

Pressemitteilung der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH:

Mein Bremen ist echt

Gesichter für neue Stadtmarketingkampagne gesucht

Bremen, 23. Februar 2024. Die neue Stadtmarketingkampagne der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH, „Mein Bremen ist echt“, soll Bremerinnen und Bremern Lust machen, ihre eigene Stadt neu zu entdecken – abseits der klassischen touristischen Sehenswürdigkeiten zwischen Stadtmusikanten und Schlachte. Dafür sucht die WFB Bremerinnen und Bremer, die ihre Lieblingsorte empfehlen und diese gerne auf den Kanälen des Bremer Stadtportals präsentieren wollen. Mit etwas Glück können die Teilnehmenden dann ihr Gesicht im Look der Kampagne auch auf Großflächenplakaten oder digitalen Werbeflächen wiederfinden.

„Neben Touristinnen und Touristen, Unternehmen und Fachkräften gehören die Bürgerinnen und Bürger zu den wichtigsten Zielgruppen des Stadtmarketings“, sagte Kristina Vogt, Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation auf einem Fototermin zur Vorstellung der neuen Kampagne. „Wir wollen die Bremerinnen und Bremer zu Botschafterinnen und Botschaftern für ihre eigene Stadt machen.“

Seit November 2023 sind die ersten Plakate der „Mein Bremen ist echt“-Kampagne auf verschiedenen Road Side Screens oder auf Bildschirmen in Bussen und Bahnen der Stadt zu sehen. Nun soll die Kampagne erweitert werden.

„Mein Bremen ist echt‘ ist sozusagen die logische Fortsetzung unserer touristischen Kampagne ‚Mehr als Märchen‘“, so WFB-Geschäftsführer Oliver Rau. „Nachdem wir mit Mitteln aus dem Bremen-Fonds in den vergangenen zwei Jahren einen starken Fokus auf das touristische Marketing gelegt haben, werden wir in 2024 neue Maßnahmen im Binnenmarketing entwickeln.“

Stadtmarketingaktivitäten für Bremer Bürgerinnen und Bürger gehören schon immer zu den Aufgaben der WFB. Dazu gehören beispielsweise die Zeitungsbeilage „Bremen erleben“ mit vielen Veranstaltungstipps, die Broschüre

„Bremens beste Seiten“, die Themenjahre seit 2018 wie das Raumfahrtjahr, Genussufer oder 2024 das FahrradJA! oder die umfangreichen Social Media Aktivitäten der WFB-Abteilung Bremen Online auf Facebook, Instagram, YouTube oder TikTok.

Nun kommt eine digitale Plakat- und „Social Media“-Kampagne hinzu, die die Bremerinnen und Bremer miteinbezieht. Vier Motive sind bereits im Stadtbild zu sehen. Darauf empfehlen die abgebildeten Personen beispielsweise einen Besuch am Aussichtsturm im Stadtwald, am Utkiek in Vegesack oder im Rhododendronpark. Mit einem kurzen Zitat begründen Sie, warum gerade dies ihr Lieblingsort ist. In den kommenden Monaten sollen die Motive erweitert werden und dafür sind die Bürgerinnen und Bürger aufgerufen, sich an ihren Lieblingsorte zu präsentieren. Die Bilder werden auf www.meinbremenistecht.de hochgeladen, und monatlich bestimmt eine Jury die „Gesichter des Monats“. Die ausgewählten Personen und ihr Tipp werben dann im Look der Kampagne auf unterschiedlichen Kanälen für die Stadt. Bis Ende September 2024 sind Bewerbungen möglich. Alle Informationen gibt es im Internet unter www.bremen.de/mein-bremen-ist-echt

Der Spruch „Mein Bremen ist echt“ ist übrigens eine Abwandlung des bekannten Zitates von Joachim Ringelnatz: „Hier gelt ich nix, und würde gern was gelten, denn diese Stadt ist echt, und echt ist selten.“ Aus: Reisebriefe eines Artisten.

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.