



Pressemitteilung der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH:

## **Was macht Bremen so besonders?**

### **Neue Kampagne fragt Bürgerinnen und Bürger nach der DNA der Stadt**

**Bremen, 28. August 2019.** Sind es tatsächlich die Bremer Stadtmusikanten? Oder das quirlige Viertel? Werder? Oder doch die Weser? Was macht die Hansestadt besonders liebens- und lebenswert? Das möchte das Bremer Wirtschaftsressort gemeinsam mit der WFB Wirtschaftsförderung Bremen mit der Aktion „Bremens DNA gesucht“ im September herausfinden.

Im Rahmen zahlreicher politischer Anfragen, im Kontext der neuen Tourismusstrategie sowie im Zuge der Suche nach Unternehmensansiedelungen und Fachkräften verweisen beteiligte Akteure und Beobachter fortlaufend und mit Nachdruck auf die Notwendigkeit, das Image der Hansestadt Bremen zu verbessern und mit dieser Zielsetzung das Marketing zu optimieren – kurz: die Marke Bremen weiter zu entwickeln. „Bremen braucht ein systematisch betriebenes, konsistentes Marken- und Marketing-Management. Eine Marke löst Emotionen aus, weckt Erwartungen.“, sagte die Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa, Kristina Vogt, einer Pressekonferenz am vergangenen Donnerstag (29. August 2019). „Um das zu realisieren, braucht es eine solide Basis. Wir wollen wissen, was Bürger und Unternehmen mit Bremen verbinden und welche Stärken wir in den Vordergrund stellen sollten. Es geht uns darum, die richtigen Kommunikationsmaßnahmen zu entwickeln, um Neubürgerinnen und Neubürger, Fachkräfte und Städtereisende für Bremen zu interessieren. Die Marke macht den Unterschied, und ich bin sicher, dass Bremen hier eine große Chance hat, sich zukünftig im Standortwettbewerb noch besser zu profilieren.“

Aus diesem Grund arbeitet die WFB derzeit gemeinsam mit dem Ressort an der Gesamtmarkenstrategie für Bremen, mit der weltweit für die Vorzüge der Stadt geworben werden soll, bei Unternehmen, bei Fachkräften, bei

Touristen und vielen mehr. „Dabei können wir auf viele Studien und Konzepte zurückgreifen, die in den vergangenen Jahren erstellt worden sind. Unter anderem durch eine umfangreiche Workshopreihe mit den Bremer Unternehmen zum Thema Fachkräftemarketing. Was aber noch fehlt, ist eine öffentliche Bürgerbefragung. Wir wollen wissen, warum die Bremerinnen und Bremer gerne hier leben, worauf sie stolz sind, was Bremen aus ihrer Sicht so einzigartig macht“, sagte die Senatorin.

So wie sich das Erbgut des Menschen aus vielen unterschiedlichen Bausteinen zusammensetzt und damit die DNA bildet, so unverwechselbar sind auch die einzelnen Bestandteile einer Stadt. „Uns ist es wichtig, diese Information direkt und unverfälscht von den Bremerinnen und Bremern selbst zu hören. Nichts wäre schlimmer als eine im Elfenbeinturm erstellte Markenkonzepktion, die keinen Rückhalt in der Bevölkerung findet“, so Vogt.

### **Der DNA-Strang wächst mit den Beiträgen**

Vom 29. August bis 30. September können sich die Bürgerinnen und Bürger mit ihren Beiträgen zu Wort melden. So gibt es beispielsweise unter [www.bremen.de/dna](http://www.bremen.de/dna) eine Website mit einer sich drehenden DNA-Doppelhelix. Hier können Interessierte ihre Stichworte eingeben. Diese bauen dann Stück für Stück die DNA der Stadt auf. Neugierige können sehen, was andere bereits vor ihnen eingegeben haben und dabei nach Alter und Geschlecht selektieren. „Die Zahl vier spielt dabei eine große Rolle“, erklärt Peter Siemering, Geschäftsführer der WFB Wirtschaftsförderung. „Wir haben vier Bremer Stadtmusikanten und auch vier Basen, aus denen die DNA aufgebaut ist. Dementsprechend können auch bis zu vier Begriffe eingegeben werden.“

Wer sich nicht an der Online-Befragung beteiligen möchte, kann sich auch analog zu Wort melden. Mit einem eigens gebauten kleinen Messestand gehen zwei Mitarbeiterinnen der Wirtschaftsförderung auf Tour. Am 7. September stehen sie im Weserpark, am 14. September auf dem Domshof, am 21. September auf der Maritimen Woche an der Schlachte und am 28. Sep-

tember auf dem Vegesacker Markt. Wer möchte, kann direkt vor Ort seine vier Stichworte auf Postkarten schreiben und am Stand abgeben.

Diese Postkarten werden im Aktionszeitraum ebenfalls in vielen Bremer Kneipen, Restaurants und Kultureinrichtungen verteilt. Zu gewinnen gibt es auch etwas: Unter den Teilnehmenden verlost die WFB Übernachtungen in Bremer Hotels, Bremer Boxen mit Leckereien und sogar echte Stücke des beliebten grünen Bremer Rathausdaches.

Um möglichst viele Bremerinnen und Bremer auf die Kampagne aufmerksam zu machen, schalten die Wirtschaftsförderer Anzeigen in lokalen Medien, senden Hörfunkspots und sind mit Filmclips in den sozialen Medien aktiv.

#### **Von der DNA zum Gesamtkörper – von der Befragung zum Konzept**

Die Ergebnisse der DNA-Befragung werden im Anschluss an die Aktion ausgewertet und fließen dann in die für den November geplante Markenstrategie ein. „Hierfür fassen wir alle relevanten Studien und Konzepte zusammen, bewerten, strukturieren und vor allem fokussieren sie“, so Siemering. „Nur wenn wir aus Bremen heraus eine passende Strategie entwickeln, unter Berücksichtigung der unterschiedlichen Zielgruppen, kann das Projekt erfolgreich sein. Dafür schaffen wir zuerst intern die Grundlagen, um danach damit nach außen aufzutreten. Eine einfache Online-Kampagne, eine strukturierte Anzeigenschaltung mit Werbung reichen nicht aus, das Image der Stadt und vor allem eine Vision nachhaltig zu transportieren. Dies ist ein Prozess, der auf viele Jahre angelegt ist. „Wir müssen an unseren Produkten in der Stadt arbeiten, unsere Angebote optimieren und vor allem mit einer Stimme sprechen. Wir werden viele verschiedene Projekte anstoßen, um so Schritt für Schritt zum Ziel zu gelangen, Bremen noch mehr in die Köpfe unserer Zielgruppen zu bringen. Mit sympathischen und authentischen Aussagen und Angeboten, die von der Mehrzahl der Bremerinnen und Bremer getragen werden.“

Alle Informationen zum Konzept gibt es unter [www.bremen.de/dna](http://www.bremen.de/dna)

**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).