

Pressemitteilung der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH:

Rekordjahr im Bremen-Tourismus

Erfolgreiches Stadtmarketing: mehr Gäste als je zuvor, neue Veranstaltungen und Kampagne für Bremerinnen und Bremer

Bremen, 28. Februar 2025. Noch nie buchten mehr Gäste mehr Übernachtungen in der Hansestadt: 2024 war das erfolgreichste Jahr im Bremen-Tourismus seit jeher. Mit 2.488.746 Übernachtungen in der Stadt Bremen verzeichnet das Statistische Landesamt Bremen einen Anstieg von 5,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Im Land Bremen waren es 2.918.286 Übernachtungen, ein Plus von vier Prozent gegenüber 2023.

„2024 war das erfolgreichste Jahr in der Geschichte unseres Tourismus“, sagte die Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation, Kristina Vogt, auf der Pressekonferenz der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH am Freitag (28. Februar 2025). Der Geschäftsbereich „Marketing und Tourismus“ zog Bilanz für 2024 und gab Ausblicke auf die Aktivitäten der kommenden Monate. „Mit fast 2,5 Millionen Übernachtungen haben wir erneut einen Rekord aufgestellt, hinzu kommen etwa 35 Millionen Tagesbesuche in der Stadt. Das zeigt, dass Bremens Attraktivität als Reiseziel stetig wächst“, sagt Vogt. „Das ist kein Zufall, sondern das Ergebnis einer gezielten und erfolgreichen Strategie im Stadtmarketing. Der Tourismus ist längst ein zentraler Wirtschaftsfaktor für Bremen, sichert über 30.000 Existenzen und bringt jährlich 1,8 Milliarden Euro Brutto-Umsatz für Handel und Gastgewerbe. Und mit der Citytax haben wir seit April 2024 gezielt in die Weiterentwicklung dieses Erfolges investiert. Die Zahlen belegen, dass das einen sichtbaren und nachhaltigen Effekt hat.“ Finanziert wurden aus der Citytax verschiedene erfolgreiche Maßnahmen wie die große „Mehr als Märchen“-Kampagne mit der Deutschen Bahn, Außenwerbung an deutschen Bahnhöfen, Aktivitäten im Binnenmarketing und diverse Online-Maßnahmen.

Die meisten Gäste kamen aus Deutschland

Rund achtzig Prozent der Übernachtungsgäste in der Stadt Bremen reisten aus Deutschland an die Weser und blieben im Schnitt zwei Nächte. Von den insgesamt fast 2,5 Millionen jährlichen Übernachtungen wurden dementsprechend etwa zwanzig Prozent von ausländischen Reisenden gebucht. Das berichtete Annett Pruschwitz, Leiterin des Referates für Tourismus und Dienstleistungen im Statistischen Landesamt Bremen. Europäischer Hauptquellmarkt sind wie schon in den Vorjahren die Niederlande mit 94.198 Übernachtungen und einem Plus von 11,7 Prozent im Vergleich zu 2023. Auf Platz zwei liegt Dänemark, das mit 37.122 Übernachtungen ein Plus von 4,8 Prozent verzeichnet. Platz drei geht an das Vereinigte Königreich mit 30.559 Übernachtungen (minus 9,9 Prozent).

„Wie in den meisten Vorjahren, war auch 2024 der August mit 245.580 Übernachtungen der Monat mit den meisten – dieses Mal sogar den allermeisten – Übernachtungen überhaupt“, so Pruschwitz.

Themenjahr, Werbekampagne, Binnenmarketing – Erfolgreiche Maßnahmen werden fortgeführt

„Mit unserem Team aus den Abteilungen Bremen Marketing, Bremen Online und Bremen Tourismus haben wir in 2024 viele tolle Projekte auf die Straße gebracht“, berichtete WFB-Geschäftsführer Oliver Rau. „Dazu gehörte beispielsweise das Themenjahr ‚FahrradJA‘, in dem wir mit über fünfzig Partnerinnen und Partnern mehr als achtzig Veranstaltungen bündeln und bewerben konnten.“ Seit dem Herbst 2024 ist Bremen zudem offizielle Streetart City. In der dazugehörigen App gibt es Routen und Beschreibungen, um die inzwischen fast dreihundert Streetart-Kunstwerke in der Stadt zu entdecken. „Mit der Neugestaltung der Freimarkt-Eröffnung, der neuen Weihnachtsbahn der BSAG und dem ‚Weihnachtswunder-Event‘ von Radio Bremen haben wir zudem tolle Ergänzungen den großen Volksfesten geschaffen. Und auch in punkto Nachhaltigkeit im Tourismus haben wir viele Aktionen umgesetzt und angestoßen“, sagte Rau.

Auch für die kommenden Monate hat das WFB-Stadtmarketingteam einen vollen Kalender. Im Januar startete das neue Themenjahr „NATURlich Bremen 2025. Ab ins Grüne“, das Veranstaltungen rund um die Stadtnatur bündelt. „Im März geht es auf die weltgrößte Tourismusmesse, die ITB in Berlin. Dort steht auch ein Treffen mit dem Vorstand der Deutschen Bahn auf der Tagesordnung, in dem die erfolgreiche gemeinsame Werbekampagne verlängert werden soll“, so Rau. Im August kommt das weltbekannte Radrennen GFNY in die Hansestadt, eine erfolgreiche Akquisition des WFB-Teams „Bremen Convention Bureau“. Außerdem bringen Großveranstaltungen wie die Ständige Konferenz der Innenminister und -Senatoren der Länder im Juni und Dezember oder die ESA Ministerratskonferenz im November viele Gäste in die Stadt. Aber auch im Binnenmarketing will das WFB-Stadtmarketingteam weiter mit seiner Kampagne „Mein Bremen ist echt“ aktiv sein. „Wir müssen die Bremerinnen und Bremer dazu bringen, positiver über ihre Stadt zu sprechen und sich nicht immer wieder selbst zu verzweigen“, forderte Rau.

„Neue Trends, mit denen wir uns beschäftigen sind ‚Workation‘ und ‚Bleisure‘, erklärte Oliver Rau. „Dabei handelt es sich um die Kombination von Arbeit (Business) und Freizeit (Leisure) bzw. Urlaub (Vacation). Viele Geschäftsreisende verlängern inzwischen ihren Businessstrip um privaten Urlaub oder arbeiten von einem Ferienort aus. Viele Hotels bieten spezielle Angebote für Remote-Arbeiter:innen an, inklusive guter Internetverbindungen, ergonomischen Arbeitsbereichen und flexiblen Check-in- und Check-out-Zeiten. Diesem Trend werden wir nachgehen und entsprechende Angebot für Bremen entwickeln.“

Das Fazit des WFB-Geschäftsführers fällt positiv aus: „Ein tolles Jahr liegt hinter uns und wir freuen uns, in 2025 daran anzuknüpfen. Mit den Mitteln aus der Citytax sind schon gute und verlässliche Voraussetzungen geschaffen, um weiter kräftig die Werbetrommel für Bremen zu rühren.“

Presse-Kontakt: Maike Bialek, Leiterin Kommunikation „Marketing und Tourismus“, WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH, Telefon 0421- 9600-516, maike.bialek@wfb-bremen.de

Die WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH ist im Auftrag der Freien Hansestadt Bremen für die Entwicklung, Stärkung und Vermarktung des Wirtschafts- und Erlebnisstandortes Bremen zuständig. Ihr vorrangiges Ziel ist es, mit ihren Dienstleistungen und Angeboten zur Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen in Bremen beizutragen und der bremischen Wirtschaft gute Rahmenbedingungen für den unternehmerischen Erfolg zu bieten. Weitere Informationen: www.wfb-bremen.de.