

Vorlage Nr. I/ 68/2026  
für den Magistrat

Anzahl Anlagen: 3

## **Ausrichtung des GTM Germany Travel Mart™ 2027 in Bremerhaven**

### **A Problem**

Bremerhaven weist eine positive Entwicklung im Hinblick auf die (inter-)nationale Wahrnehmung und thematische Profilierung in den Bereichen Maritime Wirtschaft und Häfen, Lebensmittelproduktion, Wissenschaft und Forschung sowie touristische Wissens- und Erlebniswelten auf. Dennoch bestehen Herausforderungen bei der Entwicklung der Übernachtungszahlen sowie im internationalen Vertrieb in Form von

- begrenzter internationaler Sichtbarkeit im MICE- und Wissenschaftstourismus,
- geringer Marktdurchdringung in Fernmärkten,
- fehlender kontinuierlicher B2B Kontaktpunkte bzw. Schnittstellen.

Die „Fortschreibung Tourismuskonzept Stadt Bremerhaven 2030“ hebt ausdrücklich die Notwendigkeit hervor, die internationale Sichtbarkeit der Destination zu erhöhen, den Geschäftskunden- und B2B-Vertrieb zu stärken sowie neue, überregionale Reiseanlässe und Nachfrageimpulse zu schaffen. Bremerhaven wird darin als Lern-, Erlebnis- und Tagungsort für Zukunftsthemen positioniert, dessen Profil insbesondere durch nationale und internationale Fachformate, Netzwerke und Multiplikatoren wirksam in den Markt getragen werden soll. Zugleich betont das Konzept die Bedeutung kooperativen Marketings, einer stärkeren internationalen Marktdurchdringung sowie der gezielten Ansprache von MICE- und Fachzielgruppen zur Steigerung von Wertschöpfung und Wettbewerbsfähigkeit.

Vor diesem Hintergrund besteht die strategische Herausforderung darin, die im Tourismuskonzept formulierten Ziele nicht nur konzeptionell zu beschreiben, sondern durch ein international sichtbares, wirksames Leitformat operativ umzusetzen und zu beschleunigen.

Der GTM Germany Travel Mart™ der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) ist die bedeutendste internationale Vertriebs-, Netzwerk- und Medienplattform des Deutschlandtourismus. Als jährlicher Leitkongress bringt der GTM rund 600 Entscheidungsträger:innen aus über 45 Nationen zusammen, darunter etwa 300 internationale Einkäufer:innen, 200 deutsche Anbieter:innen und bis zu 100 internationale Medienvertreter:innen.

Das Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft (RfWTW) hat im Jahr 2023 im Rahmen des Landestourismusforums Bremen und Bremerhaven gegenüber der Geschäftsführung der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) das hohe Interesse der Stadt Bremerhaven an einer Durchführung des GTM in 2027 in Bremerhaven erfolgreich bekundet. Ziel ist es, die Seestadt Bremerhaven im Jubiläumsjahr 2027 in den Fokus der rund 600 Entscheidungsträger:innen inkl. der ca. 100 internationalen Medienvertreter:innen zu rücken. Vor diesem Hintergrund erfolgte im Anschluss durch die Erlebnis Bremerhaven GmbH (EBG) in Kooperation mit der Tourismusagentur Nordsee (TANO) die Bewerbung als Destinationspartnerin des 53. GTM Germany Travel Mart™ 2027, um Bremerhaven und die Region als wichtige Incoming-Destination unter der Dachmarke Reiseland Deutschland zu präsentieren. Mit der Ausrichtung des GTM 2027 sind für die EBG finanzielle Verpflichtungen gegenüber der DZT verbun-

den, die nicht durch den regulären Betriebskostenzuschuss abgedeckt sind.

## **B Lösung**

Die EBG wird als Destinationspartnerin zusammen mit der DZT als Veranstalter den 53. GTM Germany Travel Mart™ 2027 in der Zeit vom 29.05. bis 02.06.2027 in Bremerhaven und der Region durchführen. Die TANO stellt als die regionale Kooperationspartnerin der EBG die Ausgestaltung des regionalen Programms sicher. Die von der EBG als Destinationspartnerin zu leistenden infrastrukturellen und organisatorischen Aufgabenstellungen sind in dem zu unterzeichnenden Destinationspartner- und Kooperationsrahmenvertrages in Verbindung mit dem Leistungskatalog und den Kriterien für die Ausrichtung des 53. GTM geregelt.

In dem Bewerbungskonzept der EBG für den GTM 2027, das ebenfalls als Anlage dem Destinationspartner- und Kooperationsrahmenvertrag beigefügt ist, wird das thematische Profil der Stadt Bremerhaven – Meer, Wissen, Mensch – mit einem professionellen, international sichtbaren Veranstaltungsdesign verknüpft. Die Durchführung erfolgt gemäß den Standards der DZT für die Ausrichtung eines GTM:

### 1. Programm- und Standortprofil

Das Bewerbungskonzept (s. Anlage 1) basiert auf einem konsistenten Programmansatz, der die Stärken der Stadt und ihres besonderen Standortprofils an der niedersächsischen Nordseeküste sichtbar macht:

- Wissenschafts-, Hafen- und Erlebnisstandort mit internationaler Reputation (AWI, Thünen-Institute, Klimahaus Bremerhaven, Deutsches Auswandererhaus, Deutsches Schifffahrtsmuseum etc.),
- maritime Infrastruktur und authentische Erlebnisräume in den Havenwelten, im Schaukasten Fischereihafen und am Cruise Port Bremerhaven,
- Storyline „Meer – Wissen – Mensch“ als inhaltlicher Leitfaden für Vorprogramme, Presseformate und touristische Erlebnisse,
- Nutzung des 200-jährigen Stadtjubiläums als international aufmerksamkeitstarker Veranstaltungsrahmen.

### 2. Umsetzung gemäß Kriterien und Leistungskatalog der DZT

Bremerhaven wird alle Anforderungen der DZT an eine Gastgeberdestination erfüllen, u. a.:

- Bereitstellung einer barrierefreien Workshop-Location für bis zu 600 Gäste im Speed-Dating-Format (Eisarena oder Stadthalle),
- Durchführung eines repräsentativen Networking Abend Events,
- Bereitstellung von ca. 400 Einzelzimmern für internationale Delegationen,
- Organisation von Transfers, Shuttlelogistik, Hospitality-Desks, Hostessenteams,
- Organisation hochwertiger Trade- und Presstouren in Zusammenarbeit mit der TANO und der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH,
- Umsetzung eines nachhaltigen Mobilitäts-, Veranstaltungs- und Cateringkonzeptes.

Die Auswahl des konkreten Veranstaltungsortes für den zentralen Workshop (Stadthalle Bremerhaven oder Eisarena Bremerhaven) wird im Jahr 2026 in Abstimmung mit der Stadthalle Bremerhaven Veranstaltungs- und Messegesellschaft mbH erfolgen. Diese ist abhängig von der grundsätzlichen Entscheidung der Stadt Bremerhaven über die bauliche Zukunft sowie einer Betriebserlaubnis der Stadthalle für den Zeitraum des GTM 2027 (29.05.-02.06.2027).

Die Umsetzung des GTM 2027 erfolgt unter Berücksichtigung externer Rahmenbedingungen, insbesondere der terminlichen und organisatorischen Vorgaben der DZT sowie der infrastrukturellen Verfügbarkeit der vorgesehenen Veranstaltungsstätten. Die finale Festlegung einzelner Durchführungsparameter (z. B. Workshop-Location, Detailprogramm) erfolgt daher in enger Abstimmung mit den beteiligten Partnerinnen und Partnern im weiteren Projektverlauf. Diese Abhängigkeiten sind für internationale Großveranstaltungen dieser Art üblich und werden im Rahmen des Projektmanagements aktiv gesteuert.

### 3. Wirtschaftliche und strategische Effekte für Bremerhaven

Der GTM 2027 erzeugt nachweisbare positive Effekte:

Kurzfristige wirtschaftliche Effekte:

- direkte Mehreinnahmen in Hotellerie, Gastronomie, Kultur, Einzelhandel,
- zusätzliche Wertschöpfung durch Vor- und Nachprogramme für die Teilnehmenden am GTM
- Impulse für regionale Leistungsträger:innen und Partnerbetriebe.

Mittelfristige und langfristige Effekte:

- Verbesserung der internationalen Sichtbarkeit und Wettbewerbsfähigkeit,
- Stärkung des touristischen Geschäftskundenvertriebs mit dem Potential zum langfristigen Aufbau neuer Kontakte und Nachfragepotenziale,
- Intensivierung der Profilierung als touristische Wissenschafts- und Hafenstadt,
- nachhaltige Positionierung im MICE-Segment und im internationalen Städtetourismus.

Der GTM bietet für Bremerhaven einen wirksamen Hebel zur Stärkung des internationalen Vertriebs. Erfahrungswerte der DZT und früherer Gastgeberstädte zeigen, dass der GTM intensive B2B-Geschäftsanbahnungen ermöglicht. Während der – in der Regel – dreitägigen Veranstaltungsdauer gibt es für jeden Ausstellenden ca. 20–25 vorab terminierte B2B-Gespräche pro Veranstaltungstag. Zusätzlich ergeben sich aus informellen Gesprächen im Rahmen der Netzwerke, Abendformate und sog. Site Inspections weitere Kontaktmöglichkeiten. Bei etwa 300 internationalen Einkaufenden und 200 deutschen Anbietenden ergeben sich mehrere tausend Verkaufsgespräche. Zum Abschluss des 50. GTM erklärte die Vorsitzende des Vorstandes der DZT, dass 5.254 Geschäftstermine auf dem GTM in Chemnitz realisiert wurden, 99 Prozent der Befragten konnten laut der DZT On-Site Befragung in Chemnitz neue Geschäftskontakte knüpfen und 93 Prozent beurteilen den GTM als gute bzw. sehr gute Plattform für Geschäftsabschlüsse, vgl.: <https://www.dehoga-sachsen.de/informationen/branchen-news/news/dzt-zieht-bilanz-des-50-germany-travel-mart>.

Diese Zahlen verdeutlichen, dass sich für Bremerhaven Absatz- und Kooperationschancen für lokale Leistungsträger:innen, eine nachhaltige Verbesserung der internationalen Marktdurchdringung sowie eine langfristige Stärkung der Positionierung der Destination Bremerhaven als Wissenschafts-, Hafen- und Erlebnisstandort ergeben.

Die Kosten zur Durchführung der Veranstaltung betragen 400.000 € und setzen sich wie folgt zusammen:

	Nettobetrag
GTM Workshop (Miete Location, Technik, Personal, Ausstattung etc.)	145.000 €
Netzwerkabend/Gastgeberabend (Location, Catering, Personal etc.)	85.000 €
Transferlogistik (Kostenbeteiligung An- u. Abreise intern. Teilnehmende, Shuttlelogistik etc.)	115.000 €
Verschiedenes (Sicherheit, behördliche Genehmigungen, Versicherungen etc.)	40.000 €
Internationale Presse (Location Pressekonferenz, Catering und Priesstouren)	15.000 €
<b>Gesamt</b>	<b>400.000 €</b>

Die Leistungen der Deutschen Zentrale für Tourismus umfassen:

- Planung, Organisation und Umsetzung der gesamten Veranstaltung
- Beschaffung und Beauftragung eines Professionell Congress Organiser (PCO)
- Durchführung sämtlicher notwendigen Kommunikationsmaßnahmen inklusive
- Anbieter:innen-, Einkäufer:innen- und Journalist:innenakquisition, Öffentlichkeitsarbeit
- An- und Abreise der int. Teilnehmenden zum nächstgelegenen int. Flughafen und Hauptbahnhof
- Workshopkonzept und -organisation inklusive Hallenplanung und Messebau

- Catering während des Workshops
- Koordination der Transfers
- Übernachtungskosten für internationale Teilnehmende gem. § 1 Ziffer 6
- Organisation und Durchführung von Pre- bzw. Post Convention Touren
- Live Experience Programme für Trade Teilnehmende in Bremerhaven und der Region
- Beschaffung von Flügen und Bahnfahrten für die An- und Abreisen der int. Teilnehmenden
- Organisation DB Congressticket für die dt. Anbietenden bis/ab Bremerhaven Hbf.
- Nachhaltigkeitsmanagement, Zertifizierung der Veranstaltung
- Follow-Up, Erfolgskontrolle

### **C Alternativen**

Auf die Ausrichtung des GTM 2027 in Bremerhaven wird verzichtet.

Der Rückzug der erfolgreichen Bewerbung wäre mit einem Imageschaden gegenüber der DZT und der (inter-)nationalen Tourismusbranche verbunden. Mit dem Verzicht geht zudem eine einmalige internationale Profilierungschance sowie die Möglichkeit zur Image- und Markenstärkung im Jubiläumsjahr der Stadt Bremerhaven verloren. Zugleich bleiben die strukturellen Schwächen im internationalen Vertrieb bestehen.

Für eine mögliche Bewerbung in späteren Jahren (2028/2029) gibt es keine Garantie für einen Zuschlag durch die DZT. Die Chance auf die Verfolgung zentraler tourismusstrategischer Entwicklungsziele geht verloren bzw. verzögert sich.

Es gibt kein vergleichbares internationales B2B-Veranstaltungsformat mit dieser Reichweite und diesen Multiplikatoreffekten.

### **D Auswirkungen des Beschlussvorschlages**

Zur Erfüllung und Finanzierung des Leistungskatalogs der DZT entstehen der EBG als Destinationspartnerin für Workshop Location, GTM-Presse- & Business-Center, Registrierungs-Counter, Organisationsbüro PCO, Presse Organisationsbüros DZT & PCO, Packraum PCO, Meetingraum, Networking Abend Event, Meetingraum für fachspezifische Workshops / Meetings / Interessentenpräsentation, Presse-Konferenz, Presseprogramm, An- und Abreise der internationalen Teilnehmenden, Transfers (Hotels/Workshop-Hotels, Hotels/Abendevent-Hotels, Hotels/Live-Experience-Hotels, Hotel-Pressekonferenz /Presseprogramm), Hotels für internationale Teilnehmende, Hostessen, Security, Erste Hilfe, Feuerwehr, Behördliche Genehmigungen, Versicherungen kalkulierte Kosten in Höhe von 400.000 €, die aus der City-Tax finanziert werden sollen. Dieser Kostenansatz entspricht auch Erfahrungswerten vorheriger GTM-Veranstaltungen in anderen Destinationen.

Es sind keine personalwirtschaftlichen Effekte erkennbar. Anhaltspunkte für klimaschutzrelevante Auswirkungen oder 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**

EBG.

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

Gegen eine Veröffentlichung nach dem BremIFG bestehen keine Bedenken.

### **G Beschlussvorschlag**

Der Magistrat nimmt die erfolgreiche Bewerbung der Erlebnis Bremerhaven GmbH (EBG) zur Kenntnis, die als Destinationspartnerin zusammen mit der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) als Veranstalter in Bremerhaven und der Region den 53. GTM Germany Travel MartTM in der Zeit vom 29.05. bis 02.06.2027 durchführt. Die Tourismusagentur Nordsee

(TANO) wird als Kooperationspartner der EBG die Ausgestaltung des regionalen Programms sicherstellen.

Für die Vorbereitung und Umsetzung des GTM 2027 stimmt der Magistrat, vorbehaltlich der Rechtskraft des Bremerhavener Haushalts 2026, der Finanzierung der Kosten bei der EBG in Höhe von 400.000 € aus City-Tax-Mitteln zu. 30.000 € werden in 2026 für die Präsenz von Bremerhaven auf dem GTM 2026 in Oberhausen und 370.000 € für die Durchführung des 53. GTM Germany Travel Mart™ 2027 in Bremerhaven benötigt.

Der Magistrat bittet den Finanz- und Wirtschaftsausschuss entsprechend zu beschließen.

Neuhoff  
Bürgermeister

Anlage 1: Konzept Bewerbung GTM 2027

Anlage 2: Destinationspartner- und Kooperationsrahmenvertrag

Anlage 3: Leistungskatalog