

Pressemitteilung der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH:

Ein erfolgreiches Jahr im Bremer Tourismus- und Stadtmarketing

Rekord bei den Übernachtungszahlen der Stadt Bremen / neue Projekte wie „FahrradJA“ und „Mein Bremen ist echt“

Bremen, 29. Februar 2024. „Bremen steht für kulturelles Erbe, Innovation und vor allem für viel Lebensqualität. Diese Kombination macht uns als Reiseziel besonders attraktiv. Von der Stärkung der Tourismusförderung profitieren Hotels, Gastronomie, Einzelhandel und natürlich die Tourismusbranche im engeren Sinne.“, davon ist die Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation, Kristina Vogt, überzeugt.

Dass Bremen so beliebt bei Touristinnen und Touristen ist, zeigt sich in der aktuellen Tourismusstatistik der Stadt, die die Senatorin gemeinsam mit der WFB Wirtschaftsförderung Bremen und dem Statistischen Landesamt auf einer Pressekonferenz präsentierte.

„Im Jahr 2023 zählten die Hotels, Hostels und Campingplätze der Hansestadt so viele Übernachtungen wie noch nie zuvor. Mit 2.359.490 Übernachtungen von Januar bis Dezember 2023 waren es 9.111 mehr als im bisherigen Rekordjahr 2019. Im Vergleich zu 2022 liegt das vergangene Jahr bei einem Plus von 9,4 Prozent bei den Übernachtungen in der Stadt Bremen“, sagt Senatorin Vogt und führt weiter aus: „Die Zahlen sind eine Bestätigung unserer intensiven Arbeit der vergangenen Jahre und die Investitionen in das Tourismusmarketing nach der Pandemie zahlen sich aus. Der Tourismus ist ein weiterhin wachsender Wirtschaftsfaktor für das Land Bremen und seine beiden Städte. Deshalb entwickeln wir unsere Marketingstrategien ständig weiter.“

Mehr als 30.000 Menschen könnten in der Stadt Bremen ihren Lebensunterhalt durch den Tourismus beziehen. Neben den Übernachtungsgästen gibt es jährlich etwa 37 Millionen Tagesbesuche in der Stadt. Rund 1,8 Milliarden

Euro beträgt der Brutto-Umsatz durch Tages- und Übernachtungstourismus in der Stadt Bremen. Die Hauptprofiteure sind das Gastgewerbe (Hotellerie und Gastronomie) und der Einzelhandel.

Größte Tourismuskampagne, die jemals für Bremen ausgespielt wurde

Noch nie zuvor wurde so viel Geld in das Tourismusmarketing investiert wie nach der Corona-Pandemie in 2023. Bremen ist ... „Mehr als Märchen!“ – mit diesem Slogan machte die größte touristische Imagekampagne, die je von der Hansestadt ausgespielt wurde, ab September 2022 neugierig auf die Wesermetropole. Der Schwerpunkt der Aktionen mit einer Million Euro Mediaspendings lag in 2023. Hinzu kamen Investitionen in ein neues touristisches Leit-system, eine Augmented Reality App, den Umbau der Bremen Information, das Bremen Mobil, neue Veranstaltungsformate und vieles mehr. Und das zahlte sich aus. So verzeichneten beispielsweise auch die Kunsthalle und das Universum Bremen die höchsten Besuchszahlen seit Jahren. Große Sonderausstellungen und überregional wirksame Veranstaltungen zahlen ebenfalls auf die Marketingmaßnahmen der Stadt ein.

Niederlande nach wie vor Auslandsmarkt Nummer eins

Von den mehr als zwei Millionen jährlichen Übernachtungen wurden etwa zwanzig Prozent von ausländischen Reisenden gebucht. Das berichtete Annett Pruschwitz, die Leiterin des Referates für Tourismus und Dienstleistungen im Statistischen Landesamt. Hauptquellmarkt sind wie schon in den Vorjahren die Niederlande mit 84.357 Übernachtungen und einem Plus von 41,5 Prozent im Vergleich zu 2022. Auf Platz zwei liegt Dänemark, das mit 35.429 Übernachtungen ein Plus von 20,7 Prozent verzeichnet. Platz drei geht an Großbritannien mit 33.929 Übernachtungen und einem Plus von 17,8 Prozent. Nachdem normalerweise die Herbstmonate besonders viele Gäste in die Stadt locken, war 2023 der August herausragend. Mit 229.082 Übernachtungen war er nach Juli 2022 der Monat mit den zweitmeisten Übernachtungen, die je in der Stadt gemessen wurden.

Positiver Ausblick auf 2024

„Gerade in Zeiten knapper Kassen, freue ich mich sehr, dass ab dem 1. April 2023 vierzig Prozent aus der Citytax in der Stadtgemeinde Bremen der Tourismusförderung zusätzlich zugutekommen“, sagt Senatorin Vogt.

Geplante Projekte in 2024 sind beispielsweise die Weiterentwicklung der erfolgreichen Kampagne „Mehr als Märchen“ und die Umsetzung einer Deutsche-Bahn-Kampagne. Parallel wird eine Kick-off-Kampagne für das Identitäts-Marketing in der Stadt Bremen mit Maßnahmen wie „Mein Bremen ist echt“ in den Fokus gerückt.

„Wir wollen die Bürgerinnen und Bürger zu Botschafterinnen und Botschaftern für ihre Stadt machen“, sagt WFB-Geschäftsführer Oliver Rau. „Viele Gäste kommen auf Empfehlung und nur, wenn von innen heraus positiv über Bremen gesprochen wird, wirkt sich dies auf Touristinnen und Touristen, aber auch auf Fachkräfte oder Studierende aus.“ Letztere Gruppe spricht übrigens laut einer aktuellen Studie des markstones Institut an der Universität Bremen am positivsten über ihre Heimat an der Weser. „Aus diesem Grund möchten wir 2024 auch besonders mit Studierenden ins Gespräch kommen“, so Rau.

Zu den großen Projekten in diesem Jahr gehört außerdem das Themenjahr „FahrradJA2024“. Deutschland wichtigste Fahrradorganisation hat Bremen in einer Umfrage als fahrradfreundlichste deutsche Großstadt ermittelt und 2024 bündelt das Themenjahr „FAHRRADja!24 – Bremen bewegt dich“ eine Vielzahl von Festivals, Veranstaltungen und mehr unter einem Motto.

Oliver Rau verrät ein weiteres Thema für die kommenden Monate: „Schon auf den Tourismustagen 2023 haben wir uns intensiv mit Entwicklungen der Künstlichen Intelligenz (KI) beschäftigt. Das soll nun weitergehen. Wir nutzen KI bereits als Unterstützung bei der Texterstellung und als Inspiration für Bilder. Demnächst gibt es außerdem einen Chatbot in der Abteilung Bremen Tourismus, der Gästen bei ihren Fragen weiterhilft. Und natürlich beschäftigt sich auch die neue Sonderausstellung im Universum Bremen mit Künstlicher Intelligenz. Ein Thema, das immer wichtiger wird. Und wir sind früh dabei!“

Presse-Kontakt: Maike Bialek, Leiterin Kommunikation „Marketing und Tourismus“, WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH, Telefon 0421- 9600-516, maike.bialek@wfb-bremen.de

Die WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH ist im Auftrag der Freien Hansestadt Bremen für die Entwicklung, Stärkung und Vermarktung des Wirtschafts- und Erlebnisstandortes Bremen zuständig. Ihr vorrangiges Ziel ist es, mit ihren Dienstleistungen und Angeboten zur Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen in Bremen beizutragen und der bremischen Wirtschaft gute Rahmenbedingungen für den unternehmerischen Erfolg zu bieten. Weitere Informationen: www.wfb-bremen.de.