

Vorlage Nr. I/119/2011
für den Magistrat

Anzahl Anlagen: 1

Tourismuskonzept Bremerhaven 2020

A Problem / B Lösung

Die Entwicklung Bremerhavens zum Zentrum für maritimen Städtetourismus ist erklärtes Ziel der Wirtschaftsstrukturpolitik für Bremerhaven. Vor diesem Hintergrund wurde gerade in den vergangenen 10 Jahren erheblich in die touristische Infrastruktur investiert und mit den Havenwelten Bremerhaven ein neuer touristischer Kern geschaffen, der allein, aber vor allem auch in Kombination mit den weiteren touristischen Arealen und Angeboten, eine Dichte von Attraktionen mit Alleinstellungsmerkmalen aufweist, die einzigartig in Nordeuropa ist.

Die Erfolge der bisherigen Anstrengungen lassen sich bereits eindrucksvoll in den Besucherstatistiken nachlesen. Gleichwohl werden diese Erfolge nur dauerhaft sein, wenn die touristischen Angebote stetig den modernen Anforderungen angepasst, weiterentwickelt und reattraktiviert werden. Zuvorderst zeichnen die privaten Betreiber der Einrichtungen dafür verantwortlich. Um private Investitionen zu generieren, können aber auch weitere öffentliche Investitionen erforderlich sein.

Unerlässlich für einen nachhaltigen Erfolg ist zudem ein offensives Marketing, das die geschaffenen Attraktionen bekannt macht und nachhaltig in den Köpfen der Touristen verankert. Auch im Marketing sind zunächst die Betreiber selbst gefordert, ihre jeweiligen touristischen Einrichtungen zu vermarkten. Flankierend wird jedoch auch eine übergreifende Vermarktung, sowohl bezogen auf die jeweiligen Destinationen als auch auf den Standort Bremerhaven als Zentrum für den maritimen Städtetourismus, notwendig bleiben.

Von erheblicher Bedeutung bleibt außerdem die enge Zusammenarbeit mit dem Land Bremen, das die zwei Städte touristisch verbindet, sowie die Zusammenarbeit mit dem niedersächsischen Umland, die bereits in vielfältiger Form praktiziert wird, aber noch weiter forciert werden muss. Von den Gästen werden Ländergrenzen nicht wahrgenommen und Bremerhaven und die niedersächsische Nordseeküste ergänzen sich in diesem Teil mit ihren touristischen (Infrastruktur-) Angeboten nahezu perfekt. Ein gemeinsames Marketing dieser Gesamtdestination bietet daher für alle Partner die Chance, neue Gäste zu gewinnen und damit auch neue Investoren zu akquirieren.

Das nachfolgend dargestellte Tourismuskonzept Bremerhaven 2020 trägt diesen Überlegungen Rechnung und zeigt die aus Sicht der BIS Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung mbH und dem Referat für Wirtschaft notwendigen Maßnahmen auf. Es basiert auf dem Strukturentwicklungskonzept Bremerhaven 2020, der darauf aufbauenden Wirtschafts- und Beschäftigungsinitiative für Bremerhaven sowie dem Strukturkonzept Land Bremen 2020 und dem daraus entwickelten Tourismuskonzept Land Bremen 2015.

Das Tourismuskonzept 2020 beinhaltet zunächst eine Bestandsaufnahme des touristischen Angebots sowie eine Skizzierung der touristischen Entwicklung der Seestadt Bremerhaven. Darauf aufbauend werden Maßnahmen zur Reattraktivierung und Weiterentwicklung des touristischen Angebotes dargestellt. Zur Positionierung und Profilierung der touristischen Angebote erfolgt im Anschluss eine Analyse der Zielgruppen sowie einer strategischen Gestaltung ihrer

Ansprache einschließlich einer noch schärfer auf die jeweiligen Zielgruppen auszurichtenden Weiterentwicklung des touristischen Angebots.

Zur Profilierung und nachhaltigen Etablierung der touristischen Attraktionen und Angebote im Markt muss ein offensives regional-, national- und international wirksames Tourismusmarketing durchgeführt werden. Ziel des touristischen Marketings ist es, sowohl die Anzahl der Übernachtungsgäste und der Übernachtungen selbst als auch die Anzahl der Tagegäste weiter zu erhöhen sowie eine hohe Auslastung der touristischen Einrichtungen und Angebote zu erzielen. Die Marketingstrategie muss dabei themen- und zielgruppenorientiert ausgestaltet werden und die einzelnen touristischen Resorts, Einrichtungen und Events sowie die besondere maritime Authentizität des touristischen Angebots Bremerhavens und der Region bewerben. Dabei wird schon jetzt eine Kooperation zwischen den touristischen Akteuren in Bremerhaven, aber auch mit der Region, praktiziert, die es zur Erzielung höchstmöglicher Synergieeffekte noch weiter auszubauen gilt.

C Alternativen

Keine.

D Finanzielle / Personalwirtschaftliche Auswirkungen

Keine.

Für eine Gleichstellungsrelevanz gibt es keine Anhaltspunkte.

E Beteiligung / Abstimmung

BIS.

F Öffentlichkeitsarbeit / Veröffentlichung nach dem BremIFG

Geeignet.

G Beschlussvorschlag

Der Magistrat nimmt das „Tourismuskonzept Bremerhaven 2020“ zur Kenntnis und bittet die BIS bzw. BEAN, für die dargestellten Maßnahmen einzelfallbezogene Entscheidungsvorlagen vorzulegen.

Grantz
Oberbürgermeister

Anlage: Tourismuskonzept Bremerhaven 2020