

In der Senatssitzung am 8. März 2022 beschlossene Fassung

Die Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa

07.03.2022

NEUFASSUNG

Vorlage für die Sitzung des Senats am 8. März 2022

Förderung des Tourismus mit Mitteln aus dem Bremen-Fonds (Stadt):

Unterstützung des Städtetourismus in Bremen während und nach der Corona-Pandemie

A. Problem

Der Tourismus ist von den Corona bedingten Einschränkungen seit März 2020 besonders betroffen. Darunter leiden die direkten und indirekten „Profiteure“ des Städtetourismus in Bremen: Gastgewerbe (Beherbergung, Gastronomie, Catering), Einzelhandel und Dienstleistungsbereiche (Kultur, Freizeitangebote, Messen, Veranstaltungswirtschaft, Wissenswelten) und insbesondere die Menschen, die in diesen Bereichen beschäftigt sind und ihr Einkommen erzielen.

Bis zur Corona-Pandemie waren die Tourismuszahlen auf einem positiven Entwicklungspfad. Allein die Übernachtungen im Land Bremen wurden in 15 Jahren verdoppelt (von 1.375.743 im Jahr 2005 auf 2.815.631 Millionen im Jahr 2019). Kaum eine andere Branche im Land Bremen hat sich so dynamisch entwickelt. Die Pandemie mit Ihren Folgen für die Branche hat die Bedeutung des Tourismus für das Bundesland Bremen als wichtiger Arbeitgeber und Wirtschaftsfaktor noch einmal vertieft deutlich gemacht.

Abbildung 1: Berechnungen des DWIF zum Tourismus im Land Bremen

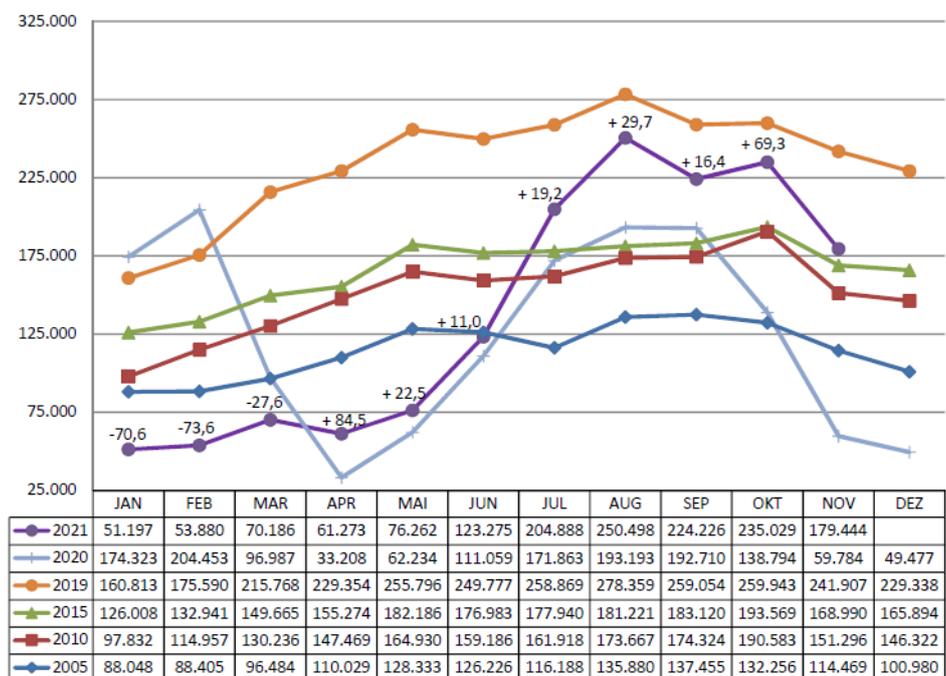
Kategorie	Einheit	2019	2020	% Veränderung 2020 vs. 2019
Tagesgäste	Mio. Aufenthaltstage	43,7	37,5	-14,2%
Ø Tagesausgaben Tagesgäste	€	34,0	27,1	-20,3%
Brutto-Umsatz Tagesreisen	Mio. €	1.485,1	1.010,9	<u>-31,9%</u>
Übernachtungsgäste in Beherbergungsbetrieben (gewerblich Betriebe, Privatquartiere, Camping)	Mio. Aufenthaltstage	3,0	1,6	-46,8%
Ø Tagesausgaben Übernachtungsgäste	€	169,7	139,0	-18,1%
Brutto-Umsatz Übernachtungsgäste	Mio. €	503	219,1	<u>-56,4%</u>
Übernachtungsgäste Verwandten-/Bekanntensucher (VFR)	Mio. Aufenthaltstage	2,9	2,3	-19,8%
Ø Tagesausgaben „Sofatouristen“	€	21,8	17,6	-19,3%
Brutto-Umsatz „Sofatouristen“	Mio. €	62,3	40,4	-35,3%
Aufenthaltstage insgesamt (Tagesreisen, Beherbergungsbetriebe, VFR)	Mio. Aufenthaltstage	49,5	41,4	-16,5%
Umsatz Tourismus gesamt	Mio. €	2.050,40	1.270,4	-38,0%
Umsätze Gastgewerbe	Mio. €	814,00	432,6	-46,9%
Umsätze Einzelhandel	Mio. €	835,6	625,1	-25,2%
Umsätze sonstige Dienstleistungsbereiche	Mio. €	400,8	212,7	-46,9%

Touristischer Einkommensbeitrag	Mio. €	922,8	562,1	-39,1%
Relativer Beitrag zum Primäreinkommen	% bzw. Prozentpunkte	5,5	3,1	-2,4
Einkommensäquivalent	Personen	37.120	21.360	-42,5%
Steuereinnahmen (MwSt. + Einkommenssteuer)	Mio. €	190,6	113,8	-40,3%

Das Deutsche Wirtschaftswissenschaftliche Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München (DWIF) hat Zahlen für das Vor-Corona-Jahr 2019 sowie das Corona-Jahr 2020 berechnet. Der Brutto-Umsatz der Tagesreisen nach Bremen ging im Jahr 2020 im Vergleich zum Vor-Corona-Jahr 2019 demnach um 31,9 %, der Brutto-Umsatz der Übernachtungsgäste um 56,4 % und das Einkommensäquivalent (die Beschäftigungseffekte bzw. Personen, die vom Tourismus profitieren) um 42,5 % zurück (siehe *Abbildung 1*).

Die Übernachtungszahlen sind aufgrund der Corona-Pandemie eingebrochen und liegen insgesamt deutlich unter dem Jahr 2019 (*Abbildung 2*).

Abbildung 2: Entwicklung monatliche Übernachtungszahlen im Land Bremen



Quelle: Statistisches Landesamt Bremen 2022, Darstellung WFB/Touristik

Stand: 28.01.2022

In den Sommermonaten 2020 und 2021 gab es leichte Erholungsphasen mit wieder steigenden Übernachtungs- und Besucherzahlen in den Freizeit- und Tourismuseinrichtungen sowie einem ersten touristischen „Re-Start“ im Deutschlandtourismus. Doch nach wie vor gibt es keine Planungssicherheit. Zudem leidet der Tourismus durch in andere Branchen abgewanderte Arbeitskräfte. Die coronabedingten Herausforderungen sind in vielen Bereichen enorm.

Die wirtschaftlichen Einbußen der Tourismusbranche in Bremen, die durch die Einschränkungen aufgrund der Corona-Pandemie entstanden sind, haben die Branche stark unter Druck gesetzt. Um ihre Entwicklung in den nächsten Jahren zu stabilisieren und positiv zu beeinflussen, soll eine zusätzliche Förderung des Tourismus in Bremen erfolgen. Zur strategischen Ausrichtung dieser Maßnahmen werden thematische

Schwerpunkte gesetzt, die den „Re-Start“ und die Tourismusstrategie sinnvoll ergänzen.

In diesem Kontext fand bereits im Oktober 2020 ein mehrteiliges hybrides Landestourismusforum in Bremen statt. Dabei ging es unter Beteiligung von rund 200 Tourismus-Akteur:innen aus Bremen und Bremerhaven, Tourismusexpert:innen und Trendforschenden um die besonderen Herausforderungen in den Zeiten der Pandemie, Trends und Zukunftsthemen für die Freizeit- und Tourismuswirtschaft. Ziel des Landestourismusforums war, positive Impulse für die Zukunft des Tourismus in Bremen und Bremerhaven zu setzen sowie neue Wege für die Freizeit- und Tourismusbranche aufzuzeigen, auch im Hinblick auf die Schwerpunkte der Tourismusstrategie und eines touristischen Förderprogramms aufgrund der Corona-Pandemie.

Die Anregungen aus dem Landestourismusforum wurden aufgegriffen, im Lenkungskreis der Landestourismusstrategie diskutiert und daran anknüpfend Schwerpunkte entwickelt, die die allgemein relevanten Trends Nachhaltigkeit, Regionalität, Vernetzung, Qualität und Digitalisierung sowie die daraus abgeleiteten und aktuellen Zukunftsthemen Klimaschutz, Authentizität, Innovation und Arbeitsplatzattraktivität berücksichtigen.

Die bisherigen Profilt Themen der Tourismusstrategie, die in einem großangelegten Beteiligungsprozess in zahlreichen Workshops gemeinsam mit der Branche entwickelt und dann am 13.06.2018 in der Fachdeputation (Vorlage 19/535-L/S) beschlossen wurden, sind weiterhin

- für die Stadtgemeinde Bremen das „Kulturelle Erbe“, die „Kunst- und Kulturerlebnisse“ sowie die „Genusskultur“,
- für die Stadtgemeinde Bremerhaven das „Fischerlebnis“ und das „Hafenerlebnis“ und
- für das Land Bremen die „Wissenswelten“ sowie die „Messen, Tagungen und Kongresse“ (*Ziele, Strategien und Projekte unter www.tourismusstrategie-bremen.de*).

Abbildung 3: Tourismusstrategie Bremen und Schwerpunkte ab 2021



Für die Tourismusstrategie 2025 ist aufgrund der Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Städtetourismus eine entsprechende Anpassung an die neuen Herausforderungen notwendig.

rungen notwendig, wobei im Grundsatz weiter an der beschlossenen Tourismusstrategie und der weiteren Stärkung der Profithemen festgehalten werden soll. Für die weitere Umsetzung der Tourismusstrategie 2025 ergab der Diskurs mit der Freizeit- und Tourismuswirtschaft bei den Landestourismusforen 2020 in Bremen und auch 2021 in Bremerhaven vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie folgende Schwerpunkte:

Während der Corona-Pandemie ist die wachsende Bedeutung bestimmter Trends für die Tourismusbranche deutlich geworden:

- Nachhaltigkeit (Gleichgewicht von Ökonomie, Ökologie sowie Sozialem/Kultur),
- Regionalität (Förderung regionaler Wirtschaftskreisläufe, regionale Angebote),
- Vernetzung (Ausbau von Kooperationen und Austausch),
- Qualität (Stärkung von Service, Qualitäts- und Beschwerdemanagement),
- Digitalisierung (Unterstützung digitaler Wandel, digitale Kompetenzen und Services).

Diese fünf allgemein relevanten Trends sollen in Zukunft bei der Förderung des Tourismus und der Entwicklung zukunftsfähiger Geschäftsmodelle eine noch größere Rolle spielen. Hierdurch kann die Widerstandsfähigkeit gegenüber Krisen erhöht werden.

Die Tourismusbranche in Bremen soll für die wichtigen Zukunftsthemen

- Klimaschutz (Ressourcenschutz, Klimaanpassung, Weg zur Klimaneutralität),
- Authentizität (Betonung typischer Angebote in Bremen und Bremerhaven),
- Innovation (Stärkung der Innovationskraft und Motivation zu Innovationen) und
- Arbeitsplatzattraktivität (Stärkung Image Tourismus/Gastgewerbe, Fachkräfte)

neue Aktivitäten und Maßnahmen entwickeln. Nachhaltige, authentische und innovative Freizeit- und Tourismusangebote sollen besonders gefördert, gebündelt sowie regional und überregional vermarktet werden. Es soll ein positives Image von Tourismus und Gastgewerbe in Bremen gestärkt und gefestigt werden.

Die im Lenkungskreis der Landestourismusstrategie abgestimmten Schwerpunkte für die weitere Umsetzung der Tourismusstrategie passen auch zum Prozess der nationalen Tourismusstrategie und der aktuellen Tourismuspolitik, die vorsieht, den Tourismusstandort Deutschland nach der Corona-Krise nachhaltig, klimafreundlich, sozial gerecht und innovativ zu gestalten (*Fundstellen: [Koalitionsvertrag \(bundesregierung.de\)](#) Seite 29 „Tourismus“; [Nationale Tourismusstrategie \(bmwi.de\)](#); [Kompetenzzentrum Tourismus <https://tourismus-wegweiser.de>](#)).*

Im Herbst/Winter 2021/2022 wurde wieder eine Reduzierung von Kontakten entschieden. Aufgrund der Omikron-Variante und hiermit im Zusammenhang stehender deutlich steigender Ansteckungs- und Erkrankungszahlen wurden erneut Verschärfungen der Corona-Regelungen beschlossen. Damit verbunden sind u. a. eine erneut rückläufige Anzahl der Übernachtungsgäste, sinkende Besucherzahlen, verschobene Dienst- und Geschäftsreisen, Einschränkungen für das Gastgewerbe, die Kultur- und Freizeiteinrichtungen sowie regionale und überregionale Großveranstaltungen, abgesagte Messen, Tagungen, Kongresse und Veranstaltungen sowie stornierte Buchungen von Städtetourist:innen in Bremen.

Der Tourismus ist mit Einbrüchen bei den Besucher- und Übernachtungszahlen, finanziellen Schwierigkeiten der Unternehmen und fehlenden Fachkräften daher weiterhin von den coronabedingten Einschränkungen besonders betroffen. Gleichzeitig steht der Städtetourismus vor Veränderungen, die Auswirkungen auf das Angebot und

die Nachfrage im Städtetourismus und im Gastgewerbe in Großstädten haben. Der in den vergangenen Jahren erfolgte Kapazitätsausbau im Beherbergungsbereich kann aufgrund eines coronabedingten Nachfragerückgangs im Geschäftsreiseverkehr (weniger Dienstreisen, mehr Videokonferenzen) zu Überkapazitäten führen. Des Weiteren verstärken die Digitalisierung und die daraus resultierenden Anforderungen an die digitale Marktbearbeitung sowie das erstarkende Bewusstsein für eine nachhaltigere Ausrichtung aller Wirtschafts- und Lebensbereiche den Handlungsdruck auf die Städte, das Gastgewerbe, die Einrichtungen der Freizeit- und Tourismusbranche und die Innenstädte. Hinzu kommt, dass der Wettbewerb der Städte und touristischen Destinationen in Deutschland um Gäste groß ist. Städtetouristische Mitbewerber:innen investieren bereits in zusätzliche bundesweite Re-Start-Kampagnen, z. B. Hannover ([Restart Tourismus: Hannover wirbt bundesweit #aufregendunaufgeregt | Deutschland-Journal.de](#)).

Die in der Stadtgemeinde Bremen bislang zur Verfügung stehenden Marketingbudgets und Haushaltsmittel zur Förderung des Tourismus reichen nicht aus, um alle erforderlichen zusätzlichen Maßnahmen und Re-Start-Kampagnen vollständig zu finanzieren.

B. Lösung

Zur Unterstützung des von der Corona-Pandemie stark betroffenen Städtetourismus in Bremen werden zusätzliche Maßnahmen zur **Förderung des Tourismus mit Mitteln aus dem Bremen-Fonds (Stadt)** ab dem zweiten Quartal 2022 und im Jahr 2023 vorgeschlagen, um den Tourismus in Bremen während und vor allem nach der Corona-Pandemie bzw. beim Übergang in eine Endemie zu stärken. Es sind deutliche Anstrengungen erforderlich, um die Sichtbarkeit Bremens zu erhöhen, verstärkt privat motivierte Gäste für einen Besuch in Bremen zu interessieren, und damit zu einer Stabilisierung der städtetouristischen Nachfrage und des regionalen Angebots beizutragen.

Um diese Förderung strategisch sinnvoll einzusetzen, wird vorgeschlagen, dass die Themen der **Tourismusstrategie und die vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie entwickelten Schwerpunkte für die weitere Umsetzung der Tourismusstrategie** als Leitlinien dienen (*Abbildung 3*).

Mit Mitteln aus dem Bremen-Fonds (Stadt) sollen folgende zusätzliche Maßnahmen zur Förderung des Tourismus ermöglicht werden, um den von der Coronakrise besonders betroffenen Städtetourismus und seine direkten und indirekten „Profiteure“ in Bremen wieder zu stärken sowie Arbeitsplätze und Einkommen zu sichern.

Maßnahmen:

1. Image- und Marketingkampagnen sowie sonstige Kommunikationsmaßnahmen (Stadt)

Der Tourismus in Bremen soll überregional insbesondere durch mehrstufige **Image- und Marketingkampagnen sowie sonstige Kommunikationsmaßnahmen** gefördert

werden. Für die Maßnahmen werden **Mittel in Höhe von 800.000 Euro pro Jahr** vorgesehen, davon rund 300.000 Euro für digitale Kampagnenelemente. Die klassischen Werbeelemente enthalten verschiedene Formen der Marktkommunikation über z. B. Zeitungen und Zeitschriften, Hörfunk, TV-Spartenkanäle, Kinos sowie Plakate. Eine bundesweite Großflächenkampagne mit Plakatierungen in anderen Großstädten und einer begleitenden Content-Kampagne mit starkem Online- und Social-Media-Marketing soll zur Stärkung Bremens beitragen. Zusätzlich kann Online-Werbung über eingebundene Werbebanner, Pop-ups, Werbung auf touristischen Online-Plattformen sowie Suchmaschinen geschaltet werden. Für die Bewerbung einer nachhaltigen Anreise ist eine verstärkte Kooperation mit der Deutschen Bahn geplant. In Ergänzung zum bisherigen Standort- und Tourismusmarketing wird eine bundesweite Marketingkampagne dem Kultur-, Freizeit- und Tourismusangebot in Bremen nach coronabedingt starken Einschränkungen wieder die erforderliche Aufmerksamkeit verleihen.

Die Maßnahmen werden umgehend konzeptionell strategisch geplant und dann umgesetzt werden, um die zusätzlichen Mittel möglichst zielführend zur Stärkung des Tourismus in Bremen einzusetzen, wenn dies pandemiebedingt sinnvoll ist (Umsetzung möglichst ab dem zweitem Quartal 2022). Der Fokus liegt dabei auf städtereiseaffine „Freizeitgäste“ aus dem deutschen Binnenmarkt, auch aufgrund der pandemiebedingt noch unsicheren und deutlich langsamer wiederkehrenden Nachfrage aus internationalen Quellmärkten und Zurückhaltungen bei Geschäftsreisen. Es ist die Einbindung einer Kreativagentur geplant, die neue kreative Botschaften passend zu den Themen und Schwerpunkten der Tourismusstrategie entwirft, um sich von anderen Kampagnen abzuheben und eine positive überregionale Sichtbarkeit für Bremen zu erzeugen. Die Leitung, die Planung, die Vergaben, die Umsetzung und das Controlling des Projekts kann über die WFB Wirtschaftsförderung Bremen, Geschäftsbereich Marketing und Tourismus, realisiert werden.

2. Regionale Maßnahmen für Bremen (Stadt)

Bremen plant mit zusätzlichen Mitteln aus dem Bremen-Fonds eine Verstärkung des Regional- und Binnenmarketings. Für die regionale Förderung des Tourismus im Nordwesten ist der Einsatz eines Bremen-(Fan-)Mobils bzw. einer Roadshow in Planung, um die Bremer Wissenswelten, Kultur-, Freizeit- und Tourismusangebote z. B. an der Nordseeküste und in Niedersachsen stärker präsentieren zu können. Für die wichtige Zielgruppe der Tagesbesucher:innen aus der Region sind weiterhin regionale Medienkooperationen und verstärkte Radio-Werbung in der Region vorgesehen. Eine weitere wichtige Zielgruppe im Städtetourismus sind Geschäftsreisende, von denen insbesondere das Gastgewerbe, die Messe- und Kongressbranche profitieren. Hier gab es pandemiebedingt leider besonders starke Rückgänge, da viele geplante Tagungen und Kongresse abgesagt wurden. Daher sollen verstärkt Maßnahmen zur Belebung des (hybriden) Veranstaltungsgeschäftes initiiert werden, z. B. durch eine neue Ansprache von Professoren der Bremer Universität und der Hochschulen zu den Möglichkeiten für (hybride) Fachtagungen und Kongresse in Bremen. Weiterhin wird in Bremen ein Konzept für eine „Tourist-Information 2.0“ entwickelt, d.h. eine Erweiterung der Tourist-Information zu einem Bremer „Wellcome-Center“ passend zu den Schwerpunktthemen der Tourismusstrategie, den Trends und Zukunftsthemen (modernes, persönliches willkommen heißen, nachhaltig, digital ergänzt). Es soll eine Information der Leistungsträ-

ger:innen über bestehende Förderprogramme (Investitionen, Digitalisierung, Nachhaltigkeit etc.) sowie eine Imagestärkung für Arbeitsplätze im Tourismus und Gastgewerbe stattfinden. Zusätzlich sind digitale Maßnahmen zu den Tourismusstrategie-Themen in der Stadt Bremen geplant, z. B. verstärkt für jüngere Zielgruppen in sozialen Medien wie den Kanal TikTok. Durch den digitalen Wandel ist der professionelle Umgang mit Content verschiedenster Art, Open-Data und die zielgruppengerechte Verbreitung über relevante Kanäle unter Verwendung moderner und passender Formate von entscheidender Bedeutung. In der Stadt Bremen sind für regionale Maßnahmen zusätzliche Mittel in Höhe von **500.000 Euro pro Jahr** vorgesehen, davon 150.000 Euro pro Jahr für digitale Maßnahmen. Die Bremer Innenstadt kann von diesen zusätzlichen Maßnahmen profitieren, da viele Städtetourist:innen insbesondere die Bremer Innenstadt besuchen. Die Verstärkung des Regional- und Binnenmarketings für die Stadt Bremen kann durch die WFB Wirtschaftsförderung Bremen, Geschäftsbereich Marketing und Tourismus, erfolgen.

Die Maßnahmen zur Förderung des Tourismus mit Mitteln aus dem Bremen-Fonds (Stadt) sind in der folgenden Tabelle dargestellt.

Abbildung 4: Geplante Maßnahmen zur Förderung des Tourismus aus dem Bremen-Fonds (Stadt), Kostenkalkulation

		2022	2023
	Überregionale Maßnahmen für Bremen		
1.	<u>Image- und Marketingkampagnen sowie Kommunikationsmaßnahmen</u> : Werbekampagnen zur Stärkung des Tourismus in Bremen, Marktforschung zu Tourismus und Image, klassische Werbeelemente/Print/Anzeigen/Filme/ Großflächen-Plakatierungen in deutschen Großstädten u.a. (rund 500.000 Euro pro Jahr), Online/Social-Media/Digitales u.a. (rund 300.000 Euro pro Jahr) passend zu Themen der Tourismusstrategie	800.000 € Stadt	800.000 € Stadt
2.	Regionale Maßnahmen für Bremen		
	<u>Marketing und Tourismusförderung für die Stadt Bremen</u> : Verstärkung Regional- und Binnenmarketing, Bremen-(Fan-)Mobil/Roadshows in der Region „Nordwest“, regionale Medien-Kooperationen und regionale Radio-Werbung, Konzept „Tourist-Information 2.0“, hybrider Kongressstandort Bremen, Information der Leistungsträger:innen über bestehende Förderprogramme (Investitionen, Digitalisierung, Nachhaltigkeit etc.), Marktforschung zu Tourismus und Image, Imagestärkung Arbeitsplätze im Tourismus und Gastgewerbe	350.000 € Stadt	350.000 € Stadt
	<u>Digitalisierung für die Stadt Bremen</u> : Zusätzliche digitale Maßnahmen für die weitere Stärkung des Binnenmarketings und der Tourismusstrategie-Themen, Verstärkung Online-Werbung, Video-Clips, Social Media, Monitoring, Optimierung Websites und Datenbanken Open Data und zusätzliche digitale Maßnahmen zu Tourismusstrategie-Themen	150.000 € Stadt	150.000 € Stadt
	Förderung Tourismus mit Bremen-Fonds-Mitteln	1.300.000 €	1.300.000 €
	plus Personalbedarf SWAE für Umsetzung (Stadt)	57.000 €	83.000 €
	Summe Bremen-Fonds Mittel gesamt: 2.740.000 €	1.357.000 €	1.383.000 €

Diese Auflistung ist nicht abschließend und kann im weiteren Verlauf Anpassungen erfahren. Nach Konkretisierungen der Projekte können sich Mittelverschiebungen zwischen den Projekten und zwischen den Jahren ergeben.

C. Alternativen

Alternativen werden nicht empfohlen.

D. Finanzielle, personalwirtschaftliche und genderbezogene Auswirkungen

Die finanziellen Bedarfe für die Förderung des Tourismus stellen sich für die Jahre 2022 und 2023 wie folgt dar.

Abbildung 5: Mittelbedarfe zur Förderung des Tourismus (ohne Personalbedarfe SWAE)

	Überregional	Regional	
2022	800.000 €	500.000 €	1.300.000 €
2023	800.000 €	500.000 €	1.300.000 €
Summen	1.600.000 €	1.000.000 €	2.600.000 €

Es ist beabsichtigt, die Finanzierung aus den Globalmitteln des Bremen-Fonds für 2022/2023 vorzunehmen: Für die Stadtgemeinde Bremen Mittel in Höhe von 2,740 Mio. €.

Eine Wirtschaftlichkeitsuntersuchung ist momentan nicht leistbar, da im Städtetourismus derzeit nicht absehbar ist, wann das Vor-Corona-Niveau wieder erreicht werden kann. Zusätzliche Maßnahmen zur Förderung des Tourismus dienen der Pandemiebewältigung und Stärkung der Sichtbarkeit Bremens, doch Marketing- und Imagekampagnen lassen sich nicht im monetären Sinne auf ihre Wirtschaftlichkeit hin überprüfen. Es wird jedoch davon ausgegangen, dass die Maßnahmen insgesamt zu einer Frequenzsteigerung in der Bremer Innenstadt und der „Querschnittsbranche Tourismus“ beitragen, also zu einer Stabilisierung der Anzahl der Übernachtungen in Bremen. Hierzu wird jährlich eine Evaluation in Form eines Marktforschungsberichts veröffentlicht werden. Eine Eindämmung corona-bedingter Ausfälle ist insofern wirtschaftlicher, als ggf. Insolvenzen und mögliche Schließungen von Unternehmen sowie deren Auswirkungen auf Wirtschaft, Arbeitsmarkt und die Innenstadt zu riskieren. Mit der Förderung wird das Ziel verfolgt, einen Beitrag dazu zu leisten, die Folgen der Corona-Pandemie und der durch sie hervorgerufenen wirtschaftlichen Notlage für die Freizeit- und Tourismuswirtschaft in Bremen abzufedern und für eine Stabilisierung der eingebrochenen Übernachtungs- und Besucherzahlen, eine Aufrechterhaltung der Beschäftigtenzahlen im Gastgewerbe, im (Innenstadt) Handel, bei Kultur- und Freizeiteinrichtungen sowie der Veranstaltungsbranche, und der Innovationskraft der Tourismuswirtschaft Sorge zu tragen.

Personalwirtschaftliche Auswirkungen:

Die Umsetzung der Maßnahmen erfordert beim Wirtschaftsressort zusätzliche Personalbedarfe (befristet bis Ende 2023), da für die entsprechenden zusätzlichen Aufgaben (Projektcontrolling, Mittelbereitstellungen, zuwendungsrechtliche Abwicklung usw.) vorhandenes Personal nicht verfügbar ist.

Die Prüfung vorhandener Personalkapazitäten hat ergeben, dass eine Umsetzung mit dem vorhandenen Personal nicht möglich ist; auch eine Verschiebung von Arbeitsprioritäten wurde mit negativem Ergebnis geprüft. Insofern ergibt sich ein **zusätzlicher (bis Ende 2023 befristeter) Personalbedarf** bei der Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa, dessen Gesamtkosten (Arbeitsplatzkosten) sich auf rund 140.000 € insgesamt

für 2022 und 2023 belaufen. Geplant ist 1,0 VZÄ (EG 10, 20 Monate). Die Finanzierung der Stelle soll aus Mittel des Bremen-Fonds erfolgen und ist bis zum Ende des Jahres 2023 befristet. Die Buchung des Personals erfolgt über ein Flexibilisierungskonto. Die Kosten der einzurichtenden Stelle nach A10/TVL10 werden in der folgenden Tabelle dargestellt. Sofern nach 2023 ggf. weiterhin Personalbedarf für die Umsetzung dieser zusätzlichen Fördermittel besteht, wird dieser entsprechend im Produktplan 71 dargestellt.

Abbildung 6: Personalbedarf bei der Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa

Erwartete Personalkosten	2022 (8 Monate)	2023 (12 Monate)
1,0 VZÄ	47.000 €	73.000 €
Ausstattung, Sachkosten	10.000 €	10.000 €
Summe	57.000 €	83.000 €

Für die Gesamtmaßnahme ergeben sich damit Kosten in Höhe von 1.357.000 € in 2022 und 1.383.000 € für 2023. Insgesamt entstehen Kosten in Höhe von **2.740.000 €**.

Die Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa wird anderweitige, sich ggf. im weiteren Jahresverlauf ergebende Möglichkeiten zur Abdeckung der Mittelbedarfe innerhalb des Ressortbudgets sowie durch mögliche Bundes- und EU-Mittel im Rahmen des Controlling prüfen und darstellen. Diese sind vorrangig vor einer Kreditfinanzierung einzusetzen.

Gender-Prüfung:

Sowohl Frauen als auch Männer profitieren von der zusätzlichen Tourismusförderung.

E. Beteiligung und Abstimmung

Die Abstimmung einer früheren Version der Vorlage war mit dem Senator für Finanzen, der Senatskanzlei und dem Senator für Kultur eingeleitet.

Die Befassung der Deputation für Wirtschaft und Arbeit wird für den 09.03.2022 geplant. Der Haushalts- und Finanzausschuss soll am 18.03.2022 mit der Vorlage befasst werden.

F. Öffentlichkeitsarbeit und Veröffentlichung nach dem Informationsfreiheitsgesetz

Die Senatsvorlage ist nach Beschlussfassung zur Veröffentlichung geeignet.

G. Beschluss

1. Der Senat stimmt den Maßnahmen zur Förderung des Tourismus in Bremen zur Unterstützung der von der Corona-Pandemie stark betroffenen Tourismusbranche mit Kosten in Höhe von insgesamt 2.740.000 Euro zu.

2. Der Senat stimmt der dargestellten Finanzierung aus Mitteln des Bremen-Fonds in Höhe von 2.740.000 Euro in den Haushaltsjahren 2022 und 2023 zu, d.h. für die Stadtgemeinde Bremen Mittel in Höhe von 2,74 Mio. Euro.
3. Der Senat stimmt dem für 2022 und 2023 befristeten zusätzlichen Einsatz von 1,0 VZE zur Umsetzung der geplanten Maßnahmen zu; eine ggf. erforderliche Anschlussfinanzierung über die Dauer der Befristung hinaus wäre nur innerhalb des ressorteigenen Personalbudgets möglich.
4. Der Senat bittet die Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa, anderweitige Finanzierungsmöglichkeiten im Rahmen des unterjährigen Controllings 2022 zu prüfen; diese wären vorrangig vor einer Kreditfinanzierung über den Bremen-Fonds zu nutzen.
5. Der Senat bittet die Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa, die Befassung der städtischen Deputation für Wirtschaft und Arbeit sowie über den Senator für Finanzen die Befassung des Haushalts- und Finanzausschusses einzuleiten.

Anlagen:

- Antragsformular Bremen-Fonds
- Formular Übersicht Wirtschaftlichkeitsuntersuchung

Antragsformular Bremen-Fonds

Senatssitzung:	Vorlagennummer:	Maßnahmenbezeichnung/Titel der Senatsvorlage:
01.03.2022	Tischvorlage	Förderung des Tourismus mit Mitteln aus dem Bremen Fonds: Unterstützung des Städtetourismus in Bremen während und nach der Corona-Pandemie

Maßnahmenkurzbeschreibung:

Der Tourismus ist eine klassische Querschnittsbranche, die durch die Corona-Pandemie großen Herausforderungen begegnet. Mit dieser Förderung wird der Städtetourismus in Bremen während und nach der Corona-Pandemie gestärkt. Ein wichtiger Baustein hierfür ist zusätzliches Marketing für einen resilienten und nachhaltigen Tourismus für Bremen mit einer überregionalen Image-Kampagne. Zusätzliche Mittel aus dem Bremen-Fonds sollen die Tourismusförderung, das Marketing und die Digitalisierung des Tourismus unterstützen.

Maßnahmenzeitraum und –kategorie (Zuordnung Schwerpunktbereiche):

Beginn: Sofort nach Gremienbeschluss	voraussichtliches Ende: 31.12.2023
---	---------------------------------------

Zuordnung zu (Auswahl):

1. Kurzfristige aktuelle Maßnahmen zur unmittelbaren Krisenbekämpfung
2. Kurz- und mittelfristige Maßnahmen zur Verhinderung struktureller Einbrüche in Wirtschaft und Gesellschaft
3. Kurz- und mittelfristige Maßnahmen zur Verhinderung sozialer Verwerfungen
4. **Mittel- und langfristige Maßnahmen zur Unterstützung des gesellschaftlichen Neustarts nach der Krise**

Zuordnung zu den potentiellen Bremen-Fonds-Themen des Senats

(Eckwertevorlage):

- Auswahl der zutreffenden Zeile aus der [Anlage 3 der Eckwertevorlage](#)

Zur Finanzierung der vorgesehenen Maßnahmen sollen Mitteln i.H.v. 2,74 Mio. € aus dem Bereich Innenstadtentwicklung (städtischer Haushalt) in Anspruch genommen werden.

Zielgruppe/-bereich:

Zielgruppe: Touristische Dienstleister, Gastgewerbe, Bewohner:innen und Besucher:innen in Bremen, insbesondere Übernachtungsgäste	Bereich, Auswahl: - Wirtschaft und Arbeitsmarkt
--	---

Maßnahmenziel:			
<p>Mit der Förderung des Tourismus sollen nachhaltige, kundenorientierte, digitale und zeitgemäße Maßnahmen für das Wiederanlaufen der Freizeit- und Tourismuswirtschaft in Bremen gefördert werden, um Bremen während und nach der Corona-Pandemie zu stärken. Um dem touristischen Angebot nach den pandemiebedingten Schließungen die erforderliche überregionale Aufmerksamkeit zu verleihen, ist eine Image- und Tourismuskampagne geplant. Dafür werden zusätzliche Marketingmittel benötigt, die über die regulären Aktivitäten der städtischen Marketing- und Tourismusgesellschaft in Bremen hinausgehen.</p> <p>Dabei wird das Ziel verfolgt, einen Beitrag dazu zu leisten, die Folgen der Corona-Pandemie und der durch sie hervorgerufenen wirtschaftlichen Notlage für die Freizeit- und Tourismuswirtschaft in Bremen abzufedern und für eine Stabilisierung der eingebrochenen Übernachtungs- und Besucherzahlen, eine Aufrechterhaltung der Beschäftigtenzahlen im Gastgewerbe und der Innovationskraft der Tourismuswirtschaft Sorge zu tragen.</p>			
Kennzahlen zur Messung der Zielerreichung [Ergänzungsfeld]	Einheit	2022	2023
Übernachtungszahlen im Land Bremen	Nächte	1.700.000	2.000.000

Begründungen und Ausführungen zu

1. dem eindeutigen, nachweisbaren Bezug der Maßnahme zur Corona-Pandemie:
<p>Der Tourismus ist entlang der gesamten Wertschöpfungskette wie fast keine andere Branche von der Corona-Pandemie betroffen. IW-Consult sagte dazu aus:</p> <ul style="list-style-type: none"> - „Die Umsatzrückgänge und die daraus unmittelbar resultierenden Gewinnbrüche sind in den einzelnen Branchen sehr unterschiedlich. Sehr hoch sind sie im Tourismusbereich, in der Getränkeherstellung, im Hotel- und Gaststätten-gewerbe sowie im Kreativ-, Veranstaltungs- und Freizeitbereich.“ (IW, Seite 8). - Das Gastgewerbe war auch in Bremen erheblich vom Lockdown betroffen. Noch im Februar 2020 lag der Umsatz 4,6 Prozent über den Vorjahreswert. Treiber war die Gastronomie (6,4 Prozent), während die Beherbergung auf dem Vorjahresniveau lag. Mit dem Lockdown brach der Umsatz erheblich ein und erreichte im April 2020 seinen Tiefpunkt (Gastgewerbe: -71,4 Prozent gegenüber dem Vorjahr, Gastronomie: -65,8 Prozent, Beherbergung: -86,8 Prozent). Im Mai fiel der Umsatzrückgang gegenüber dem Vorjahr vor allem in der Gastronomie aufgrund der Lockerungen wieder etwas geringer aus (Gastgewerbe: -66,6 Prozent gegenüber dem Vorjahr, Gastronomie: -59,6 Prozent, Beherbergung: -82,6 Prozent). (Seite 45)

Vor Corona befand sich Bremen auf dem im Rahmen der Landestourismusstrategie 2025 vorgesehenen Entwicklungspfad und verzeichnete 2019 insgesamt 2.815.631 Übernachtungen (+8,7 % im Vergleich zum Vorjahr). Die Coronakrise führte 2020 zu einem Einbruch in der Freizeit- und Tourismuswirtschaft, bei den Wissenswelten und im Gastgewerbe. 1.488.065 Übernachtungen wurden 2020 vom Statistischen Landesamt Bremen ermittelt, d. h., im Bundesland Bremen mussten die Beherbergungsbetriebe ein Minus von 47 % bei den Übernachtungen verkraften.

Der Erholungsprozess des Städtetourismus hängt stark von der weiteren Eindämmung der Corona-Pandemie (Impfungen, Tests, Mutationen u. a.), den weiteren coronabedingten Maßnahmen und Beschränkungen für touristische Reisen in Deutschland, den weltweiten Reisebeschränkungen und den damit in engem Zusammenhang stehenden Möglichkeiten für einen Neustart im Städtetourismus ab.

2. der Erforderlichkeit der Maßnahme im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie:

In der Tourismuswirtschaft sind Unternehmen und Arbeitsplätze in ihrem Bestand gefährdet. Über direkte Unterstützungsmaßnahmen, Überbrückungshilfen, Förderprogramme und Wirtschaftshilfen für ihre Existenzsicherung hinaus ist eine zusätzliche Tourismusförderung erforderlich. Diese wird das Wiederanlaufen des Tourismus mit nachhaltigen, zeitgemäßen und kundenorientierten Maßnahmen unterstützen und so zur Sicherung und ggf. Neuschaffung von Arbeitsplätzen beitragen.

Prognose: Der Städtetourismus wird Jahre benötigen, um sich von der Corona-Pandemie wieder zu erholen. Der Geschäftsreiseverkehr mit Tagungen und Kongressen etc. steht aufgrund der schwierigen wirtschaftlichen Situation vieler Unternehmen vor großen Veränderungen, die das Nachfragevolumen im Städtetourismus und im Gastgewerbe in Großstädten möglicherweise auf Jahre hinaus deutlich schmälern werden. Ähnliches gilt für den internationalen Tourismus durch die weltweite Betroffenheit durch die Coronakrise. Für die Auslandsmärkte verringert sich die Erreichbarkeit Bremens aufgrund verminderter Fluglinien und -kapazitäten. Der in den vergangenen Jahren erfolgte Kapazitätsausbau im Beherbergungsbereich kann aufgrund eines Nachfragerückgangs insbesondere im Geschäftsreiseverkehr zu Überkapazitäten führen. Die Attraktivität der Innenstädte droht angesichts des möglichen Einzelhandels- und Gastronomiesterbens deutlich zu leiden. Des Weiteren verstärken die Digitalisierung und die daraus resultierenden Anforderungen an die digitale Marktbearbeitung sowie das erstarkende Bewusstsein für eine nachhaltigere Ausrichtung aller Wirtschafts- und Lebensbereiche den Handlungsdruck auf die Städte, das Gastgewerbe und die Einrichtungen der Freizeit- und Tourismusbranche.

Dies hat zur Folge, dass der Städtetourismus in Bremen viele Anstrengungen und einige Jahre brauchen wird, um insgesamt wieder das Niveau von 2019 zu erreichen.

Strategisches Update: Die Tourismusstrategie 2025 hat aufgrund der Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Städtetourismus im Jahr 2021 eine entsprechende Anpassung an die neuen Herausforderungen erhalten. Diese Notwendigkeit ergab sich auch aus den Ergebnissen des digitalen

Landestourismusforums im Oktober 2020 mit einer breiten Beteiligung der touristischen Akteure in Bremen und Bremerhaven.

Die Maßnahmen entsprechen den Feststellungen von IW-Consult, wonach die „Re-Attraktivierung touristischer Einrichtungen und Ziele“ zu „den mittel- und langfristigen Handlungsfeldern des Transformationsprozesses generell und nach weiterer Prüfung für den Bremen-Fonds“ gehören könnte (Seite 62).

2.1. Dazu als Orientierung/ Information: Bestehen ähnliche/vergleichbare Maßnahmen in anderen Bundesländer?

In anderen Bundesländern wird der Tourismus ebenfalls zusätzlich gefördert. Vergleichbare städtetouristische Mitbewerber:innen investieren auch in zusätzliche Tourismusförderung, Werbemaßnahmen und Öffentlichkeitsarbeit, z. B. die Stadt Hannover ([Restart Tourismus: Hannover wirbt bundesweit mit „Hannover – aufregend unaufgeregt“ - MaschseeWelle](#)). Das Bundesland Bayern hat das Förderprogramm „Tourismus in Bayern – fit für die Zukunft“ ins Leben gerufen, um die Bereiche Nachhaltigkeit, Zukunftsfähigkeit, Besucherstromlenkung und Digitalisierung zu fördern.

Förderangebote des Bundes, der Bundesländer und der Europäischen Union sind in einer Datenbank unter <https://www.foerderwegweiser-tourismus.de> abrufbar. Der Bund plant ein Modernisierungsprogramm „Zukunft Tourismus“, um unbürokratisch Neu- und Wiedergründungen zu unterstützen. Zu den Zukunftsthemen der Branche, Klimaneutralität, Digitalisierung, Fachkräfte, soll eine "Nationale Plattform Zukunft des Tourismus" etabliert werden. Die Gewinnung ausländischer Fachkräfte für die deutsche Tourismusbranche soll durch den Abbau bürokratischer Hürden erleichtert werden.

3. dem Schadensbewältigungscharakter der Maßnahme

Wenn touristische Reisen wieder möglich sind dienen die Maßnahmen unmittelbar zur Unterstützung der Bewältigung der Schäden der Corona-Pandemie. Sie tragen durch die Attraktivierung Bremens als Reiseziel dazu bei, Arbeitsplätze zu sichern oder die Neuschaffung von Arbeitsplätzen nach der Krise zu flankieren und damit insgesamt dem beschleunigten Niedergang entgegenzuwirken. Die Maßnahmen sollen v.a. in den Jahren 2022 und 2023 umgesetzt werden, um strukturelle Wirksamkeit nach dem Wiederanlaufen des Tourismus während und nach der Corona-Krise zu entfalten und dann langfristig positiv auf die touristische Entwicklung Bremens zu wirken.

4. anderweitige Finanzierungsmöglichkeiten:

Die Maßnahmen sind weder für den Haushalt noch für das EFRE-Programm angemeldet. Eine Möglichkeit zur Finanzierung innerhalb der Ressortbudgets wird zum jetzigen Zeitpunkt nicht gesehen, da für eine kurzfristige Umsetzbarkeit aktuell keine Förderprogramme zur Verfügung stehen. Es wird allerdings laufend geprüft, ob Förderprogramme des Bundes oder der EU die hier beschriebene Problemlage erfassen.

5. Darstellung der Klimaverträglichkeit

Durch zusätzliche virtuelle, nachhaltige und regionale Angebote werden ggf. einige Reisen vermindert bzw. zu einer Klimaschonung beigetragen. Generell ist aber das Ziel, so viele Gäste wie möglich nach Bremen zu bringen und entsprechende Einnahmen vor Ort zu generieren. In diesem Sinne muss auch das touristische Handeln vor Ort auf seine Klimaverträglichkeit geprüft und wo möglich klimaschädigende Effekte reduziert werden.

6. Darstellung der Betroffenheit der Geschlechter

Sowohl Frauen als auch Männer profitieren von der zusätzlichen Tourismusförderung.

7. Darstellung der Berücksichtigung von Menschen mit Migrationshintergrund [Ergänzungsfeld]

Menschen mit Migrationshintergrund profitieren von der zusätzlichen Tourismusförderung. Es ist davon auszugehen, dass viele Menschen mit Migrationshintergrund im Tourismus und Gastgewerbe arbeiten. Genaue Zahlen liegen derzeit aber nicht vor.

8. Interventionsintensität

Die Maßnahmen können unmittelbar umgesetzt werden.

9. Darstellung von Folgekosten

Die Finanzierung der Maßnahmen aus Mittel des Bremen-Fonds (Stadt) ist bis Ende des Jahres 2023 befristet.
Sofern nach 2023 noch weitere Kosten für die Umsetzung dieser zusätzlichen Maßnahmen bestehen, werden diese entsprechend im Produktplan 71 (Wirtschaft) dargestellt.

Ressourceneinsatz:					
Betroffener Haushalt: (Beträge in T €)					
<input type="checkbox"/> LAND			<input checked="" type="checkbox"/> STADT		
Aggregat	Betrag 2022	Betrag 2023	Aggregat	Betrag 2022	Betrag 2023
Mindereinnahmen			Mindereinnahmen		
Personalausgaben (Kernverwaltung)			Personalausgaben (Kernverwaltung)	47	73
VZÄ (plus Angabe Dauer in Monaten. Kernverwaltung)			VZÄ (plus Angabe Dauer in Monaten, Kernverwaltung)	1 (8 Monate)	1 (12 Monate)
Konsumtiv			Konsumtiv	1.310	1.310
Nachrichtlich: Personalausgaben und VZE (inkl. Dauer) außerhalb der Kernverwaltung			Nachrichtlich: Personalausgaben und VZE (inkl. Dauer) außerhalb der Kernverwaltung		
Investiv			Investiv		
Verrechnung/Erst. an Bremen					
Verrechnung/Erst. an Bremerhaven					

Geplante Struktur:
Verantwortliche Dienststelle: SWAE
Im Rahmen der Regeltätigkeit Referat 11 SWAE
Ansprechperson: [REDACTED] Referat 11 SWAE

Beigefügte Unterlagen:

WU-Übersicht

ja

nein

ja

nein

ja

nein

Anlage: Wirtschaftlichkeitsuntersuchungs-Übersicht (WU-Übersicht)

Anlage zur Vorlage: Förderung des Tourismus mit Mitteln aus dem Bremen-Fonds (Stadt):

Unterstützung des Städtetourismus in Bremen während und nach der Corona-Pandemie

Datum: 28.02.2022

Benennung der(s) Maßnahme/-bündels

Zusätzliche Maßnahmen zur Tourismusförderung und zur Frequenzsteigerung im Gastgewerbe (Beherbergung, Gastronomie, Catering), im Einzelhandel und in verschiedenen Dienstleistungsbereichen (Kultur, Freizeitangebote, Messen, Veranstaltungswirtschaft, Wissenswelten):

1. Überregionale Image- und Marketingkampagnen sowie sonstige Kommunikationsmaßnahmen (Stadt)
2. Regionale Maßnahmen für die Stadtgemeinde Bremen (Stadt)

Wirtschaftlichkeitsuntersuchung für Projekte mit einzelwirtschaftlichen
 gesamtwirtschaftlichen Auswirkungen

Methode der Berechnung (siehe Anlage)

- Rentabilitäts/Kostenvergleichsrechnung Barwertberechnung Kosten-Nutzen-Analyse
 Bewertung mit standardisiertem gesamtwirtschaftlichen Berechnungstool

Ggf. ergänzende Bewertungen (siehe Anlage)

- Nutzwertanalyse ÖPP/PPP Eignungstest Sensitivitätsanalyse Sonstige (Erläuterung)

Anfangsjahr der Berechnung :

Betrachtungszeitraum (Jahre):

Unterstellter Kalkulationszinssatz:

Geprüfte Alternativen (siehe auch beigefügte Berechnung)

Nr.	Benennung der Alternativen	Rang
1	Umsetzung von zusätzlichen Maßnahmen zur Tourismusförderung und zur Frequenzsteigerung in Bremen	1
2	Verzicht auf die Umsetzung der Maßnahmen	2

Ergebnis

Die o.g. Maßnahmen sollen umgesetzt werden (Alternative 1)

Weitergehende Erläuterungen

Mit der Förderung des Tourismus sollen Maßnahmen für das Wiederanlaufen der Freizeit- und Tourismuswirtschaft in Bremen gefördert werden, um Bremen während und nach der Corona-Pandemie zu stärken. Hierfür werden zusätzliche Maßnahmen umgesetzt, die über die regulären Aktivitäten der städtischen Marketing- und Tourismusgesellschaften in Bremen hinausgehen.

Dabei wird das Ziel verfolgt, die Folgen der Corona-Pandemie und der durch sie hervorgerufenen wirtschaftlichen Notlage für die Freizeit- und Tourismuswirtschaft in Bremen abzufedern und für eine Stabilisierung der eingebrochenen Übernachtungs- und Besucherzahlen, eine Aufrechterhaltung der Beschäftigtenzahlen im Gastgewerbe und der Innovationskraft der Tourismuswirtschaft Sorge zu tragen.

Zeitpunkte der Erfolgskontrolle:

1. 31.03.2023	2. 31.03.2024	n.
---------------	---------------	----

Kriterien für die Erfolgsmessung (Zielkennzahlen)

Nr.	Bezeichnung	Maßeinheit	Zielkennzahl
1	Jährliche Evaluation der Maßnahmen	Evaluation	2
2	Veröffentlichung der Evaluation in Form eines Marktforschungsberichts	Veröffentlichung	2
n			

Baumaßnahmen mit Zuwendungen gem. VV 7 zu § 44 LHO: die Schwellenwerte werden nicht überschritten /

die Schwellenwerte werden überschritten, die frühzeitige Beteiligung der zuständigen technischen Gremien

Verwaltung gem. RL Bau 4.2 ist am _____ erfolgt.

Wirtschaftlichkeitsuntersuchung nicht durchgeführt, weil:

Ausführliche Begründung

Eine Wirtschaftlichkeitsuntersuchung ist momentan nicht leistbar, da im Städtetourismus derzeit nicht absehbar ist, wann das Vor-Corona-Niveau wieder erreicht werden kann. Zusätzliche Maßnahmen zur Förderung des Tourismus dienen der Pandemiebewältigung und Stärkung der Sichtbarkeit Bremens, doch Marketing- und Imagekampagnen lassen sich nicht im monetären Sinne auf ihre Wirtschaftlichkeit hin überprüfen. Es wird jedoch

davon ausgegangen, dass die Maßnahmen insgesamt zu einer Frequenzsteigerung in der Bremer Innenstadt und der „Querschnittsbranche Tourismus“ beitragen, also zu einer Stabilisierung der Anzahl der Übernachtungen in Bremen. Hierzu wird jährlich eine Evaluation in Form eines Marktforschungsberichts veröffentlicht werden. Eine Eindämmung corona-bedingter Ausfälle ist insofern wirtschaftlicher, als ggf. Insolvenzen und mögliche Schließungen von Unternehmen sowie deren Auswirkungen auf Wirtschaft, Arbeitsmarkt und die Innenstadt zu riskieren. Mit der Förderung wird das Ziel verfolgt, einen Beitrag dazu zu leisten, die Folgen der Corona-Pandemie und der durch sie hervorgerufenen wirtschaftlichen Notlage für die Freizeit- und Tourismuswirtschaft in Bremen abzufedern und für eine Stabilisierung der eingebrochenen Übernachtungs- und Besucherzahlen, eine Aufrechterhaltung der Beschäftigtenzahlen im Gastgewerbe und der Innovationskraft der Tourismuswirtschaft Sorge zu tragen.