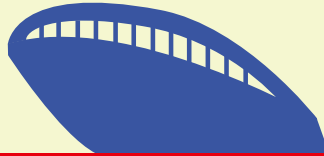
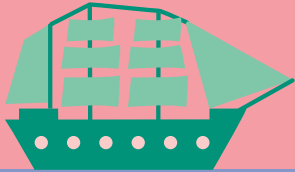


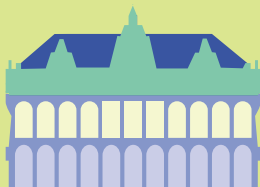
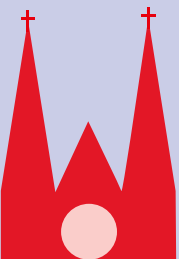


**BREMEN  
ERLEBEN!**



**EIN KOMPAKTER ÜBERBLICK**

**TOURISMUSSTRATEGIE  
STADT BREMEN 2030+  
KLARER FOKUS.  
NÄCHSTE SCHRITTE.**



# Einleitung

Der Tourismus ist für Bremen ein zentraler Wirtschaftsfaktor und zugleich ein Impulsgeber für Stadtentwicklung, internationale Positionierung sowie für Image und Identität.

Mit der Fortschreibung der Tourismusstrategie Bremen 2030+, beauftragt durch die Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation, wird ein Rahmen für eine zukunftsorientierte, wettbewerbs-

fähige und nachhaltige Entwicklung gesetzt, der als gemeinsamer Orientierungsrahmen für Politik, Verwaltung, Wirtschaft und Zivilgesellschaft dient. Ziel ist es, den Tourismus gemeinsam als Leitökonomie weiter zu stärken und gleichzeitig die Lebensqualität in der Stadt zu fördern. Die Tourismusstrategie umfasst Maßnahmen und Leitprojekte in sieben Handlungsfeldern.



**1**  
PROFIL-  
THEMEN &  
STADTERLEBNIS



**2**  
STRATEGISCHES  
TOURISMUSMARKETING  
& KOMMUNIKATION



**3**  
MICE &  
GESCHÄFTS-  
TOURISMUS



**4**  
TOURISTISCHE  
INFRASTRUKTUR  
& MOBILITÄT



**5**  
DIGITALISIERUNG &  
KÜNSTLICHE  
INTELLIGENZ



**6**  
NACHHALTIGE TOURISMUS-  
ENTWICKLUNG & RESILIENZ



**7**  
GOVERNANCE &  
KOOPERATION

# Zielgruppen/Zielmärkte

## Zielgruppen im Freizeittourismus (B2C-Segment)

- Bestandszielgruppe: adaptiv-pragmatisches Milieu mit hoher Affinität zu flexiblen, erlebnisorientierten Reiseangeboten
- Zukunftszielgruppe: expeditives Milieu, das innovations- und trendaffin ist und damit Potenziale für die zukünftige Profilierung Bremens bietet
- Ergänzend: Gruppenreisesegment

Bremen verzeichnet ein Verhältnis von 80% inländischen Ankünften und 20% ausländischen Ankünften. Die Niederlande zeigen sich als stärkster Fokusmarkt für die Stadt Bremen. Des Weiteren werden Dänemark (7,5%) und Belgien (5,6%) (Flandern) als Fokusmärkte in der Kommunikation und Vermarktung definiert.

## Zielgruppen im Geschäftstourismus (B2B-Segment)

Das B2B-Segment umfasst den Geschäftstourismus, Firmenvertrieb, Reiseveranstalter:innen, Reisevermittler:innen und Reiseportale. Im Segment Geschäftsreiseturismus liegt der Fokus auf Messen, Tagungen und Kongressen:

- Firmenveranstaltungen und Betriebsausflüge im mittleren Segment (50 bis 500 Teilnehmende)
- Tagungen und Kongresse in drei Segmenten (bis 250 Teilnehmende/250 bis 500 Teilnehmende/500 bis 1.500 Teilnehmende)
- Großkongresse, Leitveranstaltungen und Messen mit überregionaler Ausstrahlungskraft (ab 1.500 Teilnehmende)

## Profilthemen

Die Tourismusstrategie Bremen 2030+ basiert auf fünf Profilthemen, die den thematischen Rahmen für die Ausrichtung der touristischen Entwicklung der Stadt Bremen bilden. Jedes dieser Themen greift einen charakteristischen Aspekt der

Bremer Identität auf und gibt als inhaltliche Leitlinie der gesamten touristischen Wertschöpfung Orientierung für die Entwicklung neuer Angebote, die Ausrichtung von Marketing und Kommunikation sowie die Gestaltung von Kooperationen.



# Leitprojekte

Ausgehend von der gemeinsamen Vision, klaren Zielen, der Positionierung und den anvisierten Zielgruppen wurden im Rahmen der Fortschreibung der Tourismusstrategie 14 Leitprojekte und

58 Maßnahmen in den sieben Handlungsfeldern entwickelt. Diese definieren als langfristig orientierte Leitplanken die inhaltliche Grundlage für die operative Umsetzung der Tourismusstrategie.



1. Neues Profilthema  
»Grüne Stadt am Fluss«  
verankern



2. Fahrradtourismus  
in Bremen  
weiterentwickeln



3. Tourismusmarke  
Bremen weiter  
profilieren



4. B2B- und B2C-  
Zielgruppen und Zielmärkte  
analysieren und  
weiterentwickeln



5. Touristische  
Kampagnen fortlaufend  
konzipieren und  
umsetzen



6. Segmentspezifische  
Marketing- und Vermark-  
tungskonzepte entwickeln  
und umsetzen



7. Weiterentwicklung  
von Großveranstaltungen in  
Bremen optimal koordinieren



8. Wichtige Besuchsorte  
ausbauen und qualitativ  
weiterentwickeln  
(z.B. Glocke, Universum)



9. Bremen Data Hub  
aufbauen und  
pflegen



10. Digitale Touchpoints  
entlang der Customer  
Journey optimieren



11. Kommunikationsstrategie  
zum Thema Nachhaltigkeit  
entwickeln und umsetzen



12. Verstetigung  
der Nachhaltigkeitssteuerung  
im Bremen Tourismus



13. Bestehende  
Qualifizierungs- und  
Förderangebote bündeln  
und sichtbar machen



14. Monitoring- und  
Reportingsystem für  
den Tourismus in  
Bremen erstellen

## 8 STRATEGISCHE ZIELE

1	2	3	4	5	6	7	8
Willkommenskultur	Bremens tourist. Profil	Qualität	Stadterlebnis	MICE	Digitalisierung und KI	Nachhaltigkeit	Zusammenarbeit



# Vision

Bremen ist eine lebenswerte und authentische Stadt, die ganzjährig positiv überrascht und neugierig macht. Weltoffenheit und Vielfalt prägen unser touristisches Selbstverständnis.

Wir entwickeln den Tourismus als Leitökonomie für Bremen nachhaltig, wertschöpfend und zukunftsorientiert weiter – mit smarten Technologien, klarem Qualitätsanspruch und als Impulsgeber für eine hohe Aufenthalts- und Lebensqualität.

Unsere grüne Stadt am Fluss mit reichem kulturellem Erbe begeistert durch kurze Wege, Fahrradfreude und kreative Räume. Unsere vielfältigen Erlebnisangebote im Bereich Kunst und Musik, Wissens- und Erlebniswelten sowie Genuss verbinden die Erlebnisökonomie mit dem touristischen Gästelerlebnis.

Bremen setzt auf Veranstaltungen mit überregionaler Strahlkraft und eine lebendige Kreativ- und Kulturszene, die inspiriert und verbindet.

Im Geschäftstourismus und als MICE-Standort beeindruckt Bremen mit außergewöhnlichen Locations, engagierten Gastgebenden, persönlicher Betreuung und dem Charme einer Stadt, in der man sich schnell orientiert und mit anderen trifft.

Gemeinsam gestalten wir einen Tourismus in Bremen 2030+, der überzeugt und Wirkung in der Stadt und darüber hinaus entfaltet.

**»Wir machen Bremerinnen und Bremer  
und unsere Gäste zu Bremen-Botschaftern!«**

# Umsetzungsmanagement

Die Umsetzung der Tourismusstrategie Bremen 2030+ ist eine Gemeinschaftsaufgabe. Sie basiert auf der Idee »Gemeinsam erreichen wir unsere Ziele« und lebt davon, dass alle Entscheider:innen – von Politik und Verwaltung über Wirtschaft, Kultur und

Tourismus bis hin zur Zivilgesellschaft – ihren Beitrag leisten. So werden Bremer:innen, Bremer und Gäste zu Botschafter:innen einer lebenswerten, gastfreundlichen und zukunftsfähigen Stadt.



## Impressum

Stand 01 / 2026

## Herausgeberin

WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH in Kooperation mit der Senatorin für Wirtschaft, Hafen und Transformation

## Gestaltung

Büro 7 visuelle Kommunikation GmbH

Weitere Details zur Situationsanalyse, dem strategischen Handlungskonzept sowie dem Umsetzungsmanagement der Tourismusstrategie Stadt Bremen 2030+ finden Sie hier:



**WFB**

WIRTSCHAFTS  
FÖRDERUNG  
BREMEN



Die Senatorin für Wirtschaft,  
Häfen und Transformation