

Sollte dieser Newsletter nicht richtig angezeigt werden, klicken Sie bitte [hier](#).



Newsletter Tourismusstrategie Bremen, Dezember 2024

Liebe Leserinnen und Leser,

mit diesem Newsletter möchten wir Sie auf dem Laufenden halten, was sich im Rahmen der Tourismusstrategie Bremen 2025 entwickelt, welche Projekte bereits umgesetzt wurden, welche Ideen in den Arbeitskreisen entstehen und was wir für die Zukunft planen. Gerne können Sie diesen Newsletter auch an interessierte Personen weiterleiten oder eigene Themen und Ideen einbringen. Wir freuen uns, von Ihnen zu hören. Sie möchten noch mehr News und Infos? Dann folgen Sie uns auf LinkedIn @Bremen Tourism & Convention!

Liebe Grüße vom Lloydhof und eine besinnliche Weihnachtszeit
- die Projektleitenden der Tourismusstrategie -

Kirsten Hoffmann, Elena Fischer und Michael Kahrs



5. Landestourismusforum in Bremen

Um sich über die aktuellen Entwicklungen auszutauschen und sich fit für die Zukunft zu machen, trafen sich am 21. November 2024 mehr als 140 Touristiker:innen aus Museen, Hotels, gastronomischen Betrieben sowie Tourismusorganisationen und Vertreter:innen des Wirtschaftsressorts und der Wirtschaftsförderungsgesellschaft aus Bremen und Bremerhaven zum 5. Landestourismusforum als größtes Branchentreffen im Land Bremen im ATLANTIC Hotel Universum. Digitalisierung, Social Media und künstliche Intelligenz gemäß dem Motto „**Wie bleiben wir bei unseren Gästen (digital) im Gedächtnis?**“ standen dabei im Fokus.

Neben einer digital-interaktiven Abfrage rund um einen Status Quo der Nutzung und Verwendung von digitalem Marketing in der Branche zur Eröffnung des diesjährigen Forums, gab Marketing- und KI-Experte Jens Polomski in einem Keynote-Vortrag praktische Anregungen zu KI-Tools und deren optimaler Nutzung, indem er anhand eines Beispiels zeigte, wie mit Hilfe von KI ein Bremen und Bremerhaven verbindendes Produkt innerhalb kürzester Zeit entwickelt werden kann, vom Brainstorming über die Marketingkampagne bis zum eigenen Werbesong: ein fiktives Bier namens „Weser-Brüder“. Im Anschluss präsentierten sich vier erfolgreiche Branchenbeispiele aus den Schwesterstädten – wie die Bremen-begeisterte Nicole Uhlhorn, deren Videos auf dem Instagramkanal madamelottie millionenfach geklickt werden. Die drei Gründer des

Ferienwohnungsportals Bheaven Premium Homes präsentierten sich als digitale Gastgeber, die es mit Hilfe Künstlicher Intelligenz schaffen, ihre 17 Apartments fast durchgängig das ganze Jahr über zu vermieten. Jasmin Mickein von der Kunsthalle Bremen stellte die App „Art Surfer – It’s an Art Match“ vor, eine Art Online-Dating mit Kunstwerken. Die Bremerhavener „Männer, die aufs Wasser starren“ berichteten, wie sie ihre Unternehmen mit Hilfe von Social Media bekannt machen wollten und nun als Comedy Duo mehr als 1,4 Millionen Follower vorweisen können.

Am Nachmittag folgte ein interaktiver Gruppenteil, der in Kombination mit der aktuellen KI-Ausstellung im Universum Bremen stattfand. Jeweils 25 Minuten ging es an drei Stationen um die Nutzung und Erstellung von individuellen KI-Modellen, sogenannten GPTs, um kreative Methoden, um Teambuilding und Storytelling miteinander zu verbinden und um die „Superkraft Beteiligung – wie Gäste durch digitale Methoden zu Mitmachenden werden“. In gemütlicher Atmosphäre konnten sich die Teilnehmenden im Anschluss an die Veranstaltung im „7THINGS“ austauschen und networken.

Bildquelle: Frank Koch/ Kirsten Hoffmann



LMO Kulturaustausch zu Gast in Bremen

Zum ersten Präsenztreffen des Kulturaustausches der Landesmarketingorganisationen im Tourismus luden Kirsten Hoffmann und Michael Kahrs die kulturtouristischen Beauftragten der 16 Bundesländer nach Bremen ein. In 24 Stunden wurde sich in den Kultur-Kulissen Bremens über die Frage „Was bewegt den Kulturtourismus (nachhaltig)?“ ausgetauscht. Gestartet wurde mit einem interaktiven Impuls der WFB-Nachhaltigkeitsmanagerin Dr. Elena Fischer zur Nachhaltigkeit im Kulturkontext im Ludwig Roselius Museum in den Museen der Böttcherstraße. Am Abend haben wir unsere begeisterten Gäste durch den Schnoor geführt, den Weihnachtsmarkt gezeigt und abends im Ratskeller wurde munter weiter diskutiert.

Am zweiten Tag haben wir zusammen mit einem Kunstpädagogen im Künstleratelier der Kunsthalle Bremen zu einem Kreativworkshop eingeladen. Bilder erzeugen deutlich kreativere und tiefere Ergebnisse, als nur über ein Thema zu sprechen. Gemeinsam haben wir uns so bildlich an die Herausforderungen sowie Lösungsansätze des Kulturtourismus in den einzelnen Bundesländern herangearbeitet. Jedes Bundesland hat seine Besonderheiten aber die Themen Budget, neue Zielgruppen, Partner:innenmanagement, Kommunikation und neue innovative Produkte betrafen fast alle Bundesländer. Abgerundet wurde das kulturelle Rahmenprogramm durch die „Tour de Kultur“ als ein im Bremen Tourismus entwickeltes Produkt, das durch seinen neuen Ansatz, Barrieren zu Kunsthäusern abzubauen und somit Zugang zu einer neuen Zielgruppe zu schaffen, auf großen Anklang bei den Kolleg:innen der Ländern stieß.



Länderarbeitskreis zum Thema „Barrierefreiheit“ ebenfalls in Bremen

Parallel zum Kultur-Austausch hatte Viktoria Radtke, Referentin der Geschäftsführung bei der WFB, die Vertreter:innen der Landesmarketingorganisationen für den Bereich Barrierefreiheit zu Gast. Der Arbeitskreis trifft sich schon seit Jahren und war für zwei Tage im WFBeta. Neben dem Austausch unter den Bundesländern dient dieses Netzwerk auch zur Kommunikation mit der Deutschen Zentrale für Tourismus zum Thema Barrierefreiheit. Die Bayern Tourist GmbH (BTG) gab ein Update zum Thema „Reisen für Alle“. Zum Abschluss stand ebenfalls ein Besuch in der Kunsthalle Bremen auf der Agenda. Dort gab es eine spezielle Führung dazu, was die Einrichtung für mehr Inklusion und Barrierefreiheit unternimmt. Es gibt z. B. ein Blindenleitsystem und verschiedene Tastmodelle, die Gemälde für Blinde, aber natürlich auch für alle Personen tastbar macht.



Nachhaltige Werbemittel beim Bremen Tourismus

Um die Beschaffung von Produkten und Dienstleistungen bei der WFB unter sozialen, ökonomischen und ökologischen Aspekten zu gestalten, wurde im Dezember eine einheitliche Leitlinie zur nachhaltigen Beschaffung von Werbemitteln für alle Abteilungen und Stabsstellen der WFB entwickelt. Die Leitlinie beschreibt Bestellprozesse, Empfehlungen für nachhaltige Beschaffung und ist zusätzlich mit praktischen Checklisten und Tipps versehen.

Nachdem bereits im Herbst 2024 der Druck aller Printmaterialien der Abteilung Bremen Tourismus auf nachhaltig zertifiziertes Papier und klimaneutralen Druck umgestellt wurde, ist das der nächste Schritt nun, Nachhaltigkeit bei der Herstellung, Nutzung und Entsorgung von Werbemitteln ganzheitlicher mitzudenken.

Darüber hinaus konnte zum Jahresende auch ein innovatives Pilotprojekt von Bremen Tourismus im Rahmen der Gestaltung von nachhaltigen Werbemitteln ausgewertet werden. Auf unterschiedlichen touristischen Messen wie der ITB, dem RDA, der IMEX und der IBTM wurden im Laufe des Jahres anstatt von herkömmlichen Give-away-Gutscheine für eine CO₂-Kompensation ausgegeben. Die Initiative wurde von den Messebesuchenden durchweg gelobt und als zeitgemäß erachtet. Mithilfe eines QR-Codes auf den Gutscheinen, kann für ein präferiertes Klimaschutzprojekt, welches mit höchsten internationalen Kompensationsstandards zertifiziert ist, abgestimmt werden. Durch die Kooperation mit dem Bremer Unternehmen Northpol wurde diese Initiative ermöglicht. Insgesamt konnten im Jahr 2024 durch die Aktion **8.000kg CO₂ kompensiert** in Projekten zu sicherem Trinkwasser, Waldschutz und erneuerbaren Energien kompensiert werden.



Das Team Tourismusstrategie wünscht „Frohe Weihnachten“

Aktuelle Termine

18.02.2025 – 3. Treffen des touristischen Nachhaltigkeitsnetzwerk Bremen

04.-06.03.2025 – ITB Berlin

1. Quartal – Tourismusnetzwerk Bremen

27.03.2025 – Kultur und Tourismus Austausch

29.-30.04.2025 – RDA in Köln

November – 6. Landestourismusforum in Bremerhaven

Besuchen Sie uns auch unter www.tourismusstrategie-bremen.de oder folgen Sie uns auf LinkedIn
@bremen-tourism-convention



Bremen Tourismus
WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH
Ansgaritorstraße 11
D-28195 Bremen
tourismusstrategie@bremen-tourism.de

Redaktion:

Michael Kahrs, kahrs@bremen-tourism.de, Kirsten Hoffmann, hoffmann@bremen-tourism.de, Elena
Fischer, fischer@bremen-tourism.de

Geschäftsführer: Andreas Heyer (Vors.), Oliver Rau; Verantwortlich für den Inhalt: Andreas Heyer, Oliver
Rau

Eingetragen im Handelsregister des Amtsgericht Bremen unter HR B 3354; USt.-ID DE 114413816

Sie sind mit folgender E-Mail-Adresse zum Newsletter-Service eingetragen:

Newsletter abbestellen:

Sie möchten zukünftig keinen WFB-Newsletter mehr erhalten, dann melden Sie sich hier ab. Sollten Sie
eine Fehlermeldung erhalten, wenden Sie sich bitte direkt hier per E-Mail an uns.

Datenschutz