

Landestourismuskonzept Bremen 2025

Ergebnisbericht zum Beteiligungsverfahren

Version 1.1

Datum: 30. August 2017

Geschäftsführer:
Dipl.-Kfm. Cornelius Obier

Wissenschaftliche Leitung:
Prof. Dr. Heinz-Dieter Quack

Büro Hamburg
Gurlittstraße 28
20099 Hamburg
Tel. 040.4 19 23 96 0
Fax 041.4 19 23 96 29
hamburg@projectm.de

Büro München
Landsberger Straße 392
81241 München
Tel. 089.614 66 08 0
Fax 089.614 66 08 5
muenchen@projectm.de

Büro Trier
Am Wissenschaftspark 25+27
54296 Trier
Tel. 0651.9 78 66 0
Fax 0651.9 78 66 18
trier@projectm.de

Kontakt:
Dipl.-Kfm.
Cornelius Obier
Büro Hamburg
Cornelius.obier@projectm.de

Dipl.-Ing.
Peter C. Kowalsky
Büro Hamburg
Peter.kowalsky@projectm.de

www.projectm.de



Inhalt

1.	Dialogorientiertes Landestourismuskonzept Bremen 2025.....	3
1.1	Anlass	3
1.2	Grundverständnis für die Erarbeitung des Landestourismuskonzepts.....	4
1.3	Prozess und Methodik.....	6
2.	Ergebnisse des Beteiligungsverfahrens.....	10
2.1	Übergreifende Ergebnisse und Erkenntnisse	10
2.2	Workshopergebnisse „Zielgruppen“	13
2.3	Workshopergebnisse „Marketingstrategie“	14
2.4	Workshopergebnisse „MICE“	15
2.5	Workshopergebnisse „Infrastruktur“	17
3.	Ausblick.....	19



1. Dialogorientiertes Landestourismuskonzept Bremen 2025

1.1 Anlass

Im Mai 2017 startete unter der Federführung des Senators für Wirtschaft, Arbeit und Häfen der Freien Hansestadt Bremen ein umfangreicher Beteiligungsprozess zur Erarbeitung des Landestourismuskonzeptes Bremen 2025. Bei der Neuauflage des Landestourismuskonzeptes von 2015 erfolgte erstmals die Beteiligung einer ausgewählten Fachöffentlichkeit der Städte Bremen und Bremerhaven.

Mit der Konzeption des Beteiligungsprozesses, der Durchführung einer Online-Beteiligung sowie der fachlichen Begleitung sowie Moderation von Fachtagungen und Workshops wurde als eine der führenden Unternehmensberatungen im Deutschlandtourismus die PROJECT M GmbH in Kooperation mit der netzvitamine GmbH beauftragt.

Der vorliegende Abschlussbericht gibt einen Einblick in das methodische und konzeptionelle Vorgehen des Beteiligungsverfahrens und dokumentiert die daraus resultierenden Ergebnisse sowie abgeleiteten Vorschläge für den weiteren Erarbeitungsprozess des Landestourismuskonzeptes Bremen 2025.



1.2 Grundverständnis für die Erarbeitung des Landestourismuskonzepts

Für die Konzeption und Durchführung des Beteiligungsverfahrens wurden folgende Grundfestlegungen getroffen. Das Landestourismuskonzept Bremen 2025 übernimmt die Rolle der Leitstrategie für die Tourismusentwicklung und benennt zentrale Eckpunkte und Vorgaben für die daraus abzuleitenden kommunalen Entwicklungskonzepte. Der Charakter des Landestourismuskonzepts Bremen 2025 wird, vor dem Hintergrund der Bedeutung für die Städte Bremen und Bremerhaven, wie folgt definiert:

*„Das Land Freie Hansestadt Bremen agiert als Dach und Kooperationsplattform für gemeinsame, sinnvolle und nutzenstiftende Aktivitäten der Städte Bremen und Bremerhaven. Insbesondere bietet das Dach eine Plattform und Klammer für Marketingaktivitäten und Marktforschung, bei denen eine gemeinsame Bearbeitung sinnvoll ist.“
(Auszug Lenkungsgruppensitzung, 15.08.2017)*

Stellvertretend für die als Dach deklarierte Landesebene soll die existierende Plattform „Zwei Städte. Ein Land“ als Kooperations- und Marketingplattform für gemeinsame Aktivitäten beider Städte weiter genutzt und ausgebaut werden. Auf dieser Basis sollen gemeinsam Aufgaben effektiv und effizient koordiniert und bearbeitet werden, bei denen sich sinnvoll Synergien nutzen lassen.

Durch die Abstimmung und verbindliche Festlegung einer einheitlichen Systematik zur Erstellung der kommunalen Tourismuskonzepte können in Zukunft Schnittstellen noch einfacher identifiziert werden. Sofern möglich und thematisch sinnvoll, ist zudem eine zeitliche Synchronisierung bei den Konzeptausarbeitungen und stattfindenden Beteiligungsverfahren anzustreben.

Im Rahmen des Beteiligungsprozesses wurden auf Basis dieses Grundverständnisses Ziele, Anforderungen und Ideenvorschläge für die Städte Bremen und Bremerhaven erarbeitet, auf deren Grundlage in intensiven Workshops mit der Fachöffentlichkeit bereits eine Reihe von ersten Ansätzen für gemeinsame Kooperationen aufgestellt wurden. Im weiteren Erarbeitungsprozess des Konzeptes gilt es, die aus der Beteiligung eingebrachten Vorschläge und Ideen weiter zu entwickeln und mit Blick auf deren Beitrag auf die Tourismusentwicklung und Zuordnung als landesspezifische oder kommunale Aufgabe zu bewerten.



INFOBOX: Die zugrundeliegende Systematik für die Tourismusedwicklung auf kommunaler und Landesebene betont die eigenständigen Profile der beiden Städte Bremen und Bremerhaven und das Erfordernis, diese touristischen Produkte weiterhin unterschiedlichen zu entwickeln. Die städtischen Entwicklungen sollen inhaltliche Verbindungen zum gemeinsamen „Dach“ Land Bremen aufweisen. Im Rahmen des Landestourismuskonzeptes Bremen 2025 wird das „Dach“ mit Ansätzen und konkreten Vorschlägen zur gemeinsamen Zusammenarbeit gefüllt. Die Städte Bremen und Bremerhaven haben dann die Möglichkeit, kommunale Handlungsfelder und Maßnahmenplanungen aus dem Landestourismuskonzept für ihr eigenes kommunales Konzept abzuleiten und im Detaillierungsgrad weiter zu konkretisieren.



Abbildung: Verständnis des Landestourismuskonzeptes Bremen 2025, Quelle: PROJECT M (2017)

1.3 Prozess und Methodik

Das Beteiligungsverfahren des Landestourismuskonzeptes Bremen 2025 beinhaltete eine Kombination aus digitalen Beteiligungsinstrumenten sowie verschiedenen Veranstaltungen und Workshops in Bremen und Bremerhaven. Die Einbindung der Expertise verschiedener Anspruchsgruppen und Entscheidungsträger erfolgte im Rahmen einer interdisziplinären Lenkungsgruppe sowie durch die persönliche Ansprache und Einladung von Schlüsselakteuren aus der Fachöffentlichkeit. Insbesondere der Blickwinkel aus verschiedenen Perspektiven, u.a. aus Kultur, Kunst, Politik, Sport, Tourismus, Vereinen, Verbänden, Vertreter der Stadt- und Landesverwaltung oder Wissenschaft, steht für den bewusst gewählten Ansatz einer gemeinsamen, abgestimmten Tourismusentwicklung im Land Bremen.

Prozessbegleitende Lenkungsgruppe

Der gesamte Erarbeitungsprozess des Landestourismuskonzeptes wurde von einer eigens dafür einberufenen Lenkungsgruppe unter Federführung des Senators für Wirtschaft, Arbeit und Häfen begleitet. Die Mitglieder der Lenkungsgruppen gehören der Bremer Touristik Zentrale, dem DEHOGA Bremen Landesverband Bremen e.V., der Erlebnis Bremerhaven, der Handelskammer Bremen - IHK für Bremen und Bremerhaven, dem Magistrat Bremerhaven, dem Verkehrsverein sowie der Wirtschaftsförderung Bremen an.

Begleitplattform auf der Website www.ltk2025.de

Zur Erweiterung der Mitwirkungsmöglichkeiten und transparenten Offenlegung des Erarbeitungsprozesses und der Ergebnisse aus dem Beteiligungsverfahren wurde im April 2017 die Begleitplattform www.ltk2025.de frei geschaltet.

Über die eigens eingerichtete Website wurde die Möglichkeit gegeben, sich über die im Rahmen des Prozesses stattgefundenen Veranstaltungen

zu informieren oder auch Ergebnisse zu kommentieren. Die in den Workshops erarbeiteten Ergebnisse wurden dem Online-Besucher in Form von Chart-Protokollen mit einer Kommentarfunktion zur Verfügung gestellt. Zur Sicherung der Verhaltensregeln und des fachlichen Fokus auf inhaltliche Themen wurden die Protokolle und die Kommentarfunktion der Website



Abbildung: www.ltk2025.de,

Quelle: PROJECT M (2017)

mit einem Passwortschutz versehen, der unkompliziert auf der Website angefordert werden konnte. Stand August 2017 hatten sich 246 Benutzer aus Bremen und Bremerhaven auf der Plattform registriert.

Online-Vorabbefragung

Um bereits für die Auftaktveranstaltung ein erstes Meinungsbild abbilden und auch terminlich verhinderte Akteure einbinden zu können, wurde auf der Begleitplattform eine Befragung hinsichtlich der Erwartungen an die Tourismusedwicklung bis 2025 gestellt. Insgesamt 52 Befragungsteilnehmer haben bis zur Auftaktveranstaltung an der Beantwortung von insgesamt 10 Fragen zu Schwerpunktthemen und Zielgruppen teilgenommen. Dabei ordneten sich 9 Teilnehmende der Stadt Bremerhaven, 39 Teilnehmende der Stadt Bremen und 4 Teilnehmende dem Land Freie Hansestadt Bremen zu.

INFOBOX: *Zusammenfassung der Ergebnisse aus der Online-Befragung:*

Im Rahmen der Befragung wurden die existierenden Profilt Themen Maritim, Historisch, Innovativ und Geschäftlich auch für die Entwicklung bis 2025 als wichtige Themen bestätigt. Als bedeutendste Zielgruppen wurden die Best Ager 50+, kulturinteressierte Städtereisende und Incoming Touristen benannt. Die wichtigsten inländischen Quellmärkte sind laut Befragung Nordrhein-Westfalen und Niedersachsen. International erhalten die Niederlande, Skandinavien und Großbritannien die meisten Nennungen. Die bedeutendsten Handlungsfelder hinsichtlich der Tourismusedwicklung bis 2025 werden im Bereich „Marketing / Image / Positionierung / Profil“ sowie im Bereich „MICE / Events / Veranstaltungen“ gesehen. Bedeutende Infrastrukturprojekte werden bei dem Ausbau der Mobilitätsangebote sowie bei dem Ausbau maritimer Angebote gesehen. Als bedeutende Marketingmaßnahmen werden das digitale Marketing und die Imageverbesserung / Positionierung genannt. Die Ergebnisse wurden den Akteuren im Rahmen der offiziellen Auftaktveranstaltung vorgestellt.



Auftaktveranstaltung „#Tourismus-Strategie-Werkstatt“

Der offizielle Auftakt des Beteiligungsprozesses erfolgte am 12. Mai 2017 im Rahmen der #Tourismus-Strategie-Werkstatt durch Martin Günthner, Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen. Rund 100 geladene Gäste aus Bremen und Bremerhaven folgten der Einladung des Senators für Wirtschaft, Arbeit und Häfen und nahmen an der Veranstaltung im ATLANTIC Grand Hotel in Bremen teil. In der Veranstaltung war die eingeladene Fachöffentlichkeit aufgefordert, sich über digitale Herausforderungen im Tourismus zu informieren und gleichzeitig ihre fachliche Sicht auf Potenziale und Handlungsfelder der Tourismusedwicklung des Landes Bremen 2025 einzubringen.



Abbildung: Auftaktveranstaltung, Quelle: PROJECT M (2017)

Nach einer kurzen Reflektionen zur Entwicklung und Zukunft des Tourismus im Land Bremen, seitens der Geschäftsführung der Bremer Touristik Zentrale, Peter Siemering, und der Erlebnis Bremerhaven, Raymond Kiesbye, sowie einem gemeinsamer Dialog mit dem Senator Martin Günthner erfolgte ein aufweckender Impulsvortrag seitens netzvitamine zu digitalen Trends und Gästeansprüchen sowie Chancen einer digitalen Strategie für den Tourismus in Bremen. Aufbauend auf den Fachbeiträgen, den Diskussionen und einer Live-Umfrage der Teilnehmenden erfolgte im zweiten Teil der Veranstaltung eine kritische Diskussion der Schwerpunktthemen aus dem Tourismuskonzept 2015:

- Zielgruppen
- Marketingstrategie
- MICE
- Infrastruktur

In insgesamt acht seitens PROJECT M und netzvitamine moderierten Workshops konnten die Teilnehmenden in zwei Runden individuelle Ideen und Schwerpunkte einbringen. Die Ergebnisse wurden live dokumentiert und auf der Website www.ltk2025.de veröffentlicht.



Vertiefungsworkshops

Zur weiteren Konkretisierung der Ergebnisse aus der Auftaktveranstaltung erfolgten im Juni 2017 vier themenspezifische Vertiefungsworkshops mit ausgewählten Schlüsselakteuren verschiedener Branchen zu den Schwerpunktthemen Zielgruppen, Marketingstrategie, MICE und Infrastruktur. Die Besetzung der Akteure erfolgte nach fachlicher Expertise und nach der Maßgabe, Positionen der Tourismusorganisationen, der Hotellerie, der Freizeitanbieter, der Kultur sowie themenspezifische Akteure beider Städte in den Prozess zu involvieren.

12.05.2017	Tourismus-Strategie-Werkstatt (Auftakt)
100 TN	touristische Leistungsträger, Vereine, Verbände, Vertreter aus Verwaltung, Politik, Kultur, Kunst, Sport & Wissenschaft
01.06.2017	Zielgruppen
Ort	Der Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen, Bremen
20 TN	Bremen 10 / Bremerhaven 2 / Land Bremen 8
09.06.2017	Marketingstrategie
Ort	IHK Handelskammer für Bremen und Bremerhaven, Bremen
23 TN	Bremen 11 / Bremerhaven 4 / Land Bremen 8
19.06.2017	Meetings Incentives Conventions Events
Ort	Messe Bremen, Bremen
15 TN	Bremen 5 / Bremerhaven 6 / Land Bremen 4
28.06.2017	Infrastruktur
Ort	Deutsches Auswandererhaus, Bremerhaven
20 TN	Bremen 7 / Bremerhaven 7 / Land Bremen 6

Über jeweils einen kurzen Impulsbeitrag und der Zusammenfassung der Ergebnisse aus der Tourismus-Strategie-Werkstatt wurden die Teilnehmenden in die jeweilige Thematik des Workshops eingeführt. Der weitere Ablauf fokussierte jeweils zuerst eine gemeinsame Diskussion und Festlegung der Ziele und Kriterien hinsichtlich der Tourismusedwicklung in dem jeweiligen Schwerpunktthema. Anschließend wurde das Schwerpunktthema in einzelnen Workshop-Runden hinsichtlich spezifischer Fragestellungen detailliert bearbeitet. Die Ergebnisse der Workshops zu den Schwerpunktthemen wurden auf der Website www.ltk2025.de veröffentlicht und werden im folgenden Kapitel dargestellt.



2. Ergebnisse des Beteiligungsverfahrens

Im Folgenden werden die Ergebnisse der vier im Juni 2017 zu den Schwerpunktthemen des Landestourismuskonzepts veranstalteten Vertiefungswshops aufbereitet zusammengefasst. Im Rahmen aller Workshops eingebracht und daher besonders zu berücksichtigen ist der Wunsch nach der Optimierung der Zusammenarbeitsstrukturen und -Prozesse. Dies beinhaltet sowohl die stärkere Vernetzung und Kommunikation der Akteure untereinander, als insbesondere auch die Abstimmung und Einbindung der privaten Leistungsanbieter auf Landesebene. Für die eigene Tourismusentwicklung und Wettbewerbsfähigkeit wird seitens der Teilnehmenden zudem der Wunsch nach mehr Planungssicherheit durch ein gemeinsames, Ressort übergreifendes Denken und Handeln eingebracht.

2.1 Übergreifende Ergebnisse und Erkenntnisse

Insgesamt wurden 230 Maßnahmen in neun Schwerpunktthemen über die verschiedenen Workshops des Beteiligungsprozesses erarbeitet und anschließend in drei Handlungsfelder geclustert. Alle einzelnen Beiträge wurden in einer gesonderten Excel-Datei dokumentiert und können für den Umsetzungsprozess und die Auswahl von Schlüsselprojekten herangezogen werden.



Abbildung1: Aus dem Beteiligungsverfahren identifizierte Handlungsfelder, Quelle: PROJECT M (2017)



Handlungsfeld Positionierung:

Hinsichtlich des Handlungsfeldes Positionierung werden die folgenden Handlungserfordernisse für das Landestourismuskonzept herausgestellt, um das Land und die Städte in den Schwerpunktthemen Profil /Marke, Marketingstrategie und Marktforschung zukunfts- und wettbewerbsfähiger aufzustellen.

Inhaltlich Empfehlungen

- Weiterentwicklung und Konkretisierung der touristischen Marken- und Positionierungsstrategie der Städte
- Ausarbeitung eines einheitlichen Zielgruppenmodells und Ausrichtung der Marktbearbeitung der Städte auf die Zielgruppen
- Ableitung der Profilt Themen für die künftige Marktbearbeitung
- Entwicklung einer gemeinsamen Marktforschung und eines Monitoringsystems
- Erarbeitung einer Strategie für die digitale Transformation und Marktbearbeitung

Organisatorische Empfehlungen

- Festlegung der gemeinsamen Maßnahmen im Rahmen von „Zwei Städte.Ein Land“ und Abgrenzung von der individuellen Marktbearbeitung der beiden Städte
- verbindliche, transparente und systematische Umsetzungsplanung
- systematische und dauerhafte Einbindung der Leistungsanbieter in die Marktbearbeitung sowie in den Strategie- und Umsetzungsprozess

Handlungsfeld Infrastrukturentwicklung:

Hinsichtlich des Handlungsfeldes Infrastrukturentwicklung werden die folgenden Aufgaben in Bezug auf private und öffentliche Infrastrukturaufgaben identifiziert:

Inhaltliche Empfehlungen

- Auswahl von infrastrukturellen Schlüsselprojekten aus den Vorschlägen und Entwicklung einer Umsetzungsplanung (freizeitouristische und MICE-Infrastruktur, z.B.: Congress Center Bremen, Stadthalle Bremerhaven, zentrale „Willkommensorte“, Diversifizierung des Beherbergungsangebotes)
- Verbesserung der Erreichbarkeit per Bahn und Flug
- Optimierung der Binnenmobilität sowie der inhaltlichen Verknüpfung der Angebote (multimodales Mobilitätskonzept, insb. Fokus auf Radmobilität und digitale Verknüpfungslösungen)

Organisatorische Empfehlungen

- Festlegung der gemeinsamen Maßnahmen im Rahmen von „Zwei Städte.Ein Land“ und Abgrenzung von der individuellen Infrastrukturplanung der beiden Städte
- verbindliche, transparente und systematische Umsetzungsplanung
- aktive Wirtschaftsförderung zur Auslösung innovativer privater Investitionen und Ansiedlungen



Handlungsfeld Organisation und Tourismusfinanzierung:

Hinsichtlich des Handlungsfeldes Organisation und Tourismusfinanzierung werden die folgenden Aufgaben zur Stärkung der Tourismusstrukturen und der Zusammenarbeitskultur identifiziert:

Organisatorische Empfehlungen

- stetiger, verbindlicher und transparenter Einbindungs- und Zusammenarbeitsprozesses mit den privaten Leistungsanbietern
- Aufbau einer Interessenvertretung der privaten Leistungsanbieter zur Abstimmung und Lobbyarbeit
- deutlicher Ausbau der Aktivitäten zur Vermittlung der Bedeutung des Tourismus als bedeutender sozio-ökonomischer Faktor
- Sicherung der notwendigen Budgets für die Umsetzung der Landestourismusstrategie und Weiterentwicklung des Tourismus, hierbei zweckgebundener Einsatz der Mittel aus der Citytax
- klare Zuordnung der Verantwortung für die Umsetzung der Tourismusstrategie 2025 über die Lenkungsgruppe für „Zwei Städte.Ein Land“



2.2 Workshopergebnisse „Zielgruppen“

Der erste Vertiefungsworkshop fand am 01.06.2017 zum Thema Zielgruppen in den Räumlichkeiten des Senators für Wirtschaft, Arbeit und Häfen in Bremen statt.



Abbildung: Impression des Workshops Zielgruppen, Quelle: PROJECT M (2017)

Folgende **Ziele und Kriterien** wurden für die Diskussion und Benennung von Zielgruppen für das Landestourismuskonzept Bremen 2025 seitens der Teilnehmenden festgelegt:

- Profilierung (begehrliche und selbstbewusste Marken Bremen/ Bremerhaven aufbauen)
- Saisonalität abmildern (Angebote stärker Verknüpfen und Aufenthaltsdauer verlängern)
- jüngere und wertschöpfungsstärkere Zielgruppen gewinnen

Ergebniszusammenstellung des Workshops:

Workshop II soziodemografische Charakteristika	Workshop III themen-/verhaltensbe- zogene Charakteristika	Workshop IV psychografische Charakteristika (Sinus)	Workshop V Regionale Zielmärkte
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stadt Bremen: Junge Leute, Erwachsene Paare & Singles ▪ Stadt Bremerhaven: Familien, Best Ager ▪ Land Bremen: kaum Überschneidungen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stadt Bremen: Städtereisen, Kultur- reisen, Eventreisen, Radreisen, „Edutainment“ ▪ Stadt Bremerhaven: Familienreisen, Kreuz- fahrten, Bildungs- und Klassenreisen, „Edutain- ment“, Radreisen, Tagesreisen der Nordseurlauben ▪ Land Bremen: Überschneidungen bei „Edutainment“, Radreisen und Kulturreisen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stadt Bremen: „Liberal-Intellektuelle“, „Sozialökologische“, „Adaptiv-Pragmatische“ ▪ Stadt Bremerhaven: „Bürgerliche Mitte“, „Sozialökologische“, „Adaptiv-Pragmatische“ ▪ Land Bremen: Überschneidungen bei „Sozialökologische“ und „Adaptiv-Pragmatische“ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ National: Nielsen 1 mit Fokus auf das südl. Niedersachsen bis nach Nordhessen (Region Kassel), Nielsen 2 mit Fokus auf den Ballungsraum Ruhrgebiet ▪ International: China, Niederlande, Großbritannien, Schweiz, Skandinavien, USA ▪ die regionalen Zielmärkte von Bremen und Bremerhaven sind nahezu identisch

Abbildung: Ergebnisübersicht Workshop Zielgruppen, Quelle: PROJECT M (2017)



2.3 Workshopergebnisse „Marketingstrategie“

Der Vertiefungsworkshop zum Thema Marketingstrategie fand am 09.06.2017 in der IHK Handelskammer für Bremen und Bremerhaven in Bremen statt.



Abbildung: Impression des Workshops Marketingstrategie, Quelle: PROJECT M (2017)

Folgende **Ziele und Kriterien** wurden für die Diskussion und Weiterentwicklung der Marketingstrategien der Städte und für das Landestourismuskonzept Bremen 2025 seitens der Teilnehmenden festgelegt:

- Profil schärfen
- Bekanntheit steigern
- Übernachtungszahlen und Verkäufe steigern
- Gästezufriedenheit erhöhen

Ergebniszusammenstellung des Workshops:

Workshop II Identität und Kernbotschaft Bremen & Bremerhavens	Workshop III Fokussierung versch. Akteure auf einzelne Teile der Customer Journey	Workshop IV a Weiter auszubauende Kommunikationskanäle	Workshop IV b Zusammenarbeits- strukturen und Prozesse
<p>Stadt Bremen:</p> <p><i>emotional:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ entspannte Lebensfreude <p><i>rational:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ „historische Kulisse“ ▪ hohe Erlebnisdichte <p>Stadt Bremerhaven:</p> <p><i>emotional:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Fernweh-Erlebnis und maritime Sehnsucht <p><i>Rational:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Familienfreundlichkeit ▪ hohe Erlebnisdichte 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Inspiration: DMO, Kultur- & Freizeit ▪ Info & Beratung: DMO ▪ Planung: Gastronomie, Verkehr, Beherbergung ▪ Buchung & Willkommen: Beherbergung, Verkehr ▪ Reise & Urlaubserlebnisse: Kultur- & Freizeit, Gastronomie, Verkehr ▪ Urlaubsberichte: Gastronomie, Kultur- & Freizeit ▪ „Auf Wiedersehen“: Beherbergung, Verkehr ▪ Weiterempfehlungen: Gastronomie, DMO 	<p>Stadt Bremen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Offline: Print (Beilagen), Presse / PR, redaktionelle Berichte ▪ Online: Instagram, Influencer Marketing <p>Stadt Bremerhaven:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Offline: Print (Beilagen), Presse / PR, Anzeigen / redaktionelle Beiträge ▪ Online: Influencer Marketing, Facebook <p>Bremen/ Bremerhaven gemeinsam:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Offline: Print (Beilagen), Presse / PR ▪ Online: Influencer Marketing, Google Adwords 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stärkere Vernetzung, stärkerer Wissensaustausch der Akteure ▪ Förderung eines „Innovationsklimas“, auch durch Bereitstellen von „Spielgeld“ für das Erproben neuer Ansätze im Marketing und in der Netzwerkarbeit ▪ Agile Budgetverteilung, Nutzen der City-Tax für Tourismus ▪ Stärkere Zusammenarbeit mit und zwischen den touristischen Partnern

Abbildung: Ergebnisübersicht Workshop Marketingstrategie, Quelle: PROJECT M (2017)

2.4 Workshopergebnisse „MICE“

Der Vertiefungsworkshop zum Thema MICE fand am 19.06.2017 in der Messe Bremen statt.



Abbildung: Impression des Workshops MICE, Quelle: PROJECT M (2017)

Folgende **Ziele und Kriterien** wurden für die Diskussion und Weiterentwicklung des MICE-Tourismus der Städte und für das Landestourismuskonzept Bremen 2025 seitens der Teilnehmenden festgelegt:

- Image stärken, Außendarstellung verbessern
- Akquisition neuer (internationaler Veranstaltungen)
- Modernisierung der Infrastruktur/ Technik
- stärkere Vernetzung, Zusammenarbeit und Kooperation (Allianzen)

Zudem wurde die **Herausstellung prioritärer Cluster** der beiden Städte und des Landes Bremen für die bessere Kompetenzwahrnehmung im Wettbewerb und Vermarktung der MICE Destination diskutiert. Im Rahmen des Workshops wurden folgende Kompetenzcluster festgehalten:

Stadt Bremen: Luft- und Raumfahrt, Automobil/Automotive

Stadt Bremerhaven: Klima, Maritimer Erlebnisstandort (Events)

Land Bremen: (maritime) Logistik, Wissenschaft.



Ergebniszusammenstellung des Workshops:

Workshop II Handlungserfordernisse Kapazität & Erreichbarkeit	Workshop III Handlungserfordernisse Qualität & Innovation	Workshop IV Handlungserfordernisse Rahmen- & Begleitprogramm	Workshop V Märkte & Vernetzung / Kooperation
<p>Meetings:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ HB: neue Locations ▪ BHV: großes Tagungshotel <p>Incentives:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ HB/BHV: neue Locations z.B. Schiff / auf dem Wasser <p>Conventions:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ HB: Erweiterung Messe/CCB od. Neubau Kongresszentrum ▪ BHV: großes Tagungshotel <p>Events:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ HB: neue Locations ▪ BHV: Erhalt/ Attraktivierung Veranstaltungsgelände <p>Übergreifend:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ HB: nachhaltige & innovative Mobilitätskonzepte ▪ BHV: Verbesserung „innere“ und „äußere“ Erreichbarkeit 	<p>Stadt Bremen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Digitalisierung / innovative Veranstaltungstechnik ▪ Nachhaltigkeit <p>Stadt Bremerhaven:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Digitalisierung /Optimierung der Buchungsprozesse, Erstellung einer MICE-Plattform ▪ Flexibilisierung der Einrichtungen ▪ Nachhaltigkeit / Barrierefreiheit <p>Übergreifend:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vorantreiben der Digitalisierung, kostenloses WLAN, Ausbau der Bike-IT-APP, Entwicklung eines „digitalen Begleiters“ 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stärkere Etablierung einer Willkommenskultur ▪ stärkere Kommunikation mit den Leistungsträgern zur Bekanntmachung der bereits guten Zusammenstellungen ▪ Verstärkung der Kommunikation zum gesamten Produktangebot / „interne“ Produktschulung ▪ digitales Informationssystem an Einfallstraßen / Ankommensorten ▪ offizielle Abendempänge mit Eröffnung durch die Politik ▪ Kongressticket zur kostenlosen Nutzung des ÖPNV ▪ Neue, innovative Locations z.B. am Wasser (Beach Clubs oder Badeschiff) 	<p>Märkte:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kleineres und mittleres Segment (Meetings, Incentives) bis 500 TN: Norddeutschland (insb. 120-PKW Min.) und Ballungsraum Rhein-Ruhr NRW ▪ Größeres Segment : Tagungen / Kongresse ab 500 TN: Akquise über Image-Referenzen / Profil-Kompetenzthemen / Clustermanagement <p>Zusammenarbeit & Kooperation:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Stärkere gem. Lobbyarbeit für den Tourismus ▪ Stärkere Vernetzung mit Wissenschaft / Wirtschaft

Abbildung: Ergebnisübersicht Workshop MICE, Quelle: PROJECT M (2017)

2.5 Workshopergebnisse „Infrastruktur“

Der Vertiefungsworkshop zum Thema Infrastruktur fand am 28. Juni 2017 im Deutschen Auswandererhaus in Bremerhaven statt.



Abbildung: Impression des Workshops Infrastruktur, Quelle: PROJECT M (2017)

Folgende **Ziele und Kriterien** wurden für die Diskussion und Weiterentwicklung der öffentlichen und privaten Infrastruktur beider Städte und für das Landestourismuskonzept Bremen 2025 seitens der Teilnehmenden festgelegt:

- *Profil schärfen / Sichtbarkeit erhöhen*
- *Ausweiten der Saisonzeiten*
- *Aufenthaltsdauer verlängern*
- *Besucherzahlen steigern*
- *touristischer „Leuchtturm“ für Bremen*
- *Erreichbarkeit („äußere“ Anbindung, „innere“ Mobilität) verbessern*
- *stärkere Vernetzung und Kommunikation zwischen den Städten und mit dem Umland*
- *Barrierefreiheit als Standard definieren*
- *Sicherung von Fachpersonal, attraktiven Arbeitsplätzen / -bedingungen*



Ergebniszusammenstellung des Workshops:

Workshop II Handlungserfordernisse Basis-Infrastruktur	Workshop III Handlungserfordernisse Supra-Infrastruktur	Workshop IV Handlungserfordernisse Freizeit-/ Aktivitäts-Infrastruktur
<p>Stadt Bremen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mobilität: Aufwertung der Ankommensorte, Verbesserung der Wegeleitung, stärkere Vernetzung der Attraktionen ▪ Stadtbild: mehr Sauberkeit, Belegung der innerstädtischen Plätze, Gestaltung von „Ruhe-Oasen“ ▪ Service: mehr Service-Personal (für Sicherheit, Sauberkeit & Information), Info-Points und WCs <p>Stadt Bremerhaven:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Mobilität: Verbesserung der „äußeren“ Erreichbarkeit und „inneren“ Mobilität ▪ Stadtbild: mehr Sauberkeit, Belegung der Weserpromenade, Innenstadt und „Alte Bürger“ ▪ Service: kostenfreies WLAN <p>Rahmenbedingungen: stärkere Vernetzung, Perspektive, Planungssicherheit und Transparenz schaffen</p>	<p>Stadt Bremen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Beherbergung: besondere Beherbergungsangebote auf dem Wasser ▪ Gastronomie: Erlebnisgastronomie (hochwertig, themenbezogen, ökologisch) ▪ Einzelhandel: mehr inhabergeführter, wertiger, kleinteiliger Einzelhandel (Alternativkonzepte) <p>Stadt Bremerhaven:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Beherbergung: besondere Beherbergungsangebote auf dem Wasser (Hotelschiff) ▪ Gastronomie: Thema Fisch weiter profilieren, Fischerkneipen unterstützen, Street (Sea) Food, Erlebnisgastronomie & Kaffeehaus ansiedeln ▪ Einzelhandel: mehr Flächen und mehr wertigen Handel <p>Rahmenbedingungen: Planungsrecht schaffen, Entwicklungsflächen sicherstellen, Gastronomieentwicklungsplan, Impulse fördern</p>	<p>Stadt Bremen:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Profil Stadt am Fluss stärken: Bade-/Eislaufschiiff, Strand am Osterdeich ▪ Profil Branchen/ Genuss stärken: Erlebniswelt zu Bremer Produkten (Raumfahrt, Automobil, Genussmittel) ▪ Veranstaltungen fördern (Nutzungskonzepte für den öffentlichen Raum / Plätze) <p>Stadt Bremerhaven:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Profil maritimer Erlebnisstandort fördern: Spaßbad am Wasser, Seebrücke, Segelschiff, Brücke für den Fischereihafen, Rundlauf für den Neuen Hafen ▪ „Welcome Center“ (Tourist Information XXL) in HB & BHV mit Bezug zu den Wissenswelten ▪ Erlebniswelt zum Thema Nahrungsmittel/ Fisch gestalten, Bier und Fisch als Profil <p>Rahmenbedingungen: stadtübergreifend stärkere Vernetzung, Kooperation & Koordination</p>

Abbildung: Ergebnisübersicht Workshop Infrastruktur, Quelle: PROJECT M (2017)



3. Ausblick

Im Rahmen der Lenkungsgurppensitzung am 15.08.2017 wurde auf der Grundlage der Ergebnisse aus dem Beteiligungsverfahren und der Diskussion zur optimalen Ausarbeitung des Konzeptes folgendes Vorgehen für den weiteren Erarbeitungsprozess des Landestourismuskonzepts Bremen 2025 beschlossen.

Zur Validierung der Ergebnisse des Beteiligungsverfahrens soll eine Benchmarking-Analyse für die Städte Bremen und Bremerhaven sowie für das Land Bremen zu den Themen Marke (vgl. Schwerpunkt Positionierung), Infrastruktur (vgl. Schwerpunkt Infrastrukturentwicklung) und Organisation (vgl. Schwerpunkt Organisation & Finanzierung) durchgeführt werden.

Zu Einstufung weiterer Analysebedarfe und Vergleiche mit anderen Destinationen sollen vorausgehend vorliegende Marktforschungsunterlagen und strategisch relevante Entwicklungskonzepte des Landes, der Städte und von Tourismusorganisationen -/ Einrichtungen (inkl. den Impulsen und Reporting aus dem Beteiligungsverfahren) zu den oben genannten Themenfeldern gesichtet und bewertet werden. Ziel ist es, hierdurch Kenntnislücken zu identifizieren und daraus abgeleitet Fragestellungen zu entwickeln, die im Rahmen einer gezielten Benchmarking-Analyse beantwortet werden.

Nach der Durchführung des Benchmarking bzw. ggf. weiterer Analyseschritte, dem Abgleich der Ergebnisse mit dem Beteiligungsverfahren sollen die weiter ausgearbeiteten Inhalte als erste Entwurfsfassung des Landestourismuskonzeptes Bremen 2025 der Fachöffentlichkeit vorgestellt werden. Nach der erneuten Beteiligung ist die finale Ausarbeitung und Ausformulierung des Landestourismuskonzepts Bremen 2025 für die politische Beschlussfassung für das 1. Quartal 2018 vorgesehen.