

Pressemitteilung der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH:

## **Vollgas für das Bremer Stadtmarketing**

### **Wirtschaftsförderung präsentiert Pläne und Projekte für 2023**

*Bremen, 21. März 2023.* Ein genussvolles Themenjahr, Veranstaltungen von Radrennen bis Stadtmusikantenspiel, eine neue Bremen-App und vor allem das klare Ziel, Bremerinnen und Bremer zu Botschafterinnen und Botschaftern für ihre Stadt zu machen – die WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH hat eine Vielzahl von Stadtmarketingprojekten auf dem Plan für 2023. Auf einer Pressekonferenz am Dienstag (21. März 2023) präsentierten die Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa, Kristina Vogt, und der WFB-Geschäftsführer Oliver Rau einen umfangreichen Maßnahmenkatalog.

„Bremen ist mehr als Märchen ... und Stadtmarketing ist mehr als Tourismus-Marketing“, sagte Wirtschaftssenatorin Kristina Vogt auf der Veranstaltung. „Was Bremen braucht, ist ein systematisch betriebenes, konsistentes Marken- und Marketing-Management. Allein in Deutschland wetteifern 76 Großstädte um die Gunst steuerzahlender (Neu-)Bürgerinnen und Bürger, qualifizierter Arbeitskräfte, liquider Touristinnen und Touristen sowie Investorinnen und Investoren. Um hier erfolgreich zu sein, braucht Bremen ein markantes Profil. So wie ein Unternehmen muss Bremen zur Marke werden.“ WFB und Wirtschaftsressort entwickeln derzeit gemeinsam ein Marketingkonzept, das auf drei Säulen basiert: dem Standortmarketing, das sich um Unternehmen in Wirtschaft und Wissenschaft kümmert, dem touristischen Marketing und dem Identitätsmarketing für Bremerinnen und Bremer. Vor allem Letzteres soll zukünftig verstärkt in den Fokus rücken. „Wir müssen die Bremerinnen und Bremer zu Botschafterinnen und Botschaftern für unsere Stadt machen“, sagte Vogt.

Um dies umzusetzen, laufen bei der WFB derzeit verschiedene Workshops und Studien, um sich die Bedürfnisse der Zielgruppe genauer anzuschauen. Parallel läuft aber das Tagesgeschäft weiter mit neuen Projekten für die Stadt.

### **Themenjahr „Genussufer 2023“**

Bremen widmet sein Themenjahr „Genussufer 2023. Bremen am Wasser erleben“ verschiedensten Genüssen am, im und auf dem Wasser. Ein historischer Kafenmarkt am Flussufer, ein kühles Getränk im Strandkorb oder eine bunte Pappbootregatta im Vegesacker Hafenbecken: Die Nähe zum Fluss und der grünen Natur prägt das Leben der Hanseatinnen und Hanseaten und macht eine Reise nach Bremen für Touristinnen und Touristen besonders erlebenswert. Auch die kleineren Flüsse wie Lesum, Ochtum oder Wümme, die vielen Seen und Binnengewässer machen die bremische Lebensqualität aus. „Zum Genussufer-Themenjahr sind bislang bereits über fünfzig Veranstaltungen in Planung, in der Innenstadt und in vielen Stadtteilen, darunter beispielsweise ein Torfkahnfest am 29. April, die Ausstellung ‚Schwebende Wasser‘ ab Mai in Knoops Park, das Genusszeit-Event am 27. Mai an der Schlachte sowie große Festivals wie das Stadtfest HOEG, die Breminale, die Maritime Woche und wieder die Seebühne an der Waterfront“, kündigte Senatorin Vogt an. Weitere kommen im Laufe des Jahres hinzu, alle Informationen inklusive eines Veranstaltungskalenders gibt es unter [www.genussufer.de](http://www.genussufer.de)

### **Bremen Tourismus setzt auf „Mehr als Märchen“**

Schon im Herbst 2022 begann die größte touristische Imagekampagne, die Bremen je gestartet hatte. Mit „Mehr als Märchen“ machte die Hansestadt in bundesweiten Großstädten auf Großflächenplakaten auf sich aufmerksam. Im Frühjahr 2023 wird diese Kampagne zur Unterstützung des Städtetourismus in Bremen nun erneut aufgegriffen und erweitert. Gemeinsam mit der Cross Media Agentur Saint Elmos investiert die WFB rund eine Million Euro in Anzeigen, Advertorials, Social-Media-Aktivitäten, digitale Anzeigen und Influencermarketing.

Die Menschen haben wieder Lust auf Erlebnis. Die Übernachtungszahlen steigen, das Universum hatte im vergangenen Jahr wieder über 200.000

Besucher:innen und neue Angebote wie das Open Space auf dem Domshof ziehen die Menschen in die Stadt.

Im Juni 2023 beginnt der Umbau der ehemaligen Tourist-Information in der Böttcherstraße, die nun „Bremen Info“ heißt. „Auch das ist ein Teil unseres Identitätsmarketings“, sagte Oliver Rau. „Denn wir heißen nicht nur Touristinnen und Touristen in unserem Infocenter willkommen, sondern möchten auch den Bremerinnen und Bremern die Angebote der Stadt näherbringen.“ Geplant ist die Wiedereröffnung für den 1. August 2023. Ebenfalls im Sommer wird dann auch das neue Bremen Mobil fertig sein, ein Sprinter mit vielfältigen Bremen-Informationen und Buchungsmöglichkeiten, der flexibel an verschiedenen Standorten wie Messen, Großveranstaltungen, am Hauptbahnhof oder an der Küste einsetzbar ist.

Mit einer neuen touristischen Nachhaltigkeitsmanagerin, die im Januar 2023 ihre Stelle eingenommen hat, setzt die Abteilung Bremen Tourismus der WFB auf neue Entwicklungen in der bremischen Tourismusstrategie. Erste Schwerpunkte ihrer Arbeit werden in der Gestaltung und Kommunikation von nachhaltigen Angeboten auf der touristischen Website Bremens, [www.bremen-tourismus.de](http://www.bremen-tourismus.de), und anderen Online-Kanälen liegen. Darüber hinaus widmet sie sich dem Thema Ressourcenschutz, Klimaschutz, Zertifizierung und Nachhaltigkeit im Bereich Meetings und Kongresse. Dabei sollen auch die Leistungsträger:innen in Bremen informiert, beraten und untereinander vernetzt werden, um das Thema Nachhaltigkeit zukünftig besser in Managementprozesse zu integrieren und an Mitarbeitende und Kund:innen zu kommunizieren.

Eine neue Augmented Reality-App soll ab dem Frühjahr Touristinnen und Touristen, Bremerinnen und Bremern ungewohnte Einblicke in die großen Sehenswürdigkeiten rund um den Marktplatz geben. Mit Hilfe des Handys bekommen Interessierte so die Möglichkeit, beispielsweise in das Innere des Rathauses und des Ratskellers zu blicken, während sie noch auf dem Marktplatz stehen.

### **Frischer Wind für das Standortmarketing**

Um potentiellen Investorinnen und Investoren die Vorzüge Bremens als Standort vor Augen zu führen, ist ein neuer Film auf Basis des Imagefilmes „One Love“ in Arbeit, der in der zweiten Jahreshälfte fertig sein wird.

Schon jetzt gibt es die Online-Toolbox für Arbeitgebende mit Angeboten und Informationen, die Unternehmen für ihre Akquise von neuem Personal benutzen können. Dazu gehören beispielsweise das Bremer Marken-Manual, diverse Logos, die Broschüre „Bremens beste Seiten“, Angebote von Führungen, Imagefilme, ein Link zur Bilddatenbank, Hinweise zum Willkommensservice und vieles mehr. Abrufbar ist die Toolbox unter [www.fachkraefte-fuer-bremen.de](http://www.fachkraefte-fuer-bremen.de)

„Aktuell sind wir auch intensiver im Austausch mit der Universität und den Hochschulen“, so WFB-Geschäftsführer Rau. „Das Studierendenmarketing ist sehr erfolgversprechend, um Fachkräfte in Bremen zu halten.“

### **Jeden Monat eine Großveranstaltung**

Städtetourismus ist anlassbezogen und auch für Bewohnerinnen und Bewohner einer Stadt erhöhen Veranstaltungen die Attraktivität des Wohnstandortes und die Lebensqualität. Aus diesem Grund setzt die Wirtschaftsförderung auf den Eventbereich und fördert beispielsweise Veranstaltungen aus Kultur und Sport mit einer Fehlbedarfsfinanzierung von insgesamt bis zu 830.000 Euro jährlich. Darüber hinaus akquiriert sie aber auch selbst wichtige Veranstaltungen für die Stadt, wie beispielsweise in 2023 das Volleyballevent German Beach Tour, die in diesem Jahr erneut an den Bahnhofspatz kommt. Der Vorverkauf ist am 15. März gestartet. Europaweite Berichterstattung bringt Bremen im August die finale Etappe der Deutschland Tour, Deutschlands größtes Radrennen, das in der Überseestadt seinen Höhepunkt feiern wird. „Unser Ziel ist es, jeden Monat mindestens eine überregional wirksame Großveranstaltung in Bremen bieten zu können“, plant Rau. „Dazu gehören natürlich bekannte und beliebte Formate wie das Musikfest, der Freimarkt, der Weihnachtsmarkt oder große

Sonderausstellungen. Aber gerade im Bereich Sport hat Bremen noch Potential.“

Ganz neu präsentiert sich ab Mai auch das Bremer Stadtmusikantenspiel, das bis Oktober jeden Sonntag vor der Bremischen Bürgerschaft die Geschichte von Bremens weltweit bekannten Sympathieträgern zeigen wird. Im Auftrag der WFB entwickelte Schauspieler, Regisseur und Autor Dirk Böhling gemeinsam mit der Eventagentur Showtunes das Stück aus der märchenhaften Vorlage neu. Gespickt mit mitreißenden Songs und begleitet von einem Erzähler soll die kostenlose Aufführung den Marktplatz beleben.

### **Gemeinsam für mehr Wirkung**

„Es bewegt sich gerade extrem viel im Stadtmarketing, für unterschiedliche Zielgruppen, auf unterschiedlichen Ebenen zu unterschiedlichen Themen“, resümiert Rau. „Es gilt, all dies entsprechend zu kommunizieren und vor allem, die Maßnahmen abgestimmt durchzuführen.“ Wichtig dafür ist auch, dass die drei Abteilungen des WFB-Geschäftsbereiches in diesem Jahr nun endlich alle unter einem Dach im Lloydhof sitzen, das Bremen Marketing, Bremen Online und der Bremen Tourismus. „Unser Ziel ist es, im Stadtmarketing mit einer Stimme zu sprechen und dem Chor möglichst viele Stimmen aus der Stadt hinzuzufügen. Wir wollen, dass Bremen sein Licht unter dem Scheffel hervorholt!“

**Presse-Kontakt:** Maike Bialek, Leiterin Kommunikation „Marketing und Tourismus“, WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH, Telefon 0421- 9600-516, [maike.bialek@wfb-bremen.de](mailto: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](http://www.wfb-bremen.de).