kanäle der Stadt sollen ebenfalls für das Stadtjubiläum genutzt werden. Die Beiträge können durch ein noch zu kreierendes Design dem Thema Stadtjubiläum zugeordnet werden.



Quelle Adobe firefly



5) Kommunikationsstrategie – Einführung

Presse-Öffentlichkeitsarbeit vor und während des Jubiläumsjahres spielt eine zentrale Rolle bei der Schaffung von Aufmerksamkeit, der Vermittlung von Botschaften und der Mobilisierung der Öffentlichkeit. Über verschiedene Pressekonferenzen und Pressemitteilungen werden vor und nach dem Jubiläum verschiedene inhaltliche Schwerpunkte kommuniziert. Vor allem die Einbindung von O-Tönen und Botschaftern der Stadtbevölkerung und von Schlüsselakteuren aus Bildung, Kultur, Sport, Wirtschaft und Wissenschaft hat einen hohen Wert. Der Ort des Geschehens soll emotional eingebunden werden.

Meilensteine Kommunikation 2024, 2025 und 2026: In den Jahren 2024, 2025 und 2026 werden strategische Meilensteine in der Kommunikation festgelegt. Dies könnten beispielsweise die Veröffentlichung des offiziellen Jubiläumslogos, die Ankündigung von Schlüsselveranstaltungen, der Beginn von Partnerschaften mit Sponsoren oder die Einführung von Social-Media-Kampagnen sein. Diese Meilensteine dienen dazu, die Aufmerksamkeit zu wecken, mehr Interesse zu generieren und die Vorbereitungen für das Jubiläumsjahr voranzutreiben.

Kommunikationsschema 2027: Im Jubiläumsjahr 2027 selbst werden entscheidende Meilensteine in der Kommunikation erreicht. Dies sind die offizielle Eröffnungsveranstaltung sowie die austariert über das Jahr verteilten Veranstaltungen und Aktionen entlang der verschiedenen Themenstränge. Inhaltliche Basis zu Botschaften und Kanälen stellt die Übersicht der B2C-Kommunikation dar. Zentrale Kommunikationsinstrumente sind die Website und flankierende Social Media-Präsenz.

200
Jahre.

gemeinsam
unterwegs.

5) Kommunikationsstrategie - Leitlinien



Kommunikationsstil (maritim, mutig, inklusiv, divers, weltoffen): Der gewählte Stil sollte sich an den Werten und Charakteristika der Stadt orientieren. Ein maritimer Stil verstärkt die lokale Identität und geografische Lage, während ein mutiger Ansatz die Innovationskraft und die Vielfalt der Bevölkerung betont. Ein inklusives Design mit einer vielfältigen Repräsentation der Stadtgesellschaft hebt die weltoffene Perspektive hervor. Hierfür sollte auf ausgewogene Hintergründe von Protagonisten hinsichtlich Alter, Geschlecht, Behinderung, kultureller Identität und sozialem Milieu etc. geachtet werden.

Einfache Beteiligung (Layout, Materialien, Pressekits): Die Kommunikation soll es Partnern ermöglichen, sich einfach und schnell zu integrieren und über z.B. ein „Partnerlogo“ zu beteiligen. Dafür sollen offene Vorlagen, Bilder und Geschichten für Partner zur Verfügung stehen, damit diese einheitliche Botschaften bezüglich des Jubiläums kommunizieren. Ein Partnerlogo und eine (digitale) Partnerwand stellt die Mitwirkenden in den Vordergrund. Pressekits als Handreichung für Journalist:innen dienen insbesondere der Vorbereitung auf das Jubiläum und um diese für einen Besuch zu begeistern.

Barrierefreiheit: Barrierefreiheit ist von zentraler Bedeutung, um sicherzustellen, dass die Kommunikation für alle zugänglich ist, unabhängig von individuellen Fähigkeiten oder Einschränkungen. Dies beinhaltet die Gestaltung von Webseiten und digitalen Inhalten nach den Standards der Barrierefreiheit, wie klare Schriftarten, ausreichender Kontrast, alternative Texte für Bilder und eine intuitive Navigation. Auch bei gedruckten Materialien sollte auf leicht lesbare Schriftarten und klare Strukturen geachtet werden.



5) Kommunikationsstrategie – Überblick B2C



	Übergreifend	Wissenschaft	Wirtschaft	Kultur	Tourismus	Stadtteile
Kommunikationsziel	Auf Veranstaltungen und Mitwirkung im Jubiläumsjahr aufmerksam machen	Thematische Erkenntnisse streuen und zum Dialog einladen	Für attraktive Wirtschaft werben und zum Kennenlernen einladen	Für Bremerhaven Geschichte interessieren und zum Dialog einladen	Für Highlights in den Profilen (Wissen, Hafen, Fisch) begeistern	Zu Begegnungen im Quartier animieren
Zielgruppe	Lokale und regionale Bevölkerung	Lokale Bevölkerung, überregionales Fachpublikum	Junge lokale Bevölkerung (Nachwuchs), überregionale Investoren	Regionale Bevölkerung	Tourist:innen	Stadtteil-Communities
Botschaft	200 Jahre Gemeinsam unterwegs	Lösungen für die Kernaufgaben unserer Zeit	Der Zukunft ein Gesicht und eine Bühne geben	Geschichte und Stadtidentität interaktiv begegnen	Heimathafen für Fernwehliebhaber und Weltenentdecker	Eintauchen in das Quartiersleben
Kanäle	Website / Social Media BHV 200, Presse/PR, Anzeigen / Out-of-Home im Umland	Website und Social Media Stadtjubiläum	Kanäle der BIS, Website und Social Media Stadtjubiläum	Website und Social Media Stadtjubiläum	Website und Social Media der EBG	Website / Social Media BHV 200, Plakate Einzelhandel, Citycards Gastro
Multiplikatoren	Presse und Kommunikation der Stadt	Einrichtungen	Unternehmen	Einrichtungen	Touristische Leistungsanbieter	Stadtteil-Initiativen

5) Kommunikationsstrategie – Überblick B2B



	Information	Veranstaltungs-kooperation	Sponsoring
Ziel	Thematische Erkenntnisse streuen und zum Dialog einladen	Kooperative Veranstaltungen ausrichten	Budgets zur Ausrichtung der Veranstaltung erhöhen
Zielgruppe	Breites Fachpublikum (Verwaltung, Organisationen, Unternehmen)	Organisationen und Unternehmen mit Interesse zur inhaltlichen Beteiligung zum Jubiläumsjahr	Organisationen und Unternehmen mit Interesse zur ideellen Beteiligung zum Jubiläumsjahr
Kommunikationsinhalte	Vision, Meilensteine und Einbindungsmöglichkeiten	Gemeinsam besondere Momente schaffen und das Wir-Gefühl in der Stadt stärken	Besondere Momente und Stärkung des Wir-Gefühls finanziell unterstützen
Formate und Kanäle	Grobkonzept, Online-Information (z.B. Website, Pressemitteilung, Infomail, LinkedIn-Kanal)	Sitzungen der Arbeitsgruppen in den verschiedenen Themenbereichen	Direktanspreche, Online-Information (z.B. Website, Pressemitteilung, Infomail, LinkedIn-Kanal)
Anforderung Inhalte	Kontaktperson und Zeitschiene für Einbindungsmöglichkeiten, Designmanual zur Nutzung des Jubiläumsdesigns	Skizzieren von konkreten Kooperationsideen, zeitliches und monetäres Budget, Zeitschiene	Ausarbeiten von konkreten Sponsoring-Paketen mit Preis und Zeitschiene
Zeitschiene	2024 - 2027	schwerpunktmäßig 2025 - 2026	schwerpunktmäßig 2026
Federführung	Koordinierungsstelle	Arbeitskreise	Koordinierungsstelle und Arbeitskreise

5) Kommunikationsstrategie - Branding (1/2)

Ein durchdachtes Brandingkonzept für ein Stadtjubiläum stärkt nicht nur die Identität der Stadt, sondern schafft auch eine emotionale Bindung zwischen den Bewohnern und Gästen, die das Jubiläum feiern. Im Folgenden werden einzelne Bestandteile erläutert, die dazu beitragen, eine Marke für das Stadtjubiläum aufzubauen und diese im Raum sichtbar zu machen.

Logo & Partnerlogo: Das Logo für das Stadtjubiläum ist das Herzstück der visuellen Identität. Es sollte ein einprägsames Symbol enthalten, das die Einzigartigkeit der Stadt und den Anlass des Jubiläums repräsentiert. Die Farbpalette und Formen im Logo sollten sich harmonisch mit dem Gesamtdesign abstimmen und eine positive Stimmung und die Identität vermitteln. Auch ein Partnerlogo ist hieraus abzuleiten.

Designmanual: Das Designmanual legt die grundlegenden Gestaltungsprinzipien fest, um sicherzustellen, dass die visuelle Identität konsistent bleibt. Es enthält Richtlinien für die Verwendung von Farben, Schriftarten, Logo-Platzierung und anderen grafischen Elementen. Dieses Dokument dient als Referenz für alle Kommunikationsmittel und gewährleistet eine einheitliche Darstellung des Jubiläums.

Layout-Set (Word, PowerPoint, Social Media etc.): Das Layout-Set definiert, wie die visuelle Identität auf verschiedenen Plattformen präsentiert wird. Dabei sollten spezifische Anpassungen für Word-Dokumente, PowerPoint-Präsentationen, Social-Media-Profile und andere Kanäle vorgenommen werden. Dies gewährleistet eine konsistente Darstellung auf allen Kommunikationsplattformen. Auch die Signatur „aller“ städtischen Institutionen mit dem Partnerlogo gehören bereits in der Vorbereitung zum Layout-Set.



Kommunikationsbeispiele, Quelle Adobe firefly



5) Kommunikationsstrategie - Branding (2/2)

Bestandteile des Layout-Sets:

- **Word und PowerPoint:** Erstellung von Vorlagen mit dem festgelegten Logo, Farbschema und Schriftarten für offizielle Dokumente und Präsentationen.
- **Social Media:** Erstellung von Key-Visuals, Header-Bildern, Profilbildern und Post-Designs, um das Jubiläums-Branding in anderen Netzwerken zu integrieren. Nutzung von Hashtags, um die Online-Sichtbarkeit zu steigern.
- **Printmedien:** Entwicklung eines Masterlayouts für gedruckte Materialien wie Broschüren, Poster und Einladungen, die die visuellen Elemente des Jubiläums tragen.

Progressive Website (PWA) und Social-Media: Aufbau eines eigenständigen, zentralen Online-Hubs als Landingpage und für push Informationen rund um das Jubiläumsjahr 2027. Für die Dynamik sollten eigene Facebook-, Instagram- und TikTok-Accounts als Informations- und Interaktionsebene aufgebaut und mit der Website verknüpft werden, um Information breit streuen zu können.

Plakate und Citycards zur Verteilung an den Einzelhandel und die Gastronomie während des Jubiläumsjahres mit dem Ziel für das Jubiläumsjahr und themenspezifische Programme zu werben. Verlinkung per QR-Code oder Link auf die Jubiläumswebsite mit relevanten Informationen.

Merchandise: Merchandiseartikel wie Pullover, T-Shirts, Mützen etc. fungieren als mobile Werbeträger, die die Sichtbarkeit des Jubiläums stärken und die Identifikation und Verbundenheit mit der Stadt fördern. Sie dienen darüber hinaus als zusätzliche Einnahmequelle zur Finanzierung von Jubiläumsaktivitäten. Der Vertrieb kann Online sowie über die Shops der Partner-Unternehmen erfolgen. Auch ein identitätsstiftendes Leuchtelement, welches z.B. saisonal für den Auftakt und Ausklang im eigenen Fenster leuchtet, wäre denkbar.



Kommunikationsbeispiele, Quelle Adobe firefly

5) Kommunikationsstrategie – Zeitplan 2024 / 2025



Q2/Q3 2024: Aufbau Website (Landingpage) & B2B-Kommunikation

Aufbau der Website/ Landingpage und der B2B-Kommunikation in Form einer Unterseite und LinkedIn-Seite inklusive Kommunikationsplanung für 2024/25.

Q4 2024: Logo- und Claim-Wettbewerb, Agenturausschreibung

Im letzten Quartal 2024 startet ein Wettbewerb zur Entwicklung von Logo und Claim für das Jahresjubiläum, begleitet von einer Ausschreibung für Agenturleistungen im Bereich Branding und Kommunikation.

Q1 2025: Beschluss Logo und Claim und Layout-Entwicklung

Im ersten Quartal werden das Siegerlogo und der passende Claim feierlich im Jahresauftakt festgelegt. Die Entwicklung des Layouts für Kommunikationsmaterialien startet inklusive der Produktion erster Werbemittel für die Online-Kommunikation und z.B. Partnermerchandise.

Q2 2025: Logo- und Design-Vorstellung (Pressekonferenz)

Das dritte Quartal 2025 präsentiert das offizielle Logo und Design in einer Pressekonferenz, um breite Aufmerksamkeit und positive Resonanz zu erzeugen. Der Bewerbungsstart und Go Live der erweiterten B2C Website werden bekannt gegeben.

Q3/Q4 2025: B2C-Kommunikationsstart / Social-Media-Teaser-Kampagne (Pressekonferenz)

Im dritten Quartal startet die B2C-Kommunikation mit einer Teaser-Kampagne auf Social Media sowie dem Go Live der B2C Website. Begleitet wird der Kommunikationsstart von einer Pressekonferenz mit Ausblick auf das „Vorjubiläumsjahr“ 2026 und laufende und noch weitere geplante Aktionen zur Beteiligung und Partizipation.



Kommunikationsbeispiel Einbindung der Bevölkerung,
Quelle <https://chemnitz2025.de/>

5) Kommunikationsstrategie – Zeitplan 2026 / 2027



Q1 2026: Bevölkerungsaktivierung mit Kommunikation der Partizipationsaktionen (Pressekonferenz)

Zu Beginn des Jahres 2026 werden die Bürger aktiviert und Partizipationsmomente beworben. Eine interaktive, digitale Pressekonferenz aus den Stadtteilen eröffnet die Möglichkeiten zur Einbindung von Ideen und Eigeninitiativen der Bevölkerung durch die verschiedenen Organisationen.

Q2 + Q3 2026: PR-Maßnahmen, Presse- und Bloggerreisen, Kundenbindungskampagne der Erlebnis Bremerhaven GmbH

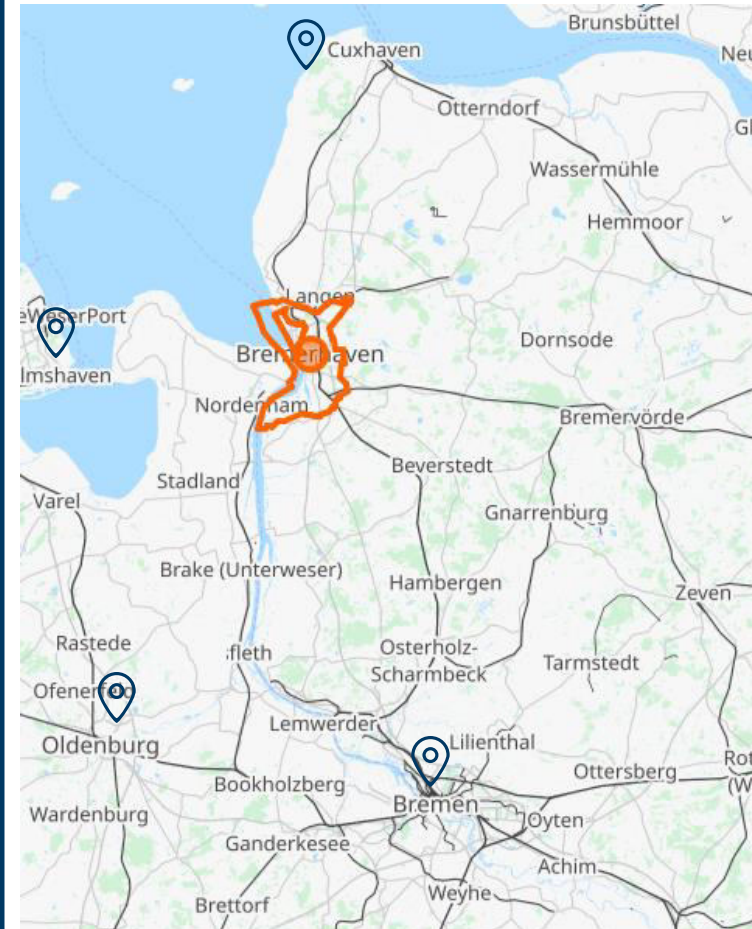
In den Quartalen zwei und drei 2026 stehen umfassende PR-Maßnahmen im Fokus, darunter Presse- und Bloggerreisen. Gleichzeitig startet eine Identitätskampagne mit dem Motto „Gemeinsam feiern und Perspektiven gestalten“. Pressereisen und Binnenkampagne werden z.B. durch die Erlebnis Bremerhaven (EBG) umgesetzt.

Q4 2026: Start Out-of-Home-Kampagne / Online-Kampagne

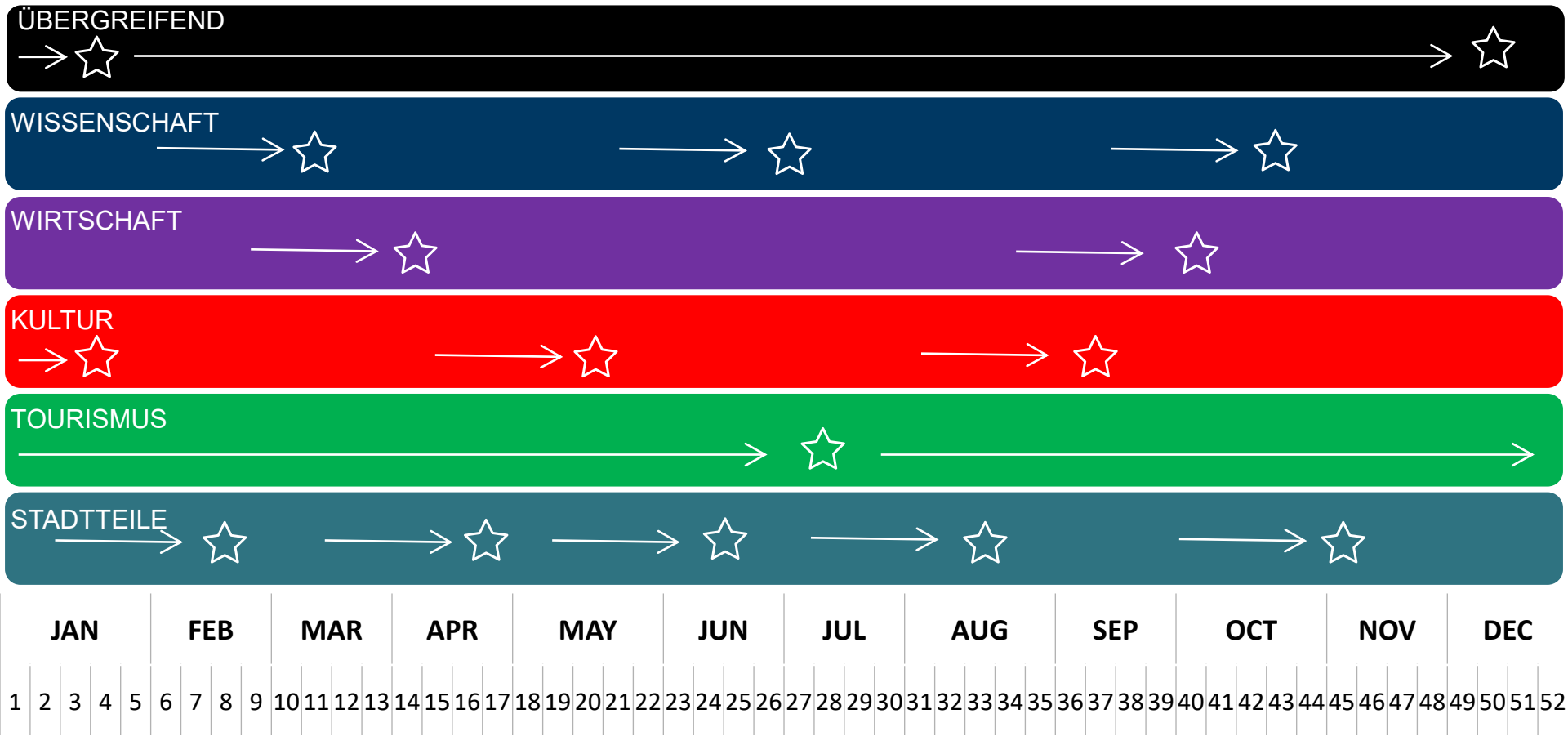
Das vierte Quartal 2026 fokussiert eine gezielte Online- und Out-of-Home-Kampagne im Umland, um die Aufmerksamkeit über Stadtgrenzen hinaus zu lenken und das Jubiläum regional zu verankern. Produktion und Verteilung von Plakaten und Flyern an Einzelhandel, Hotellerie und Gastro. Umsetzung über das Stadtmarketing (EBG) mit Fokus auf die Landkreise Cuxhaven, Osterholz und Wesermarsch sowie die Städte Bremen und Oldenburg. Parallel dazu intensive Bewerbung des Jubiläumsprogramms via Website.

Q1 2027: Auftakt Jubiläumsjahr & Pressekonferenz

Feierlicher Auftakt, gemeinsam mit den Macher:innen aus den Projekten und großer Jahres-Pressekonferenz. Intensive kommunikative Begleitung des Jubiläumsjahrs via Website, Social-Media, Pressearbeit entlang der Highlights.



5) Kommunikationsstrategie – Kommunikationsablauf 2027 (exemplarisch)



5) Kommunikationsstrategie – Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Die Presse-Öffentlichkeitsarbeit vor und während des Jubiläumsjahres spielt eine zentrale Rolle bei der Schaffung von Aufmerksamkeit, der Vermittlung von Botschaften und der Mobilisierung der Öffentlichkeit. Vor dem Jubiläumsjahr ist es entscheidend, eine umfassende PR-Strategie zu entwickeln, die sich an den Themenbereichen und Botschaften des Jubiläums orientiert. Dies umfasst die Erstellung von Pressematerialien, die Identifikation und Ansprache von Medienpartnern sowie die Planung von Vorankündigungen und Teasern. Die Website wird zum zentralen HUB der Kommunikation. In der Vorbereitungsphase werden vier Pressekonferenzen (PK) angesetzt. Begleitend zu den Konferenzen werden Pressekits mit Bildern und Geschichten bereitgestellt:

PK 1 Q2 2025: Vorstellung Logo und Design / Design-Manual

PK 2 Q3 2025: Vorstellung Beteiligungsangebote Bevölkerung

PK 3 Q3 2026: Start B2C-Kommunikation und Beteiligungsangebote Partner

PK 4 Q1 2027: Start in das Jubiläumsjahr mit Live O-Tönen vor Ort

Im Rahmen des Jubiläumsjahres soll zu jedem Themenbereich (Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur, Stadtteile und Tourismus) mind. eine Pressekonferenz mit der Einbindung von prägenden Personen aus Bremerhaven und von Exil-Bremerhavener abgehalten werden. Diese sollen Interviews mit Organisatoren, Hintergrundgeschichten zu historischen Aspekten, Features zu kulturellen Projekten und Berichte über lokale Initiativen abdecken. Die inhaltliche Basis (Botschaften und Federführungen) zeigt die Übersicht zur B2C-Kommunikation. Zu ausgewählten Veranstaltungen sollen zudem Pressemitteilungen erfolgen.



Beispielhafte Pressekits, Quelle Adobe firefly

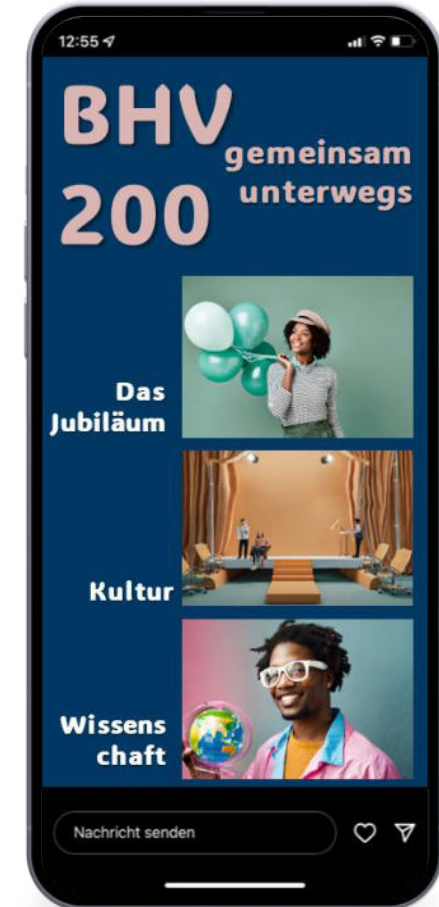
5) Kommunikationsstrategie – Jubiläumswebsite 2025 / 2026



Mehr als eine Informationsseite: Die Website dient als zentrale Anlaufstelle für alle geplanten Aktivitäten im Rahmen des Jubiläums. Besucher erhalten detaillierte Beschreibungen der einzelnen Veranstaltungen, Informationen zu den Organisatoren und können sich direkt anmelden oder Tickets erwerben.

Themen-Seiten bieten vertiefende Einblicke in die verschiedenen Aspekte des Stadtjubiläums. Jede Seite ist einem spezifischen Thema wie Wirtschaft, Wissenschaft, Tourismus, Kultur oder Stadtteilen gewidmet. Hier finden Besucher detaillierte Informationen, Geschichten und Highlights zu den einzelnen Themenbereichen und den jeweiligen Leitthemen.

Locations-Seite präsentiert eine umfassende Liste der Veranstaltungsorte des Jubiläums. Von historischen Plätzen bis zu modernen Einrichtungen - hier finden Nutzer Details zu den Locations, einschließlich dynamische Anfahrtsbeschreibungen, um die Besucherlenkung zu optimieren, Bilder-galerien und Hintergrundinformationen zur Geschichte oder Bedeutung des Ortes.



Jubiläumswebsite 2025/2026 (beispielhaft),
Quelle: Adobe firefly

5) Kommunikationsstrategie – Jubiläumswebsite 2027



Übersicht aktuelle Veranstaltungen: bietet eine Echtzeitansicht auf der Website aller laufenden und kommenden Ereignisse. Nutzer können hier auf einen Blick sehen, was gerade passiert und was in Kürze ansteht. Die Seite ist dynamisch und ermöglicht eine schnelle Orientierung über alle laufenden Aktivitäten. Aktuelle Beispiele wie das Leitsystem in Stuttgart zeigen, wie auch das Wegeleitsystem mit eingebunden werden kann.

Veranstaltungskarte: bietet eine benutzerfreundliche Übersicht über alle Jubiläumsveranstaltungen. Nutzer können leicht navigieren, Details zu Veranstaltungsorten anzeigen und sich über Programmzeiten informieren. Die Karte ermöglicht eine intuitive Planung und Verknüpfung von Events.



Jubiläumswebsite 2027 (beispielhaft),
Quelle: Adobe firefly

5) Kommunikationsstrategie – Social Media 2025 / 2026



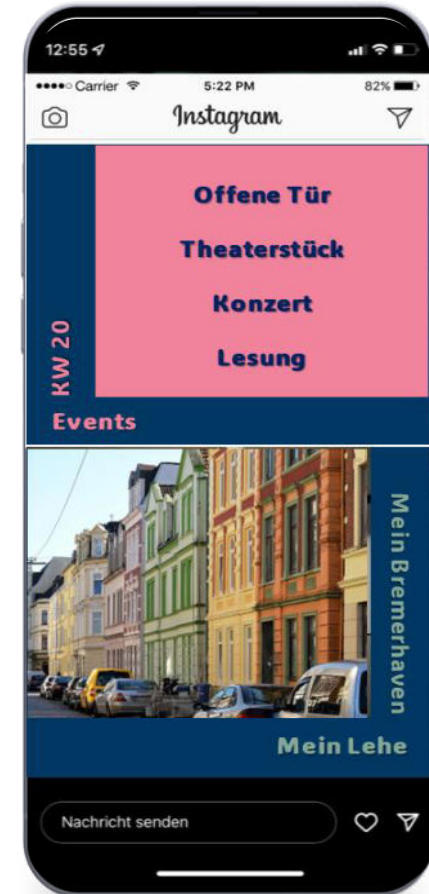
- **Info Posts** zu Inhalten der Themenbereiche (2x pro Woche): Am Monatsanfang, Montag zur Woche, Freitag zum Wochenende
- **Content Post** (2x pro Woche): Beiträge mit inhaltlichen Aussagen aus den verschiedenen Themenfeldern (Stadtgeschichte, Stadtteilleben Wirtschaft, Klima, Migration, Hafen, Fisch, ...)
- **Mein BHV-Post** (2x pro Woche): Stimmen aus der Bevölkerung zu besonderen Orten, Momenten und Rückmeldungen zur Veranstaltung
- **Meet the Curator** (2x pro Monat): Interview mit Ausstellungs- und Veranstaltungskurator:innen
- **Behind the Scenes** (2x pro Monat): Blick hinter die Kulissen der Veranstaltung
- Repost von Veranstaltungs-Posts in den Storys



5) Kommunikationsstrategie – Jubiläumswebsite Social Media 2027



- **Info Posts** zu Veranstaltungen (2x pro Woche): Am Monatsanfang, Montag zur Woche, Freitag zum Wochenende
- **Content Post** (2x pro Woche): Beiträge mit inhaltlichen Aussagen aus den verschiedenen Themenfeldern (Stadtgeschichte, Stadtteilleben Wirtschaft, Klima, Migration, Hafen, Fisch, ...)
- **Mein BHV-Post** (2x pro Woche): Stimmen aus der Bevölkerung zu besonderen Orten, Momenten und Rückmeldungen zur Veranstaltung
- **Opening Post** (anlassbezogen): zur Eröffnung von Veranstaltungen, Ausstellungen, Formaten
- **Closing Post** (anlassbezogen): zum Ende von Veranstaltung, Ausstellung, Format
- **Meet the Curator** (2x pro Monat): Interview mit Ausstellungs- und Veranstaltungskurator:innen
- **Behind the Scenes** (2x pro Monat): Blick hinter die Kulissen der Veranstaltung
- Repost von Veranstaltungs-Post in den Storys



Beispielhafte Social Media Präsenz 2027,
Quelle Adobe firefly

Inhalt

	Seite
01 Einführung	4
02 Gemeinsam zum Konzept	6
03 Strategischer Rahmen	9
• Vision • Leitlinien • Mission • Leitthemen	
04 Veranstaltungsarchitektur	15
• Themenstränge mit Event- und Innovationspool • Einbindung der Bevölkerung	
05 Kommunikationsstrategie	32
• B2B und B2C-Strategie • Zeitplan und Schwerpunktformate	
06 Umsetzungsmanagement	48
• Koordinations-/Netzwerkarbeit und Controlling/Evaluierung • Zeitplan und Meilensteine • Budgetplanung	
07 Fazit	60
08 Anlagen	62
• Ideenpool (Projektwebseite) • Ergebnisbericht Befragung Fachöffentlichkeit	

6) Umsetzungsmanagement



Mit der Verständigung auf die Vision, den Weg der Teilhabe und Zusammenarbeit, die Leitthemen, die Ziele sowie die Veranstaltungsarchitektur liegen die konzeptionellen Grundlagen zur Ausgestaltung für das Jubiläumsjahr 2027 vor. Nun gilt es, das vorliegende Grobkonzept weiter im Detail auszuarbeiten und gemeinsam mit Leben zu füllen. Hierzu muss mit den Akteuren ein klares und verbindliches Drehbuch für die Organisation des Event-Jahres vereinbart werden, um eine verlässliche Planung zu gewährleisten, ohne dabei auf die notwendige Flexibilität verzichten zu müssen.

Im Zuge der Erstellung des Grobkonzeptes wurden mit den Akteuren aus den einzelnen Bereichen bereits wesentliche Eckpunkte der organisatorischen Rahmenbedingungen besprochen und Ansätze für inhaltliche Themen in den jeweiligen Themensträngen festgehalten.

Wichtigste Punkte sind jetzt die übergreifende Information und Vernetzung der Akteure sowie die Beteiligung der Bürgerschaft Bremerhavens an der Planung für 2027. Diese Beteiligung ist übergreifend abzustimmen, muss aber individuell in den jeweiligen Netzwerken stattfinden.

Zahlreiche Akteure aus dem Tourismus- und Freizeitbereich, der Wirtschaft und Wissenschaft sowie der Kulturlandschaft und den Stadtquartieren haben bereits ihre Bereitschaft bekundet, auch über ihr aktuelles Engagement in ihren Netzwerken über gemeinsame Workshops und Befragungen in den nächsten Jahren aktiv an der Planung für 2027 mitwirken zu wollen.



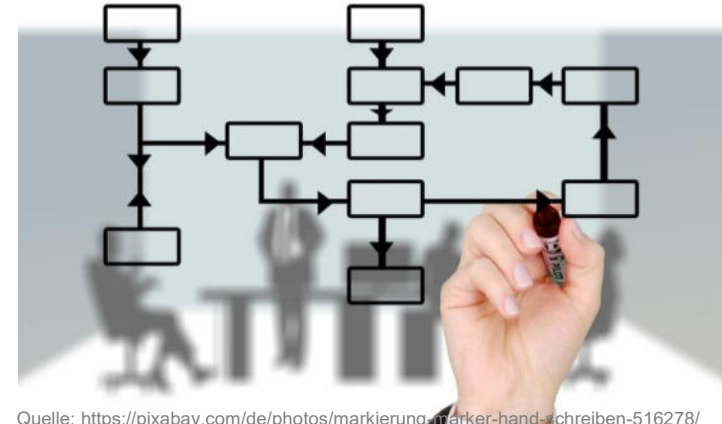
6) Koordinations- und Netzwerkarbeit - Organisationsform



Um die Zusammenarbeit, Vernetzung und Abstimmung der Akteure in den nächsten Monaten zu verstetigen und bis einschließlich 2027 eine den anstehenden Aufgaben angemessene Organisationsstruktur zu schaffen, sind verschiedene Ansätze denkbar. Wie Beispiele aus anderen Städten zeigen, welche ihre Stadtjubiläen vorbereitet haben, ist die Herangehensweise sehr unterschiedlich.

Vorausgeschickt sei, dass diese Aufgabe nicht nebenbei durch vor Ort bereits vorhandene Strukturen bewältigt werden kann. Des Weiteren ist feststellbar, dass häufig auf ehrenamtlich besetzte Arbeitsgruppen gesetzt wird, welche Ideen aus der Bürgerschaft bewerten, priorisieren und konkretisieren. Es zeigt sich, dass solche Arbeitsgruppen professionell geleitet und koordiniert werden müssen. Grundsätzlich kann in verschiedene Modelle unterschieden werden:

- Einrichtung eines **Projektbüros bei der Erlebnis Bremerhaven GmbH** mit entsprechender personeller Ausstattung
- **Auslagerung** der Aufgabe **an einen externen Dienstleister** mit entsprechenden Erfahrungen im Veranstaltungsmanagement.



Quelle: <https://pixabay.com/de/photos/markierung-marker-hand-schreiben-516278/>

6) Koordinations- und Netzwerkarbeit – Einrichtung Projektbüro bei EBG



Vor der Entscheidung über die bestmögliche und effizienteste Organisationsform steht die Betrachtung der zu leistenden Aufgaben und der vorhandenen Ressourcen. Zu den zentralen Aufgaben dieser Organisationseinheit werden nach Maßgabe des vorliegenden Grobkonzepts in erster Linie zählen:

- **Koordination der Gesamtdramaturgie** in Abstimmung mit den einzelnen AGs (Moderation der Arbeitsgruppen)
- **Moderation & Impulsgebung** der Arbeitsgruppen und des Kuratoriums / Zusammenführung von Ergebnissen aus den einzelnen Arbeitsgruppen
- **Information des Stadtmarketingbeirats** über jeweilige Sachstände
- **Ziel-/ Budgetverantwortung**, Ausarbeitung von Empfehlungen, Akquise Fördermittel, Erstellen von Förderrichtlinien und Bearbeitung von Förderanträgen im engen Zusammenspiel mit den städtischen Stellen
- **Marketingplanung/PR** (in Abstimmung mit Pressestelle der Stadt)

Unter Berücksichtigung dieses Aufgabenportfolios und der vor Ort etablierten Strukturen empfehlen wir die **Einrichtung eines Projektbüros bei der Erlebnis Bremerhaven GmbH (EBG)**. Für diese Lösung spricht, dass hier nicht nur auf vorhandene Kompetenzen zurückgegriffen wird, sondern auch langfristig über die leitende Koordination und Umsetzung von eigenen Events die Kompetenzen und die Wertschätzung der EBG ausgebaut werden. Diese Variante bietet die größten und nachhaltigsten Synergieeffekte für die Stadt. Zudem kann der bereits etablierte **Stadtmarketingbeirat** als beratendes Gremium in die Arbeit des Projektbüros eingebunden werden (min. 4x im Jahr). Das Projektbüro bei der EBG sollte spätestens Anfang 2025 die operative Arbeit aufnehmen und mit **drei zusätzlichen Vollzeitstellen** besetzt werden (1x Projektleitung/ 2x Koordination).



Quelle: <https://pixabay.com/de/photos/training-brainstorming-gesch%C3%A4ft-594091/>

6) Koordinations- und Netzwerkarbeit – Installation Arbeitsgruppen



Die anspruchsvolle Stelle der Leitung des Projektbüros erfordert eine adäquat qualifizierte Persönlichkeit, welche über sehr gute kommunikative Fähigkeiten und Erfahrungen im Veranstaltungsmanagement, in der Projektfinanzierung (Fördermittel, Sponsoring u.ä.) sowie in den Abläufen der Verwaltungsarbeit verfügt. Zentrale Aufgabe des Projektbüros ist somit die Steuerung des Prozesses und nicht die eigentliche Durchführung von Veranstaltungen. Hierzu gilt es andere, bestehende Einheiten zu aktivieren und z.T. auch Aufträge für einzelne Projekte nach außen zu vergeben.

Entscheidender Faktor für die erfolgreiche Planungsarbeit sind neben der Führung seitens der EBG das Engagement und die Kreativität der Akteure in den **fünf** zu bildenden **Arbeitsgruppen** (Kultur, Stadtteilkultur/Sport, Tourismus, Wirtschaft, Wissenschaft). Diese sollen mindestens quartalsweise zusammen-kommen und die Taktung in den Jahren 2025 / 2026 nach eigenem Ermessen erhöhen. Im Einzelnen werden den AGs folgende Aufgaben zukommen:

- **Ideenfindung/Definition von Projekten** und Highlights (z.B. aus Ideenfinder)
- **Projektbewertung /-Auswahl** (Check Vision / Ziele, Setzen von Prioritäten)
- **Identifizierung benötigter Partner, Kostenschätzung, Finanzierung**
- Aufzeigen von **Einbindungsmöglichkeiten der Bevölkerung**.

Die Besetzung der Arbeitsgruppen sollte offen gestaltet sein und somit auch interessierten Bürgern und Bürgerinnen die Mitarbeit an der Projektentwicklung ermöglichen. Denkbar ist auch, dass sich aus den einzelnen Arbeitsgruppen projektspezifische Teams bilden. Im Rahmen der Kommunikationspolitik ist auf die verschiedenen Mitwirkungsmöglichkeiten hinzuweisen.



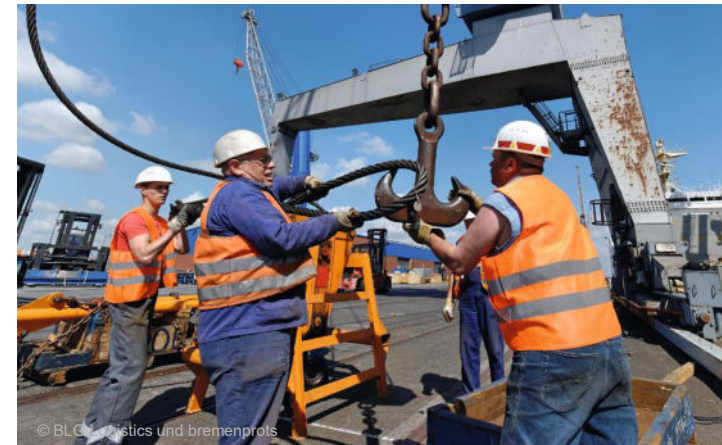
6) Koordinations- und Netzwerkarbeit - Kuratorium



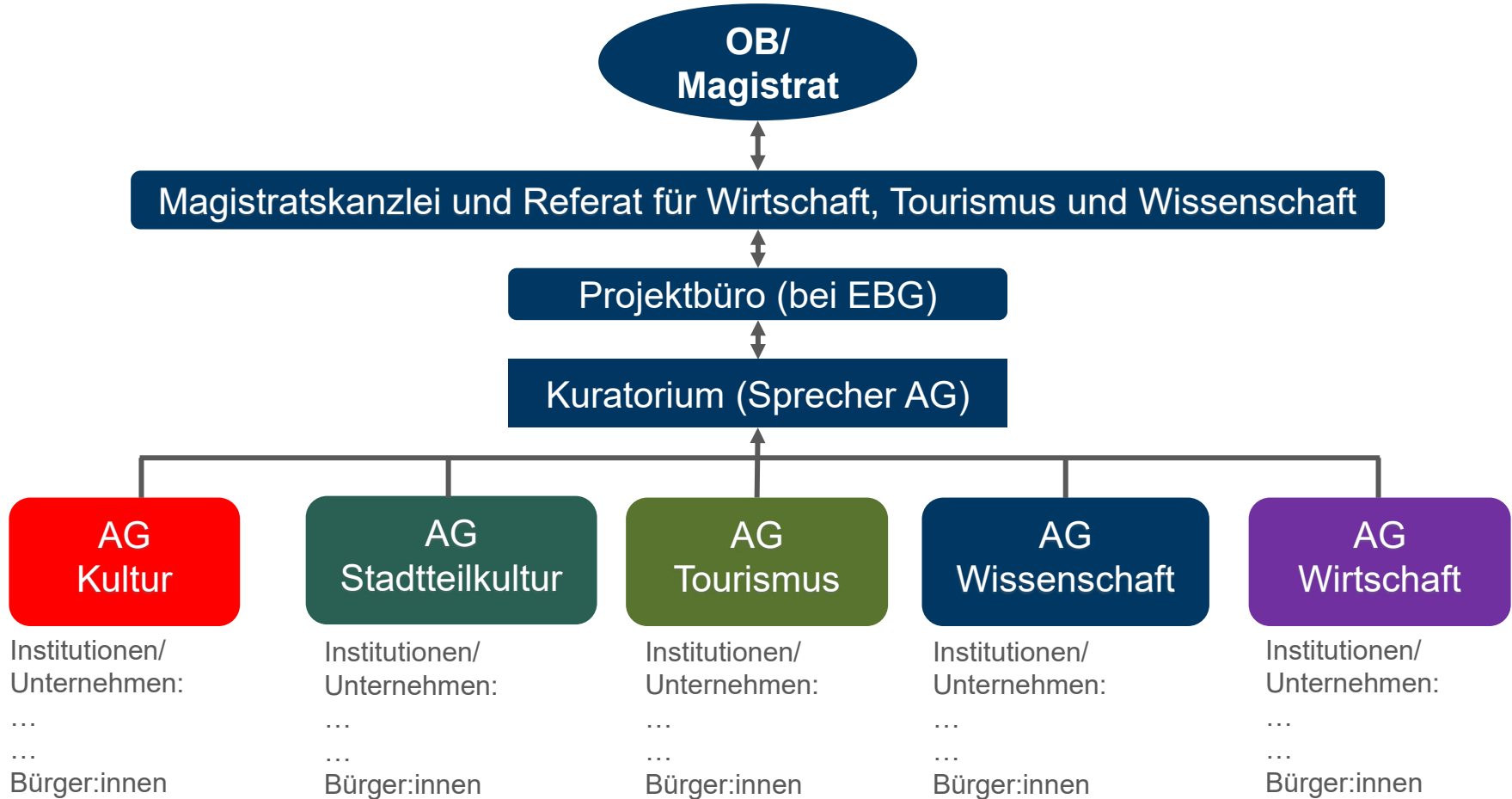
Um die Stärkung des Wir-Gefühls sowie einen transparenten **Austausch zwischen den Arbeitsgruppen und dem Projektbüro** zu gewährleisten, soll jede AG einen Sprecher und eine Stellvertretung bestimmen. Diese bilden das **Kuratorium**, welches in regelmäßigen Abständen mit der Leitung des Projektbüros zusammenkommt (4 x im Jahr), über die in den einzelnen AGs besprochenen Themen und Projekt(ideen) berät, die Vernetzung sicherstellt und das weitere Vorgehen festlegt. Das Kuratorium fungiert ebenso als Instanz für das Ziel- und Projektcontrolling sowie als Gremium, welches über die Bewilligung von Projektanträgen gemeinsam entscheidet. Im Einzelnen werden dem Kuratorium folgende Aufgaben zugeschrieben:

- **Prozessaustausch / Vernetzung der Akteure und Projekte**
- **AG-übergreifende Abstimmung** von Projekten
- **Projektaustausch zwischen Gruppenleitungen** mit Koordinationsstelle
- **Controlling** von AG-übergreifenden Projekten / Entwicklungsständen
- **Vorschläge zur Bewilligung von Projektanträgen** (Vorbereitung durch Leitung des Projektbüros, Prüfung auf Einhaltung der Förderrichtlinien)

Das Organigramm auf der Folgeseite zeigt die empfohlene Organisationsstruktur.



6) Organisationsschema Jubiläum 200 Jahre Bremerhaven



6) Zeitschiene & Meilensteine bis zum Jubiläumsjahr

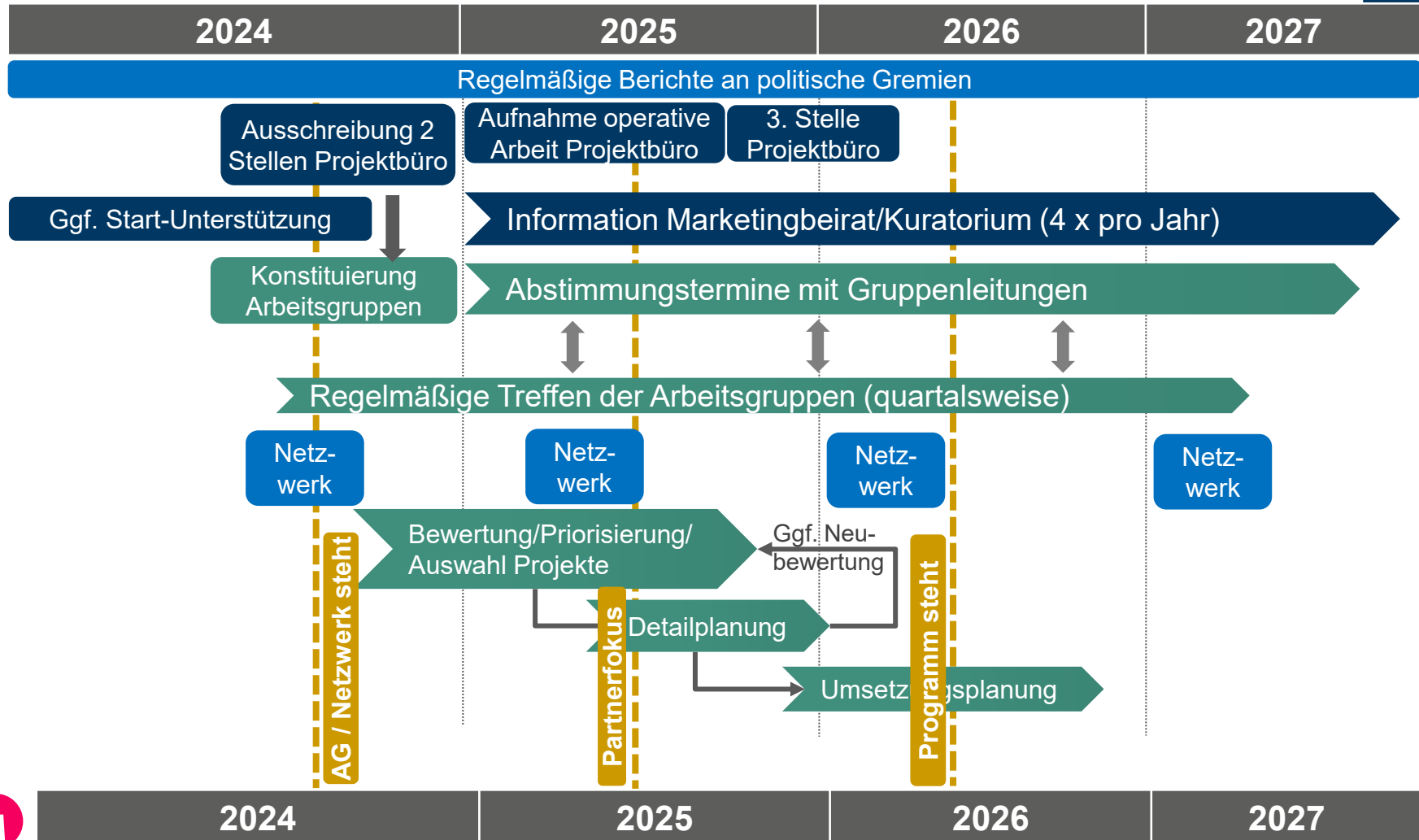


Auf Basis der Überlegungen des konzeptionellen Rahmens für das Jubiläumsjahr sowie der Voraussetzungen zur Umsetzung von Projekten, muss jetzt der **Zeitplan** für die einzelnen Umsetzungsschritte festgesetzt werden. Dabei ist die Festlegung von **Meilensteinen als Zwischenziele** wichtig für das Umsetzungsmanagement und Umsetzungscontrolling. Werden diese Zwischenziele nicht oder verspätet erreicht, stellt diese eine Gefährdung des Projekterfolges dar. Dem **Projektcontrolling** und dem Überwachen des Zeitplans kommt somit eine zentrale Bedeutung zu. Diese Aufgabe wird zu den wichtigsten Aufgaben des Projektbüros zählen. Daher ist der erste Meilenstein die Besetzung dieser Stelle mit einer geeigneten Person inkl. einer ersten Assistenz. Im Wesentlichen müssen folgende Meilensteine fokussiert werden:

- **3. Quartal 2024: Budgetierung & Ausschreibung Stellen Projektbüro**
- **Bis Ende 2024: Initiierung Themenkonzepte / Stränge im Netzwerk**, ggf. kommissarische Organisation der Netzwerkarbeit durch das Stadtmarketing der EBG oder externen Dienstleister. Für die Weiterführung der bisherigen Arbeiten kann eine "Checkliste/Handlungsleitfaden „Nächste Schritte" hilfreich sein.
- **Spätestens bis Mitte 2024:** Konstituierung der Arbeitsgruppen
- **Spätestens Anfang 2025:** Aufnahme operative Tätigkeit EBG-Projektbüro
- **Bis 2. Quartal 2025:** Sammlung, Bewertung und Auswahl von Projekten
- **Bis Ende 2025:** Detailplanung Projekte (inkl. Sicherstellung der Finanzierung), Ausschreibung / Besetzung 2 Projektkoordinationsstelle
- **Bis 2. Quartal 2026:** Hauptprogramm und Planung für 2027 stehen fest siehe detaillierte Zeitschiene (Chart nächste Seite).



6.2 Zeitschiene & Meilensteine bis zum Jubiläumsjahr



6) Umsetzungsmanagement - Budgetrahmen



Eine gute Vorbereitung und Planung eines solch prägenden Jubiläumsjahres **benötigt eine entsprechende Finanzplanung**. Seitens der Stadt und vom Land Bremen muss ein **dem Anlass auskömmliches Budget für die Vorbereitung und Durchführung des Jubiläumsjahres bereitgestellt** werden, um entsprechende Anreize und Impulse setzen sowie eigene Veranstaltungen umsetzen zu können.

Mit diesem Budget sind die Kosten der Veranstaltungen, die im Vorfeld und in 2027 selbst zu den ohnehin jährlich stattfindenden Events hinzukommen, abzudecken (nach Abzug etwaiger Einnahmen aus Sponsoring oder Fördermitteln). Hierbei ist zu unterscheiden zwischen

- Personalkosten Projektbüro
- Sachkosten (Büro-/Materialkosten) und Beteiligungskosten / Netzwerkarbeit
- Projektkosten zur Umsetzung/Förderung von Projekten im Jubiläumsjahr
- Marketingkosten (Print, Online-Media, Merchandising, Kampagnen etc.) und Öffentlichkeitsarbeit (in Abstimmung mit der Pressestelle der Stadt)
- Fremdleistungen (Konzeptions- / Beratungsleistungen externer Dienstleister) ggf. auch Interimsmanagement bis Besetzung der Stellen Projektbüro.

In Anlehnung an die Budgets anderer Städte im Hinblick auf ihre Stadtjubiläen wird ein Vergleichswert von 20,- EUR je Einwohner herangezogen. Für das Stadtjubiläum Bremerhaven entspräche dies einem Gesamtbudget von rund 2 Mio. EUR an städtischen Mitteln (ohne Personalkosten Projektbüro). Eine erste grobe Budgetplanung für die Jahre 2024 bis 2027 ist der nachfolgenden Übersicht zu entnehmen.



6) Umsetzungsmanagement - Budgetrahmen



Jahr/ Kostenstelle	2024	2025	2026	2027	Summe EUR	Anteil in %
Personalkosten		150.000	215.000	215.000	580.000	22,5%
davon:						
- Leitung Projektbüro in EBG		85.000	85.000	85.000	255.000	9,9%
- Assistenz Projektbüro		65.000	130.000	130.000	325.000	12,6%
Sachkosten	30.000	45.000	45.000	45.000	165.000	6,4%
Fremdleistungen	50.000	45.000	35.000	25.000	155.000	6,0%
Marketing	50.000	50.000	100.000	150.000	350.000	13,6%
Projektkosten		30.000	100.000	1.200.000	1.330.000	51,6%
Summe EUR	130.000	320.000	495.000	1.635.000	2.580.000	100,0%

6) Umsetzungsmanagement - Budgetrahmen



Für die Besetzung des Projektbüros mit einer Projektleitung und zwei Koordinationsstellen wird für 2025 mit einem Budget von ca. 150.000,- €, ab 2026 mit 215.000,- € p.a. kalkuliert (Personalkosten inkl. Arbeitgeberanteile). Im Rahmen der Konzeptausarbeitung hat zudem eine Gegenüberstellung einer externen Ausschreibung der Projektkoordination sowie die Einrichtung einer eigenständigen Organisationseinheit stattgefunden. Hieraus hat sich ergeben, dass die Umsetzung seitens der EBG die inhaltliche nachhaltigste und günstigste, da effektivste Umsetzung des Projektbüros darstellt.

In der Position Projektkosten sind überwiegend die Kosten für die Umsetzung von Projekten abgebildet, welche in den Arbeitsgruppen entwickelt werden. Es wird empfohlen, einen Teil dieses Budgets (20% - 25%) als freien Projektetat einzukalkulieren. Dieser ist für eingereichte Projektanträge aus der Bürgerschaft (Vereine, Initiativen) für verschiedene Bereiche (Kultur, Sport, Soziales etc.) zur Verfügung vorzusehen. Mögliche Fördermittel und Einnahmen, z. B. durch Verkäufe (Merchandising) oder Sponsoring, sind hier nicht berücksichtigt. Eigenbeteiligungen der Partner und städtischen Ressorts durch die Eingliederung z.B. von bestehenden Events sind zudem erforderlich, um das ganze Jahr zu einem Highlight werden zu lassen. Eine detailliertere Planung der erforderlichen Finanzmittel für die Vorbereitungs- und Durchführungsphase des Jubiläums 200 Jahre Bremerhaven kann erst im Rahmen der Konkretisierung und Kalkulation von Projekten erfolgen und ist fortlaufend anzupassen. Die hier dargestellten Mittelansätze sind als Richtwerte zu verstehen, die sich an den Ausgaben anderer Städte für ihre Stadtjubiläen orientieren.



Quelle: <https://pixabay.com>



© PROJECT M

Inhalt

	Seite
01 Einführung	4
02 Gemeinsam zum Konzept	6
03 Strategischer Rahmen	9
• Vision • Leitlinien • Mission • Leitthemen	
04 Veranstaltungsarchitektur	15
• Themenstränge mit Event- und Innovationspool • Einbindung der Bevölkerung	
05 Kommunikationsstrategie	32
• B2B und B2C-Strategie • Zeitplan und Schwerpunktformate	
06 Umsetzungsmanagement	48
• Koordinations-/Netzwerkarbeit und Controlling/Evaluierung • Zeitplan und Meilensteine • Budgetplanung	
07 Fazit	60
08 Anlagen	62
• Ideenpool (Projektwebseite) • Ergebnisbericht Befragung Fachöffentlichkeit	

Fazit: #Teilhabe. Gemeinsam planen und gestalten!



Das 200 Jahre Jubiläum der Seestadt Bremerhaven soll das ganze Jahr über gebührend gefeiert werden und ein Fest von, mit und für alle Bürgerinnen und Bürger Bremerhavens werden. Das Jubiläumsjahr soll aber nicht nur eine Feier sein, es soll vielmehr auch ein Impuls sein für ein neues WIR-Gefühl der Stadt und der Stadtgesellschaft. Bereits auf dem Weg zum Stadtjubiläum 2027 haben die Partizipation, die Aktivierung der Menschen und die Gestaltung von gemeinsamen Perspektiven für Bremerhaven daher eine große Bedeutung.

Unter diesen Prämissen wurde das vorliegende Grobkonzept in einem mehrstufigen Prozess und unter Beteiligung zahlreicher Akteure aus verschiedenen Bereichen entwickelt. Kernpunkt der zentralen Botschaft für das Jubiläumsjahr ist das WIR-Gefühl als Basis für mehr Lebensqualität, welche durch eine umfassende Teilhabe, Aktivierung und Zusammenarbeit erzielt wird. Daraus folgend wurde das innengerichtete Leitthema „Die Reise zum Wir“, zur eigenen Identität der Stadt vereinbart. An dieses Leitthema knüpfen die verschiedenen Themenstränge der Bereiche Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur, Tourismus & Freizeit und Stadtteile an und übersetzen dieses in die Stadtperspektive des heutigen und zukünftigen Bremerhavens. Für die zielgerichtete Umsetzung wird die Einrichtung eines Projektbüros bei der EBG vorgeschlagen.

Orientiert an den Leitziele und eingebettet in eine Veranstaltungsarchitektur sind unter den empfohlenen organisatorischen wie finanziellen Rahmenbedingungen bereits vorliegende Ansätze zu bewerten und zu konkretisieren, neue hieran angelehnte Projektideen zu generieren und mit flankierenden Kommunikationsmaßnahmen in die Umsetzung zu führen.

VISION Stadtjubiläum BHV 2027

„Das **WIR** stärken, als
Basis für mehr
Lebensqualität“



Inhalt

01	Einführung	4
02	Gemeinsam zum Konzept	6
03	Strategischer Rahmen	9
	• Vision • Leitlinien • Mission • Leitthemen	
04	Veranstaltungsarchitektur	15
	• Themenstränge mit Event- und Innovationspool • Einbindung der Bevölkerung	
05	Kommunikationsstrategie	32
	• B2B und B2C-Strategie • Zeitplan und Schwerpunktformate	
06	Umsetzungsmanagement	48
	• Koordinations-/Netzwerkarbeit und Controlling/Evaluierung • Zeitplan und Meilensteine • Budgetplanung	
07	Fazit	60
08	Anlagen	62
	• Ideenpool (Projektwebseite) • Ergebnisbericht Befragung Fachöffentlichkeit	

Seite

4

6

9

15

32

48

60

62



BREMERHAVEN
MEER ERLEBEN!

Stadtjubiläum 2027 200 Jahre Seestadt Bremerhaven

Grobkonzept

Anlage 1: Projektideen aus den
Beteiligungsverfahren

PROJECT^M

Projektideen aus den Beteiligungsverfahren



 **Orte/Ideen nach Kategorien**

Begegnungen & Stadtteilkultur (11)

Freizeit, Spiel & Sport (15)

Geschichte (8)

Hafen & Hafenerlebnis (9)

Kulinarik & Fisch (5)

Kunst & Kultur (8)

Musik & Nachtleben (22)

Natur & Naturerlebnis (3)

Wissenschaft & Wissenserlebnis (1)

Wirtschaft (4)

 **Zähler**

86 Orte/Ideen

8 Kommentare



Jubiläumskonzept 2027: 200 Jahre Seestadt Bremerhaven

Vision, Botschaft, Schwerpunkte

7. Wenn Sie nach 2027 auf das Jubiläumsjahr zurückblicken werden, welche Botschaft(en) müsste die Stadt Bremerhaven mit ihren Veranstaltungen und Projekten weit über ihre Stadtgrenzen hinaus (national, international) vermittelt haben? Bitte vervollständigen den Satz

„Bremerhaven hat mit seinem Stadtjubiläum

Befragung Fachöffentlichkeit

Dialoggespräche

Projektideen aus dem Beteiligungsverfahren: Wissenschaft & Bildung



Umfrage Fachöffentlichkeit	Website
Maritimer Bildungscampus, (junge) Menschen für die Wechselwirkung zwischen Meer, Klimawandel, Energiewende und maritimen Berufen begeistern, maritime Wurzeln der Stadt in die Zukunft denken	Szenische Darstellung stadthistorischer Ereignisse (sorgfältig recherchiert anhand historischer Dokumente) an ihren Originalschauplätzen.
großes Ausstellungsprojekt zum Thema Umweltmigration vom/im Deutschen Auswandererhaus, Deutschen Schifffahrtsmuseum und Klimahaus in Kooperation mit AWI.	Organisation von Workshops und Vorträgen mit Historikern und Experten über die Entwicklung der Stadt, ihre bedeutendsten Momente und ihre kulturellen Einflüsse
Geschichtswerkstätten in den Stadtteilen mit Bürgerbeteiligung zu den Themen „Hafenstadt“, „Musikstadt“, „Fischtown“	Historisches Museum Ausstellung mit 200 Jahren Bremerhaven
Wissen to go: Stadtspaziergänge zu den Wissenschaftseinrichtungen mit Guide oder Karten.	Dialoggespräche / Lenkungsgruppe
Schaffung des Hauses der kulturellen Bildung	Blockbuster-Ausstellung in allen Museen der Stadt
Eröffnung „innovativste Bibliothek Deutschlands“ mitten in der Stadt	Wissenschaft ohne eigene Ausstellungsmöglichkeiten präsentieren sich in den Museen/Häusern
	Tag der Forschung
	Citizen Science

Projektideen aus dem Beteiligungsverfahren: Wirtschaft & Handel



Umfrage Fachöffentlichkeit	Website (Auswahl)
Fair übers Meer - Arbeitsbedingungen auf See (https://fairuebersmeer.de)	Tage der offenen Türen bei Bremerhavener Unternehmen
Drei Container. 1. Hafen und Wirtschaft. Eine Ausstellung von Bremen Ports und BLG mit MTB zusammen (2. Wissenschaft, 3. Offene Türen)	Erweiterung des Schichtwechsels: Arbeitsplatztausch von Menschen mit Behinderungen mit Menschen auf dem ersten Arbeitsmarkt.
Internationales Festival zur digitalen Transformation als mögliche Weiterentwicklung des Neues Festival	
Dialoggespräche / Lenkungsgruppe	
Sonderveranstaltung Schaufenster Fischereihafen	
BP: Blue Port	
Unternehmen Symposium TED Talk	

Projektideen aus dem Beteiligungsverfahren: „Etablierte Kultur“



Umfrage Fachöffentlichkeit	Website
Projekt Stadtlexikon (laufendes Projekt)	Inklusives Kulturfestival
Aktualisierung Dauerausstellung Historisches Museum	Portraits von Menschen, die die Stadt maßgeblich entwickelt haben
Großes Ausstellungsprojekt zum Thema Umweltmigration vom/im Deutschen Auswandererhaus, Deutschen Schifffahrtsmuseum und Klimahaus. in Kooperation mit AWI.	Stadttheater Bremerhaven – Wiederaufnahme des Jubiläumsstücks der Niederdeutschen Bühne Waterkant Bremerhaven e.V. „De letzte Kroog vör Helgoland oder De Bratfisch-Revue“
Tagung der Historischen Kommission für Niedersachsen und Bremen in Bremerhaven im Historischen Museum, im DSM und im DAH (Juni/Juli 2027) - beschlossen	Theatrale, geführte Stadtteilrundgänge durch jeden Stadtteil Bremerhavens
Dialoggespräche / Lenkungsgruppe	Einrichtung von Ausstellungen in Museen, Galerien oder öffentlichen Gebäuden
Zugang zu Orten / Bereichen in denen Themen bespielt, erforscht werden können	Schifffahrtsmuseum 2.0 (wieder zentrale Touristenattraktion)
App / digitale Anwendungen als Beteiligungsinstrument	
Vortagsreise Stadtgeschichte	
Schülerstadtatlas, Möglichkeit zur frühen Identifikation schaffen, Schiffe bauen, Auseinandersetzung der Schüler:innen mit der Stadt	
Zeitzeugen an Originalschauplätzen	
Genre-Tausch (z.B. Balett im Pferdestall)	

Projektideen aus dem Beteiligungsverfahren: Tourismus & Freizeit



Umfrage Fachöffentlichkeit	Website
Internationale Sportveranstaltungen	Interaktiver Stadtrundgang
Talk mit Persönlichkeiten aus BHV oder mit Bezug zu BHV	Oldtimerkorso durch Bremerhaven
Filmfestival in unterschiedlichen Spielstätten	Outdoor Rave am Deich
Fisch vom Feinsten - Deutschlandweit strahlende Veranstaltung mit Spitzenköchen zum Thema Ernährung	Konzerte mit Künstlern aus Bremerhaven (Alligatoah, Yokai) und internationalen Größen (z.B. Jan Delay, Scorpions)
Kreuzfahrttage (in Kooperation mit Reedereien)	Outdoor Eishockey Spiel
großes Open-Air-Konzert, Open-Air-Party,	Mitmach-Konzert für Kinder
Maritimes Gesamt-Erlebnis (z. B. Nacht der Museen, Schiffe, Hafenanlagen)	Rekorde: Größte Kuchentafel Deutschlands, 200 Meter langes Fischbrötchen am Deich, Domino-Weltrekord
Ungewöhnliche Veranstaltungskonstellationen an spannenden Orten (Wirtschaft/ Kultur/ Historie)	Open Air Events am Fischereihafen
Großer öffentlicher Zapfenstreich	Neues Graffiti am Hauptbahnhof
Dialoggespräche / Lenkungsgruppe	200 X 200 – Inklusiver Bremerhavener Jubiläums-Stadtmarathon
Wissensvermittlung insb. mit Fokus auf die Geschichte der Stadt, aber auch auf die Menschen / Experimentierstadt	
Promi-Kochen; Mythbusters „Umwelt-/CO2-Bilanzen“; Tretbootfahren, Opti-Segeln, Paddeln, Wettrennen im alten/neuen Hafen; Hafenbühne / Wencke-Dock / Lloyd-Dock für Events; Jubiläumsfischbrötchen/Fischdöner; Jubiläumsbier und -burger	

Projektideen aus dem Beteiligungsverfahren: Stadtteilkultur



Umfrage Fachöffentlichkeit	Website
Nachhaltige Stadt-Verschönerungs-Aktionen	Schnitzeljagd and besonderen historischen Orten
Aktion zusammen mit allen Bürger:innen - z.B. zum Thema Begrünung, Aufräumen/Sauberkeit, soziales Miteinander, interkulturelle Begegnung, Willkommenskultur	Einrichtung einer „Zukunftsarena“, in der junge Menschen Ideen und Projekte für die zukünftige Entwicklung Bremerhavens präsentieren können
Kostenloser ÖPNV zu allen Veranstaltungen	Nachbarschaftsfeste für alle
Innenstadtentwicklung/Verbindung Innenstadt mit Havenwelten	Stillcafé / Elterncafé / Queeres Café
Inklusive Projekte	Foodcourt: Essenshalle wie Markthalle 8 in Bremen
Stadtentwicklung - Aktionen gegen den Verfall historischer Bausubstanz	Stadtteilstefte wie früher - z. B. Heidjerfest, Wulsdorf Schützenfest, Surheider Ortsgemeinschaftsfest
Solidaritätstafeln (große Tafeln mit kostenlosem Essen)	Ausrichtung Bürgerfest zum Tag der Deutschen Einheit
Angebot/Geschenk für alle Bewohner:innen, so dass an alle gedacht und niemand vergessen/benachteiligt wird.	Dialoggespräche / Lenkungsgruppe
Stadtaktionen durch Leinwände/ Public Viewing in die Stadtteile transportieren, für niederschwellige Teilhabe	Identifikationsorte in den Quartieren schaffen, ausgestalten, herrichten mit der Beteiligung der Bevölkerung
Monatliche Verlosung von Fahrrädern, Pedelec und E-Scooter	Echte Geschichte erlebbar machen -> Zeitzeugen
Konferenz für Akteure im Bereich Nachhaltigkeit/lebenswerte Stadtquartiere	Stadtteilkonferenzen, Regionalforum Unterweser
	Events in Stadtteilen



BREMERHAVEN
MEER ERLEBEN!

Stadtjubiläum 2027 200 Jahre Seestadt Bremerhaven

Grobkonzept

**Anlage 2: Ergebnisbericht der Online-
Befragung der Fachöffentlichkeit**

02. August bis 20. August 2023

PROJECT ^M



Zentrale Ergebnisse der Befragung – Executive Summary (1)

- Dem 200jährigen Stadtjubiläum wird von über 90 Prozent der 55 Befragten aus den Bereichen Tourismus, Wirtschaft, Handel, Kultur, Stadtquartiere, Politik, Verwaltung, Wissenschaft und Bildung eine große bis sehr große Bedeutung beigemessen.
- Innerhalb der einzelnen Branchen zeigen sich leichte Unterschiede: So sind insbesondere Befragte aus dem Tourismus, der Kultur sowie den Stadtquartieren der Meinung, dass das Stadtjubiläum eine große Bedeutung für Ihre Branche haben wird.
- Positive Effekte werden auch über das eigentliche Stadtjubiläum hinaus gesehen. Fast zwei Drittel erwarten auch nach 2027 noch weitere positive Effekte. Die Beispiele reichen hierbei von der Entwicklung einer Identität der Stadt über nachhaltige Wirkungseffekte auf die Gäste bis hin zu einer Steigerung der nationalen Bekanntheit.
- Als Botschaft sollte Bremerhaven über das Jubiläumjahr hinaus idealerweise vermittelt haben, dass
 - „die Attraktivität als Stadt am Wasser gefestigt und sichtbarer gemacht wurde“,
 - „die Verantwortung aller für ein gutes Zusammenleben in der Stadt gestärkt wurde“,
 - „der Underdog-Status verloren und eine stolze eigene Identität entwickelt wurde“.
- Das Stadtjubiläum sollte insbesondere für Werte wie Weltoffenheit, Nachhaltigkeit und Innovationen stehen. Zugleich sollte sich die Stadt als zukunftsorientiert, modern und authentisch präsentieren.

Zentrale Ergebnisse der Befragung – Executive Summary (2)



- Als Themen für das Jubiläumsjahr eignen sich insbesondere die Stadtgeschichte (Fischereihafen, Seefahrt, Stadt-/Stadtteilentwicklung) sowie der Bezug zur Wissensstadt. Außerdem sollte das Thema Klimawandel herausgestellt werden.
- Vorschläge für Schlüsselprojekte reichen von Straßenfesten und Open-Air-Konzerten über Geschichtswerkstätten in den Stadtteilen mit Bürgerbeteiligung bis hin zur Schaffung eines maritimen Gesamt-Erlebnisses (z.B. Nacht der Museen, Schiffe, Hafenanlagen)
- In Planung befindliche Projekte kennen aktuell nur ein Viertel der Befragten. Mit Abstand am häufigsten wird hierbei das Stadtlexikon genannt.
- Eine Einbindung der Bevölkerung sollte in erster Linie durch Ideenwerkstätten und die Bildung von Arbeitskreisen zu den Planungen rund um das Jubiläumsjahr stattfinden.
- Etwa die Hälfte möchte sich in der Planungsphase engagieren und ein Drittel der befragten Institutionen/Unternehmen ist bereits in der Planung/Durchführung von Projekten/Veranstaltungen, die auf 2027 hinführen.
- Für eine flächendeckenderes Engagement müssten die Planungen zum Jubiläumsjahr konkretisiert werden und es müssen Ressourcen vorhanden sein sowie die Inhalte thematisch und zeitlich passen.
- Während sich knapp drei Viertel der Befragten vorstellen können, sich mit mindestens einem Programmpunkt am Jubiläumsjahr beteiligen, ist der Anteil derer, die sich vorstellen könnten, sich als Sponsor zu engagieren, noch vergleichsweise gering.

Insgesamt beteiligten sich 55 Personen an der Online-Befragung zum Jubiläumskonzept 2027: 200 Jahre Seestadt Bremerhaven.



Methode: schriftliche Online-Befragung



Befragte:

Mitarbeitende und Unternehmen aus den Bereichen Tourismus, Wirtschaft, Handel, Kultur, Stadtquartiere, Politik, Verwaltung, Wissenschaft und Bildung



Laufzeit: 02. August bis 20. August 2023



Vertrieb: direkte Ansprache per Mailing über

- Magistratskanzlei
- Referat für Wirtschaft, Tourismus & Wissenschaft



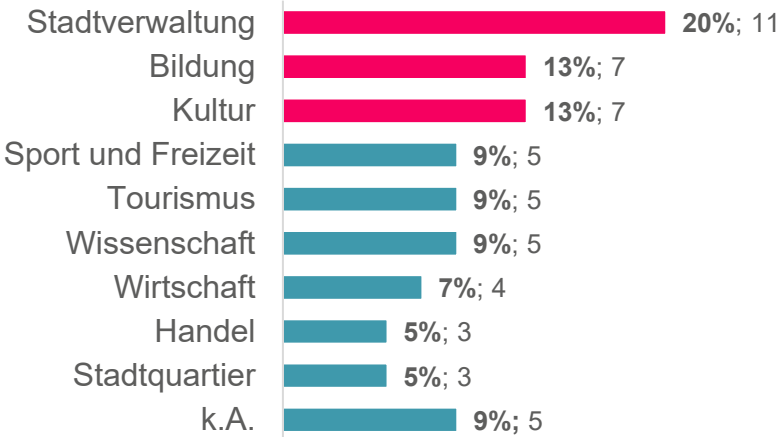
Themenschwerpunkte der Befragung:

- Bedeutung des Stadtjubiläums
- Themen für das Stadtjubiläum
- Ideen für Schlüssel- und Leuchtturmprojekte
- Einbindung der Bevölkerung
- Engagement in der Planungsphase



Jubiläumskonzept 2027: 200 Jahre Seestadt Bremerhaven

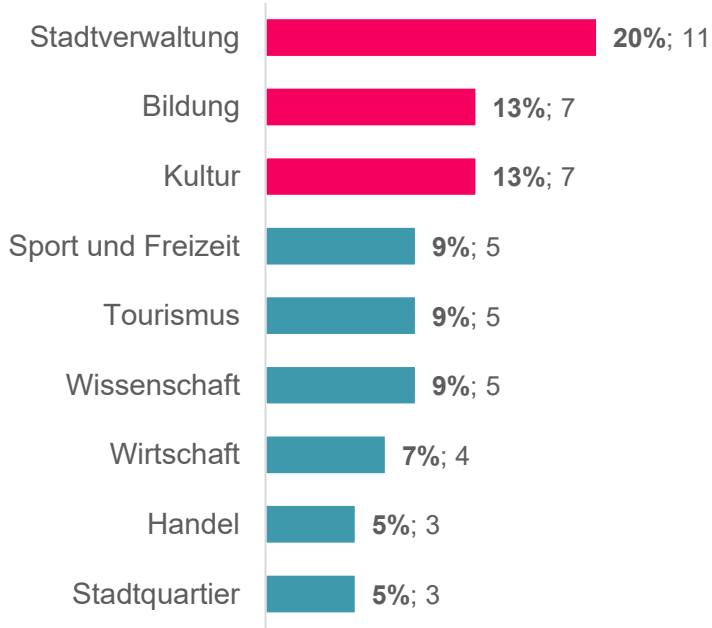
Herzlich willkommen! Danke, dass Sie an unserer Online-Befragung zum Jubiläumskonzept 200 Jahre Bremerhaven teilnehmen!



Die meisten Befragten sind in der Stadtverwaltung und Kultur- oder Bildungseinrichtungen tätig, über die Hälfte in leitender Funktion, als Geschäftsführer oder Inhaber, tätig.

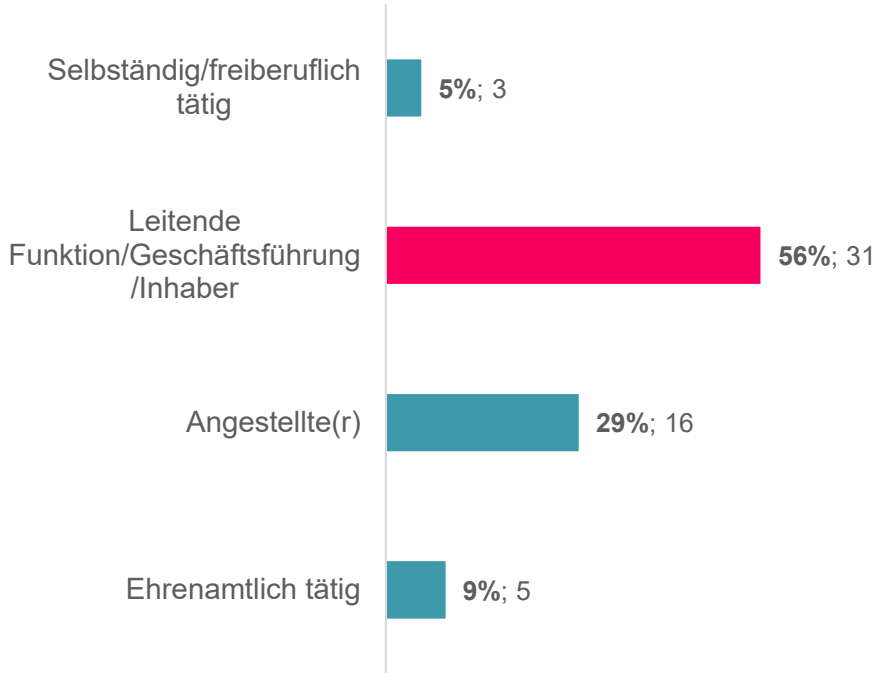


Tätigkeitsbereich



Frage: Welchem Bereich ordnen Sie Ihre Tätigkeit schwerpunktmäßig zu?
Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=50); Absolute Zahlen = Anzahl Befragte

Position der Befragten

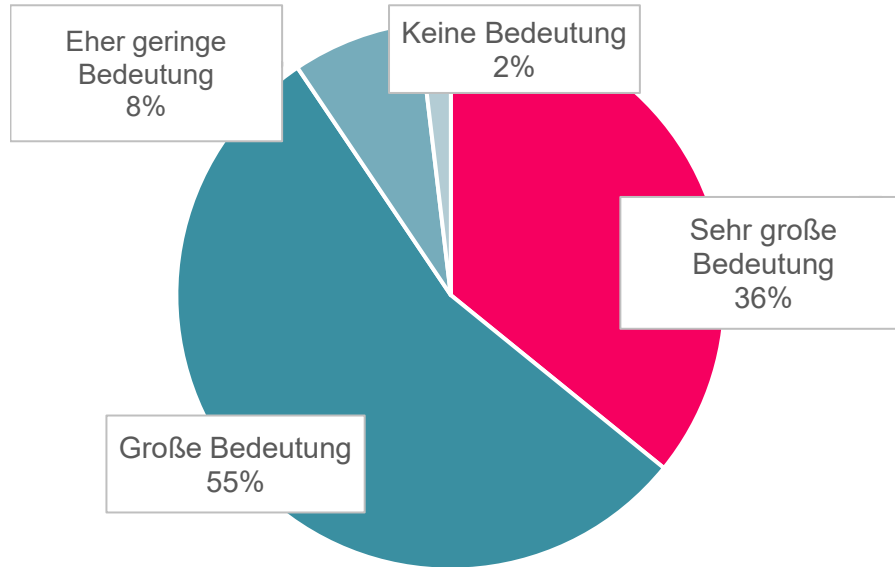


Frage: In welcher Position sind Sie tätig?
Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=55); Absolute Zahlen = Anzahl Befragte

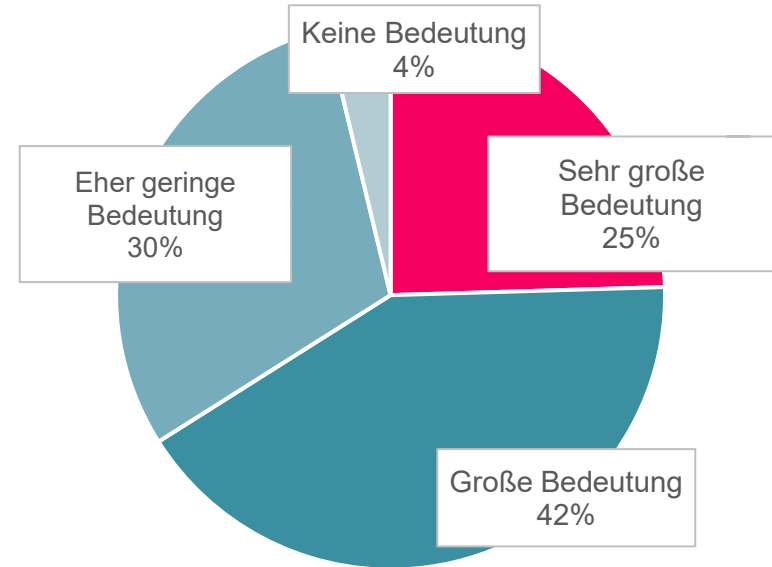
Die allgemeine Bedeutung des Jubiläumsjahres wird etwas höher eingeschätzt als die Bedeutung für die eigene Branche.



Bedeutung des Stadtjubiläums - allgemein



Bedeutung des Stadtjubiläums - Branche



Frage: Welche Bedeutung messen Sie dem 200 Jahre Stadtjubiläum für Bremerhaven generell bei?

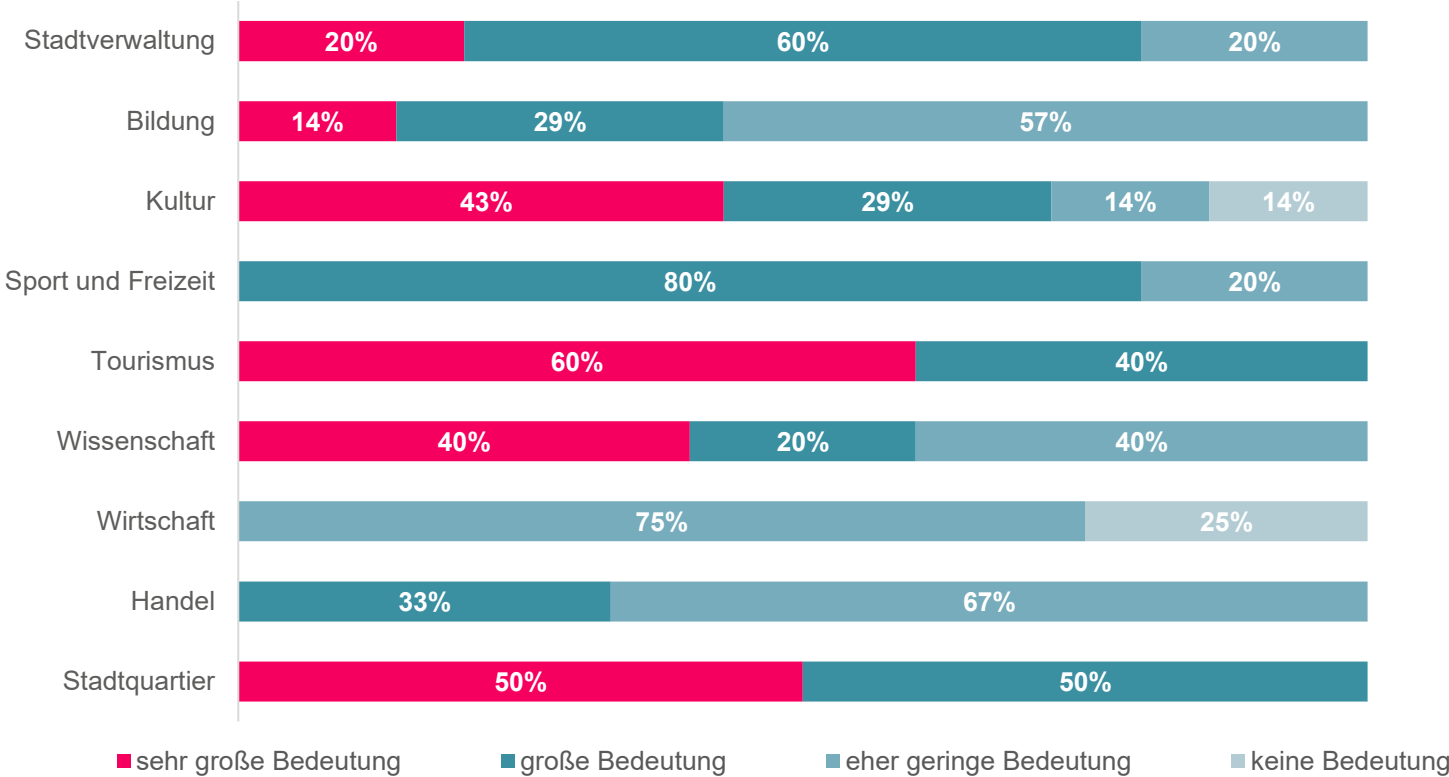
Frage: Welche Bedeutung messen Sie dem 200 Jahre Stadtjubiläum für Ihre Branche generell bei?

Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=53 / n=53)

Befragte aus dem Tourismus, der Kultur sowie den Stadtquartieren messen dem Stadtjubiläum die größte Bedeutung für Ihre Branche bei.



Bedeutung des Stadtjubiläums - Branche

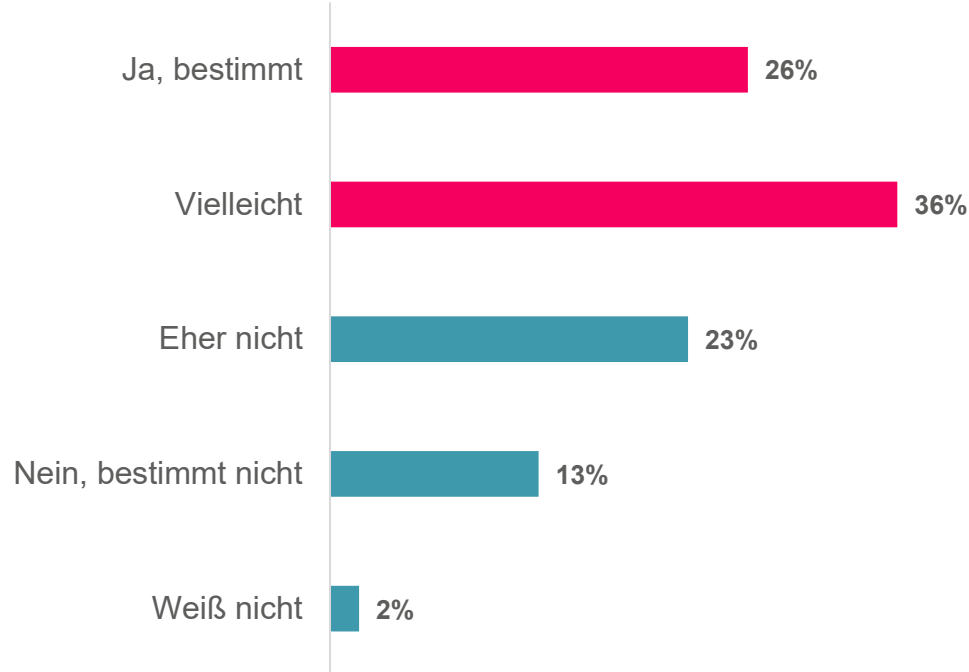


Frage: Welche Bedeutung messen Sie dem 200 Jahre Stadtjubiläum für Ihre Branche generell bei?
Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=53); Sortiert nach Anzahl Teilnehmender je Branche
Grobkonzept | 200 Jahre Bremerhaven | © PROJECT M 2024

Fast zwei Drittel der Befragten erwartet über das Jahr 2027 hinaus durch das Stadtjubiläum zumindest vielleicht weitere positive Effekte.



Effekte für die Branche



Frage: Denken Sie, dass sich die Effekte für Ihre Branche auch über 2027 hinaus positiv bemerkbar machen werden?

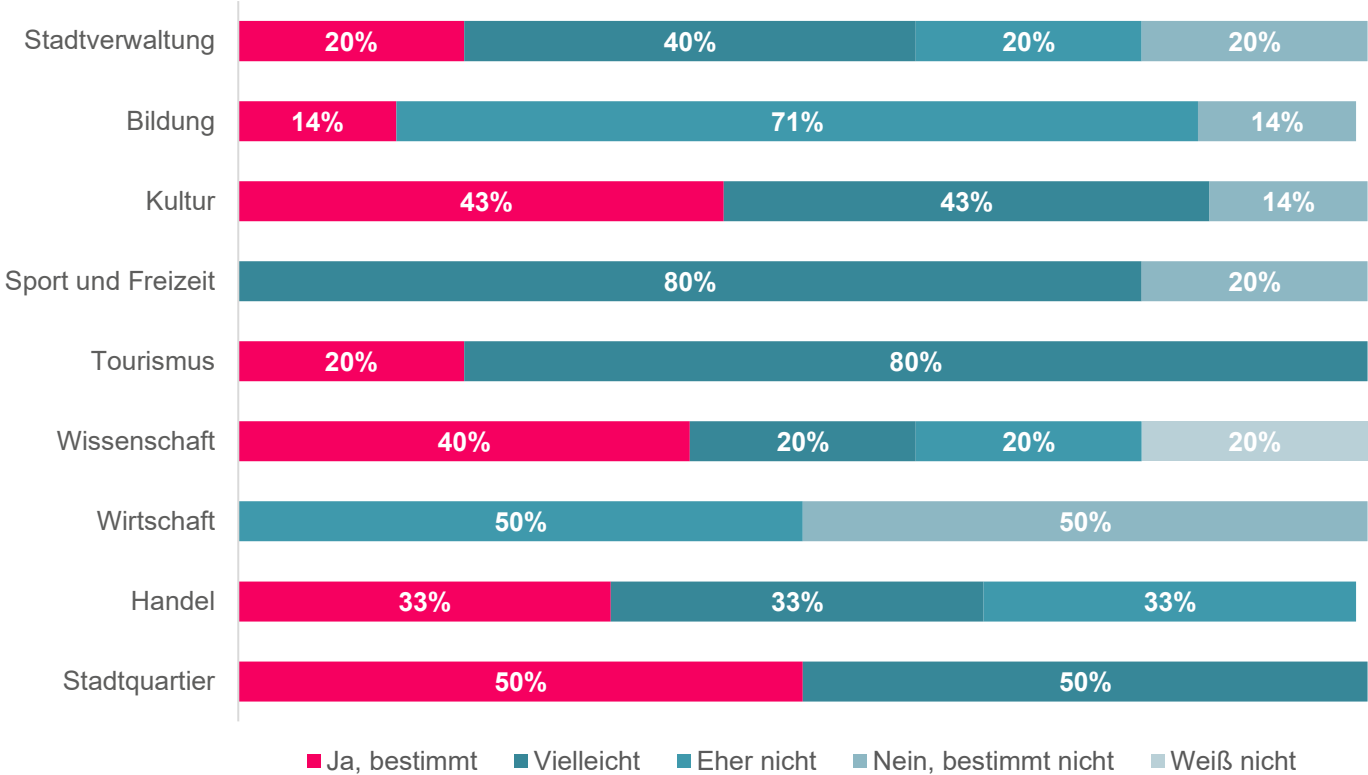
Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=53)

Grobkonzept | 200 Jahre Bremerhaven | © PROJECT M 2024

Befragte Stadtquartiere, aus der Kultur sowie aus der Wissenschaft erwarten für ihre Branche am ehesten positive Effekte über 2027 hinaus.



Effekte für die Branche



Frage: Denken Sie, dass sich die Effekte für Ihre Branche auch über 2027 hinaus positiv bemerkbar machen werden?
Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=53); Sortiert nach Anzahl Teilnehmender je Branche
Grobkonzept | 200 Jahre Bremerhaven | © PROJECT M 2024

Die Begründung der Antworten zur Frage nach den Effekten des Stadtjubiläums fallen unterschiedlich aus.



Begründung

Stadtjubiläen sind zum Großteil Ereignisse, die für die Einwohner selbst wichtig sind.
Eine über die Grenzen wirkende Strahlkraft ist nur ein geringer Teil davon.

Wenn durch das Jubiläum Projekte entstehen, die länger wirken und die Vorbereitungen, Marketingmaßnahmen sich positiv auf das Image auswirken, kann es positive Effekte geben.

Ein einmaliges Event hat für die mittel und langfristige wirtschaftliche Entwicklung keine Auswirkungen

Geburtstagfeiern ist identitätsstiftend. Das gilt auch für Stadtidentität und das Selbstbewusstsein der Bremerhavener:innen

Wenn man es schafft mit dem Jubiläum Bremerhaven positiv nationaler bekannter zu machen, wird es sich auch über 2027 positiv bemerkbar machen.

Wenn WIR es schaffen gemeinsam eine Veranstaltung zu kreieren, die nachhaltig auf unsere Gäste wirkt, werden wir davon auch in Zukunft profitieren dürfen.

Kontinuierliche hochwertige Veranstaltungen sind wichtiger als seltene Highlights.

Ein solches Jubiläum bietet die Chance, über Identität einer Stadt zu arbeiten, zu kommunizieren.

Nachhaltige Investitionen sind notwendig für den Standort Bremerhaven - nicht punktuelle Feierlichkeiten und kurzfristige Marketing-Aktionen.

Frage: Können Sie ihre Antwort (aus der letzten Frage) kurz begründen?

Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=34)

Grobkonzept | 200 Jahre Bremerhaven | © PROJECT M 2024

Begründung der Effekte für die Branche – Teil 1/3



- Wir vollziehen primär Gesetze ohne Gestaltungsspielraum. Klimawandel und Klimafolgenanpassung ist eine Aufgabe der Daseinsvorsorge.
- Im Bereich Sponsoring kann sich sicherlich mit zunehmender Attraktivität der Stadt auch zunehmen, im Zuschauerbereich ist dies eher schwierig einzuschätzen.
- Als Vorsitzender der Menorah - Liberale jüdische Gemeinde Bremen/Bremerhaven erwarte ich, dass der Magistrat und die Politik in Bremerhaven, die Gleichberechtigung und Gleichbehandlung, wie der jüdisch-orthodoxe Gemeinde Bremerhaven, auch uns zukommen lässt. Leider wird die Menorah Gemeinde deutlich benachteiligt. Ein schlechter Zustand, meinen wir, für die Demokratie in Bremerhaven.
- Meine Einschätzungen hängen von der Umsetzung ab, die zurzeit noch nicht geklärt ist.
- Wenn durch das Jubiläum Projekte entstehen, die länger wirken und die Vorbereitungen, Marketingmaßnahmen sich positiv auf das Image auswirken, kann es positive Effekte geben.
- Ich bin mir nicht sicher, inwiefern eine Feier langfristig anhaltende Effekte hervorbringen kann.
- Ein einmaliges Event hat für die mittel und langfristige wirtschaftliche Entwicklung keine Auswirkungen.
- Geburtstagsfeiern ist identitätsstiftend. Das gilt auch für die Stadtidentität und das Selbstbewusstsein der Bremerhavener:innen. Wer positive Erinnerungen / tolle Erlebnisse in der eigenen Stadt kennt, plant gerne auch neue Aktionen und Veranstaltungen.
- Nachhaltige Investitionen sind notwendig für den Standort Bremerhaven - nicht punktuelle Feierlichkeiten und kurzfristige Marketing-Aktionen.
- Wenn WIR es schaffen gemeinsam eine Veranstaltung zu kreieren die nachhaltig auf unsere Gäste wirkt, werden wir davon auch in Zukunft profitieren dürfen.
- Wenn ein klares Ziel und somit eine Botschaft formuliert werden, dann kann es zu einer Identifikation der Bürger:innen mit ihrer Stadt kommen. Diese Identifikation sollte dann für weitere Prozesse genutzt werden. Wird dieses Ziel nicht verfolgt und es kommt "nur" zu einem bunten Veranstaltungsprogramm, fühlen sich die Menschen in ihren Bedürfnissen nicht wahrgenommen und stimmen mit den Füßen ab. Dann haben wir ein schönes Fest, leider ohne Nachhaltigkeit. Das Jubiläum ist eine große Chance einen Zusammenhalt und ein gemeinsames Vorwärtsgen für diese Stadt zu erschaffen.

Frage: Können Sie ihre Antwort (aus der letzten Frage) kurz begründen?



Angaben gemacht (n=34)

Grobkonzept | 200 Jahre Bremerhaven | © PROJECT M 2024

Begründung der Effekte für die Branche – Teil 2/3



- Es kommt drauf an, ob der Fokus einfach nur auf eine "Hauptveranstaltung" am Alten-/Neuen Hafen gelegt wird und die weiteren Veranstaltungen einfach so mitlaufen, oder ob 2027 so geplant wird, dass die gesamte Stadt partizipiert und Veranstaltungen rund um den Geburtstag der Stadt sich „nicht die Show stehlen“. Es wäre ein wünschenswerter Effekt, wenn die Bewohner:innen der Stadt sich positiv mit Bremerhaven und Ihren Stadtteilen identifizieren und beispielsweise Ehrenämter mehr Wertschätzung erfahren, um ggf. mehr Menschen dazu zu animieren, aktiv die Stadt mitgestalten zu wollen.
- Ein solches Jubiläum bietet die Chance, über Identität einer Stadt zu arbeiten, zu kommunizieren.
- Das Stadtjubiläum hat m.E. keine Auswirkung auf Unternehmensentscheidung hinsichtlich Ansiedlung/ Erweiterung o.ä. Nach Abschluss der Feierlichkeiten finden weiter Veranstaltungen und Events statt, sodass es für die Wirtschaftsbranche so weiter geht wie vor dem Stadtjubiläum.
- Kontinuierliche hochwertige Veranstaltungen wichtiger als seltene Highlights.
- Im Rahmen des Stadtjubiläums wird das Historische Museum gefragt sein, diese Geschichte darzustellen. Insofern ist das Jubiläum von großer Bedeutung. Zu hoffen ist dabei, dass sich die Geburtstagsangebote nicht auf Einmalereignisse beschränken sondern in Entwicklungskonzepte eingebunden sind, insofern also über 2027 hinaus positiv wirken.
- kommt darauf an, ob das Stadtjubiläum das Image Bremerhavens überregional und regional verbessert.
- Alles, was Stadtgeschichte betrifft, wird von meinem Verein (Bürgerverein Geestemünde) positiv bewertet und auch unterstützt bei allen Aktivitäten, die der Magistrat oder die Volkshochschule in dieser Angelegenheit unternehmen.
- Die Effekte im Handel sehe ich noch nicht.
- z.B. durch die Etablierung einer neuen mehrwöchigen Veranstaltung (ähnlich konnte Karlsruhe zum 300jährigen Geburtstag der Stadt die Schlosslichtspiele etablieren, die seit dem jährliche über mehrere Wochen den Sommer dort bereichern; das Jubiläum als wichtiger Impuls für die Stadtmarke und damit wegweisend für die Zukunft der Seestadt.
- Verbundenheit von Stadt und Bundeswehr wird noch weiter vertieft.
- Wenn man es schafft mit dem Jubiläum Bremerhaven positiv nationale bekannter zu machen, wird es sich auch über 2027 positiv bemerkbar machen.

Frage: Können Sie ihre Antwort (aus der letzten Frage) kurz begründen?

Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=34)



Begründung der Effekte für die Branche – Teil 3/3



- Die Seemannsmission ist seit 127 Jahren ein wichtiger sozialer Träger für all die Seeleute, die in Bremerhaven mit ihren Schiffen liegen. Der Hafen ist Bremerhavens Zentrum und Grund für die Entstehung der Stadt überhaupt. Die Seeleute, die hier zu Gast sind haben seit je her in der Seemannsmission einen zuverlässigen Anlaufpunkt. Die Seemannsmission bildet somit ein Bindeglied zwischen den Seeleuten und der Stadt Bremerhaven. Bereits 2015 wurde der Seemannsclub Welcome der Seemannsmission Bremerhaven in einem internationalen Wettbewerb von Seeleuten zur Weltbesten Einrichtung für Seeleute gekürt. Eine verstärkte öffentliche Wahrnehmung der Seemannsmission Bremerhaven wird auch förderlich für die zukunftsgerichtete Finanzierung dieser Arbeit im Engagement für die Seeleute sein.
- Wenn über das Stadtjubiläum größere Sichtbarkeit auch für die Wissenschaftseinrichtungen der Stadt erzeugt wird, kann das positive Effekte haben.
- Wenn es gelingt aus dem Blick in die Geschichte heraus Perspektiven für ein gutes Zusammenleben zu entwickeln, kann das Jubiläum spannend werden.
- Das Jubiläum ist Zeit zum Innehalten: Wo stehen wir? Welche Chance bieten sich? Welche Aufgaben sind notwendig, damit wir = die Stadt, = die Kirche auch in Zukunft aufgeschlossen und klar das Gemeinwohl sieht und wahrnimmt.
- Sichtbarkeit des Wissenschaftsstandortes Bremerhaven wird verbessert. Das ist für diverse Aspekte wichtig: mediale Sichtbarkeit, Mitarbeitergewinnung, Vernetzung etc.
- Stadtjubiläen sind zum Großteil Ereignisse, die für die Einwohner selbst wichtig sind. Eine über die Grenzen wirkende Strahlkraft ist nur ein geringer Teil davon.
- Chance für positive Imagebildung sowie Bekanntheitsgrad der Stadt erhöhen.
- Wir hoffen, nachhaltige Projekte umsetzen zu können.
- Imagebildung, Identitätsbildung, Lokale Verortung, Mitgestaltung, Selbstwirksamkeit erleben.
- Über das Stadtjubiläum verbessert sich das Image von Bremerhaven und mehr Menschen möchten die Stadt kennenlernen.

Frage: Können Sie ihre Antwort (aus der letzten Frage) kurz begründen?

Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=34)



Botschaften, die Bremerhaven mit dem Stadtjubiläum vermitteln soll



Bremerhaven hat mit seinem Stadtjubiläum...

... endlich den **Underdog-Status verloren** und eine **stolze eigene Identität entwickelt**, die viel mehr ist als Schiffe und Fisch.

... gezeigt, dass es mehr kann als „**Fisch & Schiff**“!

... seine **Attraktivität als Stadt am Wasser** (in Bezug auf Lebensqualität und auch als Standort für Unternehmen) **gefestigt und sichtbar gemacht**.

... **Emotionen gelebt und überregionale Werbung** ausgestrahlt

... bewiesen, dass wir eine **weltoffene, freundliche und multikulturelle Stadtgemeinde** sind, deren Besuch sich immer lohnt

... sich als **weltoffener Gastgeber** von seiner besten Seite gezeigt.

... aufgezeigt, wie wichtig hier bei uns vor Ort gelebte **Werte wie Respekt, gemeinsame Verantwortung für unsere Ressourcen und Integration** sind."

... gezeigt, dass es eine junge **Stadt mit Geschichte, Lebensqualität** in der Gegenwart **und Visionen** für die Zukunft hat.

... das erste Stadtfest in Deutschland **CO2 neutral durchgeführt**.

... die **Verantwortung aller** für ein **gutes Zusammenleben** in der Stadt gestärkt.

... nichts erreicht.

Frage: Wenn Sie nach 2027 auf das Jubiläumsjahr zurückblicken werden, welche Botschaft(en) müsste die Stadt Bremerhaven mit ihren Veranstaltungen und Projekten weit über ihre Stadtgrenzen hinaus (national, international) vermittelt haben? Bitte vervollständigen den Satz „Bremerhaven hat mit seinem Stadtjubiläum

Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=37)

Bremerhaven hat mit seinem Stadtjubiläum... – Teil 1/3



- Geschichte und Zukunft sinnvoll verknüpft und damit Impulse für eine bessere Stadtentwicklung gesetzt.
- seine Attraktivität als Stadt am Wasser (in Bezug auf Lebensqualität und auch als Standort für Unternehmen) gefestigt und sichtbarer gemacht.
- das erste Stadtfest in Deutschland CO2 neutral durchgeführt.
- seinen Bürgerinnen und Bürgern ein positives Gefühl für ihre Stadt geschenkt.
- das Image der Stadt überregional entscheidend verbessert.
- Emotionen gelebt und überregionale Werbung ausgestrahlt.
- gezeigt, dass es mehr als eine maritime Stadt ist.
- Vergangenheit und Zukunft vereint.
- endlich den Underdog-Status verloren und eine stolze eigene Identität entwickelt, die viel mehr ist als Schiffe und Fisch.
- 1. einen Meilenstein gesetzt in der Entwicklung zur Touristischen Destination; 2. sich zu einer Stadt der Wissenschaft und des Klimaschutzes weiterentwickelt.
- bewiesen, dass wir eine weltoffene, freundliche und multikulturelle Stadtgemeinde sind, deren Besuch sich immer lohnt.
- gezeigt, dass es ein interessanter touristischer Ort der kurzen Wege ist (viele Attraktionen in unmittelbarer Nähe) ist, über eine hohe Dichte an wissenschaftlichen Unternehmen verfügt, die u.a. das wichtige Thema "Klima" im Fokus haben und dass hier wichtige Beiträge zum Klimaschutz entwickelt werden.
- sich als weltoffener Gastgeber von seiner besten Seite gezeigt.
- gezeigt, dass es eine moderne, weltoffene Stadt gerade auch für junge Menschen ist.
- ein Bewusstsein, was die Stadt ausmacht, für was sie steht und welche Qualitäten und Entwicklungsmöglichkeiten sie hat.
- ein positives Image aufgebaut und sich als sympathische, innovative und Stadt mit Visionen präsentiert. Besucher, Einheimische, Zugezogene und Menschen aus dem Umland sind begeistert!

Frage: Wenn Sie nach 2027 auf das Jubiläumsjahr zurückblicken werden, welche Botschaft(en) müsste die Stadt Bremerhaven mit ihren Veranstaltungen und Projekten weit über ihre Stadtgrenzen hinaus (national, international) vermittelt haben? Bitte vervollständigen den Satz „Bremerhaven hat mit seinem Stadtjubiläum

Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=37)

Bremerhaven hat mit seinem Stadtjubiläum... – Teil 2/3



- gezeigt, dass es eine junge Stadt mit Geschichte, Lebensqualität in der Gegenwart und Visionen für die Zukunft hat.
- sein freundliches Selbstbewusstsein gezeigt.
- gezeigt, dass man auch mit 200 Jahren sympathisch, modern, agil und offen sein kann.
- die Aufmerksamkeit von ganz Deutschland auf sich gezogen.
- erreicht, dass diese Stadt als lebenswert in den Medien überkommt.
- auch seine Rolle als Garnisonsstadt unterstrichen.
- seine zukunftsorientierte Stellung für den internationalen Seehandel und den Tourismus deutlich gemacht. Die nachhaltigen Konzepte für menschenwürdige Arbeitsbedingungen und Ressourcen schonenden Umgang mit Rohstoffen und Umwelt sind beispielgebend für andere Städte und Kommunen.
- das maritime Profil der Stadt geschärft, das Image einer sympathischen, weltoffenen Stadt gestärkt, gezeigt dass es ein bedeutender Standort der Meeresforschung ist und seinen Wert als Touristische Destination gesteigert.
- das Bild einer offenen, jungen Stadt vermittelt, die als Wissenschaftsstandort nationale Bedeutung hat und als Tourismusstandort einzigartige Angebote mit den aktuellen Themen Migration und Klima in maritimer Atmosphäre bietet.
- alle Menschen erreicht und viel Neues, zukunftsweisendes geboten.
- die Verantwortung aller für ein gutes Zusammenleben in der Stadt gestärkt.
- die Chance, Wertschöpfung und Welthandel zu verknüpfen mit Aufgeschlossenheit und Freundlichkeit und dann mit gutem "Bürgersinn" zu leben.
- gezeigt, dass die Zukunft der Seestadt sowohl Vergangenheit braucht als auch durch Mut gestaltet wird.
- gezeigt, dass die Stadt ein attraktiver Wissenschaftsstandort ist, der sich kontinuierlich weiterentwickelt. Die Stadt und ihre Wissenschaftseinrichtungen sind national und international sichtbar und gut vernetzt und damit für Talente aus aller Welt ein Anziehungspunkt.

Frage: Wenn Sie nach 2027 auf das Jubiläumsjahr zurückblicken werden, welche Botschaft(en) müsste die Stadt Bremerhaven mit ihren Veranstaltungen und Projekten weit über ihre Stadtgrenzen hinaus (national, international) vermittelt haben? Bitte vervollständigen den Satz „Bremerhaven hat mit seinem Stadtjubiläum

Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=37)



Bremerhaven hat mit seinem Stadtjubiläum... – Teil 3/3



- | |
|--|
| • aufgezeigt, wie wichtig hier bei uns vor Ort gelebte Werte wie Respekt, gemeinsame Verantwortung für unsere Ressourcen und Integration sind. |
| • nichts erreicht. |
| • gezeigt, dass es mehr kann als "Fisch & Schiff"! |
| • nachhaltig das positive Image der chancenreichsten Stadt an der deutschen Nordseeküste prägen können. |
| • die Chance viele Akteure zu vernetzen und die Stärken der Stadt gemeinschaftlich sichtbar zu machen. |
| • gezeigt, dass die Stadt offen ist für neue Ideen, Gelegenheiten schafft und mutig genug ist auch mal was auszuprobieren. |
| • die Chance ergriffen die Initiativen, Organisationen und Orte zu stärken, die Bremerhaven für die Menschen, die hier leben und arbeiten zu einer noch lebenswerteren Stadt machen. |
| • Werbung für sich und seine Freiräume gemacht und damit Menschen aus ganz Deutschland darauf aufmerksam gemacht, Bremerhaven nicht nur als Tourismusdestination sondern auch als lebenswerte Stadt mit vielen Möglichkeiten zu sehen. |
| • viele Menschen von den positiven Seiten begeistern können. |

Frage: Wenn Sie nach 2027 auf das Jubiläumsjahr zurückblicken werden, welche Botschaft(en) müsste die Stadt Bremerhaven mit ihren Veranstaltungen und Projekten weit über ihre Stadtgrenzen hinaus (national, international) vermittelt haben? Bitte vervollständigen den Satz „Bremerhaven hat mit seinem Stadtjubiläum

Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=37)



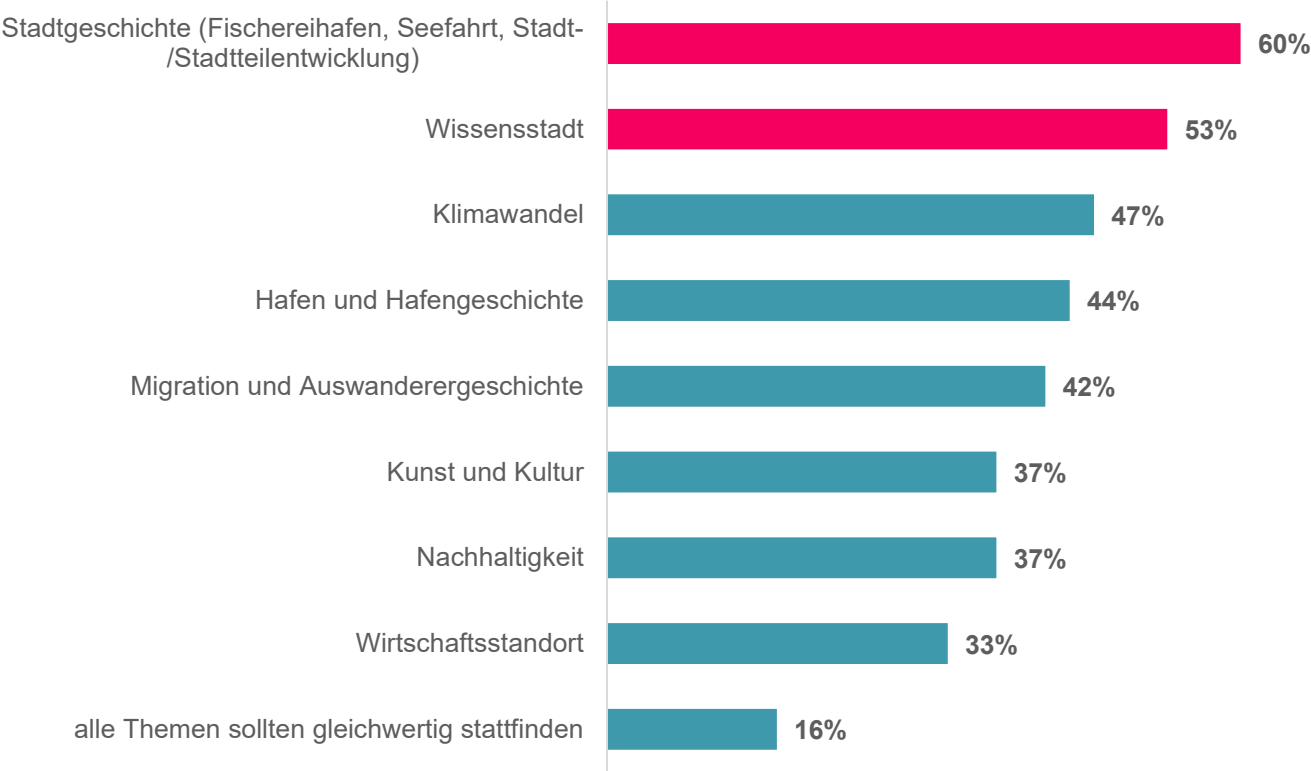
[illegible]

Grobkonzept | 200 Jahre Bremerhaven | © PROJECT M 2024

Als Themen für das Jubiläumsjahr eignen sich insbesondere die Stadtgeschichte sowie der Bezug zur Wissensstadt.



Wichtige Themen



Frage: Gibt es Themen, die aus Ihrer Sicht im Jubiläumsjahr besonders wichtig sind und die herausgestellt werden sollten? Bitte nennen Sie uns die aus Ihrer Sicht ggf. drei wichtigsten Themen!

Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=43)
Grobkonzept | 200 Jahre Bremerhaven | © PROJECT M 2024

Vorschläge für Leuchtturmprojekte gehen über Straßenfeste über Ausstellungsprojekte bis hin zu Geschichtswerkstätten.



Vorschläge für Schlüssel-/Leuchtturmprojekte

Projekt Stadtlexikon

Straßenfeste

Kostenloser ÖPNV zu allen Veranstaltungen

Ausstellungsprojekt zum Thema Umweltmigration vom/im Deutschen Auswandererhaus, Deutschen Schifffahrtsmuseum und Klimahaus

Maritimer Bildungscampus, (junge) Menschen für die Wechselwirkung zwischen Meer, Klimawandel, Energiewende und maritimen Berufen begeistern

Talkrunden mit Persönlichkeiten mit Bezug zur Bremerhaven

Open-Air-Konzert

Fisch vom Feinsten - Deutschlandweit strahlende Veranstaltung zum Thema Ernährung mit Schwerpunkt auf gesunden und nachhaltigen Genuss

Eröffnung der innovativsten Bibliothek Deutschlands mitten in der Stadt

Wissen to go: Stadtspaziergänge zu den Wissenschaftseinrichtungen

Filmfestival in unterschiedlichen Spielstätten
Drehort Bremerhaven

Maritimes Gesamt-Erlebnis schaffen (z. B. Nacht der Museen, Schiffe, Hafenanlagen)

Geschichtswerkstätten in den Stadtteilen mit Bürgerbeteiligung zu den Themen „Hafenstadt“, „Musikstadt“, „Fischttown“, etc.

Kreuzfahrttage Präsentation der Reedereien
Am Kreuzfahrtterminal/Havenwelten

Frage: Haben Sie Ideen oder Vorschläge für wünschenswerte Schlüssel-/Leuchtturmprojekte (Veranstaltungen, Aktionen, Ausstellungen etc.)? Dann benennen Sie uns diese bitte mit Titel/Thema (sofern vorhanden), kurze Beschreibung in 2-3 Sätzen und ggf. Kontakt zur Umsetzung.

Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=27)
Grobkonzept | 200 Jahre Bremerhaven | © PROJECT M 2024





Vorschläge für Schlüssel-/Leuchtturmprojekte... – Teil 1/4

• Projekt Stadtlexikon (partizipatives Projekt zur Erstellung einer gemeinsamen Wissensplattform zur Bremerhavener Geschichte); Kontakt: Stadtarchiv; stadtlexikon@bremerhaven.de; Kontakt: Dr. Julia Kahleyß 0471/590-2121.
• Gemeinsame Organisation eines Heimspiels der Eisbären Bremerhaven, z.B. mit Ausstellung (Verknüpfung Basketball und Bremerhaven) im Foyer der Stadthalle (wrieden@dieeisbaeren.de)
• Kostenloser ÖPNV zu allen Veranstaltungen
• Bremerhaven sollte das Label Klimastadt endlich mit Leben erfüllen und bundesweit eine Vorreiterrolle in Sachen Stadtentwicklung und Klima einnehmen
• Klimastadt Bremerhaven in Kooperation mit Klimahaus und AWI
• Stadtaktionen durch Leinwände/ Public Viewing in die Stadtteile transportieren, für niederschwellige Teilhabe
• Maritimes Gesamt-Erlebnis schaffen (z. B. Nacht der Museen, Schiffe, Hafenanlagen)
• Maritimes Treiben
• Partizipativer (ggf. theaterpädagogischer) Prozess über Identität der Stadt
• Ungewöhnliche Veranstaltungskonstellationen an spannenden Orten (Wirtschaft/ Kultur/ Historie)
• Entdecke deine Stadt: Führungen zu vielen verschiedenen Themen an vielen verschiedenen Orten der Stadt durch viele verschiedene Akteur*innen
• Aktualisierung der Dauerausstellung des Historischen Museums
• Fisch vom Feinsten - Deutschlandweit strahlende Veranstaltung zum Thema Ernährung mit Schwerpunkt auf gesunden und nachhaltigen Genuss. Spitzenköche mit Strahlkraft auf ganz Deutschland treffen sich in Bremerhaven im Fischkochstudio. Ansprechpartner Sebastian Gregorius oder Christina Klug vom Fischkochstudio.
• Großer öffentlicher Zapfenstreich
• Fair übers Meer - Arbeitsbedingungen auf See (https://fairuebersmeer.de)

Frage: Haben Sie Ideen oder Vorschläge für wünschenswerte Schlüssel-/Leuchtturmprojekte (Veranstaltungen, Aktionen, Ausstellungen etc.)? Dann benennen Sie uns diese bitte mit Titel/Thema (sofern vorhanden), kurze Beschreibung in 2-3 Sätzen und ggf. Kontakt zur Umsetzung.
 Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=27)



Vorschläge für Schlüssel-/Leuchtturmprojekte... – Teil 2/4

• großes Ausstellungsprojekt zum Thema Umweltmigration vom/im Deutschen Auswandererhaus, Deutschen Schiffahrtsmuseum und Klimahaus. Die Ausstellung sollte in in Kooperation mit dem AWI entstehen.
• Begegnungen
• Drei Container. 1. Hafen und Wirtschaft. Eine Ausstellung von Bremen Ports und BLG mit MTB zusammen
• Drei Container. 2. Wissenschaft dient. Eine Hochschule. Lehren, Lernen und Forschen. Über 20 technische, natur- und wirtschaftswissenschaftliche Studiengänge - das sind gut 20 Wege, um Zukunft mitzugestalten!
• Drei Container. 3. Offen Türen. Vorstellungengen und Diskussionen um die Dimensionen dieser Stadt. AWI, IWES, Stadttheater, u.a.m.
• Maritimer Bildungscampus, (junge) Menschen für die Wechselwirkung zwischen Meer, Klimawandel, Energiewende und maritimen Berufen begeistern, maritime Wurzeln der Stadt in die Zukunft denken
• Wissen to go: Stadtpaziergänge zu den Wissenschaftseinrichtungen. Entweder mit Guide oder mit Karten.
• Nachhaltige Stadt-Verschönerungs-Aktionen
• Drohnen-"Feuer"werk
• Innenstadtentwicklung / Verbindung Innenstadt mit Havenwelten
• Wiedereröffnung Scharoun-Bau des DSM mit neuer Dauerausstellung
• Konferenz für Akteure im Bereich Nachhaltigkeit/lebenswerte Stadtquartiere
• Leuchtturmprojekte (z.B. Wissenschaft /Wirtschaft/Fischindustrie den Menschen näher bringen)
• Jahrestagung Historische Kommission für Niedersachsen und Bremen; geplant für Sommer 2027; Kooperation zw. Kulturdezernat, Stadtarchiv, Hist. Mus., Dt. Auswandererhaus, Dt. Schiffahrtsmuseum; Kontakt: Dr. Julia Kahleyß 0471/590-2121
• Monatliche Verlosung von Fahrrädern, Pedelec und E-Scooter
• Schaffung des Hauses der kulturellen Bildung; Kontakt über das Kulturamt
• Fremdenfreundlich in Kooperation mit dem Auswandererhaus und der Hochschule

Frage: Haben Sie Ideen oder Vorschläge für wünschenswerte Schlüssel-/Leuchtturmprojekte (Veranstaltungen, Aktionen, Ausstellungen etc.)? Dann benennen Sie uns diese bitte mit Titel/Thema (sofern vorhanden), kurze Beschreibung in 2-3 Sätzen und ggf. Kontakt zur Umsetzung.



Basis: alle Beiragten Angaben gemacht (n=27)

Grobkonzept | 200 Jahre Bremerhaven | © PROJECT M 2024



Vorschläge für Schlüssel-/Leuchtturmprojekte... – Teil 4/4



- Stärkung der Identität der Bewohner*innen mit ihrer Stadt
- Ein Angebot, ein Geschenk, dass alle Bewohner:innen bekommen, so dass an alle gedacht und niemand vergessen/benachteiligt wird.
- Geschichtswerkstätten in den Stadtteilen mit Bürgerbeteiligung zu den Themen „Hafenstadt“, „Musikstadt“, „Fischttown“, etc.
- Inklusive Projekte
- Kunst trifft Wissenschaft: Diverse Formate, in denen Künstler:innen und Wissenschaftler:innen wissenschaftliche Themen ebenso emotional wie rational erfahrbar machen. Beispielsweise mit dem Orchester des Wandels oder dem Stadttheater (vom Science-Slam bis zur Inszenierung eines eigenen Theaterstücks).
- großes Open-Air-Konzert
- Attraktivitätssteigerung des Museumshafens / der südlichen Hafenwelten
- Aktion zusammen mit allen Bürger:innen - z.B. zum Thema Begrünung, Aufräumen/Sauberkeit, soziales Miteinander, interkulturelle Begegnung, Willkommenskultur - eine Aktion, die in einfachen Worten beworben werden kann, bei der jede:r mitmachen kann, die Identifikation stiftet und ein Gefühl des Miteinanders
- Filmfestival: Die Seestadt Bremerhaven kommt in zahlreichen Filmproduktionen als Drehort vor. Diese Filme sollen über das Jahr verteilt in unterschiedlichen Spielstätten der Seestadt gezeigt werden (Cinemotion, Apollo, Open-Air).
- Talk mit Persönlichkeiten: Es gibt zahlreiche Persönlichkeiten (von Volker Engel über Heino Ferch, Christoph Maria Herbst, Sebastian Ko bis.....) die entweder in Bremerhaven geboren sind oder mit der Stadt in Verbindung stehen. Diese sollen über das ganze Jahr zu einem Talk eingeladen werden.
- Kreuzfahrttage: Die Kreuzfahrt ist ein wichtiges touristisches Segment für die Seestadt. Vor diesem Hintergrund sollen die Bremerhaven anlaufenden Reedereien (Hochsee- und Flusskreuzfahrt) für ein Engagement gewonnen werden, sich am Kreuzfahrtterminal bzw. in den Havenwelten zu präsentieren.

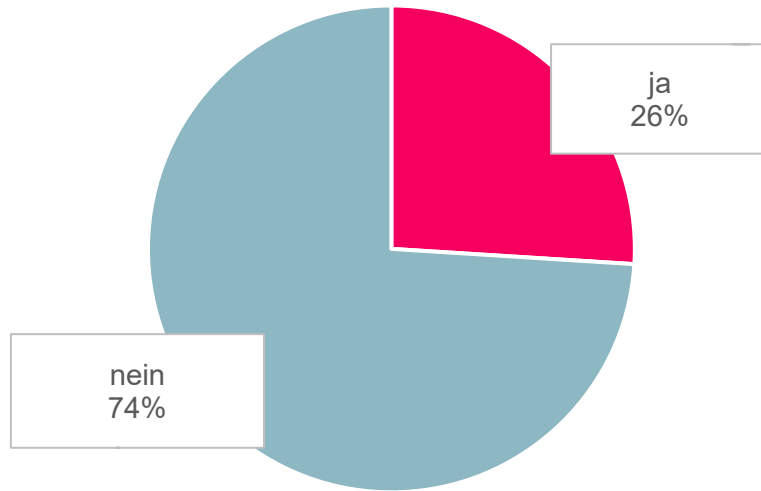
Frage: Haben Sie Ideen oder Vorschläge für wünschenswerte Schlüssel-/Leuchtturmprojekte (Veranstaltungen, Aktionen, Ausstellungen etc.)? Dann benennen Sie uns diese bitte mit Titel/Thema (sofern vorhanden), kurze Beschreibung in 2-3 Sätzen und ggf. Kontakt zur Umsetzung.

Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=27)

Ein Viertel der Befragten kennen in Planung befindliche Projekte/
Veranstaltungen. Mit Abstand am häufigsten wird das Stadtlexikon genannt.



Bekannte Projekte / Veranstaltungen für das Jubiläumsjahr



Webseite zum Jubiläum

Ausstellung (Historisches Museum)

Reise zur Seele der Stadt

Stadtlexikon

Buch über Bremerhaven
(Volker Heigenmooser)

Frage: Sind Ihnen weitere Vorüberlegungen oder bereits in Planung befindliche Projekte/Veranstaltungen für das Jubiläumsjahr bekannt?

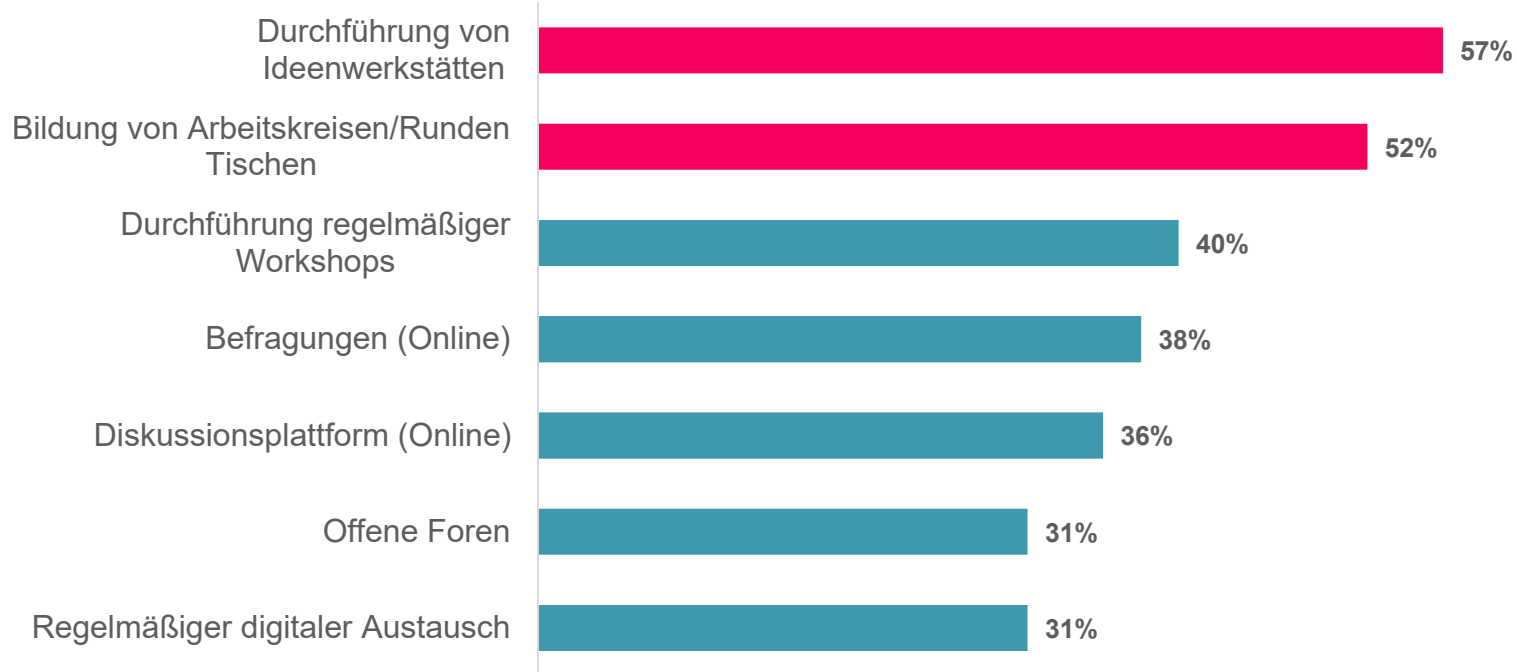
Frage: Falls ja, welche

Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=42 / n=9)

Die Bevölkerung sollte in erster Linie durch Ideenwerkstätten und die Bildung von Arbeitskreisen in die Planung zum Jubiläumsjahr eingebunden werden.



Einbindung der Bevölkerung



Frage: Wie sollten Bevölkerung und Unternehmen in den kommenden Jahren in die Planungen zum Jubiläumsjahr eingebunden werden?

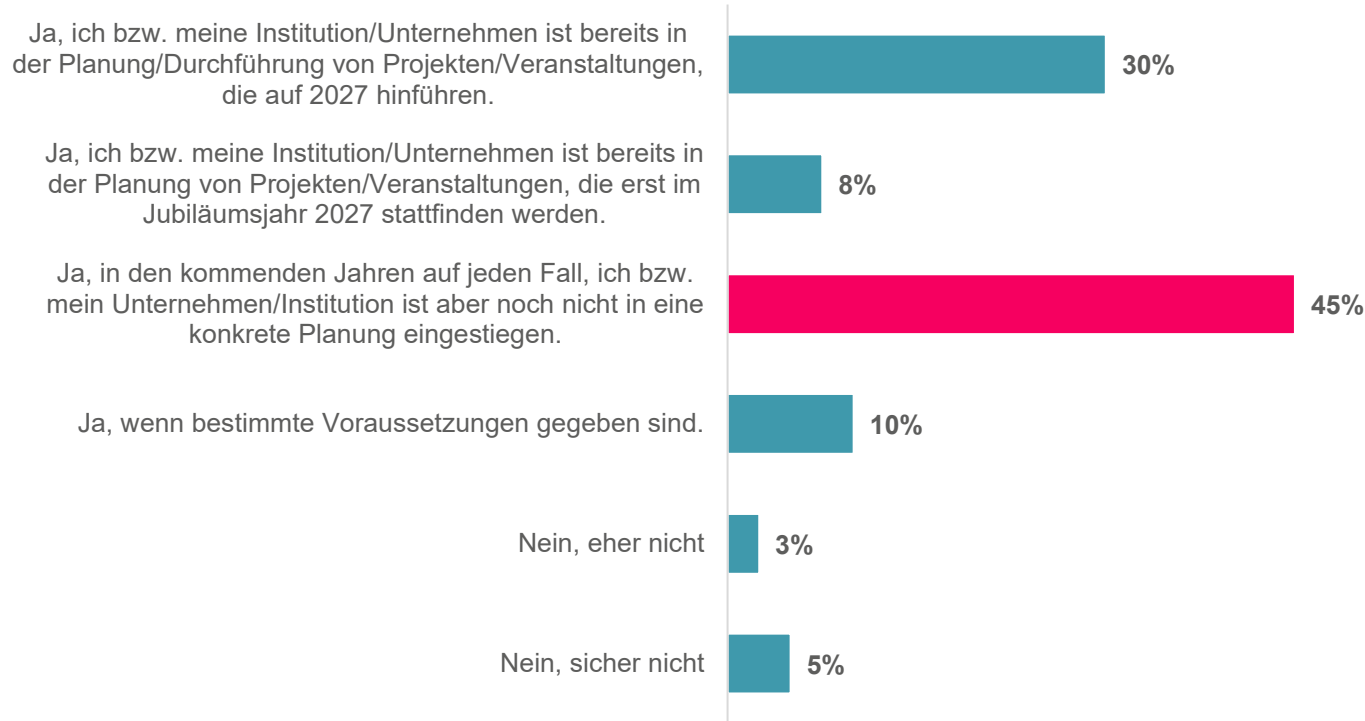
Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=42)

Grobkonzept | 200 Jahre Bremerhaven | © PROJECT M 2024

Fast die Hälfte möchte sich in der Planungsphase engagieren. Allerdings erst in den kommenden Jahren, wenn die Planung konkretisiert wird.



Engagement in der Planungsphase



Frage: Können Sie sich vorstellen, sich bzw. Ihr Unternehmen/Institution aktiv in der Planungsphase bis 2027 zu engagieren?

Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=40)

Grobkonzept | 200 Jahre Bremerhaven | © PROJECT M 2024

Für ein Engagement in der Planungsphase werden Ressourcen (personell und finanziell) sowie Planungssicherheit und ein Konzept benötigt.



Voraussetzungen für ein Engagement in der Planungsphase

Ressourcen müssen vorhanden sein, Inhalte müssen thematisch und zeitlich passen

Personalkapazitäten, finanzielle Ressourcen

Allgemeine Gleichberechtigung und Gleichbehandlung der jüdischen Gemeinden in Bremerhaven

Planungssicherheit, welche Gelder stehen für was zur Verfügung

Arbeitsgruppen, thematische Gliederung

Einbindung der Bevölkerung/Institutionen

Konzept

Unterstützung der Geschäftsführung, Bereitstellung/Freigabe der benötigten Ressourcen

Frage: Falls „Ja, unter bestimmten Voraussetzungen“ – Welche Voraussetzungen oder Bedingungen wären das?

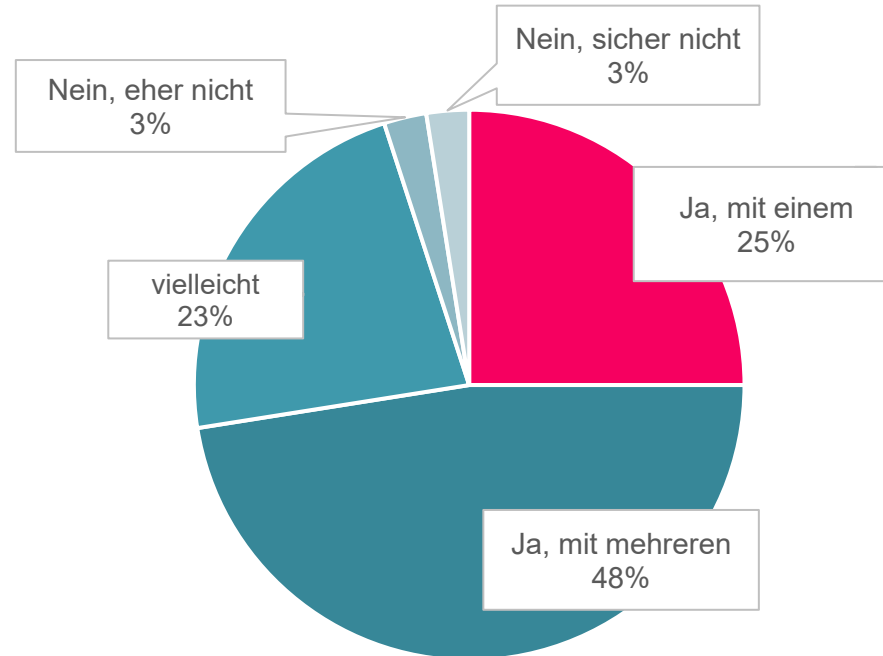
Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=7)

Grobkonzept | 200 Jahre Bremerhaven | © PROJECT M 2024

Knapp drei Viertel der Befragten möchte sich mit mindestens einem Programmpunkt am Jubiläumsjahr beteiligen.



Interesse an einer Beteiligung an Programmpunkten



Frage: Hätten Sie Interesse bzw. Ihr Unternehmen sich mit einem oder mehreren Programmpunkten am Jubiläumsjahr zu beteiligen ?

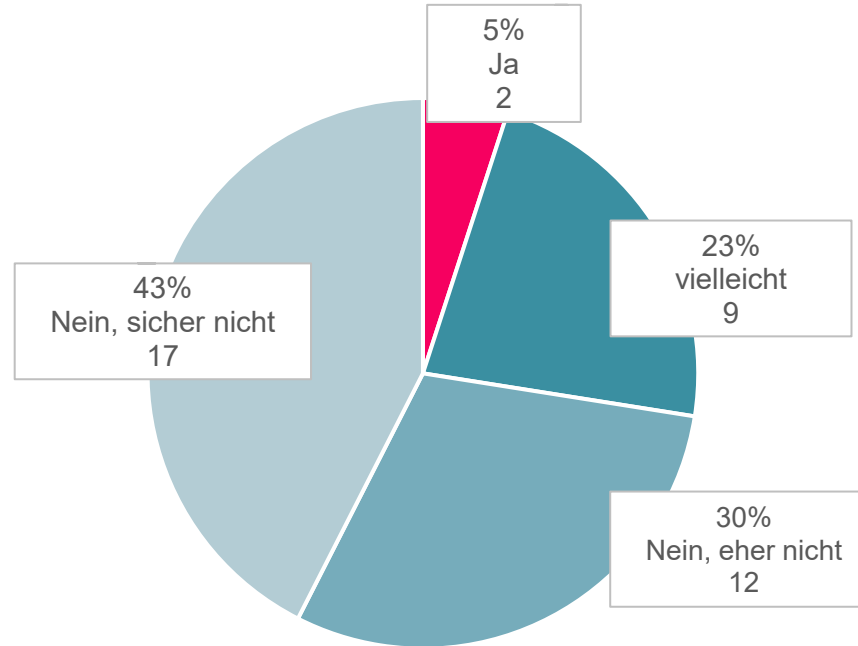
Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=40)

Grobkonzept | 200 Jahre Bremerhaven | © PROJECT M 2024

Zwei Befragte haben Interesse, das Jubiläumsjahr als Sponsor zu begleiten.
Weitere neun könnten sich dies zumindest vorstellen.



Interesse an einer Beteiligung als Sponsor



Frage: Hätten Sie generell Interesse sich ggf. als Sponsor am Jubiläumsjahr zu beteiligen?

Basis: alle Befragten, Angaben gemacht (n=40)

Grobkonzept | 200 Jahre Bremerhaven | © PROJECT M 2024

Anlage 3: Teilnehmende der Lenkungsgruppe



Rubriken	Name	Bereich/Amt/Institution
Freizeit, Spiel und Sport	Stefan Axmann	Amt für Sport und Freizeit
Geschichte	Dr. Julia Kahleyß	Stadtarchiv
	Dr. Kai Kähler	Historisches Museum
Hafen, Hafenerlebnis	Robert Howe	Bremenports
	André Lomsky	Erlebnis Bremerhaven GmbH
Kunst/(Stadtteil-)Kultur	Dorothee Starke	Kulturamt
	Lars Tietje	Stadttheater
	Anika Schmidt	Stadtbibliothek
Quartiere	Karin Treu	Arbeitsförderungs-Zentrum im Lande Bremen GmbH
Wirtschaft	Dr. Ralf Meyer	Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft
	Petra Neykov	FBG Fischereihafen-Betriebsgesellschaft mbH
	Dr. Frank Thoss	Handelskammer Bremen - IHK für Bremen und Bremerhaven
	Carsten Popp	Arbeitsförderungs-Zentrum im Lande Bremen GmbH
	Nils Schnorrenberger	BIS Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung mbH
Wissenschaft	Corinna Brand	Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft
	Dr. Simone Blaschka	Deutsches Auswandererhaus
	Prof. Dr. Ruth Schilling	Deutsches Schifffahrtsmuseum Leibniz-Institut für Maritime Geschichte
	Prof. Dr. Antje Boetius	Alfred-Wegener-Institut Helmholtz-Zentrum für Polar- und Meeresforschung
Bildung	Alexis Papathanassis	Hochschule Bremerhaven
Natur	Lutz Becker	Umweltschutzamt
Tourismus/Kulinarik/Fisch	André Lomsky	Erlebnis Bremerhaven GmbH
	Petra Neykov	FBG Fischereihafen-Betriebsgesellschaft mbH
	Piet Rothe	DEHOGA
	Dr. Ralf Meyer	Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft
Menschen mit Behinderung	Lars Müller	Amt für Menschen mit Behinderung
Ö-Arbeit	Laura Bohlmann	Pressesprecherin Magistrat
Junge Menschen	Niklas Piatkowski	KAB Kreativer Aufbruch Bremerhaven
	Jessica Maasberg	Stadtjugendring e. V.
	Nabaa Ramadhan	Jugendparlament
MK	Sabine Ollech-Zietelmann	Magistratskanzlei

Kontakt für Rückfragen



www.projectm.de



www.kompetenzzentrum-tourismus.de



www.eti-institut.de



www.destinationquality.de



www.gesundheit-tourismus-blog.com



[PROJECTM.Tourismusinnovation](#)



www.xing.com/companies/projectmgmbh



www.linkedin.com/company/project-m-gmbh



Peter C. Kowalsky

Tel. 040.419 23 96 16

peter.kowalsky@projectm.de



Peter Herrmann

Tel. 040.419 23 96 0

peter.herrmann@projectm.de



Maik Zießnitz

Tel. 040.419 23 96 20

maik.ziessnitz@projectm.de

PROJECT 

PROJECT M GmbH

Steinhöft 9

20459 Hamburg

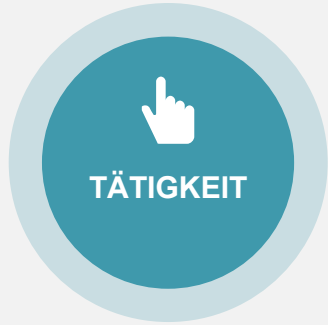


PROJECT^M

GRÜNDUNGSJAHR: 1998

GESCHÄFTSFÜHRUNG: Dipl.-Ing. Peter C. Kowalsky, Dipl.-Kfm. Cornelius Obier

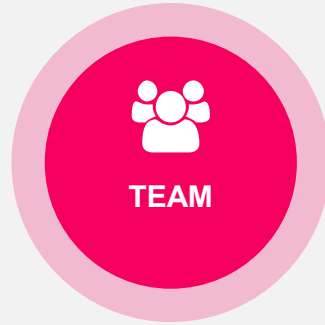
Mitglieder der Geschäftsleitung: Detlef Jarosch, Tobias Klöpf, Dr. Katja Zielke



TÄTIGKEIT

CONSULTING

für die Tourismus- und Freizeitwirtschaft: Strategie- und Markenmanagement, Organisationsentwicklung, Infrastrukturentwicklung, Marktforschung und Analyse, Gesundheitstourismus



TEAM

INTERDISZIPLINÄR

mit über 25 festen und 12 freien Mitarbeitenden in einem praxisorientiertem Team (Betriebswirt:innen, Tourismusfachleute, Marktforscher:innen, Stadt- und Regionalplaner:innen, Architekt:innen...)



WISSEN

STARKE BASIS

Wissenschaftliche Verankerung über die Wissenschaftliche Leitung:
Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack



STANDORTE

Hamburg
München



Disclaimer

Sämtliche von PROJECT M erarbeiteten Konzepte und sonstige Werke und damit auch sämtliche Nutzungsrechte erbrachter Leistungen bleiben bis zur Abnahme und Honorierung durch den Auftraggebenden Eigentum von PROJECT M. Weitergabe und Vervielfältigung (auch auszugsweise) sind bis dahin lediglich mit schriftlicher Einwilligung von PROJECT M zulässig.

Soweit Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken oder als Platzhalter verwendet wurden, für die keine Nutzungsrechte für einen öffentlichen Gebrauch vorliegen, kann jede Wiedergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung Ansprüche der Rechteinhabenden auslösen.

Wer diese Unterlage – ganz oder teilweise – in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht, übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabenden der Rechte, stellt die PROJECT M GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die PROJECT M GmbH.

		2025 in €	2026 in €	2027 in €	2028 in €		Gesamt in €
B 1	Kosten						
B 1.1	Personal Projektbüro	75.000	215.000	215.000	28.000		533.000
B 1.2	Sachkosten Projektbüro	40.000	45.000	45.000	5.000		135.000
	darunter Miete Projektbüro	5.000	15.000	15.000	0		35.000
	darunter Büromittel (Hard/Software, Mobiliar, Arbeitsmaterial etc.)	20.000	15.000	15.000	0		50.000
	darunter Miete/Catering Meetings AGs (5x) + Kuratorium (je 4-5x p.a.)	15.000	15.000	15.000	5.000		50.000
B 1.3	Fremdleistungen	45.000	35.000	25.000	7.000		112.000
	darunter: Beratung Programmerstellung	30.000	20.000	0	0		50.000
	darunter: Beratung Programmmanagement	0	0	10.000	0		10.000
	darunter: Moderation Netzwerkveranstaltungen (AGs, Kuratorien etc.)	15.000	15.000	15.000	7.000		52.000
B 1.4	Marketing	40.000	140.000	180.000	0		360.000
	darunter Branding- und Designkonzept / Logo	35.000	0	0	0		35.000
	darunter: Produktion Branding-Material für Partner & Merchandise	5.000	25.000	30.000	0		60.000
	darunter: Content-Erstellung (Text, Bild, Video) für Marketing	0	15.000	30.000	0		45.000
	darunter: Marketing- und Mediakosten (inkl. Agenturleistungen)	0	100.000	120.000	0		220.000
B 1.5	Projektkosten (Veranstaltungen)	5.000	100.000	1.300.000	0		1.405.000
	Kosten gesamt	205.000	535.000	1.765.000	40.000		2.545.000
	Einnahmen						
	Sponsoring	0	0	125.000	0		125.000
	Standgebühren	0	0	20.000	0		20.000
	Einnahmen gesamt	0	0	145.000	0		145.000
	Fehlbedarf	205.000	535.000	1.620.000	40.000		2.400.000



Anlage zur Vorlage 200 Jahre Stadtjubiläum Bremerhaven

Haushalt der Freien Hansestadt Bremen 2025
Finanzkreis 1200
Produktgruppe: 71.01.07 Wirtschaftsförderung Bremerhaven

Kamerale Finanzdaten:

☒ neue
Hst. : 0706.686 41-0 Stadtjubiläum Bremerhaven

BKZ : 700, FBZ:

Zur Verfügung stehen:		nachrichtlich	
INSGESAMT (Anschlag)	0,00 €	valutierende VE	0,00 €
Hiervon bereits erteilt	0,00 €		

2.400.000,00 €	Erteilung einer zusätzlichen VE
----------------	---------------------------------

Abdeckung der beantragten Verpflichtungsermächtigung			
2025 :	€	2026 :	0,00 €
2028 :	0,00 €	2029 :	€
2031 :	€	2032 :	€
2034 ff:	€	2033 :	€
			2.400.000,00 €

Ausgleich für zusätzliche VE bei:

PGR	Hst.	Zweckbestimmung	€
71.01.08	0709/686 57-7	EU-Programm EFRE 2021-2027 -konsumtiv-	112.200,00
71.01.08	0709/893 57-2	EU-Programm EFRE 2021-2027 -investiv-	1.787.800,00
71.01.06	0754/891 45-9	Förderung des Tourismus (investiv)	500.000,00

Auswirkungen auf Personaldaten, Leistungsziele / -kennzahlen
☒ nein ☐ ja (Darstellung der Veränderungen auf gesondertem Blatt)

Die Übersicht zur Wirtschaftlichkeitsuntersuchung (WU-Übersicht) ist
☐ beigefügt.
☐ nicht erforderlich.

Zustimmung

Produktgruppenverantwortlicher	☒ ja	☐ nein, nicht erforderlich
Produktbereichsverantwortlicher	☒ ja	☐ nein, nicht erforderlich
Produktplanverantwortlicher	☒ ja	☐ nein, nicht erforderlich
Ausschüsse:	☐ ja	☒ nein, nicht erforderlich
Deputationen:	☒ ja	☐ nein, nicht erforderlich
Dep. für Wirtschaft und Arbeit		



Begründung

Im Jahr 2027 wird die Seestadt Bremerhaven 200 Jahre alt. Dieses Jubiläumsjahr soll im Rahmen eines umfassenden Veranstaltungsprogramms entsprechend gefeiert werden. Im Mai 2023 hat der Magistrat Bremerhaven das Beratungsunternehmen PROJECT M GmbH aus Hamburg mit der Durchführung eines Beteiligungsverfahrens zur Erarbeitung eines strategischen Grobkonzeptes für eine Veranstaltungsreihe zum 200-jährigen Jubiläum der Seestadt Bremerhaven beauftragt. Im Zentrum der Konzeption für das 200-jährige Stadtjubiläum der Seestadt Bremerhaven steht die Stärkung eines neuen Wir-Gefühls der Stadtgesellschaft Bremerhaven und die Identifikation mit dem Lebens-, Erlebnis- und Wirtschaftsstandort, der durch ganzjährige Veranstaltungen in besonderer Weise gestärkt werden soll. Dafür soll mit einem Projektbüro und der Bereitstellung eines fest definierten Fördermittelrahmens die Stadtgesellschaft eingebunden werden. Ziel ist es, dass die „Institutionen der Stadtgesellschaft“ in Form von Vereinen, kulturellen und sozialen Einrichtungen, Initiativen u.a. einen Impuls erhalten ihren Beitrag für ein neues Wir Gefühl in der Stadt in das Jubiläumsjahr einzubringen. Im Kern dieser Konzeption geht es insoweit nicht um die Durchführung einer singulären Großveranstaltung, sondern um einen bereits im Jahr 2023 begonnenen Prozess, der, die das neue Wir Gefühl der Stadt tragenden Akteure in den Vordergrund stellt und im Jahr des Stadtjubiläums 2027 zusammenläuft. Kern der zentralen Botschaft für das Jubiläumsjahr ist die Impulsgebung für ein neues WIR-Gefühl der Stadtgesellschaft als Basis für mehr Lebensqualität, welche durch eine umfassende Teilhabe, Aktivierung und Zusammenarbeit erzielt werden soll. Daraus folgend wurde das Leitthema „Die Reise zum Wir“ zur eigenen Identität der Stadt vereinbart.

Ziel dabei ist es, an dieses Leitthema Inhalte der Bereiche „Wissenschaft“, „Wirtschaft“, „Kultur“, „Tourismus“ und „Stadtteilkultur“ anzuknüpfen und diese in die Stadtperspektive des heutigen und künftigen Bremerhavens zu übersetzen.

Um die Zusammenarbeit, Vernetzung und Abstimmung der Akteure zu koordinieren und unterstützen empfiehlt die PROJECT M GmbH die Einrichtung eines Projektbüros bei der Erlebnis Bremerhaven GmbH (EBG), da hier auf die erforderlichen Kompetenzen zurückgegriffen und der bereits etablierte Stadtmarketingbeirat als beratendes Gremium in die Arbeit eingebunden werden kann.

Für die Durchführung der Feierlichkeiten und Veranstaltungen zum 200-jährigen Stadtjubiläum Bremerhaven wurde durch die PROJEK M GmbH ein Mittelbedarf von insgesamt 2.545.000 € ermittelt. Durch Abzug von erwarteten Einnahmen in Höhe von 145.000 € reduziert sich der Mittelbedarf auf 2.400.000 €

An den
Senator für Finanzen
mit der Bitte um Zustimmung weitergereicht.
Im Auftrag

Die Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation
Herr Güse
0421/361-89456

Bremen, 14.Okt 2025

Beschluss des Haushalts- und Finanzausschusses:

☐ nicht erforderlich.

Der Haushalts- und Finanzausschuss hat in der Sitzung am Klicken oder tippen Sie, um ein Datum einzugeben.

☐ zugestimmt.

☐ mit folgender Änderung/Ergänzung zugestimmt:

Anlage 4: Wirtschaftlichkeitsuntersuchungs-Übersicht (WU-Übersicht)

Anlage zur Vorlage: Stadtjubiläum Bremerhaven

Datum : 10.10.2025

Benennung der(s) Maßnahme/-bündels

200 Jahre Stadtjubiläum 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 :

Betrachtungszeitraum (Jahre):

Unterstellter Kalkulationszinssatz:

Geprüfte Alternativen (siehe auch beigefügte Berechnung)

Nr.	Benennung der Alternativen	Rang
1	Bereitstellung der Mittel für die Durchführung von Einzelmaßnahmen im Rahmen des Stadtjubiläums Bremerhaven	1
2	Keine Bereitstellung der Mittel für die Durchführung von Einzelmaßnahmen im Rahmen des Stadtjubiläums Bremerhaven	2
n		

Ergebnis

Weitergehende Erläuterungen

Zur Ermittlung der fiskalischen Effekte wurde das Tool des Senators für Finanzen mit Besucherzahlen aus vergleichbaren Stadtjubiläen (Karlsruhe, Neu-Ulm) angewendet. Im Ergebnis wird jedoch kein positiver fiskalischer Effekt nach Länderfinanzausgleich erreicht. Die Maßnahme „Jubiläumsjahr Bremerhaven“ ist jedoch insgesamt als regionalwirtschaftlich im Sinne von Tourismuswachstum, Standortmarketing und Kulturförderung positiv zu bewerten, da:

- Bremerhaven als Teil des Landes Bremen bundesweit in Szene gesetzt wird.
- Das Jubiläum eine einmalige Chance zur Stärkung von Stadtidentität und Zusammenhalt in einer wachsenden, heterogenen Stadtgesellschaft bietet.
- Die nicht monetarisierbare mediale Aufmerksamkeit auf landesweiter und bundesweiter Ebene voraussichtlich mehrere Millionen Kontakte erzeugt, insbesondere durch Eventberichterstattung, Social Media und Reisetemen in Publikumsmedien.
- Die angestrebten Formate Impulse für private Investitionen, Ehrenamt, Vereinsleben und Kooperationen setzen.
- Es um ein geschichtliches Narrativ und kulturelles Erbe geht, das zur Profilbildung Bremerhavens im Nordwesten Deutschlands beiträgt und langfristig die „Stadtmarke Bremerhaven“ stärkt.

Zeitpunkte der Erfolgskontrolle:

1. Mitte 2028	2.	n.
---------------	----	----

Kriterien für die Erfolgsmessung (Zielkennzahlen)

Nr.	Bezeichnung	Maßeinheit	Zielkennzahl
1	Durchführung der Maßnahmen im Jahr 2027	Jahr	2027
2			
3			

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 Ende Mai 2025 erfolgt.

☐ Wirtschaftlichkeitsuntersuchung nicht durchgeführt, weil:

Ausführliche Begründung

Anlage 4: Wirtschaftlichkeitsuntersuchungs-Übersicht (WU-Übersicht)

Anlage zur Vorlage: Stadtjubiläum Bremerhaven

Datum : 10.10.2025

Vorlage Nr. 6/2026		
für die Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses - Bereich Wirtschaft.		
Beratung in öffentlicher Sitzung:	ja	Anzahl Anlagen: 0

Beantwortung der Anfrage Nr. 32/2025 nach § 38 GOSTVV der Stadtverordneten Herrn Thorsten Raschen und Herrn Thomas Ventzke (CDU-Fraktion) vom 11.11.2025 zum Thema „Übersicht von City-Tax-Mitteln“

A Problem

Die Stadtverordnetenfraktion der CDU hat für den Finanz- und Wirtschaftsausschuss am 02.03.2026 nachfolgende Anfrage gestellt.

„Wir bitten die nachstehenden Fragen in der Sitzung des Finanz- und Wirtschaftsausschusses – Bereich Wirtschaft – am 02.03.2026, nach Abschluss des haushälterischen Jahres 2025, durch das Referat für Wirtschaft, Wissenschaft und Tourismus zu beantworten.

Wir ersuchen um eine Darstellung der verausgabten sowie der nicht verausgabten Mittel aus der City-Tax.

Wir fragen den Magistrat:

1. Wie hoch sind die Gesamteinnahmen der City-Tax-Mittel im Haushaltsjahr 2025 gewesen, aufgeteilt nach Einnahmen über touristische Gäste und Geschäftsreisende?
2. In welche Projekte/Maßnahmen und mit welchem finanziellen Volumen wurden diese Mittel im Jahr 2025 eingesetzt?
3. Aufgrund welcher jeweiligen Beschlusslage wurden die Verausgabung der unter 2. genannten Projekte/Maßnahmen umgesetzt?
4. In welcher Höhe stehen noch Restmittel für touristische Maßnahmen im Jahr 2026 zur Verfügung?
5. Wie ist der Stand über die Verhandlungen mit der Stadt Bremen bzgl. der City-Tax-Mittel für das neue Hotel „Premier Inn“ in der Schleusenstraße auf dem stadtbremischen Gebiet?
6. Hält der Magistrat an seiner Forderung zur Überführung dieser Mittel an die Stadt Bremerhaven fest, um diese Mittel den touristischen Maßnahmen auf dem Gebiet der Stadt Bremerhaven zuzuführen?
7. Welche Rückstände bestehen aktuell bei der City-Tax / Bettensteuer in Bremerhaven?
Bitte aufschlüsseln nach:
 - a) gewerblichen Beherbergungsbetrieben,
 - b) Ferienwohnungen,
 - c) Monteurzimmern / gewerblich genutzten Wohnungen,
 - d) sonstigen Anbietern.
8. In wie vielen Fällen wurden Mahnungen, Vollstreckungsmaßnahmen oder Prüfverfahren eingeleitet und wie verteilen sich diese auf die unterschiedlichen Unterkunftsarten?

Thorsten Raschen
Thomas Ventzke
und CDU-Fraktion“

B Lösung

Das Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft beantwortet die Anfrage wie folgt:

zu Frage 1:

Die Tourismusabgabe wird vom Steueramt erhoben. Die Gesamteinnahmen für das Jahr 2025 betrugen 1.788.800,40 €. Eine Aufteilung der Einnahmen nach touristischen Reisenden und Geschäftsreisenden ist nicht möglich. Entsprechende Daten liegen dem Steueramt nicht vor, weil sie für die Besteuerung nicht relevant sind.

zu Frage 2 und 3:

Die Bewirtschaftung der City-Tax erfolgt, wie in der Antwort auf die Anfrage der CDU zur Umsetzung der Tourismusabgabe City-Tax Bremerhaven im Finanz- und Wirtschaftsausschuss vom 10.09.2024 bereits berichtet (vgl. Protokoll des Finanz- und Wirtschaftsausschusses für die Sitzung am 10.09.2024, Umsetzung der Tourismusabgabe City-Tax Bremerhaven, 17/2024), weiterhin wie folgt:

Mit stadtpolitisch bedeutsamen Maßnahmen wie die SAiL oder die Maritimen Tage (finanzwirksam 2026) werden der Magistrat bzw. der Finanz- und Wirtschaftsausschuss befasst. Die Finanzierung der Beteiligung an der TANO aus City-Tax-Mitteln wurde im Haushaltsaufstellungsverfahren 2024/25 beschlossen. Die Absicherung der Veranstaltungen im Schaufenster Fischereihafen resultiert aus der vom Magistrat beschlossenen Verschmelzung der Schaufenster Fischereihafen-Betriebsgesellschaft mbH (FBG) auf die Erlebnis Bremerhaven GmbH (EBG) und wird als institutionelle Förderung gewährt.

Die übrigen Maßnahmen werden als laufendes Geschäft der Verwaltung im Antragsprüfverfahren entschieden.

Wie in der Sitzung vom 10.09.2024 angekündigt, stellt die EBG dabei für die Geschäftsfelder MICE, Hafenerlebnis, Fischereierlebnis, Wissens- und Erlebniswelten, Marketing, Veranstaltungen sowie Barrierefreiheit und Nachhaltigkeit mit Ausnahme der o. g. Veranstaltungen seit 2024 statt zahlreicher Einzelanträge einen Gesamtantrag, der der Gesellschaft unter Festlegung einzelner Eckpunkte einen größeren Spielraum für flexible Anpassungen ermöglicht.

Die in der Antwort zu o. g. Anfrage für 2025 genannten Planungen/Ideen konnten weitgehend umgesetzt bzw. begonnen werden.

Im Einzelnen sind das:

Maßnahmen 2025	Beschlüsse	Ausgaben
Geschäftsfeld MICE		
Vertriebskonzept (EBG*)		35.500 €
DTV Städteforum (EBG*)		15.000 €
Geschäftsfeld Hafenerlebnis		
Personalkosten SAiL 2025 inkl. geringfügige Beschäftigte (EBG)	(Rücklage) Magistratsvorl. Nr. I/192/2021 vom 15.09.2021, FWA 18/2021 vom 05.10.2021	88.224 €
SAiL Bremerhaven 2025 - Sicherung der Veranstaltung gegen Überfahrtaten (EBG)	(Rücklage) Magistratsvorl. Nr. I/104/2025 vom 04.06.2025, FWA 11/2025 vom 24.06.2025	150.000 €
Container-Aussichtsturm (Statik Prüfung, Hinweisschilder) (EBG*)		20.000 €
Geschäftsfeld Fischerlebnis		
Veranstaltungen im Schaufenster Fischereihafen (aus der Verschmelzung der Schaufenster Fischereihafen-Betriebsgesellschaft auf die EBG entstandene Kosten bei der EBG) (EBG)	Magistratsvorl. Nr. II/ 35/2025 i. v. m. Magistratsvorl. Nr. I/18/2024	100.000 €
Magazin Fangfrisch 2026 (EBG*)		16.500 €
Stickeralbum (EBG*)		15.000 €
Geschäftsfeld Wissens- und Erlebniswelten		

20 Jahre Stadt der Wissenschaft (EBG*)	20.000 €
Wissens- und Erlebniswelten (Destinationsmarke) (EBG*)	45.000 €
Marketing / Vertrieb	
Bremer Straßenbahn "Bremerhaven erleben" (EBG*)	14.000 €
NZ-Beilage im Kontext SAiL (EBG*)	90.000 €
TZ-Beilagen (EBG*)	60.000 €
sonstige Marketingmaßnahmen (EBG*)	90.000 €
Auslandsmarketing 2025 (EBG*)	50.000 €
operative Verkaufsförderung Bustouristik (EBG*)	4.000 €
Messen 2025 (CMT Stuttgart, Boot Düsseldorf, ITB Berlin, Free München, Reisen & Caravaning Hamburg, ABF Hannover, Reiselust Bremen) (EBG*)	50.000 €
Kreuzfahrtmarketing	
ITB mit Kreuzfahrtpodiumsdiskussion	10.859 €
Kreuzfahrtmagazin Kurs Bremerhaven 2025 und 2026 (2. bzw. 1. Abschlag)	26.812 €
Veranstaltungen (ohne Zuordnung zu den Geschäftsfeldern)	
Weihnachtsmarkt 2025 (EBG)	91.000 €
Auf- und Abbau Weihnachtsbeleuchtung (EBG*)	35.000 €
Verkaufsoffene Sonntage (EBG*)	65.000 €
Bürgerbummel	(20.000 €)
Weinfest	(25.000 €)
SAiL-Sonntag	(10.000 €)
Laternenfest	(10.000 €)
Drachenfestival (EBG*)	25.000 €
Sicherheitskonzept-Software und Schulung (EBG*)	5.000 €
Marktmeister Pro Software (EBG*)	7.000 €
Barrierefreiheit / Nachhaltigkeit	
Re-Zertifizierung Reisen für Alle (EBG*)	15.000 €
Sonstiges	
Fortschreibung Tourismuskonzept, 2. Abschlag u. Schlussrechnung	34.558 €
Beteiligung an der TANO	94.221 €
Reisekosten touristische Termine (ITB, Dt. Tourismustag, Boot Düsseldorf, Expo Real)	1.793 €
Frequenzmessungen (EBG*)	27.000 €
De-Montage und Transport Steganlage an der Kennedybrücke (EBG*)	8.000 €
SAiLfie-Point Erweiterung (EBG*)	27.000 €
1.336.466 €	

zu Frage 4:

Ausgehend von den Gesamtausgaben in Höhe von rd. 1.336.466 € stehen aus 2025 noch Restmittel in Höhe von 452.334 € zur Verfügung. Dabei konnten die Kosten für die SAiL 2025 aus den laufenden City-Tax-Einnahmen des Jahres 2025 finanziert werden, ein Rückgriff auf die bestehenden Rücklagen war nicht notwendig.

zu Frage 5 und 6:

Vor dem Hintergrund der voraussichtlich für 2026 geplanten Eröffnung des Premier Inn im stadtbremischen Überseehafengebiet haben die Dezernate I und II Herrn Senator Fecker angeschrieben und um Übertragung der City-Tax-Einnahmen auf Bremerhaven gebeten. Eine Antwort steht noch aus.

zu Frage 7:

Die Gesamtrückstände zum Ende des Haushaltsjahres 2025 in der City-Tax Bremerhaven betrugen nach Auskunft des Steueramtes 27.922,31 €. Eine Unterteilung nach Unterkunftsarten erfolgt nicht.

zu Frage 8:

Mahnungs- und Vollstreckungsverfahren werden von der Stadtkasse eingeleitet und durchgeführt. Im Steueramt erfolgt keine statistische Erfassung von Prüfverfahren und deren Verteilung auf die unterschiedlichen Unterkunftsarten.

C Alternativen

Keine.

D Auswirkungen des Beschlussvorschlages

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

E Beteiligung / Abstimmung

Steueramt.

F Öffentlichkeitsarbeit / Veröffentlichung nach dem BremIFG

Gegen eine Veröffentlichung nach dem BremIFG bestehen keine Bedenken.

G Beschlussvorschlag

Der Finanz- und Wirtschaftsausschuss nimmt die Beantwortung der Anfrage Nr. 32/2025 nach § 38 GStVV zum Thema „Übersicht von City-Tax-Mitteln“ zur Kenntnis.

Grantz
Oberbürgermeister