



BREMERHAVEN
MEER ERLEBEN!

Stadtjubiläum 2027 200 Jahre Seestadt Bremerhaven

Grobkonzept

März 2024

PROJECT^M

Anlage 1

Impressum

Auftraggeber

Magistrat der Stadt Bremerhaven

Magistratskanzlei

Hinrich-Schmalfeldt-Straße 42, 27576 Bremerhaven



Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft

Barkhausenstraße 22, 27568 Bremerhaven



Erstellt durch

PROJECT M GmbH

Büro Hamburg

Steinhöft 9, 20459 Hamburg

E-Mail: info@projectm.de

Web: www.projectm.de



Projektteam:, Dipl. Ing. Peter C. Kowalsky (Projektleitung), Dipl. Geogr. Peter Herrmann, Maik Zießnitz M.Sc.

Bilder: soweit nicht anders gekennzeichnet, stammen die Bilder von PROJECT M.



		Seite
01	Einführung	4
02	Gemeinsam zum Konzept	6
03	Strategischer Rahmen	9
	<ul style="list-style-type: none">• Vision• Leitlinien• Mission• Leitthemen	
04	Veranstaltungsarchitektur	15
	<ul style="list-style-type: none">• Event- und Innovationspool• Netzwerkarbeit• Bevölkerung	
05	Kommunikationsstrategie	32
	<ul style="list-style-type: none">• B2B und B2C-Strategie• Zeitplan und Schwerpunktformate	
06	Umsetzungsmanagement	48
	<ul style="list-style-type: none">• Koordinations-/Netzwerkarbeit und Controlling/Evaluierung• Zeitplan und Meilensteine• Budgetplanung	
07	Fazit	60
08	Anlagen	62
	<ul style="list-style-type: none">• Ideenpool (Projektwebseite)• Ergebnisbericht Befragung Fachöffentlichkeit	

Inhalt

	Seite
01 Einführung	4
02 Gemeinsam zum Konzept	6
03 Strategischer Rahmen	9
<ul style="list-style-type: none">• Vision• Leitlinien• Mission• Leitthemen	
04 Veranstaltungsarchitektur	15
<ul style="list-style-type: none">• Event- und Innovationspool• Netzwerkarbeit• Bevölkerung	
05 Kommunikationsstrategie	32
<ul style="list-style-type: none">• B2B und B2C-Strategie• Zeitplan und Schwerpunktformate	
06 Umsetzungsmanagement	48
<ul style="list-style-type: none">• Koordinations-/Netzwerkarbeit und Controlling/Evaluierung• Zeitplan und Meilensteine• Budgetplanung	
07 Fazit	60
08 Anlagen	62
<ul style="list-style-type: none">• Ideenpool (Projektwebseite)• Ergebnisbericht Befragung Fachöffentlichkeit	

1) Einführung

Das Jahr 2027 ist für die Seestadt Bremerhaven ein ganz besonderes Jahr. In diesem Jahr wird die Seestadt Bremerhaven 200 Jahre alt. Um das Jubiläumsjahr 2027 gebührend zu feiern, wird die Seestadt Bremerhaven ein umfassendes Veranstaltungsprogramm auf die Beine stellen, das ein breites Publikum begeistern und mitreißen wird. Das Jubiläumsjahr soll aber nicht nur eine Feier sein, es soll vielmehr auch ein Impuls sein für ein neues WIR-Gefühl der Stadt und der Stadtgesellschaft. Bereits auf dem Weg zum Stadtjubiläum 2027 haben die Aktivierung und Partizipation der Menschen und die Gestaltung von gemeinsamen Perspektiven für Bremerhaven daher eine große Bedeutung.

Die Geschichte Bremerhavens beginnt am 11. Januar 1827 mit dem Kaufvertrag zwischen dem Bremer Bürgermeister Johann Smidt und dem Königreich Hannover über das Landstück am Weserufer nördlich der Geestemündung. Hintergrund war die Versandung der Unterweser, welche die Freie Hansestadt Bremen als bedeutende Kaufmanns- und Hafenstadt vor erhebliche Probleme stellte. Noch im Jahr der Vertragsunterzeichnung wurde ein künstliches Hafenbecken angelegt und es entwickelte sich eine prosperierende Hafenniederlassung für den überseeischen Handel der bremischen Kaufleute.

Bei Gründung 1827 hatte Bremerhaven 19 Einwohner. Heute ist die Seestadt mit knapp 120 Tsd. Einwohnern (Stand: 31.12.2022) die einzige Großstadt an der deutschen Nordseeküste. Aus dem einstigen Hafen ist 1879 eine selbstständige Stadt entstanden, die nunmehr im Jahr 2027 selbstbewusst auf eine bewegende 200-jährige Geschichte mit bedeutsamen Ereignissen für die Stadt und viele Menschen, Einwanderer wie Auswanderer, zurückblicken darf.



Bild: © Stadtarchiv Bremerhaven



2) Gemeinsam zum Konzept



Mit dem vorliegenden Grobkonzept wurden gemeinsam mit Akteuren verschiedener gesellschaftlicher, wirtschaftlicher und städtischer Bereiche die Weichen für ein erfolgreiches Jubiläumsjahr 2027 gestellt. Unter dem **Motto „gemeinsam planen und gestalten“** startete Anfang Juli 2023 unter der Federführung von Magistratskanzlei und dem Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft die Erarbeitung des **Grobkonzepts für das Jubiläumsjahr 2027** mit einer Auftaktveranstaltung für die Fachöffentlichkeit.

Unter der fachlichen und moderativen Begleitung von PROJECT M fand darauf ein umfassender Beteiligungsprozess statt. Bis Ende 2023 wurden Bürgerinnen und Bürger sowie lokale Akteure aus Politik und Verwaltung, Tourismus, Wirtschaft, Wissenschaft, Sport und Kultur mit verschiedenen Formaten aktiv in die Konzepterarbeitung eingebunden. Zu den Beteiligungsmodulen gehörten:

- **Online-Ideenfinder:** Auf der Webseite <https://perspektive-bremerhaven-200jahre.projectm.de> konnten Vorschläge, Projektideen und Kommentare für 2027 veröffentlicht werden. Bis Ende 2023 wurden rund 90 Ideen und Beiträge für das Jubiläumsjahr eingereicht, darunter u. a. für die Bereiche Kunst und (Stadtteil-)Kultur, Geschichte, Musikveranstaltungen und Freizeit.
- **Online-Befragung Fachöffentlichkeit:** Vom 02. bis 20. August 2023 nahmen 55 Akteure aus den Bereichen Tourismus, Wirtschaft, Handel, Kultur, Stadtquartiere, Politik, Verwaltung, Wissenschaft und Bildung an der Befragung teil. Hierbei wurden u.a. Einschätzungen zur Bedeutung und zu erwarteten Effekten des Jubiläumsjahres sowie zu Themen, denkbaren



Beteiligungsprozess zur Planung des 200-jährigen Jubiläums der Seestadt Bremerhaven

Jubiläumskonzept 2027: 200 Jahre Seestadt Bremerhaven

Vision, Botschaft, Schwerpunkte

7. Wenn Sie nach 2027 auf das Jubiläumsjahr zurückblicken werden, welche Botschaft(en) müsste die Stadt Bremerhaven mit ihren Veranstaltungen und Projekten weit über ihre Stadtgrenzen hinaus (national, international) vermittelt haben? Bitte vervollständigen den Satz

„Bremerhaven hat mit seinem Stadtjubiläum

Online-Befragung Fachöffentlichkeit



2) Gemeinsam zum Konzept



Leuchtturmprojekten als auch zur Bereitschaft einer aktiven Beteiligung an der Gestaltung von Veranstaltungen im Jubiläumsjahr beantwortet.

- **Fachdialoge:** In vier Online-Dialogen fand im August 2023 ein Austausch mit unterschiedlichen Akteuren aus Wirtschaft & Handel, Wissenschaft & Bildung, Tourismus, Freizeit & Kultur und Quartiersnetzwerke, Politik & Verwaltung statt. In diesen Gesprächen wurden die bis dahin erzielten Ergebnisse aus den verschiedenen Beteiligungsformaten aufgearbeitet und an der Vertiefung von einer gemeinsamen Vision für das Stadtjubiläum, Werten, Themenschwerpunkten, Synergien und organisatorischen Rahmenbedingungen gearbeitet.
- **Lenkungsgruppe:** In drei Workshops in Bremerhaven wurden die Ergebnisse der Beteiligungsformate mit einer interdisziplinären Lenkungsgruppe reflektiert. Im Fokus stand die Gesamtstrategie sowie Ansprüche und Leitlinien für das Jahr 2027. Auch die Partizipation und Einbindung der Bevölkerung sowie der unterschiedlichen Stadtakteure in die Programmgestaltung stand im Fokus der Sitzungen. Insgesamt brachten sich fast 30 Vertreter und Vertreterinnen aus den verschiedensten Bereichen mit ihrem Know-how in die Arbeit der Lenkungsgruppe ein. Die letzte Sitzung fand im November 2023 statt.

Es ist hierbei festzuhalten, dass das vorliegende Grobkonzept zum 200-jährigen Stadtjubiläum Bremerhavens in dieser Form und Qualität ohne den Dialog, die Kreativität und das Engagement der direkt in den Prozess eingebundenen Akteure sowie der Bürgerinnen und Bürger nicht zustande gekommen wäre.



Inhalt

	Seite
01 Einführung	4
02 Gemeinsam zum Konzept	6
03 Strategischer Rahmen	9
• Vision	
• Leitlinien	
• Mission	
• Leitthemen	
04 Veranstaltungsarchitektur	15
• Event- und Innovationspool	
• Netzwerkarbeit	
• Bevölkerung	
05 Kommunikationsstrategie	32
• B2B und B2C-Strategie	
• Zeitplan und Schwerpunktformate	
06 Umsetzungsmanagement	48
• Koordinations-/Netzwerkarbeit und Controlling/Evaluierung	
• Zeitplan und Meilensteine	
• Budgetplanung	
07 Fazit	60
08 Anlagen	62
• Ideenpool (Projektwebseite)	
• Ergebnisbericht Befragung Fachöffentlichkeit	

3) Strategischer Rahmen - Vision und Mission für das Jubiläumsjahr



Die **Vision** bezeichnet das Zielbild, das im Zusammenhang mit der Vorbereitung und der Durchführung des Jubiläumsjahres in Bremerhaven bis zum Jahr 2027 erreicht und mittels der Teilhabe der Menschen nachhaltig gestärkt werden soll. Das Jubiläumsjahr soll (siehe rechts) in besonderem Maße **die Gemeinschaft, das Wir-Gefühl und die Identifikation mit der Stadt stärken**. Das funktionierende "Wir" ist die Basis für das Engagement für die eigene Stadt und den Lebens-, Erlebnis- und Wirtschaftsstandort Bremerhaven. Ein funktionierendes „Wir“ ist aber nicht selbstverständlich.

Daher bilden die in der **Mission** für das Jubiläumsjahr benannten Aspekte der **Teilhabe**, die **Aktivierung** und die **Zusammenarbeit** die Grundvoraussetzung, um eine **Erhöhung der Lebensqualität** und die **Verbesserung des Images der Stadt und des Standortes Bremerhaven** zu erreichen. Über das gesamte Jubiläumsjahr sollen dazu aktivierende Attraktionen stattfinden.

- Das Ausrichten von **gemeinschaftsorientierten Veranstaltungen und Aktivitäten**. Die **Einladung zur Mitgestaltung** fördert den **Zusammenhalt** und bietet **Möglichkeiten für Begegnung, Freizeit, Spaß und Unterhaltung**. Die **austarierte Mischung** aus leuchtenden „**Großveranstaltungen**“, die Hervorhebung kleinerer Nischen und Highlights sowie innengerichteter „Mitmach-Events“ sind für das kulturelle Miteinander und die Aktivierung und Inwertsetzung der (auch neuer) Netzwerke essentiell.
- **Mitgestalten** fördert ein starkes Gemeinschaftsgefühl, fördert **soziale Bindungen und Zusammenhalt**. Der Austausch und das Erfolgserlebnis

VISION Stadtjubiläum BHV 2027

„Das **WIR** stärken, als
Basis für mehr
Lebensqualität“

Mission Stadtjubiläum BHV 2027

„Das **WIR** bedeutet
**Teilhabe, Aktivierung und
Zusammenarbeit** und ist
die Grundlage für mehr
Lebensqualität“

3) Strategischer Rahmen - Vision und Mission für das Jubiläumsjahr



eröffnen neue Perspektiven und fördern die soziale Stabilität.

- **Teilhabe und Gemeinschaftsgefühl** forcieren die Integration von den verschiedenen Menschen und Kulturen der Stadt. Sie schaffen Raum für Bewusstsein und Akzeptanz, **fördern** die von Vielfalt geprägte Stadt **und** schaffen **nachhaltige Beziehungen**.
- In Gemeinschaften, in denen die Menschen sich gehört und beteiligt fühlen, steigt die **Bereitschaft zur Mitwirkung** an lokalen Ereignissen und an sozialem Engagement z.B. in Vereinen.
- **Teilhabe kann zu einer effektiveren lokalen Governance führen** und die Möglichkeit bieten, die Stadt- und Standortentwicklung der nächsten Jahre noch stärker in gemeinsamer Verantwortung von Stadt und Stadtgesellschaft, von Wirtschaft und Wissenschaft entsprechend den Bedürfnissen der Bewohner und den Anforderungen und Herausforderungen einer Stadt im 21. Jahrhundert zu gestalten.

Das vorgestellte Zielbild (Vision) und der einhergehende Auftrag (Mission) fußen dabei auf einem gemeinsamen Verständnis der Gemeinschaft bzw. des Begriffs „Wir“, welcher auf dem folgenden Chart ausführlich erläutert ist.

Anschließend wird das Leitziel noch in ein Unterzielsystem operationalisiert. In diesem System wird das Leitziel in fünf Unterziele und jeweils die vier Kategorien Innenwirkung, Außenwirkung, Collective Impact (Gemeinsam Wirken) und Nachhaltigkeitsfokus ausdifferenziert.

VISION Stadtjubiläum BHV 2027

„Das **WIR** stärken, als
Basis für mehr
Lebensqualität“

Mission Stadtjubiläum BHV 2027

„Das **WIR** bedeutet
**Teilhabe, Aktivierung und
Zusammenarbeit und ist
die Grundlage für mehr
Lebensqualität**“

Interpretation des „WIRs“ für Bremerhaven



Mit der Teilhabe der Menschen und der Stärkung des „WIRs“ wird eine Erhöhung der Lebensqualität und die nachhaltige Verbesserung des Images der Stadt und des Standortes Bremerhaven forciert:

- Das **Wir der Stadt & Stadtteile** steht für gelebte Weltoffenheit, Dialogkultur und Toleranz.
- Die **Bürgerinnen und Bürger** Bremerhavens sind stolz auf ihre Stadt, engagieren sich und identifizieren sich in hohem Maße mit ihr.
- **Kultur und Vereine** bilden das spürbare Fundament der vitalen Stadt und Stadtgesellschaft. Sie laden ein zum Mitmachen in Kultur, Sport und Freizeit.
- **Der Tourismus** präsentiert sich gemeinsam als gute Gastgeberin gegenüber Einheimischen, Wiederkehrern und Gästen aus dem In- und Ausland.
- **Die Wissenschaft in Bremerhaven** hat national wie international einen hervorragenden Ruf als Wissenschaftsstandort mit einer funktionierenden Bildungslandschaft.
- **Bremerhaven bietet der Wirtschaft** Standortqualitäten, die sich durch starke Netzwerke, Verbundenheit und ein Klima der Innovation und Zukunftsfähigkeit auszeichnen. Mit dem Bewusstsein für den Wert von Tradition und Mut für neue Wege bietet die Stadt beste Perspektiven für Hafen, Wirtschaft und Handel.

Leitziele | Stadtjubiläum BHV 2027



Leitziel „Das Wir stärken“ für mehr Teilhabe und Engagement für Lebensqualität

Anspruch an das Stadtjubiläum: innovativ, inklusiv / barrierefrei, klimaneutral und transparent

	Wissens- vermittlung	Wertschöpfung Kreisläufe	interkulturelle Identität	Gastgeber sein / Image	Miteinander / Engagement
Innen- wirkung	Wissen(-schaft) in die Stadt tragen (Bildung)	Wertschöpfung generieren & in den Stadtteilen halten	Wir-Gefühl schaffen & Identitäten stärken	Selbstbewusstsein & Tourismus- bewusstsein ausbauen	Soziales- Engagement & Partizipation fördern
Außen- wirkung	Reputationsgewinn auf (inter)nationaler Ebene erzeugen	Standortmarke stärken & Arbeits-/ Fachkräftewerbung	Kulturkompetenz und Einrichtungen sichtbar machen	Stadt (inter)national als attraktives Reiseziel profilieren	Lebendige, vitale Quartiere fördern
Collectiv Impact	Verknüpfung Wissenschaft mit Wirtschaft. Kultur & Menschen i.d. Stadtteilen	Partizipation der Stadtteile / lokaler Betriebe	Stärkung Verknüpfung Wissenschaft, Kultur und Stadtteile	Gastgeberrolle nach innen und außen gerecht werden	Vereinskultur & aktive Partnerschaften
Nachhaltig- keitsfokus	Lösungen für die Kernaufgaben unserer Zeit	Der Zukunft ein Gesicht und eine Bühne geben	Geschichte und Stadtidentität interaktiv begegnen	Heimathafen für Fernwehliebhaber und Weltenentdecker	Eintauchen in das Quartiersleben

3) Strategischer Rahmen - Leitthema für das Jubiläumsjahr



Das **Leitthema für das Jubiläumsjahr** stellt die „Die Reise zum Wir“ in den Mittelpunkt. Es geht um die **facettenreiche Vermittlung der Erfolge der Stadt**, aber auch um die **Herausforderungen der Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft**. Es geht um das **Bewusstsein für Wandel und Transformation** und den gemeinsamen Weg in **eine lebenswertere Zukunft**. Der **Beteiligungsprozess selbst, die Aktivierung und Teilhabe der Menschen**, ist ein wichtiger Bestandteil für den Erfolg des **Jubiläumsjahres Bremerhaven 2027**.

Das Motiv „Reise“ ist verankerter Bestandteil der städtischen DNA und soll als Leitthema für das Jubiläumsjahr ausgebaut werden. Das Jubiläumsjahr ist damit die **Einladung zur gemeinsamen Reise** nach und innerhalb von Bremerhaven, eine Einladung, **die Stadt in all seinen Stärken, Schönheiten, aber auch Herausforderungen noch ehrlicher und authentischer kennenzulernen**.

Die verschiedenen städtischen Wirkungsbereiche **Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur, Sport, Tourismus und Stadtgesellschaft** bilden den Rahmen und **bündeln die Ideen zur bereichsspezifischen Teilhabe, dem Eintauchen in die verschiedenen Erlebniswelten des Jubiläumsjahres**. Sie übersetzen das Reisetema jeweils aus der eigenen Perspektive in Veranstaltungen und Erlebnisse. Mit und in ihren jeweiligen Netzwerken sind sie zuständig für die Realisierung des Anspruches der Teilhabe, der Aktivierung und der Zusammenarbeit. Aus diesem Zusammenspiel aus Leitthema und Sub-Themen wird sich die Veranstaltungsarchitektur etablieren.

Leitthema Stadtjubiläum BHV 2027

Die **REISE** zum Wir.

Dynamik *Wandel* *Identität* *Zukunft*
Geschichte *Migration* *Transformation*



Inhalt

	Seite
01 Einführung	4
02 Gemeinsam zum Konzept	6
03 Strategischer Rahmen	9
<ul style="list-style-type: none">• Vision• Leitlinien• Mission• Leitthemen	
04 Veranstaltungsarchitektur	15
<ul style="list-style-type: none">• Themenstränge mit Event- und Innovationspool• Einbindung der Bevölkerung	
Kommunikationsstrategie	32
<ul style="list-style-type: none">• B2B und B2C-Strategie• Zeitplan und Schwerpunktformate	
06 Umsetzungsmanagement	48
<ul style="list-style-type: none">• Koordinations-/Netzwerkarbeit und Controlling/Evaluierung• Zeitplan und Meilensteine• Budgetplanung	
07 Fazit	60
08 Anlagen	62
<ul style="list-style-type: none">• Ideenpool (Projektwebseite)• Ergebnisbericht Befragung Fachöffentlichkeit	

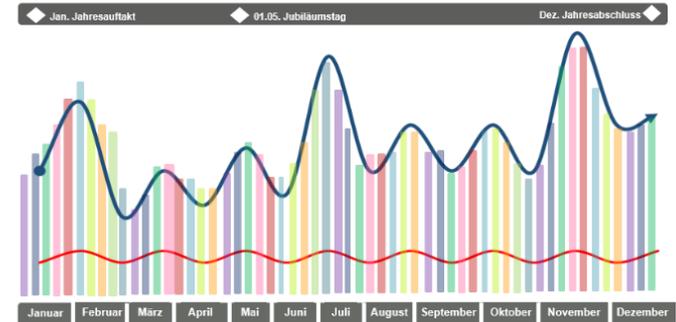
4) Veranstaltungsarchitektur – Einführung



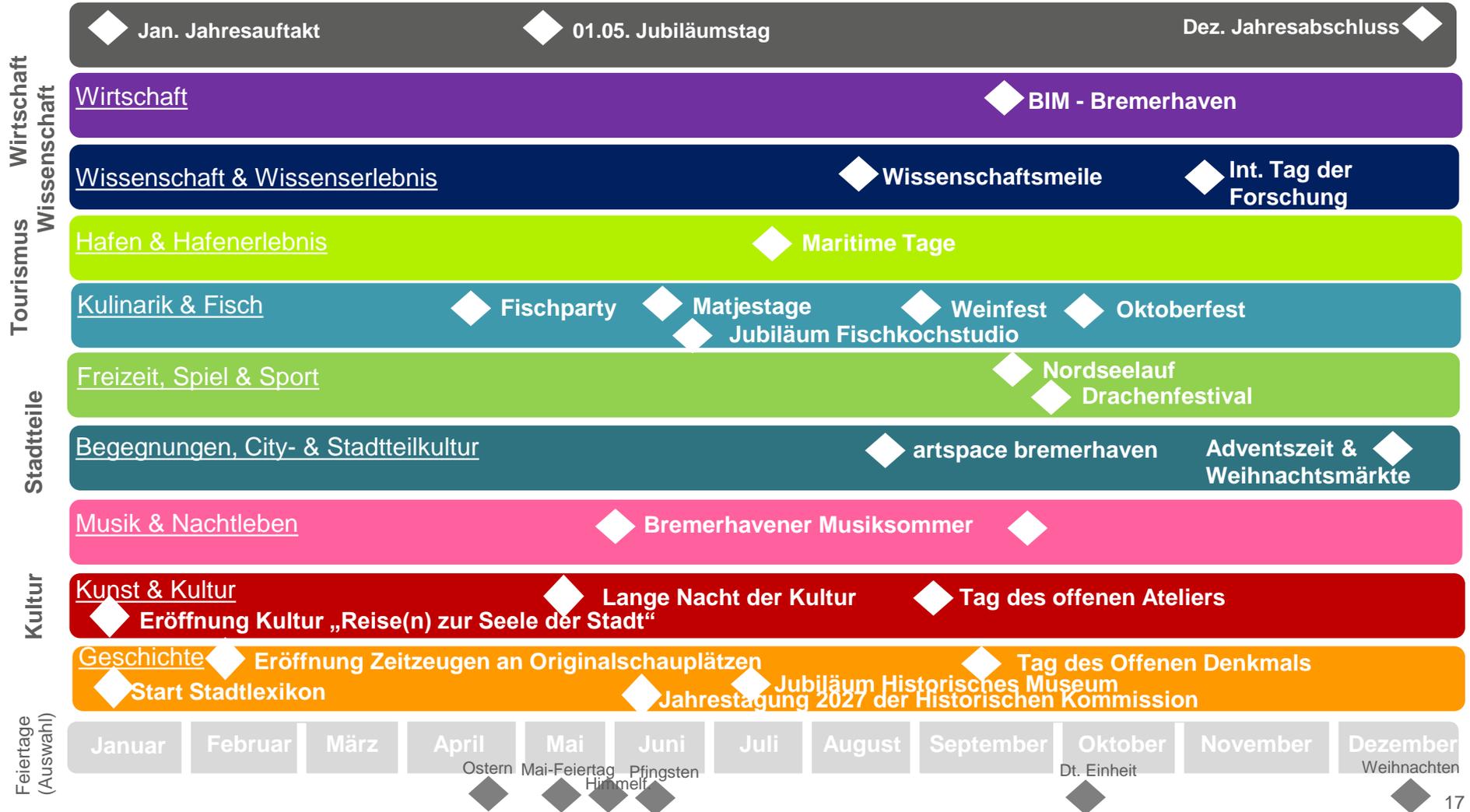
Mit der **Veranstaltungsarchitektur** wird das Zusammenspiel aus verschiedenen Themensträngen bezeichnet, die zusammen auf das Leitthema des Jubiläums einzahlen. Im Sinne der Vision – das **Leitziel „Das Wir stärken“ für mehr Teilhabe und Engagement für Lebensqualität** – zielt die Architektur darauf ab, **verschiedene Bereiche miteinander zu verknüpfen** und eine breite Anzahl an städtischen Themen und Aktionen der Bevölkerung zugänglich zu machen. Die nächste Seite zeigt hierzu die **Themenstränge für das Jubiläumsjahr**. Die Themenstränge **bündeln Themen und Organisationen**, die gemeinsam an Formaten und einer passenden Übersetzung des Leitthemas arbeiten sollen.

Die Veranstaltungsarchitektur sichert eine sinnvolle **Verteilung von themenspezifischen Highlights über das Jahr hinweg**. Ziel ist es, dass sich Formate nicht gegenseitig „kannibalisieren“ und um Besuchende, Teilnehmende oder Aufmerksamkeit konkurrieren. Die Veranstaltungsarchitektur stellt sicher, dass **Veranstaltungshighlights aus verschiedenen Themensträngen optimal miteinander verknüpft** werden. So kann ein Highlight-Event aus dem Bereich Kultur auch gut in Zusammenarbeit mit dem Bereich Stadtteile erarbeitet werden bzw. auch in diesen stattfinden und sie damit im Jubiläumsjahr in Szene setzen. Die **Netzwerke der Themenstränge** tragen maßgeblich dafür Sorge, über die Ausgestaltung und Aufladung von Veranstaltungen und interaktiven Formaten dem Anspruch der Mission, der Teilhabe, Aktivierung und Zusammenarbeit, gerecht zu werden.

4) Veranstaltungsarchitektur – Themenstränge



4.) Meilensteine in der Veranstaltungsarchitektur für 2027



4) Veranstaltungsarchitektur – Themenstränge



Vision: Das **WIR** stärken, als Basis für mehr Lebensqualität

Leitthema: Reise zum Wir: (thematische Verbindung zwischen den Themensträngen)

▼ **Übersetzung des Leitthemas Reise für die Themenstränge** ▼

	Wissenschaft	Wirtschaft	Kultur	Tourismus	Stadtteile
Sub-Thema (Arbeitstitel)	 Lösungen für die Kernaufgaben unserer Zeit	 Der Zukunft ein Gesicht und eine Bühne geben	 Geschichte und Stadtidentität interaktiv begegnen	 Heimathafen für Fernwehliebhaber und Weltenentdecker	 Eintauchen in das Quartiersleben
Inhalte	<ul style="list-style-type: none"> • Umweltmigration • Klimawandel • „Multikulturalität“ • Zukunftsforschung 	<ul style="list-style-type: none"> • Zukunftsbranchen • „Offene Betriebe“ • Zukunftstechnologien • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • Stadtgeschichte • Identitätswerdung • Weltoffene Kultur • Junge / Szene Kultur 	<ul style="list-style-type: none"> • Hafenerlebnis • Fischerlebnis • Wissenserlebnis • ... 	<ul style="list-style-type: none"> • Mitmachaktionen • Stadt-/Stadtteilkonzerte • Vereinsleben • Sport (Profi & Amateur) • Gemeinde(n)
▼ Festigung der Themenstränge je Netzwerk, Ausgestaltung von Highlight-Veranstaltungen und weiteren Aktionen / Nutzung von thematischen Synergien in andere Bereiche. ▼					

4) Veranstaltungsarchitektur für das Jubiläumsjahr 2027



Im Folgenden ist ein **Format-Pool** mit aus dem Prozess gesammelten Ideen für Jubiläums-Formate in den verschiedenen Themenbereichen gelistet. Dabei werden das Format kurz erläutert, Vernetzungspotenziale mit den anderen Bereichen sowie Beteiligungsmöglichkeiten der Bevölkerung aufgezeigt und die Formatbewertung anhand von leitzielkonformen Kriterien vorgenommen:

Innenwirkung bewertet, wie stark das Format die lokale Gemeinschaft beeinflusst und einbindet. Veranstaltungen mit hoher Innenwirkung sollten das Gemeinschaftsgefühl stärken. Dieses Kriterium bezieht sich darauf, wie gut die Eventformate die Bürger einbinden und zur Teilnahme motivieren.

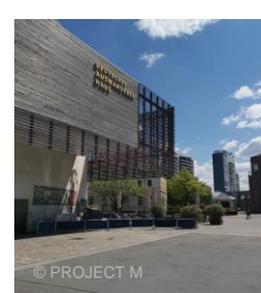
Außenwirkung betrifft die Sichtbarkeit und den Einfluss des Stadtjubiläums über die Stadtgrenzen hinaus. Formate mit starker Außenwirkung tragen dazu bei, das Image der Stadt und ihrer Teilbereiche zu verbessern.

Klimafreundlichkeit bewertet, inwieweit die Eventformate umweltfreundlich und nachhaltig sind. Klimafreundliche Veranstaltungen berücksichtigen den ökologischen Fußabdruck, minimieren Abfall, fördern den Einsatz erneuerbarer Energien und tragen zum Umweltschutz bei.

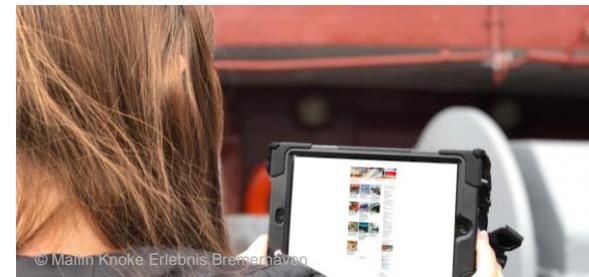
Vernetzung von Akteuren bezieht sich auf die Fähigkeit der Formate, verschiedene Interessengruppen miteinander zu verbinden. Veranstaltungen sollen Plattformen bieten, auf denen lokale Unternehmen, Organisationen, Künstler und Bürger zusammenarbeiten und voneinander profitieren können.



Wissenschaft	Wirtschaft	Kultur	Tourismus	Stadtteile
Lösungen für die Kernaufgaben unserer Zeit	Der Zukunft ein Gesicht und eine Bühne geben	Geschichte und Stadtidentität interaktiv begegnen	Heimathafen für Fernwehliebhaber und Weltentdecker	Eintauchen in das Quartiersleben



Wissenschaft Bremerhaven: Lösungen für die Kernaufgaben unserer Zeit



4) Veranstaltungsarchitektur – Themenstrang Wissenschaft



Wissenschaft	Idee für das Format	Verknüpfung mit anderen Themenbereichen	Einbindung der Bevölkerung	Impuls hinsichtlich der Leitziele
Blockbuster-Ausstellung - Event - ganzjährig	Blockbuster-Ausstellung zum Thema Umweltmigration vom/im DAH, DSM und Klimahaus in Kooperation mit AWI	Verknüpfung mit den Bereichen Kultur (Bühne) und Tourismus	Durch z.B. ausstellungsbegleitende Talks und über Kooperationen mit Schulen denkbar	Innenwirkung: ●○○ Außenwirkung: ●●● Klimafreundlichkeit: ●●○ Vernetzung: ●●○
Citizen Science Projekt - Format - ganzjährig	Aufsetzen eines Forschungsprozesses unter der Einbindung der Bremerhavener Bevölkerung, idealerweise Sichtbarmachung der Ergebnisse im Raum (digitale Anzeige)	Verknüpfung mit den Bereichen Wirtschaft und Stadtteile	Durch das Format selber gegeben. Bevölkerung ist Teil des Forschungsprozesses, zusätzlich begleitende Events für Kick-off und Projektabschluss denkbar	Innenwirkung: ●○○ Außenwirkung ●○○ Klimafreundlichkeit: ●●● Vernetzung: ●●○
Wissenschaftsmeile - Event - August -	Institutionen präsentieren sich im Rahmen der Maritimen Tage, wechselndes Programm unter dem Jahresthema „Umweltmigration“	Verknüpfung mit dem Bereich Wirtschaft	Bevölkerung partizipiert durch Teilnahme / Besuch	Innenwirkung: ●○○ Außenwirkung: ●○○ Klimafreundlichkeit: ●●● Vernetzung: ○○○
Wissen to go - Format - ganzjährig	App oder Ausstellung mit Informationen zur Geschichte der Stadt (ggf. in Verbindung mit den Themen Umwelt und Migration)	Verknüpfung mit den Bereichen Wirtschaft und Kultur	Bevölkerung partizipiert durch Nutzung	Innenwirkung: ●○○ Außenwirkung ●○○ Klimafreundlichkeit: ●●○ Vernetzung: ●●○
Science goes Public 200 Jahre BHV Edition - Eventreihe - ganzjährig	Fortführung der beliebten Reihe unter dem Jahresthema Klimamigration	Verknüpfung mit den Bereichen Wirtschaft und Stadtteile	Bevölkerung partizipiert durch Teilnahme / Besuch	Innenwirkung: ●○○ Außenwirkung ●○○ Klimafreundlichkeit: ●●● Vernetzung: ●●○
Branchen-Festival / TED-Talk - Event – Zeitraum offen	Branchen-Festival mit Fokus Digitalisierung und Nachhaltigkeit in Bremerhaven ausrichten	Verknüpfung mit den Bereichen Wirtschaft und Stadtteile	Bevölkerung partizipiert durch Teilnahme	Innenwirkung: ●●● Außenwirkung: ●●○ Klimafreundlichkeit: ●○○ Vernetzung: ●○○



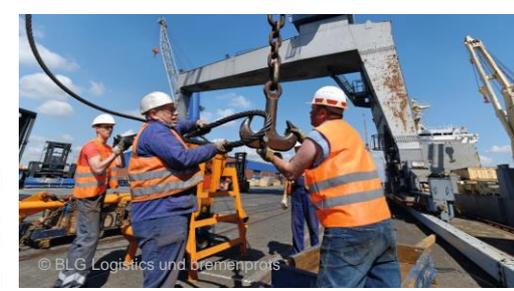
© PROJECT M



© Bremerports



© PROJECT M



© BLG Logistics und bremerports



© BGW



© PROJECT M



© CDJ Bremerhaven



© PROJECT M



© ATL Abt. TIC Salzburg, Anja Schimanski



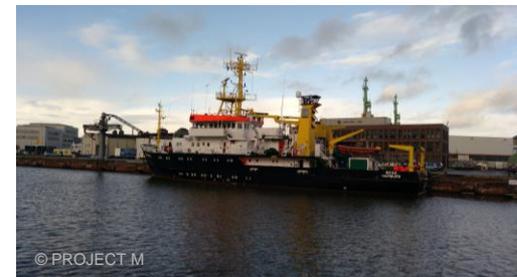
© PROJECT M



© Pixabay (Tho-Ge)



© PROJECT M



© PROJECT M



© PROJECT M



© P...

4) Veranstaltungsarchitektur – Themenstrang Wirtschaft



Wirtschaft	Idee für das Format	Verknüpfung mit anderen Themenbereichen	Einbindung der Bevölkerung	Impuls hinsichtlich der Leitziele
Container-Ausstellung - Eventreihe – z.B. 4x / Jahr	Unternehmen stellen sich in Ausstellungs-Containern vor, diese rotieren im Stadtgebiet	Verknüpfung mit den Bereichen Wissenschaft und Stadtteile	Bevölkerung partizipiert durch Teilnahme / Besuch	Innenwirkung: ●○○ Außenwirkung: ●○○ Klimafreundlichkeit: ●○○ Vernetzung: ●●○
Tage der offenen Unternehmen - Eventreihe – z.B. 2x / Jahr	Unternehmen stellen sich in ihren Räumlichkeiten vor und bieten Führungen und Programm unter dem Thema „zukunftsfähige Wirtschaft“ an	Verknüpfung mit dem Bereich Wissenschaft	Bevölkerung partizipiert durch Teilnahme / Besuch	Innenwirkung: ●●○ Außenwirkung: ●●○ Klimafreundlichkeit: ●●● Vernetzung: ●○○
Branchen-Festival / TED-Talk - Event – Zeitraum offen	Branchen-Festival mit Fokus Digitalisierung und Nachhaltigkeit in Bremerhaven ausrichten	Verknüpfung mit den Bereichen Wissenschaft und Stadtteile	Bevölkerung partizipiert durch Teilnahme / Besuch	Innenwirkung: ●●● Außenwirkung: ●●○ Klimafreundlichkeit: ●○○ Vernetzung: ●○○
Jubiläum 150 Jahre BLG Logistics Group - Event – Zeitraum offen	Firmenjubiläum der lokal ansässigen BLG Group mit möglichen Schnittmengen zum Stadtjubiläum	Verknüpfung mit dem Bereich Stadtteile	Bevölkerung partizipiert durch Teilnahme / Besuch	Innenwirkung: ●●○ Außenwirkung: ●●○ Klimafreundlichkeit: ●●○ Vernetzung: ●○○
...



© bremerhaven.de



© PROJECT M



© jebnis Bremerhaven



© Natusch Fischereiarbeit Restaurant



© PROJECT M



© jebnis Bremerhaven



© Helmut Groß



© PROJECT M



© PROJECT M



© Malin Knott



© Bremerhaven.de



© PROJECT M

4) Veranstaltungsarchitektur – Themenstrang Kultur



	Idee für das Format	Verknüpfung mit anderen Themenbereichen	Einbindung der Bevölkerung	Impuls hinsichtlich der Leitziele
Blockbuster-Inszenierung - z.B. Lichtkunst-Welt - ganzjährig	Blockbuster-Inszenierung und Illumination als sichtbares Auftakthighlight und Wiedererkennungsmerkmal	Verknüpfung mit allen Bereichen über die gemeinsame LED-Illumination prägender Gebäude, Plätze und der gesamten Wasserkante	Durch z.B. kleines Merchandise Element („Ich mache mit / bin mit Teil“)	Innenwirkung: ●●● Außenwirkung: ●●● Klimafreundlichkeit: ●○○ Vernetzung: ●○○
Stadtlexikon - Format - ganzjährig	Feierliche Übergabe des Stadtlexikons, welches unter breiter öffentlicher Einbindung bis 2027 durch das Stadtarchiv erarbeitet wird	Verknüpfung mit dem Bereich Stadtteile	Einbindung durch Zulieferung von Geschichten, O-Tönen, Gegenständen	Innenwirkung: ●●● Außenwirkung: ●●● Klimafreundlichkeit: ●●● Vernetzung: ●●○
Jahrestagung der Historische Kommission Bremen / Niedersachsen - Event - Juni	Jahrestagung der historischen Kommission mit öffentlich zugänglichen Vorträgen zu einem durch die Kommission festzulegenden Thema	Ja nach Jahresthema	Bevölkerung partizipiert durch Teilnahme / Besuch	Innenwirkung: ●○○ Außenwirkung: ●●○ Klimafreundlichkeit: ●●● Vernetzung: ●○○
Finale: Reise zur Seele der Stadt - Eventreihe – div. Termine	Finale der zweijährigen Veranstaltungsreihe mit Events zu Stadtgeschichte(n), Orten und Besonderheiten, die Antwort auf die Frage der Seele der Stadt liefern	Verknüpfung mit den Bereichen Stadtteile, Wirtschaft und Wissenschaft	Bevölkerung partizipiert durch Teilnahme / Besuch	Innenwirkung: ●●○ Außenwirkung: ●●● Klimafreundlichkeit: ●○○ Vernetzung: ●●○
Jubiläumsausstellung Historisches Museum, Kunsthalle, Stadttheater etc. - Format - ganzjährig	Sonderprogramm 200 Jahre Bremerhaven mit Fokus Stadtgeschichte, Umweltmigration, städtischer Zusammenhalt	Verknüpfung mit dem Bereich Stadtteile und Wissenschaft	Einbindung durch Zulieferung von Geschichten, O-Tönen, Gegenständen	Innenwirkung: ●●○ Außenwirkung: ●●● Klimafreundlichkeit: ●○○ Vernetzung: ●●●



Tourismus Bremerhaven: Heimat für



Fernwehliebhaber u. Weltenendecker



4) Veranstaltungsarchitektur – Themenstrang Tourismus



Tourismus	Idee für das Format	Verknüpfung mit anderen Themenbereichen	Einbindung der Bevölkerung	Impuls hinsichtlich der Leitziele
Maritime Tage 200 Jahre BHV Edition - Eventwoche - August	Maritime Tage als sommerlicher Höhepunkt / Stadtfest unter dem „Segel“ des 200-jährigen Geburtstags	Verknüpfung mit dem Bereich Kultur	Bevölkerung partizipiert durch Besuch	Innenwirkung: ●●○ Außenwirkung: ●●● Klimafreundlichkeit: ●○○ Vernetzung: ●●○
Weltenentdecker-Pass für Bremerhavener:innen - Format - ganzjährig	Besondere Vergünstigungen / Rabatt für den Eintritt in den Einrichtungen der Stadt als Jubiläumsgeschenk	Verknüpfung mit dem Bereich Kultur und Stadtteile	Bevölkerung partizipiert durch Nutzung	Innenwirkung: ●●● Außenwirkung: ●○○ Klimafreundlichkeit: ●●● Vernetzung: ●●○
Maritime-Events und Fisch-Events - Eventreihe - ganzjährig	Besondere Events, die den maritimen Charakter und Fischgenuss der Stadt unterstreichen (Fischereihafen, SeeFiKo etc.)	Verknüpfung mit dem Bereich Kultur	Bevölkerung partizipiert durch Besuch	Innenwirkung: ●○○ Außenwirkung: ●●○ Klimafreundlichkeit: ●●○ Vernetzung: ●○○
Filmfestival - Bremerhaven als Drehort für zahlreiche Filmproduktionen - Event – Zeitraum offen	Screening von Filmen mit Bremerhavenbezug an besonderen Orten / Schauplätzen, Talks nach den Screenings	Verknüpfung mit dem Bereich Kultur	Bevölkerung partizipiert durch Besuch	Innenwirkung: ●●○ Außenwirkung: ●○○ Klimafreundlichkeit: ●●○ Vernetzung: ●○○
Talk mit ehemaligen Bremerhavener:innen und ihre Sicht auf Bremerhaven - Eventreihe - ganzjährig	Fernwehliebhaber und Weltenentdecker kehren in die Stadt zurück, erzählen ihre Geschichte und ihren Blick auf die Stadt	Verknüpfung mit dem Bereich Kultur	Bevölkerung partizipiert durch Besuch	Innenwirkung: ●●○ Außenwirkung: ●○○ Klimafreundlichkeit: ●●○ Vernetzung: ●○○



4) Veranstaltungsarchitektur – Themenstrang Stadtteile



Stadtteile	Idee für das Format	Verknüpfung mit anderen Themenbereichen	Einbindung der Bevölkerung	Impuls hinsichtlich der Leitziele
Stadtteilkonferenzen - Eventreihe – z.B. 9x / Jahr	Ausrichtung jeweils einer Stadtteilkonferenz für jeden Stadtteil, Reflektion der Geschichte und Potenziale	Verknüpfung mit den Bereichen Wirtschaft und Kultur	Bevölkerung partizipiert durch Teilnahme	Innenwirkung: ●●● Außenwirkung: ●○○ Klimafreundlichkeit: ●●● Vernetzung: ●●○
Stadtteilfeste - Eventreihe – z.B. 9x / Jahr	Ausrichtung jeweils eines Stadtteilfestes für jeden Stadtteil unter Einbindung lokaler Vereine und Initiativen, Ideen: Gemeinsame Bürger:innentafel, Konzerte, Spiele, Vorträge, DJ	Verknüpfung mit den Bereichen Wirtschaft und Kultur	Bevölkerung partizipiert durch Teilnahme / Besuch und Mitmach-Aktionen	Innenwirkung: ●●● Außenwirkung: ●○○ Klimafreundlichkeit: ●●○ Vernetzung: ●●○
Sport-Events - Events – Zeiträume offen	Sport-Events stiften Identität und Zusammenhalt, anlässlich des 200-jährigen Jubiläums sollte eine besondere Sportveranstaltung (z.B. Stadtteilolympiade) organisiert werden	Verknüpfung mit dem Bereich Kultur	Bevölkerung partizipiert durch Teilnahme / Besuch	Innenwirkung: ●●● Außenwirkung: ●○○ Klimafreundlichkeit: ●●○ Vernetzung: ○○○
Musik-Veranstaltungen - Events – Zeiträume offen	Musikveranstaltungen stärken die Gemeinschaft und schaffen positive Erinnerungen, im Jubiläumsjahr sollen verschiedene Genre-Events über die Stadt verteilt werden	Verknüpfung mit dem Bereich Kultur	Bevölkerung partizipiert durch Teilnahme / Besuch	Innenwirkung: ●●● Außenwirkung: ●○○ Klimafreundlichkeit: ●●○ Vernetzung: ●○○
Public-Viewing Events - Eventreihe - Sommer	Öffentlicher Stream von Filmen und/oder Kulturveranstaltungen im öffentlichen Raum	Verknüpfung mit dem Bereich Kultur	Bevölkerung partizipiert durch Teilnahme / Besuch	Innenwirkung: ●●○ Außenwirkung: ●○○ Klimafreundlichkeit: ●●● Vernetzung: ●●○



4) Veranstaltungsarchitektur - Einbindung der Bevölkerung

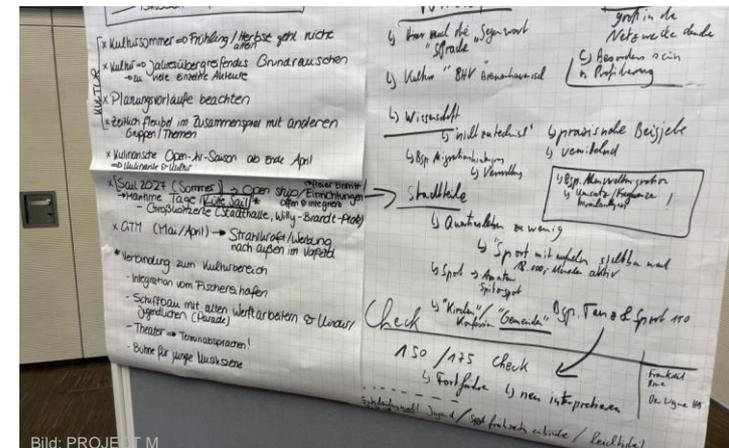
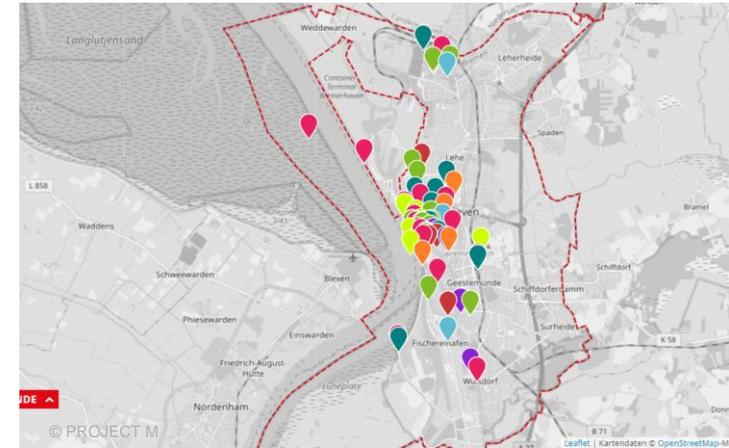


Die Feierlichkeiten zum 200. Geburtstag der Seestadt Bremerhaven werden für und mit den Bürgerinnen und Bürgern der Stadt gestaltet. Nur durch eine breite **Beteiligung aller Altersgruppen und Bevölkerungsschichten** kann das erklärte **Ziel, Identifikation und Wir-Gefühl** zu schaffen, erreicht werden.

Damit dies gelingt, ist die **Bevölkerung kontinuierlich und transparent in den weiteren Planungsprozess einzubeziehen**. Dabei sollen z.B. Wünsche für Großacts eingeholt und niedrigschwellige Teilnehmungsangebote gemacht werden, als auch Angebote, die eine aktive Mitarbeit, ggf. auch über einen längeren Zeitraum, erfordern. Desto intensiver die Einbindung ist, desto nachhaltiger wirken identitätsstiftende Effekte über das Jubiläumsjahr hinaus.

Zielgruppen sind sowohl **Einzelpersonen** als vor allem auch **Vereine und Initiativen**, welche innerhalb ihrer Strukturen und Stadtteile eigene Projekte für 2027 entwickeln und ggf. für eine finanzielle Förderung aus dem Budget für das Jubiläumsjahr einreichen können. Die Beteiligungsmöglichkeiten sind **in der Kommunikationsstrategie** (s. Kapitel 5) **zu berücksichtigen** und entsprechend transparent über passgenaue Kanäle zu vermitteln.

Wichtig ist, dass die **Mitglieder der zu installierenden Arbeitsgruppen** als **Multiplikatoren** agieren, Impulse setzen und **in ihren Netzwerken um Engagement und Mitarbeit an der Programmgestaltung werben**. Es geht schließlich um mehr als die Organisation einiger herausragender Highlights für Bremerhaven. Es geht um ein ganzes Jahr voller Begeisterung in viele unterschiedliche Themensträngen, die langfristige Wirkung erzielen soll.



4) Veranstaltungsarchitektur - Einbindung der Bevölkerung



Mögliche Formate der aktiven Beteiligung der Bevölkerung an der Programmgestaltung für das Jubiläumsjahr 2027 können sein:

- **Interaktive, barrierefreie Projektwebsite** (Fortführung Ideenpool): Einbringen individueller Projektideen als niedrigschwelliges Angebot.
- **Mitarbeit in thematischen Arbeitsgruppen:** Die zu schaffenden AGs sollen grundsätzlich allen Interessierten für eine Mitarbeit offenstehen, aber möglichst auf eine Teilnehmerzahl von max. 20 Personen begrenzt werden, um die Arbeitsfähigkeit der AGs zu gewährleisten.
- **Organisation von Stadtteilkonferenzen**, um in den Quartieren für die Mitwirkung an stadtbezogenen Veranstaltungen/ Projekten zu werben.
- **Organisation von offenen Foren/Werkstätten** zu bestimmten, anlassbezogenen Themenschwerpunkten.
- **Digitale Sprechstunde (Offenes Projektbüro):** regelmäßige offene digitale Sprechstunden, in denen sich die Bürger:innen bei dem Projektbüro über Projekte und Beteiligungsmöglichkeiten erkundigen und sich einbringen können.

Die hier genannten Formate sind nicht als abschließend oder vollständig zu betrachten. Insbesondere im Rahmen der Projektentwicklung durch die AGs sind weitere projektspezifische Beteiligungsformate denkbar. Wichtig ist aber, dass die Veranstaltungen selbst im Jahre 2027 zum Mitmachen und zur Interaktion auffordern (z.B. Citizen-Science-Projekte, Reallabore).



Beteiligungsprozess zur Planung des 200-jährigen Jubiläums der Seestadt Bremerhaven



Inhalt

	Seite
01 Einführung	4
02 Gemeinsam zum Konzept	6
03 Strategischer Rahmen	9
<ul style="list-style-type: none">• Vision• Leitlinien• Mission• Leitthemen	
04 Veranstaltungsarchitektur	15
<ul style="list-style-type: none">• Themenstränge mit Event- und Innovationspool• Einbindung der Bevölkerung	
05 Kommunikationsstrategie	32
<ul style="list-style-type: none">• B2B und B2C-Strategie• Zeitplan und Schwerpunktformate	
06 Umsetzungsmanagement	48
<ul style="list-style-type: none">• Koordinations-/Netzwerkarbeit und Controlling/Evaluierung• Zeitplan und Meilensteine• Budgetplanung	
07 Fazit	60
08 Anlagen	62
<ul style="list-style-type: none">• Ideenpool (Projektwebseite)• Ergebnisbericht Befragung Fachöffentlichkeit	

5) Kommunikationsstrategie - Einführung



B2B-Kommunikation: B2B steht für Business-to-Business und bezeichnet Kommunikationsaktivitäten, die zwischen Organisationen und Unternehmen stattfinden. Die B2B-Kommunikation zielt auf Kooperationen / Partnergewinnung für Veranstaltungen, Sponsoring-Vereinbarungen oder gemeinsame Marketinginitiativen im Binnen- und Außenmarketing ab.

B2C-Kommunikation: B2C steht für Business-to-Consumer und bezieht sich auf die Kommunikation mit Bewohner:innen und Gästen. Dies umfasst Marketingmaßnahmen, welche das Interesse und die Teilnahme der Einwohner an partizipativen Maßnahmen vor dem Jubiläum sowie Veranstaltungen während des Jubiläums wecken sollen. Die Kommunikation fokussiert die Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur, Tourismus und Stadtteile.

Branding: Branding bezieht sich auf den Prozess der Schaffung und Pflege einer einheitlichen Identität für das Jubiläumsjahr. Im Jubiläumsjahr, um eine kohärente visuelle und inhaltliche Präsenz sicherzustellen. Dies umfasst das Jubiläumslgo, Farbpaletten, Schriftarten und die übergeordnete Botschaft, welche die Identität des Jubiläumsjahres repräsentiert.

Website und Social Media: Die Website dient als zentraler Online-Hub für Informationen rund um das Jubiläumsjahr 2027. Sie sollte alle relevanten Details zu Veranstaltungen, Programmen, Sponsoren und Neuigkeiten enthalten. Social-Media-Plattformen werden genutzt, um mit der Zielgruppe in Echtzeit zu interagieren, aktuelle Updates zu teilen und die Online-Community zu mobilisieren. Die bestehenden Social Media- Kanäle der Stadt sollen ebenfalls für das Stadtjubiläum genutzt werden. Die Beiträge können durch ein noch zu kreierendes Design dem Thema Stadtjubiläum zugeordnet werden.



Quelle Adobe firefly

5) Kommunikationsstrategie – Einführung



Presse-Öffentlichkeitsarbeit vor und während des Jubiläumsjahres spielt eine zentrale Rolle bei der Schaffung von Aufmerksamkeit, der Vermittlung von Botschaften und der Mobilisierung der Öffentlichkeit. Über verschiedene Pressekonferenzen und Pressemitteilungen werden vor und nach dem Jubiläum verschiedene inhaltliche Schwerpunkte kommuniziert. Vor allem die Einbindung von O-Tönen und Botschaftern der Stadtbevölkerung und von Schlüsselakteuren aus Bildung, Kultur, Sport, Wirtschaft und Wissenschaft hat einen hohen Wert. Der Ort des Geschehens soll emotional eingebunden werden.

Meilensteine Kommunikation 2024, 2025 und 2026: In den Jahren 2024, 2025 und 2026 werden strategische Meilensteine in der Kommunikation festgelegt. Dies könnten beispielsweise die Veröffentlichung des offiziellen Jubiläumslogos, die Ankündigung von Schlüsselveranstaltungen, der Beginn von Partnerschaften mit Sponsoren oder die Einführung von Social-Media-Kampagnen sein. Diese Meilensteine dienen dazu, die Aufmerksamkeit zu wecken, mehr Interesse zu generieren und die Vorbereitungen für das Jubiläumsvorjahr voranzutreiben.

Kommunikationsschema 2027: Im Jubiläumsvorjahr 2027 selbst werden entscheidende Meilensteine in der Kommunikation erreicht. Dies sind die offizielle Eröffnungsveranstaltung sowie die austariert über das Jahr verteilten Veranstaltungen und Aktionen entlang der verschiedenen Themenstränge. Inhaltliche Basis zu Botschaften und Kanälen stellt die Übersicht der B2C-Kommunikation dar. Zentrale Kommunikationsinstrumente sind die Website und flankierende Social Media-Präsenz.

200
Jahre.

gemeinsam
unterwegs.

5) Kommunikationsstrategie - Leitlinien



Kommunikationsstil (maritim, mutig, inklusiv, divers, weltoffen): Der gewählte Stil sollte sich an den Werten und Charakteristika der Stadt orientieren. Ein maritimer Stil verstärkt die lokale Identität und geografische Lage, während ein mutiger Ansatz die Innovationskraft und die Vielfalt der Bevölkerung betont. Ein inklusives Design mit einer vielfältigen Repräsentation der Stadtgesellschaft hebt die weltoffene Perspektive hervor. Hierfür sollte auf ausgewogene Hintergründe von Protagonisten hinsichtlich Alter, Geschlecht, Behinderung, kultureller Identität und sozialem Milieu etc. geachtet werden.

Einfache Beteiligung (Layout, Materialien, Pressekits): Die Kommunikation soll es Partnern ermöglichen, sich einfach und schnell zu integrieren und über z.B. ein „Partnerlogo“ zu beteiligen. Dafür sollen offene Vorlagen, Bilder und Geschichten für Partner zur Verfügung stehen, damit diese einheitliche Botschaften bezüglich des Jubiläums kommunizieren. Ein Partnerlogo und eine (digitale) Partnerwand stellt die Mitwirkenden in den Vordergrund. Pressekits als Handreichung für Journalist:innen dienen insbesondere der Vorbereitung auf das Jubiläum und um diese für einen Besuch zu begeistern.

Barrierefreiheit: Barrierefreiheit ist von zentraler Bedeutung, um sicherzustellen, dass die Kommunikation für alle zugänglich ist, unabhängig von individuellen Fähigkeiten oder Einschränkungen. Dies beinhaltet die Gestaltung von Webseiten und digitalen Inhalten nach den Standards der Barrierefreiheit, wie klare Schriftarten, ausreichender Kontrast, alternative Texte für Bilder und eine intuitive Navigation. Auch bei gedruckten Materialien sollte auf leicht lesbare Schriftarten und klare Strukturen geachtet werden.



5) Kommunikationsstrategie – Überblick B2C



	Übergreifend	Wissenschaft	Wirtschaft	Kultur	Tourismus	Stadtteile
Kommunikationsziel	Auf Veranstaltungen und Mitwirkung im Jubiläumsjahr aufmerksam machen	Thematische Erkenntnisse streuen und zum Dialog einladen	Für attraktive Wirtschaft werben und zum Kennenlernen einladen	Für Bremerhaven Geschichte interessieren und zum Dialog einladen	Für Highlights in den Profilen (Wissen, Hafen, Fisch) begeistern	Zu Begegnungen im Quartier animieren
Zielgruppe	Lokale und regionale Bevölkerung	Lokale Bevölkerung, überregionales Fachpublikum	Junge lokale Bevölkerung (Nachwuchs), überregionale Investoren	Regionale Bevölkerung	Tourist:innen	Stadtteil-Communities
Botschaft	200 Jahre Gemeinsam unterwegs	Lösungen für die Kernaufgaben unserer Zeit	Der Zukunft ein Gesicht und eine Bühne geben	Geschichte und Stadtidentität interaktiv begegnen	Heimathafen für Fernwehliebhaber und Weltenentdecker	Eintauchen in das Quartiersleben
Kanäle	Website / Social Media BHV 200, Presse/PR, Anzeigen / Out-of-Home im Umland	Website und Social Media Stadtjubiläum	Kanäle der BIS, Website und Social Media Stadtjubiläum	Website und Social Media Stadtjubiläum	Website und Social Media der EBG	Website / Social Media BHV 200, Plakate Einzelhandel, Citycards Gastro
Multiplikatoren	Presse und Kommunikation der Stadt	Einrichtungen	Unternehmen	Einrichtungen	Touristische Leistungsanbieter	Stadtteil-Initiativen

5) Kommunikationsstrategie – Überblick B2B



	Information	Veranstaltungs-kooperation	Sponsoring
Ziel	Thematische Erkenntnisse streuen und zum Dialog einladen	Kooperative Veranstaltungen ausrichten	Budgets zur Ausrichtung der Veranstaltung erhöhen
Zielgruppe	Breites Fachpublikum (Verwaltung, Organisationen, Unternehmen)	Organisationen und Unternehmen mit Interesse zur inhaltlichen Beteiligung zum Jubiläumsjahr	Organisationen und Unternehmen mit Interesse zur ideellen Beteiligung zum Jubiläumsjahr
Kommunikationsinhalte	Vision, Meilensteine und Einbindungsmöglichkeiten	Gemeinsam besondere Momente schaffen und das Wir-Gefühl in der Stadt stärken	Besondere Momente und Stärkung des Wir-Gefühls finanziell unterstützen
Formate und Kanäle	Grobkonzept, Online-Information (z.B. Website, Pressemitteilung, Infomail, LinkedIn-Kanal)	Sitzungen der Arbeitsgruppen in den verschiedenen Themenbereichen	Direktanspreche, Online-Information (z.B. Website, Pressemitteilung, Infomail, LinkedIn-Kanal)
Anforderung Inhalte	Kontaktperson und Zeitschiene für Einbindungsmöglichkeiten, Designmanual zur Nutzung des Jubiläumsdesigns	Skizzieren von konkreten Kooperationsideen, zeitliches und monetäres Budget, Zeitschiene	Ausarbeiten von konkreten Sponsoring-Paketen mit Preis und Zeitschiene
Zeitschiene	2024 - 2027	schwerpunktmäßig 2025 - 2026	schwerpunktmäßig 2026
Federführung	Koordinierungsstelle	Arbeitskreise	Koordinierungsstelle und Arbeitskreise

5) Kommunikationsstrategie - Branding (1/2)

Ein durchdachtes Brandingkonzept für ein Stadtjubiläum stärkt nicht nur die Identität der Stadt, sondern schafft auch eine emotionale Bindung zwischen den Bewohnern und Gästen, die das Jubiläum feiern. Im Folgenden werden einzelne Bestandteile erläutert, die dazu beitragen, eine Marke für das Stadtjubiläum aufzubauen und diese im Raum sichtbar zu machen.

Logo & Partnerlogo: Das Logo für das Stadtjubiläum ist das Herzstück der visuellen Identität. Es sollte ein einprägsames Symbol enthalten, das die Einzigartigkeit der Stadt und den Anlass des Jubiläums repräsentiert. Die Farbpalette und Formen im Logo sollten sich harmonisch mit dem Gesamtdesign abstimmen und eine positive Stimmung und die Identität vermitteln. Auch ein Partnerlogo ist hieraus abzuleiten.

Designmanual: Das Designmanual legt die grundlegenden Gestaltungsprinzipien fest, um sicherzustellen, dass die visuelle Identität konsistent bleibt. Es enthält Richtlinien für die Verwendung von Farben, Schriftarten, Logo-Platzierung und anderen grafischen Elementen. Dieses Dokument dient als Referenz für alle Kommunikationsmittel und gewährleistet eine einheitliche Darstellung des Jubiläums.

Layout-Set (Word, PowerPoint, Social Media etc.): Das Layout-Set definiert, wie die visuelle Identität auf verschiedenen Plattformen präsentiert wird. Dabei sollten spezifische Anpassungen für Word-Dokumente, PowerPoint-Präsentationen, Social-Media-Profile und andere Kanäle vorgenommen werden. Dies gewährleistet eine konsistente Darstellung auf allen Kommunikationsplattformen. Auch die Signatur „aller“ städtischen Institutionen mit dem Partnerlogo gehören bereits in der Vorbereitung zum Layout-Set.



Kommunikationsbeispiele, Quelle Adobe firefly



5) Kommunikationsstrategie - Branding (2/2)

Bestandteile des Layout-Sets:

- **Word und PowerPoint:** Erstellung von Vorlagen mit dem festgelegten Logo, Farbschema und Schriftarten für offizielle Dokumente und Präsentationen.
- **Social Media:** Erstellung von Key-Visuals, Header-Bildern, Profilbildern und Post-Designs, um das Jubiläums-Branding in anderen Netzwerken zu integrieren. Nutzung von Hashtags, um die Online-Sichtbarkeit zu steigern.
- **Printmedien:** Entwicklung eines Masterlayouts für gedruckte Materialien wie Broschüren, Poster und Einladungen, die die visuellen Elemente des Jubiläums tragen.

Progressive Website (PWA) und Social-Media: Aufbau eines eigenständigen, zentralen Online-Hubs als Landingpage und für push Informationen rund um das Jubiläumsjahr 2027. Für die Dynamik sollten eigene Facebook-, Instagram- und TikTok-Accounts als Informations- und Interaktionsebene aufgebaut und mit der Website verknüpft werden, um Information breit streuen zu können.

Plakate und Citycards zur Verteilung an den Einzelhandel und die Gastronomie während des Jubiläumsjahres mit dem Ziel für das Jubiläumsjahr und themenspezifische Programme zu werben. Verlinkung per QR-Code oder Link auf die Jubiläumswebsite mit relevanten Informationen.

Merchandise: Merchandiseartikel wie Pullover, T-Shirts, Mützen etc. fungieren als mobile Werbeträger, die die Sichtbarkeit des Jubiläums stärken und die Identifikation und Verbundenheit mit der Stadt fördern. Sie dienen darüber hinaus als zusätzliche Einnahmequelle zur Finanzierung von Jubiläumsaktivitäten. Der Vertrieb kann Online sowie über die Shops der Partner-Unternehmen erfolgen. Auch ein identitätsstiftendes Leuchtelement, welches z.B. saisonal für den Auftakt und Ausklang im eigenen Fenster leuchtet, wäre denkbar.



Kommunikationsbeispiele, Quelle Adobe firefly



5) Kommunikationsstrategie – Zeitplan 2024 / 2025



Q2/Q3 2024: Aufbau Website (Landingpage) & B2B-Kommunikation

Aufbau der Website/ Landingpage und der B2B-Kommunikation in Form einer Unterseite und LinkedIn-Seite inklusive Kommunikationsplanung für 2024/25.

Q4 2024: Logo- und Claim-Wettbewerb, Agenturausschreibung

Im letzten Quartal 2024 startet ein Wettbewerb zur Entwicklung von Logo und Claim für das Jahresjubiläum, begleitet von einer Ausschreibung für Agenturleistungen im Bereich Branding und Kommunikation.

Q1 2025: Beschluss Logo und Claim und Layout-Entwicklung

Im ersten Quartal werden das Siegerlogo und der passende Claim feierlich im Jahresauftakt festgelegt. Die Entwicklung des Layouts für Kommunikationsmaterialien startet inklusive der Produktion erster Werbemittel für die Online-Kommunikation und z.B. Partnermerchandise.

Q2 2025: Logo- und Design-Vorstellung (Pressekonferenz)

Das dritte Quartal 2025 präsentiert das offizielle Logo und Design in einer Pressekonferenz, um breite Aufmerksamkeit und positive Resonanz zu erzeugen. Der Bewerbungsstart und Go Live der erweiterten B2C Website werden bekannt gegeben.

Q3/Q4 2025: B2C-Kommunikationsstart / Social-Media-Teaser-Kampagne (Pressekonferenz)

Im dritten Quartal startet die B2C-Kommunikation mit einer Teaser-Kampagne auf Social Media sowie dem Go Live der B2C Website. Begleitet wird der Kommunikationsstart von einer Pressekonferenz mit Ausblick auf das „Vorjubiläumsjahr“ 2026 und laufende und noch weitere geplante Aktionen zur Beteiligung und Partizipation.



Kommunikationsbeispiel Einbindung der Bevölkerung,
Quelle <https://chemnitz2025.de/>

5) Kommunikationsstrategie – Zeitplan 2026 / 2027



Q1 2026: Bevölkerungsaktivierung mit Kommunikation der Partizipationsaktionen (Pressekonferenz)

Zu Beginn des Jahres 2026 werden die Bürger aktiviert und Partizipationsmomente beworben. Eine interaktive, digitale Pressekonferenz aus den Stadtteilen eröffnet die Möglichkeiten zur Einbindung von Ideen und Eigeninitiativen der Bevölkerung durch die verschiedenen Organisationen.

Q2 + Q3 2026: PR-Maßnahmen, Presse- und Bloggerreisen, Kundenbindungskampagne der Erlebnis Bremerhaven GmbH

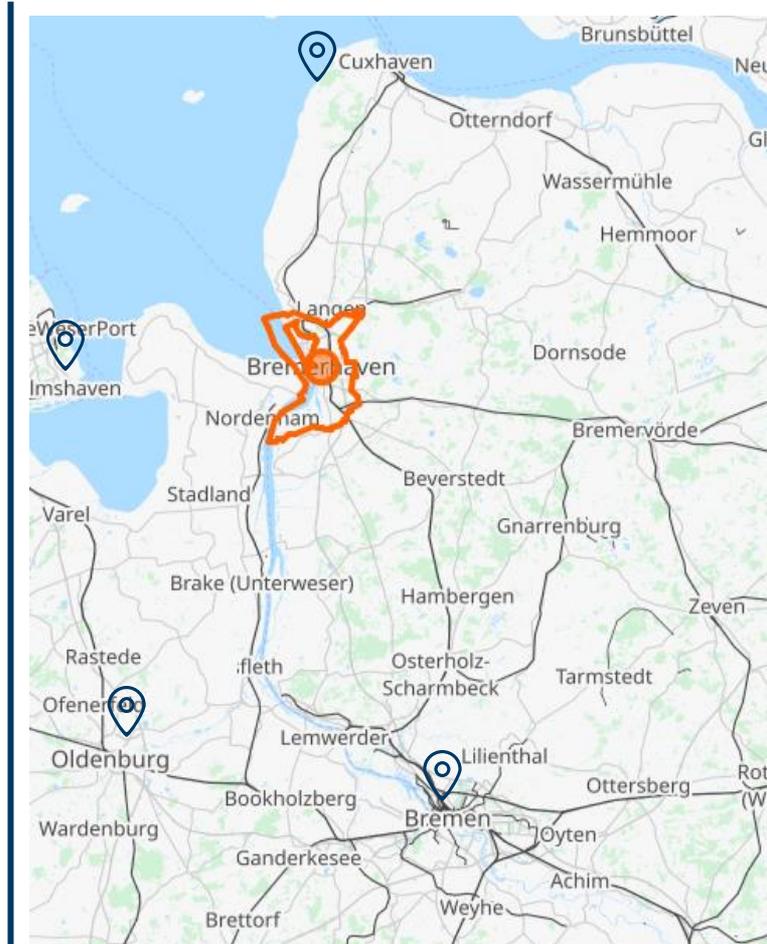
In den Quartalen zwei und drei 2026 stehen umfassende PR-Maßnahmen im Fokus, darunter Presse- und Bloggerreisen. Gleichzeitig startet eine Identitätskampagne mit dem Motto „Gemeinsam feiern und Perspektiven gestalten“. Pressereisen und Binnenkampagne werden z.B. durch die Erlebnis Bremerhaven (EBG) umgesetzt.

Q4 2026: Start Out-of-Home-Kampagne / Online-Kampagne

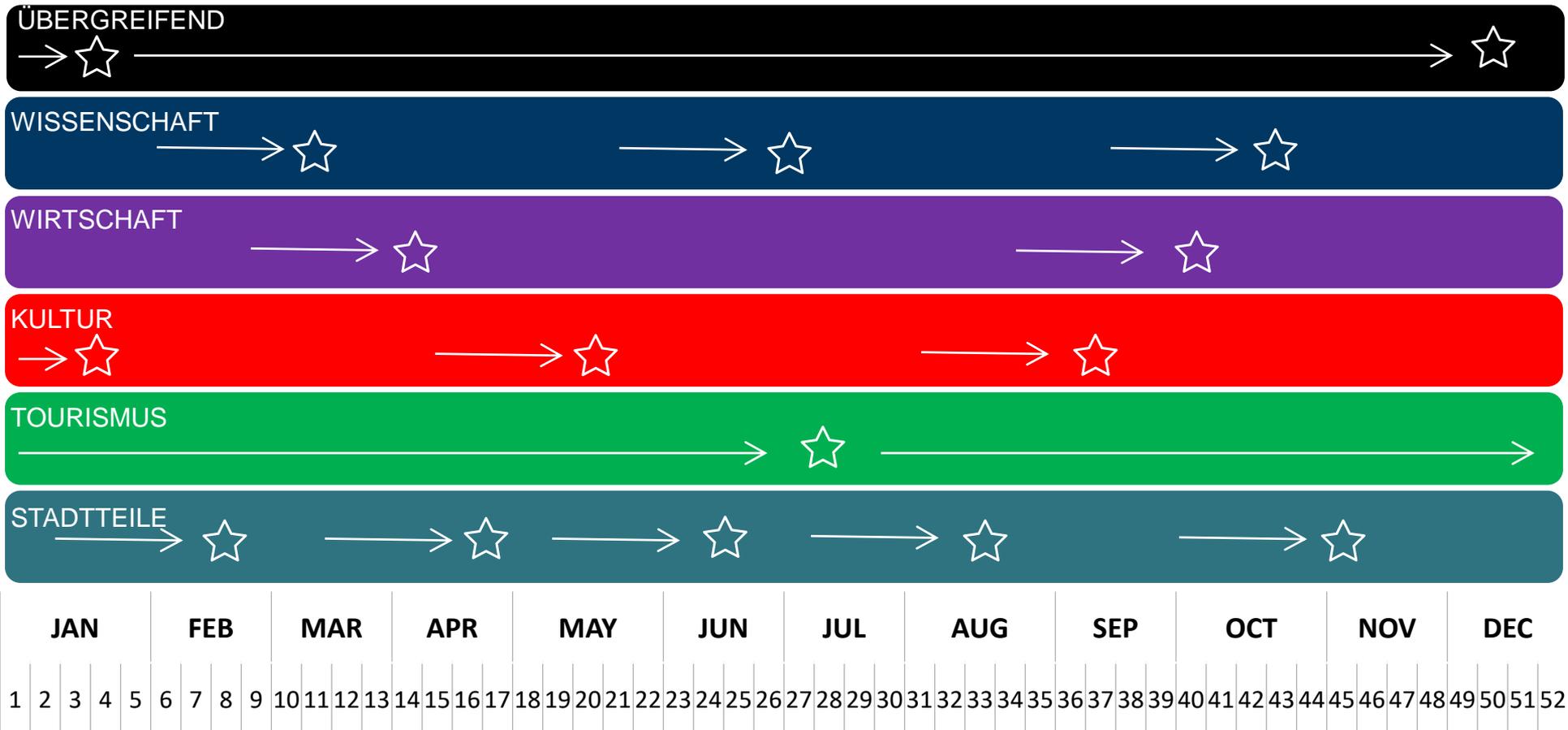
Das vierte Quartal 2026 fokussiert eine gezielte Online- und Out-of-Home-Kampagne im Umland, um die Aufmerksamkeit über Stadtgrenzen hinaus zu lenken und das Jubiläum regional zu verankern. Produktion und Verteilung von Plakaten und Flyern an Einzelhandel, Hotellerie und Gastro. Umsetzung über das Stadtmarketing (EBG) mit Fokus auf die Landkreise Cuxhaven, Osterholz und Wesermarsch sowie die Städte Bremen und Oldenburg. Parallel dazu intensive Bewerbung des Jubiläumsprogramms via Website.

Q1 2027: Auftakt Jubiläumsjahr & Pressekonferenz

Feierlicher Auftakt, gemeinsam mit den Macher:innen aus den Projekten und großer Jahres-Pressekonferenz. Intensive kommunikative Begleitung des Jubiläumsjahrs via Website, Social-Media, Pressearbeit entlang der Highlights.



5) Kommunikationsstrategie – Kommunikationsablauf 2027 (exemplarisch)



JAN FEB MAR APR MAY JUN JUL AUG SEP OCT NOV DEC

1 2 3 4 5 6 7 8 9 10 11 12 13 14 15 16 17 18 19 20 21 22 23 24 25 26 27 28 29 30 31 32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52

5) Kommunikationsstrategie – Presse- und Öffentlichkeitsarbeit



Die Presse-Öffentlichkeitsarbeit vor und während des Jubiläumsjahres spielt eine zentrale Rolle bei der Schaffung von Aufmerksamkeit, der Vermittlung von Botschaften und der Mobilisierung der Öffentlichkeit. Vor dem Jubiläumsjahr ist es entscheidend, eine umfassende PR-Strategie zu entwickeln, die sich an den Themenbereichen und Botschaften des Jubiläums orientiert. Dies umfasst die Erstellung von Pressematerialien, die Identifikation und Ansprache von Medienpartnern sowie die Planung von Vorankündigungen und Teasern. Die Website wird zum zentralen HUB der Kommunikation. In der Vorbereitungsphase werden vier Pressekonferenzen (PK) angesetzt. Begleitend zu den Konferenzen werden Pressekits mit Bildern und Geschichten bereitgestellt:

PK 1 Q2 2025: Vorstellung Logo und Design / Design-Manual

PK 2 Q3 2025: Vorstellung Beteiligungsangebote Bevölkerung

PK 3 Q3 2026: Start B2C-Kommunikation und Beteiligungsangebote Partner

PK 4 Q1 2027: Start in das Jubiläumsjahr mit Live O-Tönen vor Ort

Im Rahmen des Jubiläumsjahres soll zu jedem Themenbereich (Wirtschaft, Wissenschaft, Kultur, Stadtteile und Tourismus) mind. eine Pressekonferenz mit der Einbindung von prägenden Personen aus Bremerhaven und von Exil-Bremerhavener abgehalten werden. Diese sollen Interviews mit Organisatoren, Hintergrundgeschichten zu historischen Aspekten, Features zu kulturellen Projekten und Berichte über lokale Initiativen abdecken. Die inhaltliche Basis (Botschaften und Federführungen) zeigt die Übersicht zur B2C-Kommunikation. Zu ausgewählten Veranstaltungen sollen zudem Pressemitteilungen erfolgen.



Beispielhafte Pressekits, Quelle Adobe firefly

5) Kommunikationsstrategie – Jubiläumswebsite 2025 / 2026



Mehr als eine Informationsseite: Die Website dient als zentrale Anlaufstelle für alle geplanten Aktivitäten im Rahmen des Jubiläums. Besucher erhalten detaillierte Beschreibungen der einzelnen Veranstaltungen, Informationen zu den Organisatoren und können sich direkt anmelden oder Tickets erwerben.

Themen-Seiten bieten vertiefende Einblicke in die verschiedenen Aspekte des Stadtjubiläums. Jede Seite ist einem spezifischen Thema wie Wirtschaft, Wissenschaft, Tourismus, Kultur oder Stadtteilen gewidmet. Hier finden Besucher detaillierte Informationen, Geschichten und Highlights zu den einzelnen Themenbereichen und den jeweiligen Leitthemen.

Locations-Seite präsentiert eine umfassende Liste der Veranstaltungsorte des Jubiläums. Von historischen Plätzen bis zu modernen Einrichtungen - hier finden Nutzer Details zu den Locations, einschließlich dynamische Anfahrtsbeschreibungen, um die Besucherlenkung zu optimieren, Bilder-galerien und Hintergrundinformationen zur Geschichte oder Bedeutung des Ortes.



Jubiläumswebsite 2025/2026 (beispielhaft),
Quelle: Adobe firefly

5) Kommunikationsstrategie – Jubiläumswebsite 2027



Übersicht aktuelle Veranstaltungen: bietet eine Echtzeitansicht auf der Website aller laufenden und kommenden Ereignisse. Nutzer können hier auf einen Blick sehen, was gerade passiert und was in Kürze ansteht. Die Seite ist dynamisch und ermöglicht eine schnelle Orientierung über alle laufenden Aktivitäten. Aktuelle Beispiele wie das Leitsystem in Stuttgart zeigen, wie auch das Wegeleitsystem mit eingebunden werden kann.

Veranstaltungskarte: bietet eine benutzerfreundliche Übersicht über alle Jubiläumsveranstaltungen. Nutzer können leicht navigieren, Details zu Veranstaltungsorten anzeigen und sich über Programmzeiten informieren. Die Karte ermöglicht eine intuitive Planung und Verknüpfung von Events.



Jubiläumswebsite 2027 (beispielhaft),
Quelle: Adobe firefly

5) Kommunikationsstrategie – Social Media 2025 / 2026



- **Info Posts** zu Inhalten der Themenbereiche (2x pro Woche): Am Monatsanfang, Montag zur Woche, Freitag zum Wochenende
- **Content Post** (2x pro Woche): Beiträge mit inhaltlichen Aussagen aus den verschiedenen Themenfeldern (Stadtgeschichte, Stadtteilleben Wirtschaft, Klima, Migration, Hafen, Fisch, ...)
- **Mein BHV-Post** (2x pro Woche): Stimmen aus der Bevölkerung zu besonderen Orten, Momenten und Rückmeldungen zur Veranstaltung
- **Meet the Curator** (2x pro Monat): Interview mit Ausstellungs- und Veranstaltungskurator:innen
- **Behind the Scenes** (2x pro Monat): Blick hinter die Kulissen der Veranstaltung
- Repost von Veranstaltungs-Posts in den Storys

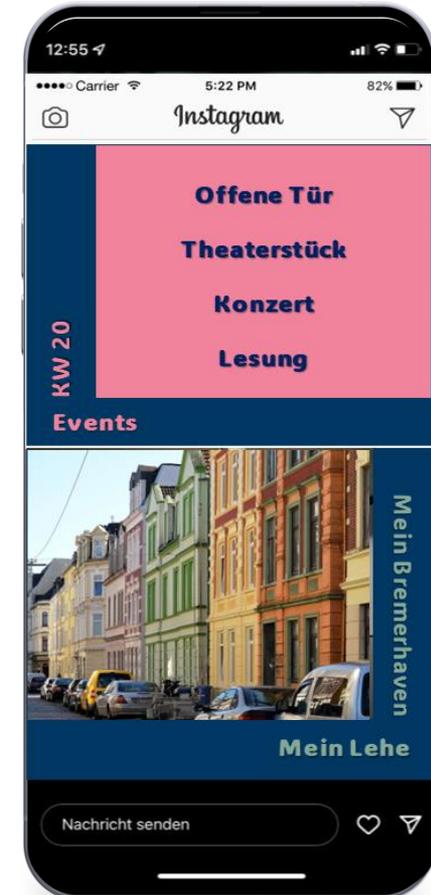


Beispielhafte Social Media Präsenz 2025/2026, Quelle Adobe firefly

5) Kommunikationsstrategie – Jubiläumswebsite Social Media 2027



- **Info Posts** zu Veranstaltungen (2x pro Woche): Am Monatsanfang, Montag zur Woche, Freitag zum Wochenende
- **Content Post** (2x pro Woche): Beiträge mit inhaltlichen Aussagen aus den verschiedenen Themenfeldern (Stadtgeschichte, Stadtteilleben Wirtschaft, Klima, Migration, Hafen, Fisch, ...)
- **Mein BHV-Post** (2x pro Woche): Stimmen aus der Bevölkerung zu besonderen Orten, Momenten und Rückmeldungen zur Veranstaltung
- **Opening Post** (anlassbezogen): zur Eröffnung von Veranstaltungen, Ausstellungen, Formaten
- **Closing Post** (anlassbezogen): zum Ende von Veranstaltung, Ausstellung, Format
- **Meet the Curator** (2x pro Monat): Interview mit Ausstellungs- und Veranstaltungskurator:innen
- **Behind the Scenes** (2x pro Monat): Blick hinter die Kulissen der Veranstaltung
- Repost von Veranstaltungs-Post in den Storys



Beispielhafte Social Media Präsenz 2027,
Quelle Adobe firefly

Inhalt

	Seite
01 Einführung	4
02 Gemeinsam zum Konzept	6
03 Strategischer Rahmen	9
<ul style="list-style-type: none">• Vision• Leitlinien• Mission• Leitthemen	
04 Veranstaltungsarchitektur	15
<ul style="list-style-type: none">• Themenstränge mit Event- und Innovationspool• Einbindung der Bevölkerung	
05 Kommunikationsstrategie	32
<ul style="list-style-type: none">• B2B und B2C-Strategie• Zeitplan und Schwerpunktformate	
06 Umsetzungsmanagement	48
<ul style="list-style-type: none">• Koordinations-/Netzwerkarbeit und Controlling/Evaluierung• Zeitplan und Meilensteine• Budgetplanung	
07 Fazit	60
08 Anlagen	62
<ul style="list-style-type: none">• Ideenpool (Projektwebseite)• Ergebnisbericht Befragung Fachöffentlichkeit	

6) Umsetzungsmanagement



Mit der Verständigung auf die Vision, den Weg der Teilhabe und Zusammenarbeit, die Leitthemen, die Ziele sowie die Veranstaltungsarchitektur liegen die konzeptionellen Grundlagen zur Ausgestaltung für das Jubiläumsjahr 2027 vor. Nun gilt es, das vorliegende Grobkonzept weiter im Detail auszuarbeiten und gemeinsam mit Leben zu füllen. Hierzu muss mit den Akteuren ein klares und verbindliches Drehbuch für die Organisation des Event-Jahres vereinbart werden, um eine verlässliche Planung zu gewährleisten, ohne dabei auf die notwendige Flexibilität verzichten zu müssen.

Im Zuge der Erstellung des Grobkonzeptes wurden mit den Akteuren aus den einzelnen Bereichen bereits wesentliche Eckpunkte der organisatorischen Rahmenbedingungen besprochen und Ansätze für inhaltliche Themen in den jeweiligen Themensträngen festgehalten.

Wichtigste Punkte sind jetzt die übergreifende Information und Vernetzung der Akteure sowie die Beteiligung der Bürgerschaft Bremerhavens an der Planung für 2027. Diese Beteiligung ist übergreifend abzustimmen, muss aber individuell in den jeweiligen Netzwerken stattfinden.

Zahlreiche Akteure aus dem Tourismus- und Freizeitbereich, der Wirtschaft und Wissenschaft sowie der Kulturlandschaft und den Stadtquartieren haben bereits ihre Bereitschaft bekundet, auch über ihr aktuelles Engagement in ihren Netzwerken über gemeinsame Workshops und Befragungen in den nächsten Jahren aktiv an der Planung für 2027 mitwirken zu wollen.



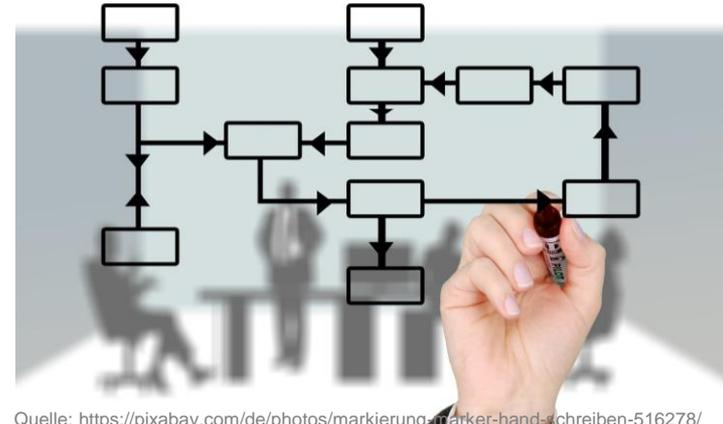
6) Koordinations- und Netzwerkarbeit - Organisationsform



Um die Zusammenarbeit, Vernetzung und Abstimmung der Akteure in den nächsten Monaten zu verstetigen und bis einschließlich 2027 eine den anstehenden Aufgaben angemessene Organisationsstruktur zu schaffen, sind verschiedene Ansätze denkbar. Wie Beispiele aus anderen Städten zeigen, welche ihre Stadtjubiläen vorbereitet haben, ist die Herangehensweise sehr unterschiedlich.

Vorausgeschickt sei, dass diese Aufgabe nicht nebenbei durch vor Ort bereits vorhandene Strukturen bewältigt werden kann. Des Weiteren ist feststellbar, dass häufig auf ehrenamtlich besetzte Arbeitsgruppen gesetzt wird, welche Ideen aus der Bürgerschaft bewerten, priorisieren und konkretisieren. Es zeigt sich, dass solche Arbeitsgruppen professionell geleitet und koordiniert werden müssen. Grundsätzlich kann in verschiedene Modelle unterschieden werden:

- Einrichtung eines **Projektbüros bei der Erlebnis Bremerhaven GmbH** mit entsprechender personeller Ausstattung
- **Auslagerung** der Aufgabe an einen externen Dienstleister mit entsprechenden Erfahrungen im Veranstaltungsmanagement.



Quelle: <https://pixabay.com/de/photos/markierung-marker-hand-schreiben-516278/>

6) Koordinations- und Netzwerkarbeit – Einrichtung Projektbüro bei EBG



Vor der Entscheidung über die bestmögliche und effizienteste Organisationsform steht die Betrachtung der zu leistenden Aufgaben und der vorhandenen Ressourcen. Zu den zentralen Aufgaben dieser Organisationseinheit werden nach Maßgabe des vorliegenden Grobkonzepts in erster Linie zählen:

- **Koordination der Gesamtdramaturgie** in Abstimmung mit den einzelnen AGs (Moderation der Arbeitsgruppen)
- **Moderation & Impulsgebung** der Arbeitsgruppen und des Kuratoriums / Zusammenführung von Ergebnissen aus den einzelnen Arbeitsgruppen
- **Information des Stadtmarketingbeirats** über jeweilige Sachstände
- **Ziel-/ Budgetverantwortung**, Ausarbeitung von Empfehlungen, Akquise Fördermittel, Erstellen von Förderrichtlinien und Bearbeitung von Förderanträgen im engen Zusammenspiel mit den städtischen Stellen
- **Marketingplanung/PR** (in Abstimmung mit Pressestelle der Stadt)

Unter Berücksichtigung dieses Aufgabenportfolios und der vor Ort etablierten Strukturen empfehlen wir die **Einrichtung eines Projektbüros bei der Erlebnis Bremerhaven GmbH (EBG)**. Für diese Lösung spricht, dass hier nicht nur auf vorhandene Kompetenzen zurückgegriffen wird, sondern auch langfristig über die leitende Koordination und Umsetzung von eigenen Events die Kompetenzen und die Wertschätzung der EBG ausgebaut werden. Diese Variante bietet die größten und nachhaltigsten Synergieeffekte für die Stadt. Zudem kann der bereits etablierte **Stadtmarketingbeirat** als beratendes Gremium in die Arbeit des Projektbüros eingebunden werden (min. 4x im Jahr). Das Projektbüro bei der EBG sollte spätestens Anfang 2025 die operative Arbeit aufnehmen und mit **drei zusätzlichen Vollzeitstellen** besetzt werden (1x Projektleitung/ 2x Koordination).



Quelle: <https://pixabay.com/de/photos/team-in-brainstorming-gesch%C3%A4ft-594091/>

6) Koordinations- und Netzwerkarbeit – Installation Arbeitsgruppen



Die anspruchsvolle Stelle der Leitung des Projektbüros erfordert eine adäquat qualifizierte Persönlichkeit, welche über sehr gute kommunikative Fähigkeiten und Erfahrungen im Veranstaltungsmanagement, in der Projektfinanzierung (Fördermittel, Sponsoring u.ä.) sowie in den Abläufen der Verwaltungsarbeit verfügt. Zentrale Aufgabe des Projektbüros ist somit die Steuerung des Prozesses und nicht die eigentliche Durchführung von Veranstaltungen. Hierzu gilt es andere, bestehende Einheiten zu aktivieren und z.T. auch Aufträge für einzelne Projekte nach außen zu vergeben.

Entscheidender Faktor für die erfolgreiche Planungsarbeit sind neben der Führung seitens der EBG das Engagement und die Kreativität der Akteure in den **fünf** zu bildenden **Arbeitsgruppen** (Kultur, Stadtteilkultur/Sport, Tourismus, Wirtschaft, Wissenschaft). Diese sollen mindestens quartalsweise zusammen-kommen und die Taktung in den Jahren 2025 / 2026 nach eigenem Ermessen erhöhen. Im Einzelnen werden den AGs folgende Aufgaben zukommen:

- **Ideenfindung/Definition von Projekten** und Highlights (z.B. aus Ideenfinder)
- **Projektbewertung /-Auswahl** (Check Vision / Ziele, Setzen von Prioritäten)
- **Identifizierung benötigter Partner, Kostenschätzung, Finanzierung**
- Aufzeigen von **Einbindungsmöglichkeiten der Bevölkerung**.

Die Besetzung der Arbeitsgruppen sollte offen gestaltet sein und somit auch interessierten Bürgern und Bürgerinnen die Mitarbeit an der Projektentwicklung ermöglichen. Denkbar ist auch, dass sich aus den einzelnen Arbeitsgruppen projektspezifische Teams bilden. Im Rahmen der Kommunikationspolitik ist auf die verschiedenen Mitwirkungsmöglichkeiten hinzuweisen.



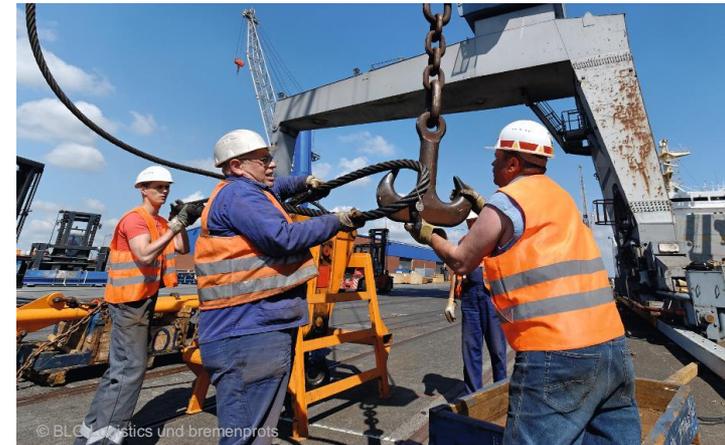
6) Koordinations- und Netzwerkarbeit - Kuratorium



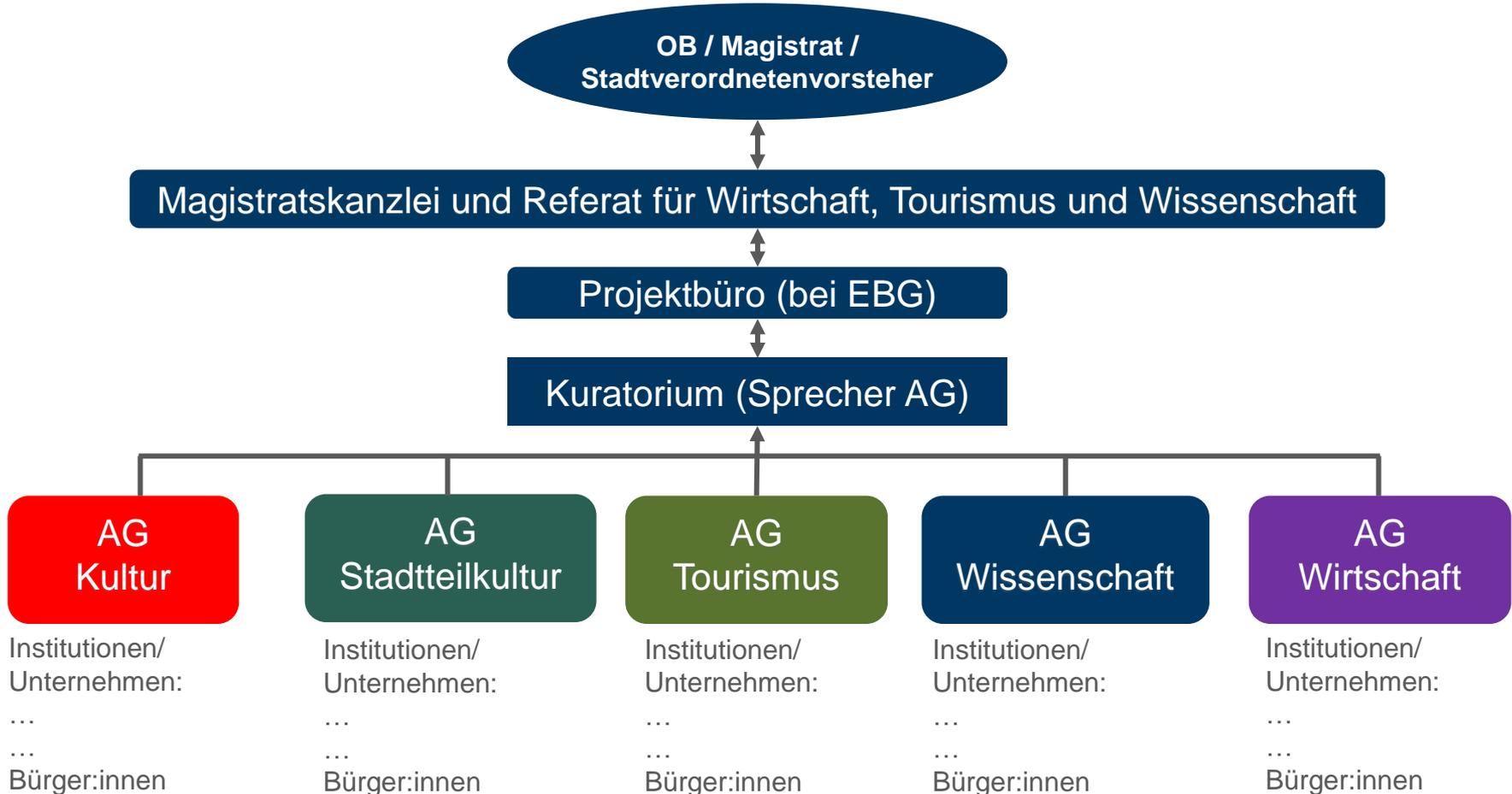
Um die Stärkung des Wir-Gefühls sowie einen transparenten **Austausch zwischen den Arbeitsgruppen und dem Projektbüro** zu gewährleisten, soll jede AG einen Sprecher und eine Stellvertretung bestimmen. Diese bilden das **Kuratorium**, welches in regelmäßigen Abständen mit der Leitung des Projektbüros zusammenkommt (4 x im Jahr), über die in den einzelnen AGs besprochenen Themen und Projekt(ideen) berät, die Vernetzung sicherstellt und das weitere Vorgehen festlegt. Das Kuratorium fungiert ebenso als Instanz für das Ziel- und Projektcontrolling sowie als Gremium, welches über die Bewilligung von Projektanträgen gemeinsam entscheidet. Im Einzelnen werden dem Kuratorium folgende Aufgaben zugeschrieben:

- **Prozessaustausch / Vernetzung der Akteure und Projekte**
- **AG-übergreifende Abstimmung** von Projekten
- **Projektaustausch zwischen Gruppenleitungen** mit Koordinationsstelle
- **Controlling** von AG-übergreifenden Projekten / Entwicklungsständen
- **Vorschläge zur Bewilligung von Projektanträgen** (Vorbereitung durch Leitung des Projektbüros, Prüfung auf Einhaltung der Förderrichtlinien)

Das Organigramm auf der Folgeseite zeigt die empfohlene Organisationsstruktur.



6) Organisationsschema Jubiläum 200 Jahre Bremerhaven



6) Zeitschiene & Meilensteine bis zum Jubiläumsjahr



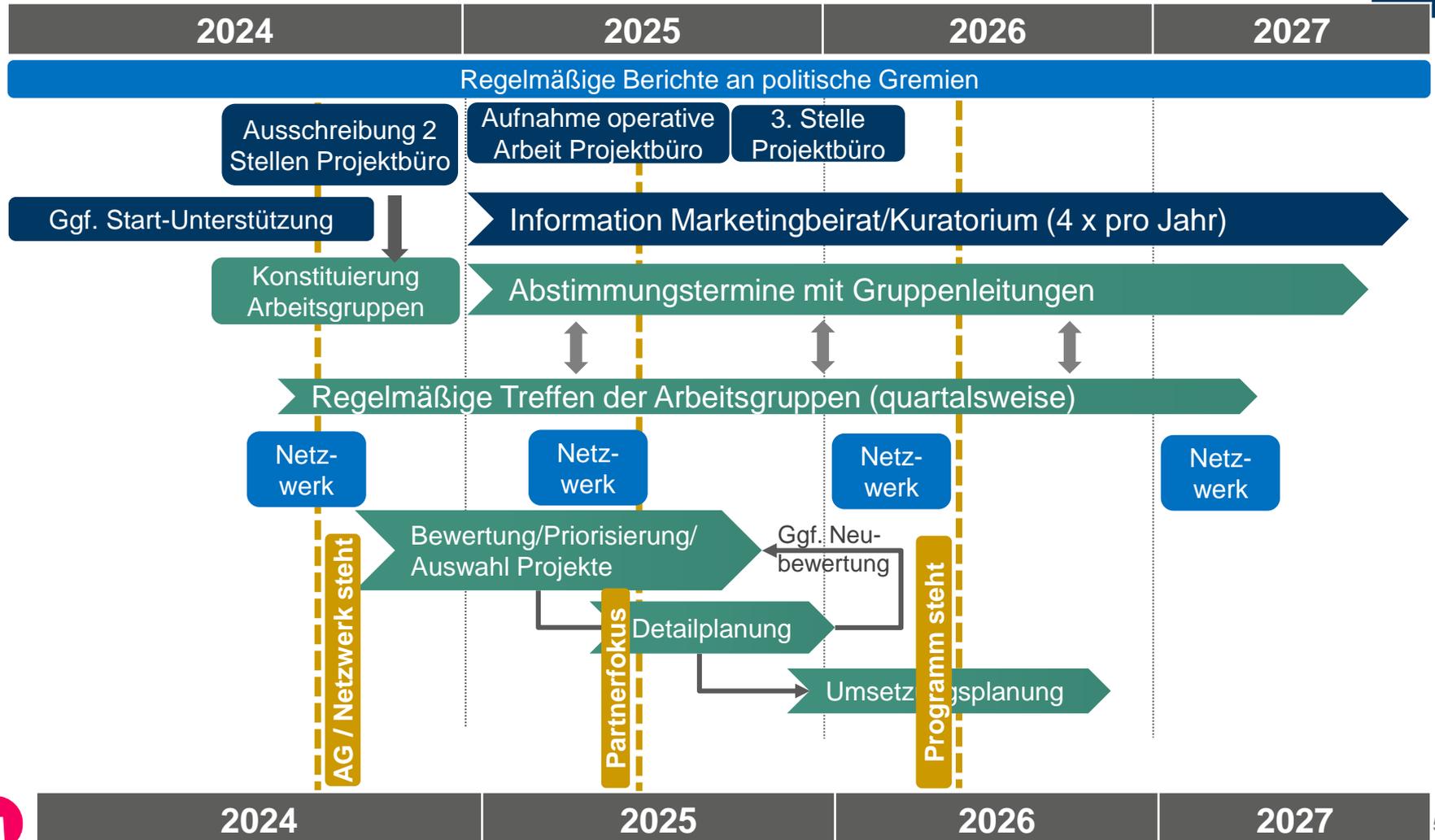
Auf Basis der Überlegungen des konzeptionellen Rahmens für das Jubiläumsjahr sowie der Voraussetzungen zur Umsetzung von Projekten, muss jetzt der **Zeitplan** für die einzelnen Umsetzungsschritte festgesetzt werden. Dabei ist die Festlegung von **Meilensteinen als Zwischenziele** wichtig für das Umsetzungsmanagement und Umsetzungscontrolling. Werden diese Zwischenziele nicht oder verspätet erreicht, stellt diese eine Gefährdung des Projekterfolges dar. Dem **Projektcontrolling** und dem Überwachen des Zeitplans kommt somit eine zentrale Bedeutung zu. Diese Aufgabe wird zu den wichtigsten Aufgaben des Projektbüros zählen. Daher ist der erste Meilenstein die Besetzung dieser Stelle mit einer geeigneten Person inkl. einer ersten Assistenz. Im Wesentlichen müssen folgende Meilensteine fokussiert werden:

- **3. Quartal 2024: Budgetierung & Ausschreibung Stellen Projektbüro**
- **Bis Ende 2024: Initiierung Themenkonzepte / Stränge im Netzwerk**, ggf. kommissarische Organisation der Netzwerkarbeit durch das Stadtmarketing der EBG oder externen Dienstleister. Für die Weiterführung der bisherigen Arbeiten kann eine "Checkliste/Handlungsleitfaden „Nächste Schritte" hilfreich sein.
- **Spätestens bis Mitte 2024:** Konstituierung der Arbeitsgruppen
- **Spätestens Anfang 2025:** Aufnahme operative Tätigkeit EBG-Projektbüro
- **Bis 2. Quartal 2025:** Sammlung, Bewertung und Auswahl von Projekten
- **Bis Ende 2025:** Detailplanung Projekte (inkl. Sicherstellung der Finanzierung), Ausschreibung / Besetzung 2 Projektkoordinationsstelle
- **Bis 2. Quartal 2026:** Hauptprogramm und Planung für 2027 stehen fest siehe detaillierte Zeitschiene (Chart nächste Seite).





6.2 Zeitschiene & Meilensteine bis zum Jubiläumsjahr



6) Umsetzungsmanagement - Budgetrahmen



Eine gute Vorbereitung und Planung eines solch prägenden Jubiläumsjahres **benötigt eine entsprechende Finanzplanung**. Seitens der Stadt und vom Land Bremen muss ein **dem Anlass auskömmliches Budget für die Vorbereitung und Durchführung des Jubiläumsjahres bereitgestellt** werden, um entsprechende Anreize und Impulse setzen sowie eigene Veranstaltungen umsetzen zu können.

Mit diesem Budget sind die Kosten der Veranstaltungen, die im Vorfeld und in 2027 selbst zu den ohnehin jährlich stattfindenden Events hinzukommen, abzudecken (nach Abzug etwaiger Einnahmen aus Sponsoring oder Fördermitteln). Hierbei ist zu unterscheiden zwischen

- Personalkosten Projektbüro
- Sachkosten (Büro-/Materialkosten) und Beteiligungskosten / Netzwerkarbeit
- Projektkosten zur Umsetzung/Förderung von Projekten im Jubiläumsjahr
- Marketingkosten (Print, Online-Media, Merchandising, Kampagnen etc.) und Öffentlichkeitsarbeit (in Abstimmung mit der Pressestelle der Stadt)
- Fremdleistungen (Konzeptions- / Beratungsleistungen externer Dienstleister) ggf. auch Interimsmanagement bis Besetzung der Stellen Projektbüro.

In Anlehnung an die Budgets anderer Städte im Hinblick auf ihre Stadtjubiläen wird ein Vergleichswert von 20,- EUR je Einwohner herangezogen. Für das Stadtjubiläum Bremerhaven entspräche dies einem Gesamtbudget von rund 2 Mio. EUR an städtischen Mitteln (ohne Personalkosten Projektbüro). Eine erste grobe Budgetplanung für die Jahre 2024 bis 2027 ist der nachfolgenden Übersicht zu entnehmen.



6) Umsetzungsmanagement - Budgetrahmen



Jahr/ Kostenstelle	2024	2025	2026	2027	Summe EUR	Anteil in %
Personalkosten		150.000	215.000	215.000	580.000	22,5%
davon:						
- Leitung Projektbüro in EBG		85.000	85.000	85.000	255.000	9,9%
- Assistenz Projektbüro		65.000	130.000	130.000	325.000	12,6%
Sachkosten	30.000	45.000	45.000	45.000	165.000	6,4%
Fremdleistungen	50.000	45.000	35.000	25.000	155.000	6,0%
Marketing	50.000	50.000	100.000	150.000	350.000	13,6%
Projektkosten		30.000	100.000	1.200.000	1.330.000	51,6%
Summe EUR	130.000	320.000	495.000	1.635.000	2.580.000	100,0%

6) Umsetzungsmanagement - Budgetrahmen



Für die Besetzung des Projektbüros mit einer Projektleitung und zwei Koordinationsstellen wird für 2025 mit einem Budget von ca. 150.000,- €, ab 2026 mit 215.000,- € p.a. kalkuliert (Personalkosten inkl. Arbeitgeberanteile). Im Rahmen der Konzeptausarbeitung hat zudem eine Gegenüberstellung einer externen Ausschreibung der Projektkoordination sowie die Einrichtung einer eigenständigen Organisationseinheit stattgefunden. Hieraus hat sich ergeben, dass die Umsetzung seitens der EBG die inhaltliche nachhaltigste und günstigste, da effektivste Umsetzung des Projektbüros darstellt.

In der Position Projektkosten sind überwiegend die Kosten für die Umsetzung von Projekten abgebildet, welche in den Arbeitsgruppen entwickelt werden. Es wird empfohlen, einen Teil dieses Budgets (20% - 25%) als freien Projektetat einzukalkulieren. Dieser ist für eingereichte Projektanträge aus der Bürgerschaft (Vereine, Initiativen) für verschiedene Bereiche (Kultur, Sport, Soziales etc.) zur Verfügung vorzusehen. Mögliche Fördermittel und Einnahmen, z. B. durch Verkäufe (Merchandising) oder Sponsoring, sind hier nicht berücksichtigt. Eigenbeteiligungen der Partner und städtischen Ressorts durch die Eingliederung z.B. von bestehenden Events sind zudem erforderlich, um das ganze Jahr zu einem Highlight werden zu lassen. Eine detailliertere Planung der erforderlichen Finanzmittel für die Vorbereitungs- und Durchführungsphase des Jubiläums 200 Jahre Bremerhaven kann erst im Rahmen der Konkretisierung und Kalkulation von Projekten erfolgen und ist fortlaufend anzupassen. Die hier dargestellten Mittelansätze sind als Richtwerte zu verstehen, die sich an den Ausgaben anderer Städte für ihre Stadtjubiläen orientieren.



Quelle: <https://pixabay.com>



© PROJECT M

Fazit: #Teilhabe. Gemeinsam planen und gestalten!



Das 200 Jahre Jubiläum der Seestadt Bremerhaven soll das ganze Jahr über gebührend gefeiert werden und ein Fest von, mit und für alle Bürgerinnen und Bürger Bremerhavens werden. Das Jubiläumsjahr soll aber nicht nur eine Feier sein, es soll vielmehr auch ein Impuls sein für ein neues WIR-Gefühl der Stadt und der Stadtgesellschaft. Bereits auf dem Weg zum Stadtjubiläum 2027 haben die Partizipation, die Aktivierung der Menschen und die Gestaltung von gemeinsamen Perspektiven für Bremerhaven daher eine große Bedeutung.

Unter diesen Prämissen wurde das vorliegende Grobkonzept in einem mehrstufigen Prozess und unter Beteiligung zahlreicher Akteure aus verschiedenen Bereichen entwickelt. Kernpunkt der zentralen Botschaft für das Jubiläumsjahr ist das WIR-Gefühl als Basis für mehr Lebensqualität, welche durch eine umfassende Teilhabe, Aktivierung und Zusammenarbeit erzielt wird. Daraus folgend wurde das innengerichtete Leitthema „Die Reise zum Wir“, zur eigenen Identität der Stadt vereinbart. An dieses Leitthema knüpfen die verschiedenen Themenstränge der Bereiche Wissenschaft, Wirtschaft, Kultur, Tourismus & Freizeit und Stadtteile an und übersetzen dieses in die Stadtperspektive des heutigen und zukünftigen Bremerhavens. Für die zielgerichtete Umsetzung wird die Einrichtung eines Projektbüros bei der EBG vorgeschlagen.

Orientiert an den Leitziele und eingebettet in eine Veranstaltungsarchitektur sind unter den empfohlenen organisatorischen wie finanziellen Rahmenbedingungen bereits vorliegende Ansätze zu bewerten und zu konkretisieren, neue hieran angelehnte Projektideen zu generieren und mit flankierenden Kommunikationsmaßnahmen in die Umsetzung zu führen.

VISION Stadtjubiläum BHV 2027

„Das **WIR** stärken, als
Basis für mehr
Lebensqualität“

