

Wichtige Ergebnisse der Gästeanalyse 2012 (1)

Gästestruktur

- Tagesgäste-Anteil der Touristen auf 81% gestiegen.
- Erstbesucheranteil unter den Touristen auf 23% gesunken.

Trends

- Touristische Attraktivität Bremerhavens bei Gästen aus der angrenzenden Region stagniert.
- Bekanntheitsgrad der „Havenwelten“ erneut gestiegen.
- Shopping wieder Hauptmotiv für den Besuch Bremerhavens (wie bereits 2011).
- Hauptgästeaktivität in Bremerhaven „In der Stadt bummeln/einkaufen“. Hier gleichzeitig geringe Zufriedenheit. Handlungsbedarf !
- Nochmals mehr älteres Publikum unter den Touristen.

Gästezufriedenheit

- Wiederum leicht gesunken. Bremerhavener etwas weniger zufrieden als Touristen. Schulnote nur noch „gut“.
- Hauptkritikpunkte nach Rang: „Architektur/Stadtbild“ (wie 2011), Parkplatz-Situation und Innenstadt.

Gesamtgästezahl (Hochrechnung)

- Gesamtgästezahl zurückgegangen auf 1,55 Mio. (-2,4%), Steigerung bei Tages-, Rückgang bei Übernachtungsgästen.
- Zahl der Verwandtenbesucher (stark anlassbezogen) und deren Aufenthaltsdauer erneut deutlich gesunken.

Umsätze und Wertschöpfung

- Brutto-Umsatz 96 Mio. Euro (- 8%).
- Touristische Wertschöpfung 49 Mio. Euro.
- Vollbeschäftigtenäquivalent 1.505 Personen.

Wichtige Ergebnisse der Gästeanalyse 2012 (2)

- Der Tourismus in Bremerhaven ist nach wie vor schwerpunktmäßig ein Städtetourismus mit Tagesgästen. Die Bedeutung des kleineren Segments, des Übernachtungstourismus, hat in den letzten Jahren stetig zugenommen und wurde durch entsprechende Infrastrukturprojekte befördert.
- Bremerhaven ist (touristisches) Oberzentrum der Region. Die Entwicklung des Tourismus in der Stadt ist dabei wesentlich von zwei Faktoren abhängig :
 - Nachfrageseite : Entwicklung des Übernachtungstourismus im Umland. Jede Änderung dort ist auch eine entsprechende Änderung in unserem Tagestourismus.
 - Angebotsseite : Attraktivität als Städtedestination. Dazu gehören die touristische Infrastruktur (Museen, Einrichtungen, Deich etc.), die touristischen Events (Sail, aber auch kleinere Veranstaltungen) sowie die Angebotsvielfalt/Qualität für das Shopping.

Um diese Attraktivität zu erhalten, ist ständige Innovation notwendig. Diese bedarf entsprechender Investitionen in die (touristische) Infrastruktur, ausreichender Mittel für das Marketing und das Handling, der Koordination (auch mit dem Umland) und des Qualitätsmanagements mit der entsprechenden Steuerung.

Empfehlungen aus der Gästeanalyse 2012

- Die touristischen Einrichtungen Bremerhavens bedürfen eines ständigen Innovationsprozesses. Wichtig sind hier vor allem regelmäßige attraktive Sonderausstellungen, aber auch neue Formate (wie es z.B. das DSM mit seinen Theateraufführungen und maritimen Kunstausstellungen gezeigt hat). Die Pflege, Instandhaltung und Verbesserung der ständigen Ausstellungen dürfen dabei nicht vernachlässigt werden.
- Veranstaltungstermine sollten zwischen den Akteuren besser zeitlich und inhaltlich koordiniert werden.
- Insbesondere für die „großen“ Einrichtungen wie DSM, DAH und KLH werden neue Formen des Ticketings wie Übertragbarkeit, Streckung der zeitlichen Gültigkeit und Trennung zwischen Dauer- und Sonderausstellung empfohlen.
- Die Besucher der Stadt sind sowohl an touristischen Angeboten als auch an solchen, die aus der oberzentralen Funktion der Stadt herrühren, interessiert. Innovation und Investition müssen auch das Stadtbild und die Attraktivität des Einzelhandels verbessern. Die Besucher empfinden ein zunehmendes Auseinanderklaffen des Erscheinungsbildes von Stadtmitte und Stadtteilen.
Der Einzelhandel muss die Kritik der Kunden an Sitz- und Verweilmöglichkeiten, Raumklima, Branchenmix und Gastronomie aufnehmen. Die Öffnungszeiten sollten den Wünschen der Besucher entgegenkommen (Verlängerung in den Abend, insbesondere aber am Wochenende).
- Das für Besucher attraktive Image der Stadt beruht auf der maritimen Atmosphäre, insbesondere auf der Nähe zu Schiffen. Dabei handelt es sich zur Zeit hauptsächlich um „dicke Pötte“. Es wird darüber hinaus empfohlen, Bremerhaven weiter zu einem Ziel für Sportboote zu entwickeln. Deren „Treiben im Hafen“ ist gleichzeitig hochattraktiv für die Besucher.