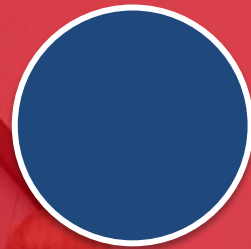




**BREMEN
BREMERHAVEN**
ZWEI STÄDTE. EIN LAND.

#TOURISMUS-STRATEGIE-WERKSTATT

WORKSHOP MICE CONFERENCE 4



Der Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen

Zentrale Fragen:

„Was sind die Stärken und was sind gute Beispiele, um das Land Bremen bis 2025 optimal zu positionieren?“

„Was sind die wichtigsten Aufgaben die bis 2025 bearbeitet werden müssen?“

ExpertInnen:

Andrea Hess	Bremen Convention Bureau, Bremer Touristik Zentrale
Frank Rücker	Radisson Blu Bremen

Moderation:

Peter C. Kowalsky PROJECT M

Mind Mapper:

Svenja Berkhoff PROJECT M



Zentrale Ergebnisse:

Herr Kowalsky erklärt, dass beim Workshop zu Thema MICE eine rege Diskussion in puncto „Visionär denken“ stattfand. Durch den Fokus auf zukunftsorientierte Wirtschaftscluster, wie zum Beispiel der Wissenschaft, sollen Botschafter aus der eigenen Wirtschaft gewonnen sowie das Profil des Standortes gestärkt und nach außen beworben werden.

Die zukünftige Wettbewerbsfähigkeit Bremens muss zudem durch Investitionen in Qualität und Innovation gesichert werden. Neben der Bereitstellung von modernen Tagungsorten soll ein Rahmen aus einem attraktiven Freizeitsegment den Aufenthalt zu einem „Wirtschaftserlebnis“ machen. Durch eigene Vorzeige-Veranstaltungen, welche über eine themen- / clusterspezifische Kompetenzdarstellung ein MICE-Image aufbauen sollen, sollen weitere Veranstaltungen auch in bisher weniger stark vertretenen Branchen (z.B. auch von Zulieferern etc.) , generiert werden.

Qualität muss auch bei der Infrastruktur und den Service-Dienstleistungen der Beherbergungs- und Tagungsorten gewährleistet werden. Dies gilt insbesondere im Bereich Digitalisierung, da es bei der Gewinnung von zukunftsorientierten Branchen vonnöten ist, diese stets zeitgemäß anzusprechen.

Zudem wurde diskutiert, dass Innovationen hinsichtlich des Aspektes Mobilität gefördert werden müssen. Die bessere Vernetzung der Städte, beispielsweise über eine Wasserverbindung, wäre eine Möglichkeit, um die innere Mobilität zu verbessern und das Gesamtprodukt Bremen nach vorne zu bringen.

#MICE

Stärken stärken

Ziele

wichtigste Aufgaben

Profil

„Nicht von der Stange“

Infrastruktur

Tagungen & Kongresse

Fokus auf den Kunden

kurze Wege

Flexibilität

Individualität statt Standard

kurze An- & Abreise

große Veranstaltungen

Zielgruppe: Verbände

gute Verbindungen (FRA, MUC)

HB

Luft- & Raumfahrt

Funktions-träger

frisches Hotelportfolio

BHV

Wissenschaft, Wirtschaft

Kompetenz einbinden

Nord-Standort werden

Vermarktung als gemeinsames Dach

für gr. Verbands-tagungen

gemeinsamer Auftritt/Kanäle

Image

SMART Cities

Stärken herausragen

Marke/ Profil schärfen

Botschafter & Netzwerk

Image verbessern (außen/innen)

BHV

klare Cluster definieren

Logistik

„Nebenzweige“ (Zulieferer etc.)

Nachhaltigkeit/ Green Meeting

Windkraft (Off- & Onshore)

Eigene Veranstaltungen

Vorzeige-Veranstaltungen

zum Netzwerk ausbauen

Qualität & Innovation

jedes Jahr investieren

Investitionen (Kongresszentrum)

HB

Standort Überseestadt

„Meinungsmacher“ finden (Blogger etc.)

Erreichbarkeit

BHV

über den Fluss

E-Mobilität

„Hoch-Technologie-Schiff“

Vermarktung

an einem Strang ziehen

Bekanntheit steigern

Verknüpfung

Wirtschaft, Wissenschaft, Tourismus

Zusammenfassung der Kernergebnisse

Stärken stärken:

- MICE-Schwerpunkt: Tagungen und Kongresse mit einem modernen, flexiblen Kongresszentrum
- Individuelle Angebote mit starkem Kundenfokus („nicht von der Stange“)
- Gut vernetzte Funktionsträger und deren Kompetenz als Schlüssel zum Erfolg
- Kurze Wege, die es auch zukünftig zu fördern gilt

Ziele und Visionen:

- Positionierung als Nord-Standort für große Verbandstagungen
- Gemeinsame Vermarktung über einheitliche und abgestimmte Kanäle
- Stärken des Landes Bremen herausragen und das Image verbessern

Wichtigste Aufgaben:

- Stärkung des Profils durch eindeutig definierte Cluster
- Entwicklung von Vorzeige-Veranstaltungen, um weitere Veranstaltungen generieren zu können
- Wettbewerbsfähigkeit durch Investitionen in Qualität und Innovationen sichern