

## **Vorbemerkung / Lesehinweis**



Das vorliegende Chart-Protokoll bezieht sich auf den **Vertiefungsworkshop Infrastruktur** der im Rahmen des **Landestourismuskonzept Bremen 2025** durchgeführt wurde. Der Workshop fand am **28. Juni 2017** in den Räumlichkeiten des **Deutschen Auswandererhauses Bremerhaven** statt.

Das Chart-Protokoll fasst die Grußworte, den Auftaktimpuls sowie die im Workshop erarbeiteten Ergebnisse zusammen. Die eingebrachten Anregungen, Ergänzungen und Hinweise sind als Ergänzung markiert und mit Kommentierungen versehen.

Das Chart-Protokoll ist ggf. ohne die entsprechenden mündlichen Erläuterungen unvollständig.

Für Rückfragen wenden Sie sich bitte an PROJECT M.

Als Ansprechpartner steht Ihnen Herr Peter C. Kowalsky gerne zur Verfügung:

E-Mail: <a href="mailto:peter.kowalsky@projectm.de">peter.kowalsky@projectm.de</a>, Tel.: 040 419 23 96-16

Stand: 10.07.2017





### Zentrale Ergebnisse zur "Infrastruktur"

aus dem 4. Vertiefungsworkshop am 28. Juni 2017





In dieser Übersicht sind die Kernergebnisse der durch die Teilnehmenden diskutierten Inhalte zu dem Vertiefungsworkshop aufgeführt.
Diese Übersicht stellt keine Definition der Inhalte für das Landestourismuskonzept dar. Eine ausführliche Schilderung finden Sie auf den folgenden Charts.

Workshop I Ziele & Kriterien

#### Ziele:

- Profil schärfen / Sichtbarkeit erhöhen
- Ausweiten der Saisonzeiten
- Aufenthaltsdauer verlängern
- Besucherzahlen steigern
- touristischer "Leuchtturm" für Bremen

#### Kriterien:

- Erreichbarkeit ("äußere" Anbindung, ("innere" Mobilität) verbessern
- Stärkere Vernetzung und Kommunikation zwischen den Städten und mit dem Umland
- Barrierefreiheit als Standard etablieren
- Sicherung von Fachpersonal, attraktiven Arbeitsplätzen / -bedingungen

## Workshop II Handlungserfordernisse Basis-Infrastruktur

#### Stadt Bremen:

- Mobilität: Aufwertung der Ankommensorte, Verbesserung der Wegeleitung, stärkere Vernetzung der Attraktionen
- Stadtbild: mehr Sauberkeit, Belebung der innerstädtischen Plätze, Gestaltung von "Ruhe-Oasen"
- Service: mehr Service-Personal (für Sicherheit, Sauberkeit & Information), Info-Points und WCs

#### **Stadt Bremerhaven:**

- Mobilität: Verbesserung der "äußeren" Erreichbarkeit und "inneren" Mobilität
- Stadtbild: mehr Sauberkeit, Belebung der Weserpromenade, Innenstadt und "Alte Bürger"
- Service: kostenfreies WLAN

Rahmenbedingungen: stärkere Vernetzung, Perspektive, Planungssicherheit und Transparenz schaffen

## Workshop III Handlungserfordernisse Supra-Infrastruktur

#### **Stadt Bremen:**

- Beherbergung: besondere Beherbergungsangebote auf dem Wasser
- Gastronomie: Erlebnisgastronomie (hochwertig, themenbezogen, ökologisch)
- Einzelhandel: mehr inhabergeführter, wertiger, kleinteiliger Einzelhandel (Alternativkonzepte)

#### Stadt Bremerhaven:

- 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

Rahmenbedingungen: Planungsrecht schaffen, Entwicklungsflächen sicherstellen, Gastronomieentwicklungsplan, Impulse fördern

## Workshop IV Handlungserfordernisse Freizeit-/ Aktivitäts-Infrastruktur

#### Stadt Bremen:

- Profil Stadt am Fluss stärken: Bade-/Eislaufschiff. Strand am Osterdeich
- Profil Branchen/ Genuss stärken: Erlebniswelt zu Bremer Produkten (Raumfahrt, Automobil, Genussmittel)
- Veranstaltungen fördern (Nutzungskonzepte für den öffentlichen Raum / Plätze)

#### Stadt Bremerhaven:

- Profil maritimer Erlebnisstandort f\u00f6rdern: Spa\u00dfbad am Wasser, Seebr\u00fccke, Segelschiff, Br\u00fccke f\u00fcr den Fischereihafen, Rundlauf f\u00fcr 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

Rahmenbedingungen: stadtübergreifend stärkere Vernetzung, Kooperation & Koordination





### **Touristische Expertise**

Workshop-Teilnehmende aus Bremen und Bremerhaven





Yvonne Averwerser | Der Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen

Birgit Benke | Stadtteilmarketing Bremen Hemelingen e.V.

Petra Böhm | Verkehrsverbund Bremen/Niedersachsen (VBN)

Arne Dunker | Klimahaus Bremerhaven 8° Ost

**Ellen-Barbe Goldberg** | Deutsches Schiffahrtsmuseum

**Alexander Günther** | ATLANTIC Hotels

Dr. Jan Halves | CityInitiative Bremen Werbung e.V.

Raymond Kiesbye | Erlebnis Bremerhaven GmbH

Bärbel Knaack | ADFC Landesverband Bremen

Harro Koebnick | Hal över Gesellschaft für innovative Stadttouristik mbH

Heiner Behrens | Bremerhavener Entwicklungsgesellschaft Alter/Neuer Hafen Dr. Christel Lübben | Der Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen

Dr. Ralf Meyer | Referat für Wirtschaft Bremerhaven

Henrike Neuenfeldt | Schlachte Marketing & Service Verband e.V.

**Uwe Parpart** | Magistrat Bremerhaven

Detlef Pauls | Ringhotel Munte / DEHOGA Landesverband Bremen e.V.

Susan Rienitz | Deutsches Auswandererhaus Bremerhaven

Sylvia Schuchardt | botanika GmbH

Ralf Türk | Stadthalle Bremerhaven Veranstaltungs- und Messe GmbH

Jan Würmel | WFB Wirtschaftsförderung Bremen





### Grußwort





Frau Seer begrüßt im Namen des "Deutschen Auswandererhaus Bremerhaven" die Teilnehmenden des Workshops Infrastruktur. Sie illustriert die hohe Bedeutung einer Optimierung der verkehrstechnischen Anbindung Bremerhavens für eine erfolgreiche Tourismusentwicklung . Als Stadt, für die der Tourismus eine hohe Bedeutung besitzt, ist die gute, schnelle und verlässliche Erreichbarkeit per Schiene und Auto essentiell. In diesem Kontext regt sie auch zu einer besseren Kommunikation mit Niedersachsen und der Hansestadt Bremen an, um die Verkehrsströme bei Eintreten eines Störfalls besser lenken zu können. In diesem Zuge motiviert sie die Teilnehmenden zu kreativen Vorschlägen im Rahmen der heutigen Veranstaltung. Sie übergibt das Wort an Frau Dr. Lübben und wünscht allen Teilnehmenden einen ergebnisreichen Workshop.

### Ilka Seer

Stellvertretende Museumsdirektorin, Deutsches Auswandererhaus Bremerhaven

> DEUTSCHES AUSWANDERER HAUS BREMERHAVEN

GERMAN EMIGRATION CENTER





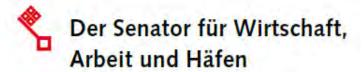
### Grußwort



Frau Dr. Lübben begrüßt die Teilnehmenden des Workshops Infrastruktur und bedankt sich bei Frau Seer für die Bereitstellung der inspirierenden Räumlichkeiten. Sie reflektiert die bereits erfolgreich begangenen Workshops zu den Themen Zielgruppen, Marketingstrategie und MICE. Dabei betont sie die Möglichkeit, im Rahmen der Workshops alle Ideen und Anregungen frei einbringen zu können und motiviert alle Teilnehmenden, dies auch während der heutigen Veranstaltung zu tun. In Vorfreude auf das bevorstehende Programm übergibt Sie das Wort an Herrn Kowalsky.

### Dr. Christel Lübben

Referentin für Tourismus, Standortmarketing und Messe/ÖVB Arena, Der Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen







## Einführung



Herr Kowalsky bringt das Motiv des Auswandererhauses "auf zu neuen Ufern" in Verbindung mit dem derzeit zu erarbeitenden Landestourismuskonzept Bremen 2025. Er ermutigt alle Teilnehmenden frei zu denken, um möglichst zahlreiche Perspektiven und Vorschläge gemeinsam zu diskutieren und in die Erarbeitung des Landestourismuskonzeptes Bremen 2025 mit einbringen zu können.

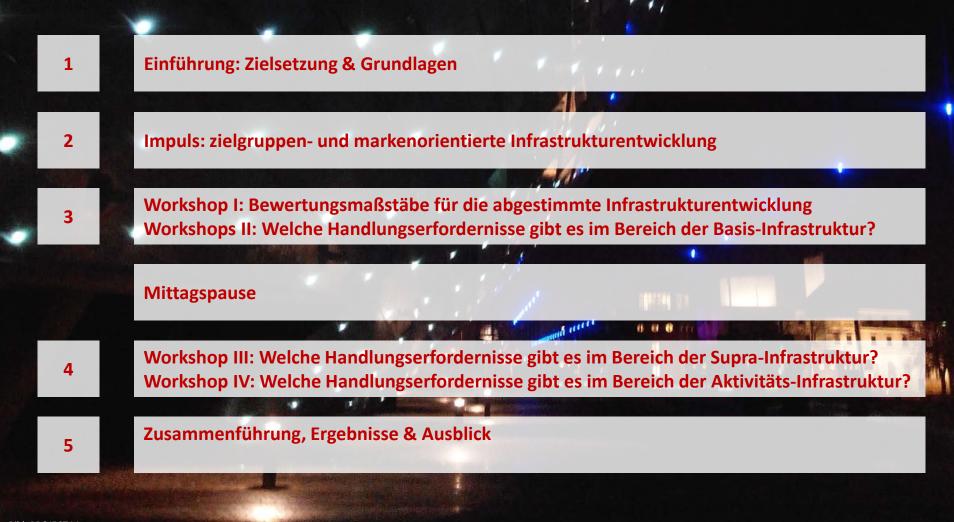
Wie auf den folgenden Folien ersichtlich, gibt Herr Kowalsky einen Rückblick auf die bereits absolvierten Workshops und erläutert das Vorgehen für den heutigen Tag. In diesem Kontext betont Herr Kowalsky, dass der Fokus des Workshops wieder auf den freizeitorientierten Übernachtungstourismus gerichtet werden soll. Auch verdeutlicht er, dass die bisherigen Workshop-Ergebnisse als Rahmen genutzt werden können. Die Workshops müssen aber nicht zwingend aufeinander aufbauen, so dass auch neue, ergänzende Anregungen gegeben werden können.

# **Peter C. Kowalsky**Senior Consultant PROJECT M









### **Prozessverlauf**



### **Auftakt**

(2. Quartal 2017)

- Start Website &Onlinebefragung
- ⇒ #Tourismus-Strategie- √ Werkstatt (12.05.)
- Workshops zu den Schwerpunktthemen
- Aufbereitung der Ergebnisse aus der Beteiligung (s. Website)

### Vertiefung

(2./ 3. Quartal 2017)

- Vertiefungsworkshops
  - ⇒ Zielgruppen (01.06.)
  - ⇒ Marketingstrat. (09.06.) √
  - **→** MICE (19.06.)
  - **⊃ Infrastruktur** (28.06.)
- Zusammenführung der Ergebnisse aus der Beteiligung & Vertiefung

### Konzeptausarbeitung

(3./4. Quartal 2017)

- Konzeptausarbeitung durch Der Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen
- Einbindung der Fachöffentlichkeit sowie der politischen Gremien





## **#Tourismus-Strategie-Werkstatt**









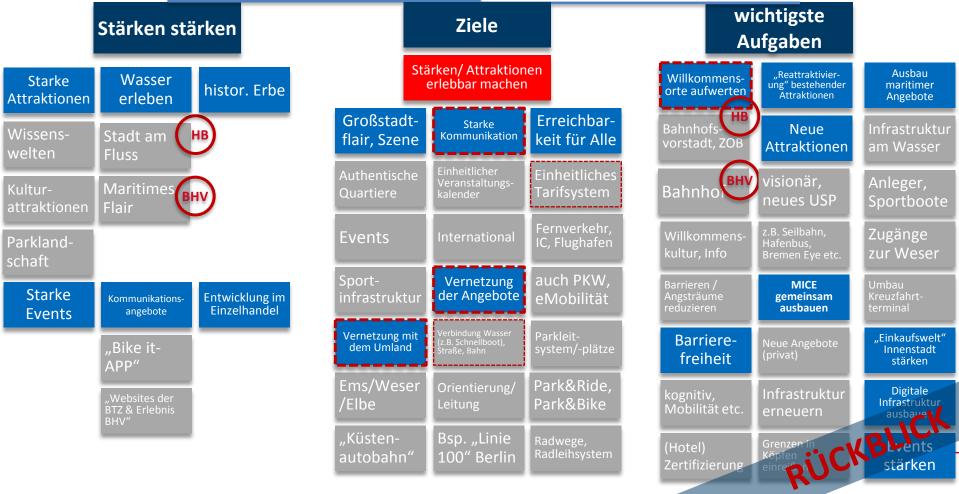
Erfolgreicher Prozessauftakt am 12. Mai 2017 mit ca. 100 Akteuren: touristische Leistungsträger, Vereine, Verbände, Vertreter aus Verwaltung, Politik, Kultur, Kunst, Sport und Wissenschaft.







#Infrastruktur



### Zusammenfassung der Kernergebnisse aus dem Infrasturktur-Auftakt-Workshop vom 12.05.2017



#### Stärken stärken:

- Zentrale, starke Anziehungspunkte: Lage am Wasser, historisches Erbe, geschaffene Erlebnis- & Wissenswelten
- Gute Entwicklungen hinsichtlich der Kommunikation und im Einzelhandel gilt es weiter auszubauen
- Starke Events, die es auch zukünftig zu erhalten und zu stärken gilt

#### **Ziele und Visionen:**

- Übergeordnetes Ziel: besseres erlebbar machen der Attraktionen
- Zentrale Stellschrauben: Vernetzung der Attraktionen, Vernetzung mit dem Umland, Kommunikation/Leitung
- Erreichbarkeit für Alle gewährleisten, authentische Quartiere der Stadt erlebbar machen

#### Wichtigste Aufgaben:

- Zentrale Aufgaben: Willkommensorte aufwerten, Reattraktivierung bestehender/Schaffung neuer Attraktionen, **Ausbau maritimer Angebote**
- Barrierefreiheit ausbauen. MICE- Infrastruktur stärken, Einkaufswelt Innenstadt gestalten, digitale Infrastruktur ausbauen, Events stärken

www.ltk2025.de



### Vertiefungsworkshops

Zielgruppen (01.06), Marketingstrategie (09.06) & MICE (19.06)







### Touristische Expertise durch interdisziplinäre ExpertInnen aus Bremen und Bremerhaven











### Zentrale Ergebnisse zu zukünftigen "Zielgruppen"

aus dem 1. Vertiefungsworkshop am 01. Juni 2017



In dieser Übersicht sind die Kernergebnisse der durch die Teilnehmenden diskutierten Inhalte zu dem Vertiefungsworkshop aufgeführt. Diese Übersicht stellt keine Definition der Inhalte für das Landestourismuskonzept dar. Eine ausführliche Schilderung findet sich im Protokoll auf www.ltk2025.de.

## Workshop I Ziele & Kriterien

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

## Workshop II soziodemografische Charakteristika

- Stadt Bremen:

   Junge Leute,
   Erwachsene Paare &
- Stadt Bremerhaven: Familien, Best Ager
- Land Bremen: kaum Überschneidungen

#### Workshop III themen-/verhaltensbezogene Charakteristika

- Stadt Bremen:
   Städtereisen, Kulturreisen, Eventreisen,
   Radreisen, "Edutainment"
- Stadt Bremerhaven:

   Familienreisen, Kreuz-fahrten, Bildungs- und
   Klassenreisen, "Edutainment", Radreisen,
   Tagesreisen der
   Nordseeurlauber
- Land Bremen:
   Überschneidungen bei "Edutainment", Radreisen und Kulturreisen

## Workshop IV psychografische Charakteristika (Sinus)

- Stadt Bremen:
   "Liberal-Intellektuelle",
   "Sozialökologische",
   "Adaptiv-Pragmatische"
- Stadt Bremerhaven:
   "Bürgerliche Mitte",
   "Sozialökologische",
   "Adaptiv-Pragmatische"
- Land Bremen:
   Überschneidungen bei "Sozialökologische" und "Adaptiv-Pragmatische"

#### Workshop V Regionale Zielmärkte

- National:

   Nielsen 1 mit Fokus auf das südli. Niedersachen 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





### Zentrale Ergebnisse zur "Marketingstrategie"

aus dem 2. Vertiefungsworkshop am 09. Juni 2017



In dieser Übersicht sind die Kernergebnisse der durch die Teilnehmenden diskutierten Inhalte zu dem Vertiefungsworkshop aufgeführt. Diese Übersicht stellt keine Definition der Inhalte für das Landestourismuskonzept dar. Eine ausführliche Schilderung findet sich im Protokoll auf www.ltk2025.de.

Workshop I
Ziele & Kriterien

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

Workshop II
Identität und Kernbotschaft
Bremen & Bremerhavens

#### Stadt Bremen:

#### emotional:

- entspannte Lebensfreude rational:
- "historische Kulisse"
- hohe Erlebnisdichte

#### Stadt Bremerhaven:

#### emotional:

 Fernweh-Erlebnis und maritime Sehnsucht

#### Rational:

- Familienfreundlichkeit
- hohe Erlebnisdichte

Workshop III
Fokussierung versch.
Akteure auf einzelne Teile
der Customer Journey

- 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

Workshop IV a Weiter auszubauende Kommunikationskanäle

#### Stadt Bremen:

- Offline: Print (Beilagen), Presse / PR, redaktionelle Berichte
- Online: Instagram, Influencer Marketing

#### Stadt Bremerhaven:

- Offline: Print (Beilagen ), Presse / PR, Anzeigen / redaktionelle Beiträge
- Online: Influencer Marketing, Facebook

#### Bremen/ Bremerhaven gemeinsam:

- Offline: Print (Beilagen), Presse / PR
- Online: Influencer Marketing, Google Adwords

Workshop IV b
Zusammenarbeitsstrukturen und Prozesse

- 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





### Zentrale Ergebnisse "MICE"

### aus dem 3. Vertiefungsworkshop am 19. Juni 2017



In dieser Übersicht sind die Kernergebnisse der durch die Teilnehmenden diskutierten Inhalte zu dem Vertiefungsworkshop aufgeführt. Diese Übersicht stellt keine Definition der Inhalte für das Landestourismuskonzept dar. Eine ausführliche Schilderung findet sich im Protokoll auf www.ltk2025.de.

Workshop I
Ziele & Kriterien

#### Ziele:

- Image stärken
- Außendarstellung verbessern
- Akquisition neuer (internationaler)
   Veranstaltungen

#### Kriterien:

- Modernisierung der Infrastruktur / Technik
- Stärkere Vernetzung, Zusammenarbeit und Kooperation (Allianzen)

Blitzlicht
Prioritäre Cluster Bremen,
Bremerhaven, Land Bremen

#### Stadt Bremen:

- Luft- und Raumfahrt
- Automobil / Automotive

#### Stadt Bremerhaven:

- Klima
- Maritimer
   Erlebnisstandort
   (Events)

#### Land Bremen:

- (maritime) Logistik
- Wissenschaft

#### Workshop II Handlungserfordernisse Kapazität & Erreichbarkeit

#### Meetings:

- HB: neue Locations
- BHV: großes Tagungshotel

#### Incentives:

HB/BHV: neue Locations z.B. Schiff / auf dem Wasser

#### Conventions:

- HB: Erweiterung Messe/CCB od. Neubau Kongresszentrum
- BHV: großes Tagungshotel

#### **Events:**

- HB: neue Locations
- BHV: Erhalt/ Attraktivierung
   Veranstaltungsgelände

#### Übergreifend:

- HB: nachhaltige & innovative Mobilitätskonzepte
- BHV: Verbesserung "innere" und "äußere" Erreichbarkeit

## Workshop III Handlungserfordernisse Qualität & Innovation

#### Stadt Bremen:

- Digitalisierung / innovative
   Veranstaltungstechnik
- Nachhaltigkeit

#### Stadt Bremerhaven:

- Digitalisierung /Optimierung der Buchungsprozesse, Erstellung einer MICE-Plattform
- Flexibilisierung der Einrichtungen
- Nachhaltigkeit / Barrierefreiheit

#### Übergreifend:

 Vorantreiben der Digitalisierung, kostenloses WLAN, Ausbau der Bike-IT-APP, Entwicklung eines "digitalen Begleiters"

## Workshop IV Handlungserfordernisse Rahmen- & Begleitprogramm

- 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 Abendempfänge mit Eröffnung durch die Politik
- Kongressticket zur kostenlosen Nutzung des ÖPNV
- Neue, innovative Locations z.B. am Wasser (Beach Clubs oder Badeschiff)

## Workshop V Märkte & Vernetzung / Kooperation

#### Märkte:

- Kleineres und mittleres
  Segment (Meetings,
  Incentives) bis 500 TN:
  Norddeutschland (insb. 120PKW Min.) und Ballungsraum
  Rhein-Ruhr NRW
- Größeres Segment:
  Tagungen / Kongresse ab 500
  TN: Akquise über ImageReferenzen / ProfilKompetenzthemen /
  Clustermanagement

### Zusammenarbeit & Kooperation:

- Stärkere gem. Lobbyarbeit für den Tourismus
- Stärkere Vernetzung mit Wissenschaft / Wirtschaft





## Gegenstand des heutigen Workshops



#### **Grundlagen bestimmen**

Leitziele und Kriterien für die zielgruppen- und markenorientierte Infrastrukturentwicklung

#### Infrastruktur aus verschiedenen Blickwinkeln beleuchten

- Wie ist der Status Quo der öffentlichen und privaten Infrastruktur zu bewerten?
- Was sind erforderliche Rahmenbedingungen und welche Unterstützungsbedarfe gibt es?
- Wie und durch wen können neue Impulse und konkrete Entwicklungen angestoßen werden?

### Konkrete Handlungserfordernisse hinsichtlich der Infrastrukturentwicklung diskutieren

- Was gilt es in puncto Qualit\u00e4ti, Kapazit\u00e4t, Quartiere, besondere Besuchsanreize, Markenerlebnis und zielgruppenspezifische Anspr\u00fcche konkret zu optimieren?
- Welche Zusammenarbeitsstrukturen und Prozesse sind für eine erfolgreiche, aufeinander abgestimmte Infrastrukturentwicklung zu optimieren?







Herr Kowalsky befragt die Teilnehmenden, ob es Rückfragen zu den erläuterten Inhalten oder dem Ablauf gibt.

In Bezug auf die vorgestellten Inhalte gibt es keine Rückfragen oder Ergänzungen seitens der Teilnehmenden.

# Haben Sie Rückfragen / Verständnisfragen?









## Zielgruppen- und markenorientierte Infrastrukturentwicklung im Land Bremen

Peter C. Kowalsky PROJECT M







# Was leistet Infrastruktur? Inspiration und Gestaltungsrahmen für das Reiseerlebnis.



























inspirieren

ankommen si n sich informieren

sich fallen lassen n sich wohlfühlen

eintauchen

Faszination

Geschichten ion inspirieren





# Was leistet Infrastruktur? Inspiration und Gestaltungsrahmen für das Reiseerlebnis.



























inspirieren

ankommen si n sich informieren

sich fallen lassen n sich wohlfühlen

eintauchen

Faszination

Geschichten inspirieren





# Infrastrukturentwicklung zur Schärfung der Destinations-Marke



Reiseerlebnis	<ul> <li>Touristische Infrastruktur schafft die Grundlage für ein positives Reiseerlebnis</li> </ul>
Qualitätserhöhung	<ul> <li>Attraktive Infrastruktur führt zu einer spürbaren Qualitätserhöhung, die Nachahmungseffekte und Investitionsimpulse (/-druck) erzeugen</li> </ul>
Imagebildung	<ul> <li>Infrastruktur bedingt und betont die thematische Ausrichtung einer Destination (Profilbildung) und kann eine konsequente Zielgruppenansprache fördern</li> </ul>
Wahrnehmung	<ul> <li>Neue Infrastrukturprojekte und stimmiges Ortsambiente lenken die Aufmerksamkeit von Projektentwicklern, Investoren und Betreibern auf den Ort und die Destination</li> </ul>



# Besuchsanreize: "Leuchttürme" und imageprägende Elemente einer Destination

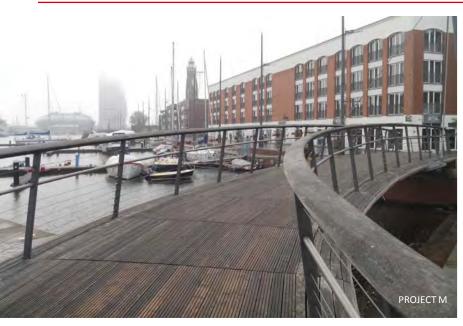






# Infrastrukturentwicklung zur Unterstützung des Markenerlebnisses "Maritim"







#### Bremerhaven

Entwicklung der Havenwelten

### Hamburg

Gestaltung der Hafenpromenade





# Checkliste: Bremen und Bremerhaven als Tourismus-Destinationen fit für die Zukunft?



- ✓ **Blick über die Städte- und Landesgrenzen**: Hält die touristische Infrastruktur von Bremen und Bremerhaven einem Vergleich mit anderen Städten in puncto Qualität, Service und Markenerlebnis stand?
- ✓ **Renovierungsstau ja oder nein**: Ist die touristische Infrastruktur in einem attraktiven, ansprechendem Zustand (Wie sind die öffentlichen / privatwirtschaftlichen Innovations- und Investitionszyklen)?
- ✓ **Stadtbild mit oder ohne Baukultur**: Wirkt das Stadt atmosphärisch und / oder architektonisch inspirierend? Wo liegen Stärken / wo Schwächen?
- ✓ Erkennbare Alleinstellungsmerkmale: Haben das Stadtbild und die touristische Infrastruktur als Solitär oder Ensemble einen Alleinstellungscharakter?
- ✓ Qualität für ihre Zielgruppen: Inwiefern entspricht die touristische Infrastruktur den Anforderungen der ausgewählten Zielgruppen?
- ✓ Erwartungen der Gäste: Deckt sich die Gestaltung der Städte mit den Erwartungen der Gäste?
- ✓ **Der letzte eigene Urlaub**: Versetzen Sie sich in Ihren eigenen letzten Urlaub zurück wo sind ggf. die touristische Infrastruktur und das Stadtbild Ihres letzten Tourismusortes attraktiver?





### Gliederung der Diskussion in drei Segmente



## Basis-Infrastruktur (primär kommunal)







- Ortsbild
- Mobilität
- Serviceeinrichtungen

## Supra-Infrastruktur (primär privatwirtschaftlich)







- Beherbergung
- Gastronomie
- Einzelhandel









- Sport / Spiel
- Unterhaltung / Kultur
- Wellness / Gesundheit









Herr Kowalsky befragt die Teilnehmenden, ob es Rückfragen zu den erläuterten Inhalten gibt.

Seitens der Teilnehmenden wird hervorgehoben, dass Einrichtungen wie das Deutsche Auswandererhaus oder das Klimahaus Bremerhaven 8° Ost besondere Infrastruktureinrichtungen für Bremerhaven sowie das Land Bremen sind und bereits eigenständig starke Besuchsanreize darstellen. Damit wird betont, dass die gezielte Infrastrukturentwicklung eine zentrale Rolle für die Attraktivität bzw. Attraktivitätssteigerung und die erfolgreiche Tourismusentwicklung einnimmt.

Zudem wird angemerkt, dass für den erfolgreichen Betrieb der Service- und Erlebniseinrichtungen auch die notwendige Anzahl und die Qualität der Fachkräfte als wichtiger Teil der Infrastruktur sichergestellt werden muss. Die Frage der Fachkräftegewinnung und der attraktiven Lebensbedingungen für diese wird künftig eine zentrale Rolle spielen und sollte daher für die Tourismusentwicklung im Land Bremen unbedingt mit bedacht werden.

## Haben Sie Rückfragen / Verständnisfragen?









# Bewertungsmaßstäbe für die abgestimmte Infrastrukturentwicklung.



Bild: Pixabay.com







## Anhand welcher Ziele und Kriterien soll die zukünftige Infrastrukturentwicklung ausgerichtet werden?



## Ziele & Kriterien für die abgestimmte Infrastrukturentwicklung:



#### **Diskussionsvorlage:**

### Potenzielle Ziele / Kriterien für die Auswahl oder Priorisierung von Infrastrukturprojekten

- **Profilierung Tourismus-Marke** (Inspiration und Besuchsanreiz)?
- Stärkere Vernetzung von Bremen / Bremerhaven?
- Steigerung der Besucherzahlen?
- Verlängerung der Aufenthaltsdauer?
- Ausweitung der Saisonzeiten?
- Steigerung der Wertschöpfung?
- Förderung von Innovation und Qualität (Barrierefreiheit / Zertifizierung / "SMART City")?
- Impulsgebung für weitere Investitionen / neue Investoren





### Bitte diskutieren Sie!



## Ziele und Kriterien für die weitere Diskussion der abgestimmten Infrastrukturentwicklung

#### Methodik:

- 1. Bitte diskutieren Sie in 4 Gruppen die Ziele und Kriterien für die beiden Städte Bremen und Bremerhaven.
- 2. Bitte notieren Sie als Gruppe Ihre Ergänzungen auf maximal 4 farbigen Kärtchen (jeweils Stadt Bremen = rot und Stadt Bremerhaven = blau).



**Bremen** 



Bremerhaven























BREMEN BREMERHAVEN ZWEI STÄDTE, EIN LAND.

Im Rahmen der Diskussion zu den Zielen und Kriterien für eine fokussierte Infrastrukturentwicklung werden die folgenden Aspekte erörtert:

- Für die **Stadt Bremen** werden übergeordnet die Zielstellungen "Profilierung der Tourismus-Marke", "Ausweitung der Saisonzeiten" sowie "Steigerung der Besucherzahlen" angeführt. Zentraler Aspekt ist die Schaffung eines neuen touristischen "Leuchtturms" für Bremen. Des Weiteren werden die "innere" räumliche Vernetzung der Attraktionen sowie die bessere "äußere" Erreichbarkeit genannt. Als wichtige Kriterien werden der Erhalt qualitativ hochwertiger Veranstaltungen, eine optimierte Wegeführung, ein optimiertes (digitales) Wegeleitsystem und mehr Fahrradparkplätze benannt.
- Für die **Stadt Bremerhaven** werden ebenfalls die "Profilierung der Tourismus-Marke", "Ausweitung der Saisonzeiten" sowie "Steigerung der Besucherzahlen" genannt. Auch die "innere" Vernetzung (Verbindung Kreuzfahrtterminal und Fischereihafen mit Havenwelten) sowie die Optimierung der "äußeren" Erreichbarkeit der Stadt werden als Ziele geäußert. Wichtige Aspekte sind hierbei der Ausbau der Weserpromenade und die Erweiterung der Parkmöglichkeiten. Als wesentliche Kriterien hinsichtlich der Zielerreichung werden von den Teilnehmenden die Öffnung der Innenstadt in Richtung Weser sowie eine fortlaufende Reattraktivierung der touristischen Einrichtungen genannt.







Im Rahmen der Diskussion zu den Zielen und Kriterien zur künftigen Infrastrukturentwicklung werden stadtübergreifend die folgenden Aspekte erörtert:

- Als gemeinsame Zielstellung für das Land Bremen werden die Erhöhung der Sichtbarkeit, die Ausweitung der Saisonzeiten und die Verlängerung der Aufenthaltsdauer genannt. Auch die stärkere verkehrstechnische und kommunikative Vernetzung zwischen den Städten sowie mit dem Umland und die Inszenierung einer zur Marke passenden "Willkommenskultur" (den Gast bei der Ankunft willkommen heißen) werden angeführt. Als nötiger Standard für alle Bestands- und neuen Einrichtungen wird die Sicherstellung der Barrierefreiheit gefordert, um dem Gast eine durchgängig barrierefreie Servicekette im Land Bremen ermöglichen zu können.





## Bitte diskutieren Sie!



# Ziele und Kriterien für die weitere Diskussion der abgestimmten Infrastrukturentwicklung

Zusammenfassung der Ziele und Kriterien für die weitere Diskussion der Marketingstrategie:

#### Ziele:

- Profil schärfen / Sichtbarkeit erhöhen
- Ausweiten der Saisonzeiten
- Aufenthaltsdauer verlängern
- Besucherzahlen steigern
- Touristischer "Leuchtturm" für Bremen

#### Kriterien:

- Erreichbarkeit ("innere" Mobilität, "äußere" Anbindung)
   verbessern
- Stärkere Vernetzung und Kommunikation zwischen den Städten und mit dem Umland
- Barrierefreiheit als Standard
- Sicherung von Fachpersonal





## Workshop II "Basis-Infrastruktur"



## Ortsbild, Mobilität & Service-Einrichtungen







#### **Herzlich Willkommen:**

#### **Ankommensorte in Bremen und Bremerhaven.**















www.ltk2025.de

#### Markenversprechen: erster Berührungspunkt als Erlebniseinstieg in die Stadtkultur





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





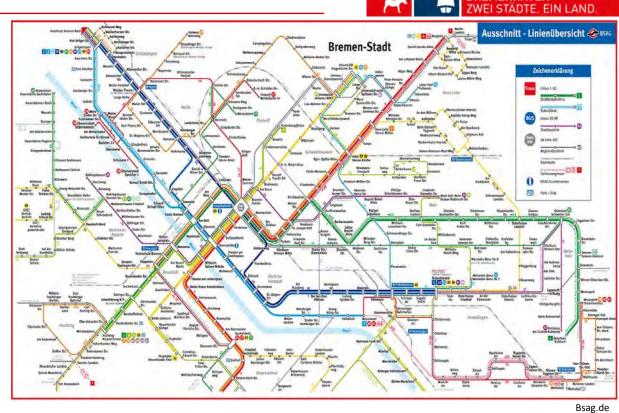






#### Innere Mobilität – Vernetzung der Ankommensorte mit den Attraktionen innerhalb der Destination.









#### Radfahren: alternative Mobilitätsangebote sind Bremen und Bremerhaven gut vorbereitet?





BREMERHAVEN ZWEI STÄDTE. EIN LAND,









www.ltk2025.de

#### Bewusste Wegeführung und Inszenierung der inneren

Vernetzung: "Der Weg ist Teil des Erlebnisses"





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





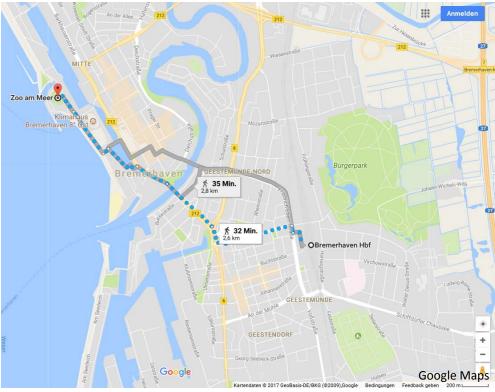




## Inszenierung und Vernetzung: wie wird der Gast geleitet und wie wird seine Reise gestaltet?









#### Verbindungen auf dem Wasser als besonderes Reiseerlebnis für den Gast.















Ortsbild und Aufenthaltsqualität in den verschiedenen

Erlebnisräumen in Bremen und Bremerhaven







#### Weiterentwicklung des Stadtbildes: Fokus auf die historische Identität oder zeitlose Moderne?









#### Aufenthaltsqualität an öffentlichen Plätzen am Beispiel von Bremerhaven und Wien.









#### (Markenstützende) Gestaltung öffentlicher Orte: Bepflanzung, Kunst, Lichteinsatz.













#### Ausbau von Fußgängerzonen zur Attraktivitätssteigerung des Erlebnisraumes Innenstadt?







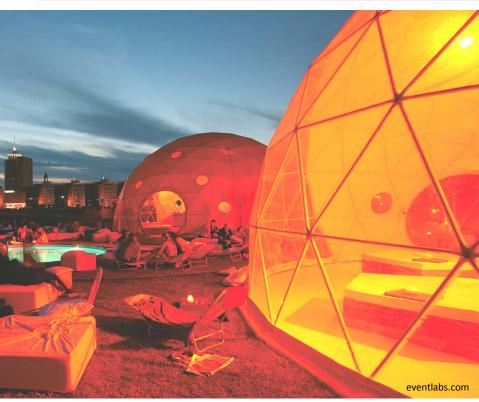


#### Temporäre Bespielung an Orten im Umschwung oder vor identitätsstiftender Kulisse.













www.ltk2025.de

#### Tourist-Informationen als Ort der Kommunikation und als Spiegel der Destinationsmarke.











#### Service- und Informationscenter als inspirierender Treffpunkt und Ort des (digitalen) Erlebnisses.











#### Kostenfreies WLAN als Voraussetzung des digitalen Reiseerlebnisses: informieren, inspirieren, teilen.





Auch Sanitäranlagen gehören zur ServiceInfrastruktur







#### Workshop II



## Welche zentralen Handlungs- und Weiterentwicklungserfordernisse bestehen im Bereich der Basis-Infrastruktur?



#### Bitte diskutieren Sie!



### Welche zentralen Handlungs- und Weiterentwicklungserfordernisse bestehen im Bereich der Basis- Infrastruktur?

**Methodik:** 

Bitte diskutieren Sie in 4 Gruppen und unterscheiden Sie Ihre Auswahl jeweils für die beiden Städte Bremen und Bremerhaven sowie für die Bereiche Ortsbild, Mobilität & Service-Einrichtungen:

- Wie kann eine funktionale sowie inspirierende Mobilität gewährleistet werden?
- Bieten die Plätze und Quartiere Bremens & Bremerhavens ausreichend attraktive Aufenthaltsqualität?
- Ist das Angebot an Service-Einrichtungen ausreichend?



**Bremen** 



**Bremerhaven** 

Bitte notieren Sie als Gruppe Ihre Diskussionsergebnisse auf je farbigen Kärtchen (max. je 5 Karten pro Stadt)





#### **Workshop II**



















#### Workshop II







#### **Workshop II - Stadt Bremen**





Im Rahmen der Diskussion zu den Handlungs- und Weiterentwicklungserfordernissen hinsichtlich der künftigen Entwicklung der Basis-Infrastruktur werden für die **Stadt Bremen** die folgenden Aspekte diskutiert:

- Im Bereich der **Mobilität** wird die Errichtung eines Leihradsystems angeführt. Ebenso wird der Bau eines neuen ZOBs, die Erstellung eines Parkraumkonzeptes für Busse und PKWs sowie die Einrichtung einer touristischen Hop-On Hop-Off Buslinie vorgeschlagen. Um Touristen eine schnellere Verbindung zwischen den Attraktionen zu ermöglichen, wird alternativ eine Express-Verbindung eingebracht. Zur Verbesserung der "Willkommenskultur" und zur besseren Besucherführung der Gäste wird ein digitales Leitsystem gefordert.
- Im Bereich des **Stadtbildes** werden die Aufwertung der Ankommensorte und die damit verbundenen Wegführungen zu den Attraktionen angeführt. Ebenso soll die Sauberkeit der Stadt verbessert werden. Die Belebung der innerstädtischen Plätze und der Ausbau von "Ruhe-Oasen" mit ansprechender Stadtmöblierung werden ebenfalls vorgeschlagen.
- Im Bereich der **Service-Einrichtungen** wird spezielles Service-Personal für Sauberkeit, Sicherheit und Information zum Einsatz in der Stadt befürwortet. Ebenso werden mehr Info-Points und mehr öffentliche WCs gefordert.





#### **Workshop II - Stadt Bremerhaven**





Im Rahmen der Diskussion zu den Handlungs- und Weiterentwicklungserfordernissen hinsichtlich der künftigen Entwicklung der Basis-Infrastruktur werden für die **Stadt Bremerhaven** die folgenden Aspekte diskutiert:

- Im Bereich der Mobilität wird übergeordnet die stärkere Vernetzung zwischen dem Schaufenster Fischereihafen und der Havenwelt gefordert. Um dies zu gewährleisten wird eine touristische Buslinie (z.B. Hop-On Hop-Off Bus) sowie ein Leihradsystem vorgeschlagen. Ebenso wird ein Parkkonzept (insbesondere für das Gebiet der Havenwelten) sowie die Verlagerung des Schwerlastverkehrs aus der Innenstadt gefordert. Hinsichtlich der "äußeren" Erreichbarkeit wird der Anschluss an das ICE-Netz als wichtige Grundlage genannt. Auch die Gewährleistung der Barrierefreiheit der gesamten Infrastruktur wird benannt.
- Im Bereich des **Stadtbildes** wird die Aufwertung der Gestaltung öffentlicher Plätze aufgeführt. Diese Forderung betrifft insbesondere die Weserpromenade (Belebung z.B. durch Gastronomie) und die Innenstadt. Darüber hinaus wird mehr Sauberkeit in der Stadt gewünscht. Die "Alte Bürger" soll weiter aufgewertet und verstärkt beworben werden.
- Im Bereich der **Service-Einrichtunge**n ist freies WLAN eine wichtige Maßnahme.





www.ltk2025.de

#### Workshop II - Übergreifend



- Übergreifend wird das Thema Mobilität über die Förderung von Konzepten und Systemen mit Leihrädern, der verstärkte Einsatz von Elektrobussen und Carsharing genannt.
- Im Bereich Service wird das Schlagwort "Smart-City" über die Entwicklung einer gemeinsamen APP (digitaler Begleiter) angeführt. Eine Applikation soll durch die Service- / Erlebnisstationen begleiten und könnte beispielsweise in einer Kooperation mit der Hochschule Bremen entwickelt werden.
- In puncto Servicequalität wird die Erhöhung der Servicepunkte in beiden Städten, auch als integrierte Lösung, diskutiert. Im Zuge der insgesamt wenigen Anmerkungen zur Servicequalität wird die Zukunft der Tourist-Informationen in Frage gestellt. Es wird abgewogen, inwiefern angesichts der kostenintensiven Unterhaltung und der zunehmenden Digitalisierung ein Ausbau künftig noch stattfinden soll. Die Teilnehmenden sind sich einig, dass Tourist-Informationen an zentralen Orten auch in Zukunft Bestand haben müssen und trotz des verstärkten Einsatzes digitaler Medien die menschliche Komponente weiterhin von Relevanz sein wird. Ebenso wird in diesem Zusammenhang die Rolle der Beherbergungsbetriebe als Anlaufstelle für Informationen und Substitut der Tourist-Information betont.





#### Workshop II



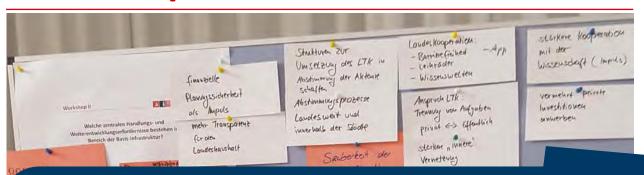
Wie und durch wen können neue Impulse und konkrete Entwicklungen angestoßen werden? Was sind erforderliche Rahmenbedingungen und welchen Unterstützungsbedarf gibt es?



#### Workshop II







Als wichtige Rahmenbedingungen, Unterstützungsbedarf sowie zu den zuständigen Akteuren und Impulsgebern wird Folgendes benannt:

- Umsetzung des Landestourismuskonzeptes: um die Umsetzung des Konzeptes zu sichern, werden neue, verbindliche Wege der Kommunikation und Zusammenarbeitsstrukturen gewünscht. Allgemein wird der Wunsch nach mehr Vernetzung und Kooperation sowohl zwischen touristischen Akteuren, als auch mit der Wissenschaft, Kultur und Wirtschaft formuliert.
- Im Zusammenhang der Anpassung der Beitragshöhe und Mittelverwendung der Tourismusabgabe (Citytax) wird der Faktor Planungssicherheit für Investitionen von privaten Leistungsanbietern und mehr Transparenz bezüglich des Landeshaushaltes diskutiert. Auch der Anspruch, das Landestourismuskonzept mit einem Finanzierungsplan zu hinterlegen und eine Trennung zwischen privaten und öffentlichen Aufgaben vorzunehmen, wird betont. Es wird argumentiert, dass in der Vergangenheit fast alle Maßnahmen des Landestourismuskonzeptes 2015 über die konkrete Benennung des Vorhaben finanziert und realisiert werden konnten. Das Konzept wird also auch als Argumentationshilfe zum Einwerben von Mitteln dienen. Zukünftig sollen aber auch mehr private Akteure zur Mitfinanzierung bzw. Umsetzung von Projekten gewonnen werden.

# Mittagspause 30 Min.



#### Workshop III "Supra-Infrastruktur"



#### Beherbergung, Gastronomie & Einzelhandel







#### Überblick zu Übernachtungsbetrieben in **Bremerhaven und Hotels in Bremen**









## Verfügen Bremen und Bremerhaven über ausreichend Kapazitäten und Qualität in allen Segmenten?











Deutschertourismusverband.de



oremen



Übersicht - Bewertungen - Der Gastgeber - Standort

Nicht neu und nicht 08/15: Schnoor

Airbnb.de





## Einrichtungen im Bereich Tagungen und Kongresse, Hotels und Event-Locations in MICE-Bereich.





BREMEN BREMERHAVEN ZWEI STÄDTE. EIN LAND







Messe-bremen.de





#### Wo besitzen Bremen und Bremerhaven noch Potenzial für Einzigartigkeit und innovative Unterkünfte?



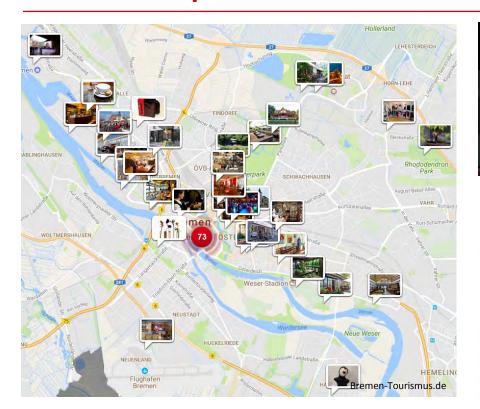






#### Einzelhandel und Gastronomie: Erhöhung von Aufenthaltsqualität und Verweildauer







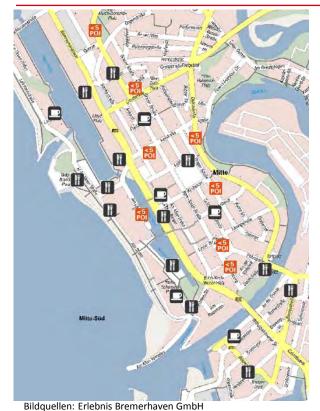
Herzlich willkommen im citylab Bremen







#### **Einzelhandel und Gastronomie als wichtiges** Rahmenprogramm auch in Bremerhaven.













#### **Entwicklung von Einkaufswelten – Fokus auf die Innenstadt oder Shopping-Center außerhalb?**







#### Beispiele: Barfußgässchen Leipzig, Markthalle Rotterdam, Bikini Berlin











#### Besondere Stadterlebnisse: Klunkerkranich in Berlin

















#### Gastronomie und Erlebnis am Wasser maritimen Sehnsucht oder urbane Lebendigkeit.















## Workshop III



# Welche zentralen Handlungs- und Weiterentwicklungserfordernisse bestehen im Bereich der Supra-Infrastruktur?



#### Bitte diskutieren Sie!



# Welche zentralen Handlungs- und Weiterentwicklungserfordernisse bestehen im Bereich der Supra-Infrastruktur?

**Methodik:** 

Bitte diskutieren Sie in 4 Gruppen und unterscheiden Sie Ihre Auswahl jeweils für die beiden Städte Bremen und Bremerhaven sowie für die Bereiche Beherbergung, Einzelhandel & Gastronomie:

- Besitzen Bremen & Bremerhaven ausreichend Beherbergungskapazitäten und Qualitäten über die verschiedenen Kategorien hinweg?
- Welche Einrichtungen und Konzepte fehlen im Einzelhandel und der Gastronomie?
- Was kann noch an Innovation und Markenerlebnis entwickelt werden?



**Bremen** 



**Bremerhaven** 

Bitte notieren Sie als Gruppe Ihre Diskussionsergebnisse auf je farbigen Kärtchen (max. je 5 Karten pro Stadt)





# **Workshop III**













#### Workshop III







## **Workshop III - Stadt Bremen**





Im Rahmen der Diskussion zu den Handlungs- und Weiterentwicklungserfordernissen hinsichtlich der künftigen Entwicklung der Supra-Infrastruktur werden für die **Stadt Bremen** die folgenden Aspekte erörtert:

- Im Bereich **Beherbergung** sind sich die Teilnehmenden einig, dass Kapazitäten ausreichend vorhanden sind. Dennoch wird hinsichtlich der Diversifizierung des Angebotes durch besondere Beherbergungen auf dem Wasser (Hausboote, schwimmende Unterkünfte) vorgeschlagen. Auch die Aufwertung der Campingplätze sowie die Einrichtung von Betrieben für kurzfristige Übernachtungen (insb. das Beispiel "Bed & Bike") werden genannt.
- Im Bereich Gastronomie wünschen sich die Teilnehmenden mehr Qualität und Innovation. Es werden mehrheitlich erlebnisgastronomische Konzepte als Vision genannt, wie z.B.: gehoben, ökologisch oder extravagante Küche; Location auf einem Hochhaus oder mit thematischem Bezug zur Raumfahrt oder der maritimen Küche (Fisch).
- Für den Bereich Einzelhandel wünschen sich die Teilnehmenden mehr inhabergeführten, wertigen und kleinteiligen Einzelhandel für die Innenstadt. Hier wird erläutert, dass es seit mehreren Jahren einen kontinuierlichen Trend zum Rückgang des kleinteiligen, inhabergeführten Einzelhandels gibt und daher neue, andere Ansätze gefunden werden müssen.





#### **Workshop III - Stadt Bremerhaven**





Im Rahmen der Diskussion zu den Handlungs- und Weiterentwicklungserfordernissen hinsichtlich der künftigen Entwicklung der Supra-Infrastruktur werden für die Stadt Bremerhaven die folgenden Aspekte erörtert:

- Im Bereich Beherbergung sind sich die Teilnehmenden einig, dass im Freizeitsegment ausreichend Kapazitäten geschaffen worden sind und ein weiterer Ausbau nur auf Basis der Hotelbedarfsanalyse erfolgen sollte. Dennoch wird hinsichtlich der Diversifizierung des Angebotes eine Beherbergungsform auf dem Wasser (schwimmendes Hotel, Hotelschiff, Hausboote) gewünscht.
- Hinsichtlich der Gastronomie wird zum einen vorgeschlagen, das Thema Fisch/maritim weiter zu profilieren und z.B. das alte "Koggen-Bräu" im Hafen zu reaktivieren sowie eine Location zur Schiffsbegrüßung ähnlich dem "Willkomm-Höft" in Wedel einzurichten. Zudem werden erlebnisgastronomische Einrichtungen(z.B. an Weserstrand und Weserpromenade) gewünscht. Es wird vorgeschlagen, die regionaltypischen Fischerkneipen weiterhin zu stützen, Street(Sea)Food an der Weser fest zu etablieren sowie ein Kaffeehaus anzusiedeln. Auch die Entwicklung von Flächen für Motto-Partys wird genannt.
- Im Bereich des Einzelhandels wird die Umsetzung des Einzelhandelskonzepts gefordert. Zudem wünschen sich die Teilnehmenden mehr höherwertigen Einzelhandel sowie den Ausbau der Flächen zum Ausbau des Angebotes.





#### Workshop III



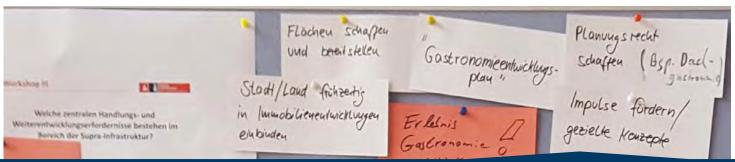
Wie und durch wen können neue Impulse /
Entwicklungen angestoßen werden?
Was sind erforderliche Rahmenbedingungen und welchen Unterstützungsbedarf gibt es?





## Workshop III





Im Zuge der Diskussion zu erforderlichen Rahmenbedingungen, Unterstützungsbedarf und zuständigen Akteuren und Impulsgebern werden folgende Aspekte angemerkt:

- Die Teilnehmenden wünschen sich, dass notweniges Planungsrecht zur Entwicklung von Flächen geschaffen wird und mehr Flächen bereit gestellt werden können. Auch bei behördlichen Auflagen sollte stärker im Einzelfall der Mehrwert einer neuen Erlebniseinrichtung fokussiert werden.
- Zudem sollten die Städte und das Land frühzeitig in die Immobilienentwicklungen mit einbezogen werden, um entsprechende Vorhaben fördern bzw. erfolgsorientiert koordinieren, begleiten oder auch selbst umsetzen zu können. Zur zielgerichteten Entwicklung der Gastronomie wird die Erarbeitung eines Gastronomieentwicklungsplans vorgeschlagen. Innovative Konzepte sollen als Impulse mit möglichem "Nachahmungseffekt" gezielt gefördert und herausgearbeitet werden.





#### Workshop IV "Aktivitäts-Infrastruktur"



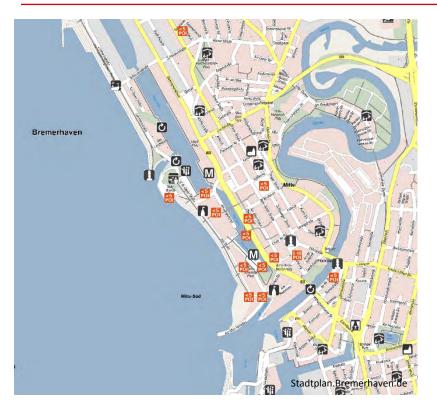
#### **Sport / Spiel & Unterhaltung / Kultur**





#### Übersicht der Aktivitäts-Infrastruktur in Bremen und Bremerhaven.













#### Beispiel für die zielgruppengerechte Inszenierung von Sport- und Spieleinrichtungen









www.ltk2025.de

#### Besitzen Bremen und Bremerhaven ausreichend attraktive Flächen für Freiluftveranstaltungen?









#### Gibt es weitere Potenziale an Kultur- und **Unterhaltungsattraktionen?**







Stadterlebnis von Oben: die Aussichtsplattform des

**ATLANTIC Sail City, Potenzial für Bremen?** 







#### Die Bedeutung der Wissens- und Erlebniswelten in **Bremen und Bremerhaven wieder hervorheben?**













#### Wirtschaft inszenieren: Beispiele aus den Bereichen Raumfahrt, Automotive und Genussmittel.









#### Visionen für Attraktionen in Bremen/ Bremerhaven: Inszenierung des Reiseerlebnisses im & am Fluss.









## Workshop IV



# Welche zentralen Handlungs- und Weiterentwicklungserfordernisse bestehen im Bereich der Aktivitäts-Infrastruktur?



#### Bitte diskutieren Sie!



# Welche zentralen Handlungs- und Weiterentwicklungserfordernisse bestehen im Bereich der Aktivitäts-Infrastruktur?

**Methodik:** 

Bitte diskutieren Sie in 4 Gruppen und unterscheiden Sie Ihre Auswahl jeweils für die beiden Städte Bremen und Bremerhaven:

- Besitzen Bremen & Bremerhaven ausreichend starke / prägnante Einrichtungen und Attraktionen, um Besuchsanreize auszulösen?
- Welche Konzepte und Attraktionen könnten das Profil noch weiter stärken?
- Was sind Zukunftsvisionen an denen weiter zu feilen ist?
- ...



**Bremen** 



Bremerhaven

Bitte notieren Sie als Gruppe Ihre Diskussionsergebnisse auf je farbigen Kärtchen (max. je 5 Karten pro Stadt)





# **Workshop IV**















#### **Workshop IV - Stadt Bremen**





Im Rahmen der Diskussion zu den Handlungs- und Weiterentwicklungserfordernissen im Bereich der Aktivitäts-Infrastruktur werden für die **Stadt Bremen** die folgenden Aspekte erörtert:

- Ein bedeutender Maßnahmenschwerpunkt liegt in der Erlebbarkeit der Stadt am Wasser. Hierzu wird ein Bade- und/oder Eislaufschiff vorgeschlagen. Auch ein Weserstrand am Osterdeich wird als Vision genannt.
- Ein weiterer Schwerpunkt liegt im Bereich einer neuen Erlebniseinrichtung, in der die Bremer Produkte präsentiert werden. Denkbar sei dies beispielsweise als "Genusswelt-Hafen" in der Überseestadt oder als Erlebniswelt der Branchen (Raumfahrt, Automobil, Nahrungsmittel) auf dem ehemaligen Kellogs-Gelände. In diesem Zusammenhang werden auch die Umbenennung von InBev in Becks sowie die Rückkehr der Beck's Pferde mit Kutschen in das Stadtbild genannt.
- Ebenso wird die Errichtung einer neuen Markthalle mit regionalen Händlern, Produkten und Bezug genannt.
- Im Bereich Events sollen künftig auch Sportveranstaltungen weiter akquiriert,
  Formate wie der Weihnachtsmarkt "Schlachte-Zauber" oder die " Komplette
  Palette" ausgebaut und die großen Veranstaltungen (La Strada, Breminale,
  Musikfest) stärker überregional vermarktet werden.





#### **Workshop IV - Stadt Bremerhaven**





Im Rahmen der Diskussion zu den Handlungs- und Weiterentwicklungserfordernissen im Bereich der Aktivitäts-Infrastruktur werden für die Stadt Bremerhaven folgende Aspekte erörtert:

- Schwerpunkt der Vorschläge liegt im Bereich der Profilierung als maritimer Erlebnisstandort. So werden die Vision einer Seebrücke, eines Spaßbades an der Weser, eines großen Segelschiffs, die Errichtung einer Brücke am Fischereihafen sowie die Kultivierung eines Rundlaufs um den neuen Hafen genannt.
- Ein weiterer wichtiger Schwerpunkt liegt in der gebündelten Kompetenzdarstellung der Wissenswelten. Hier wäre z.B. die Errichtung eines "Welcome-Centers" (Tourist-Information XXL) in Bremerhaven in den Havenwelten und zentral in Bremen mit anregenden Exponaten denkbar.
- Auch das Genuss-Profil soll mit Schwerpunkt auf die Komponenten Fisch und Bier weiterentwickelt werden. Denkbar wäre hier eine Erweiterung des Schaufenster Fischereihafen mit einem Fokus auf Erlebnis und Einblicken in die Nahrungs- und Genussmittelindustrie (Nordsee, Bofrost).
- Ebenso wird der Ausbau des Columbus Cruise Centers sowie dessen bessere Anbindung an die Havenwelten genannt. Auch ein attraktiver, maritimer Weihnachtsmarkt wird für die Stadt gewünscht. Es wird betont, dass zudem die vorhandene Infrastruktur fortwährend reattraktiviert werden muss.





#### Workshop IV



Wie und durch wen können neue Impulse /
Entwicklungen angestoßen werden?
Was sind erforderliche Rahmenbedingungen und welchen Unterstützungsbedarf gibt es?

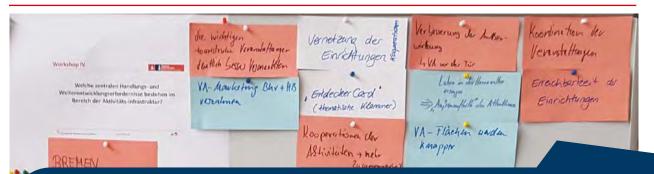




# Workshop IV







Im Zuge der Diskussion zu erforderlichen Rahmenbedingungen, Unterstützungsbedarf und zuständigen Akteuren und Impulsgebern werden folgenden Aspekte angemerkt:

- Ein besonderer Schwerpunkt wird in der verstärkten Kooperation und Koordination der verschiedenen Aktivitäten der Einrichtungen gesehen. Hier wird z.B. gefordert, bestehende Veranstaltungen besser zu vermarken und die Erreichbarkeit der verschiedenen Einrichtungen und deren räumliche Verknüpfung zu verbessern. Zudem sollen Veranstaltungen auch verstärkt in der jeweils anderen Stadt vermarktet werden.
- Speziell für Bremerhaven wird ein räumlicher Ausbau der Veranstaltungsflächen inkl. der notwendigen Technik als erforderlich gesehen. Zudem sollen die Havenwelten noch stärker belebt werden.
- Als thematische Klammer für die Nutzung von Angeboten beider Städte und attraktives Kopplungsangebot für den Gast wird die Entwicklung einer gemeinsamen "Entdecker-Card" angeregt.



## **Zusammenführung & Ausblick**



Herr Kowalsky gibt abschließend einen kurzen Überblick zu den erarbeiteten Ergebnissen im Bereich Infrastruktur sowie einen Ausblick zum weiteren Prozessverlauf. Er reflektiert den vergangenen Beteiligungsprozess im Rahmen dessen die vier Vertiefungsworkshops stattgefunden haben. Über die verschiedenen Vertiefungsworkshops sind zu den vier Schwerpunktthemen wichtige und wertvolle Anregungen, Hinweise und Forderungen seitens der Teilnehmenden an das Landestourismuskonzept 2025 und das Land Bremen formuliert worden, die es jetzt auszuwerten gilt.

Alle im Prozess von den Teilnehmenden eingebrachten Aspekte wurden von PROJECT M dokumentiert und werden gemeinsam mit dem Senator für Wirtschaft Arbeit und Häfen und der Lenkungsgruppe für die nun folgende Erarbeitung des Landestourismuskonzeptes im 3./4. Quartal 2017 diskutiert und weiter strukturiert. Herr Kowalsky verweist in diesem Kontext auch auf die Möglichkeit der Beteiligung über die Website www.ltk2025.de und auch hier die Protokolle der Sitzungen einsehen und weiter kommentieren zu können.

Abschließend bedankt er sich für die heutige Zusammenarbeit und übergibt für den Ausblick an Frau Dr. Lübben.

# Peter C. Kowalsky PROJECT M







#### **Ausblick**



#### **Auftakt**

(2. Quartal 2017)

- Start Website &Onlinebefragung
- ⇒ #Tourismus-Strategie- √ Werkstatt (12.05.)
- Workshops zu den Schwerpunktthemen
- Aufbereitung der Ergebnisse aus der Beteiligung (s. Website)

#### Vertiefung

(2./ 3. Quartal 2017)

- Vertiefungsworkshops
  - ⇒ Zielgruppen (01.06.)
  - ⇒ Marketingstrategie (09.06.)√
    ⇒
  - **→** MICE (19.06.)
  - **⊃ Infrastruktur** (28.06.)
- Zusammenführung der Ergebnisse aus der Beteiligung & Vertiefung

#### Konzeptausarbeitung

(3./4. Quartal 2017)

- Konzeptausarbeitung durch Der Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen
- Einbindung der Fachöffentlichkeit sowie der politischen Gremien





#### Ausblick





Frau Dr. Lübben reflektiert den Prozessverlauf, der mit Abschluss des vierten Vertiefungsworkshops nun in die Phase der Strukturierung gehen wird. Sie betont in diesem Zusammenhang die eigens eingerichtete Lenkungsgruppe, die den weiteren Prozess begleiten wird, und eine weitere öffentliche Veranstaltung zur Präsentation der vorläufigen Ergebnisse im Herbst. Ziel ist es, zum Jahresende einen breit getragenen politischen Beschluss zum Landestourismuskonzept Bremen 2025 zu erwirken.

Inhaltlich wird das Landestourismuskonzept in erster Linie landesweite Themen fokussieren, aber für ein gutes Ineinandergreifen auch Themen, die nur die Städte Bremen oder Bremerhaven betreffen, aufgreifen. Sie betont die Funktion des Konzeptes als wichtige Argumentationsgrundlagen zur Einwerbung von finanziellen Ressourcen und für die systematische sowie abgestimmte Umsetzung von Maßnahmen in den Schwerpunktthemen auf Stadt- sowie Landesebene.

Abschließend kündigt Frau Dr. Lübben als wichtige Prozesserkenntnis eine künftig intensivere Vernetzung und Zusammenarbeit der verschiedenen, für den Tourismus im Land relevanten Akteure und Partner an und bedankt sich noch mal für das großartige Interesse und Engagement für das Landestourismuskonzept. Um 16:45 Uhr beendet sie den Vertiefungsworkshop.

#### Dr. Christel Lübben

Referentin für Tourismus, Standortmarketing und Messe/ÖVB Arena,

Der Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen





