

**Vorlage Nr. 18/-662L/S**  
**für die Sitzung der Deputation für Wirtschaft, Arbeit und Häfen**  
**am 3.12.2014**

**Förderung des Fahrradtourismus – EFRE-Programm 2007-2013**  
**Hier: Bericht zum Stand der Umsetzung und Fortführung des Projektes**

**A. Problem**

Die Bremische Bürgerschaft hat in seiner Sitzung am 28.8.2012 mit der Vorlage „Wirtschaftliches Potenzial des Fahrradtourismus für das Land Bremen erschließen“, kurz-, mittel- und langfristige Maßnahmen zur Förderung des Fahrradtourismus im Land Bremen beschlossen. Sie hat weiter beschlossen, dass der Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen und der Senator für Umwelt, Bau und Verkehr zur Realisierung aller genannten Maßnahmen einen konkreten Kosten-, Finanzierungs- und Zeitplan erarbeiten und für die Umsetzung Mittel im Rahmen ihrer verfügbaren Haushaltsbudgets einsetzen. Die Deputation für Wirtschaft, Arbeit und Häfen hat in ihrer Sitzung am 26.6.2013 einen Maßnahmen- und Kostenplan zur Umsetzung beschlossen und für die Jahre 2013 und 2014 insgesamt 300 T € aus dem EFRE-Programm 2007-2013 zur Verfügung gestellt.

	<b>Maßnahmen/Kosten</b>	<b>Planung</b> gemäß Vorlage Juni 2013	<b>Ist</b> November 2014
1.	Touristische Bestandserhebung- und Analyse	10.000	-
2.	Multimediales Informationspaket zum Fahrrad-tourismus im Land Bremen entwickeln und umsetzen (Karten, Broschüren, Internetauftritt, landes- und bundesweiter Routenplaner „Vera“)	60.000	60.000
3.	Infotafeln an den Hauptzufahr-	60.000	60.000 (Umsetzung zum

	ten/Knotenpunkte, Planung und Umsetzung		Teil erst Anfang 2015 möglich)
4.	Drei neue, innerstädtische, maritime Routen entwickeln, umsetzen und vermarkten (Bremen, Bremerhaven und Bremen Nord)	80.000	80.000
5.	Gepäckaufbewahrungs- und Mobilitätsstationen	40.000	-
6.	Projektsteuerung	50.000	50.000
7.	<i>Routenplaner und App (neue Maßnahme)</i>	-	40.000
8.	<i>„Brennerei next Generation“ (neue Maßnahme)</i>	-	10.000
	Gesamt	300.000	300.000

In der Sitzung der Deputation für Wirtschaft, Arbeit und Häfen am 17.9.2014 wurde bis Ende diesen Jahres, ein kurzer Bericht zur bisherigen Umsetzung der Maßnahmen erbeten sowie zur Fortsetzung des Projektes.

## B. Lösung

Ziel des Projekts „Förderung des Fahrradtourismus“ ist es, die radverkehrlichen Qualitäten Bremens und Bremerhavens sichtbar zu machen und in die Kommunikation der bremischen Stadtmarketing- und Tourismusorganisationen zu implementieren. Das Projekt soll insbesondere den Radtourismus stärken. Im Rahmen des Projekts wurden bisher folgende Arbeitspakete bearbeitet:

- „Multimediales Informationspaket zum Fahrradtourismus im Lande Bremen entwickeln und umsetzen“,
- „Infotafeln an den Hauptzufahrten/Knotenpunkten, Planung und Umsetzung“
- „Drei neue innerstädtische, maritime Routen entwickeln, umsetzen und vermarkten (Bremen, Bremerhaven und Bremen Nord)“

Für die Kommunikation der radverkehrlichen Qualitäten hat das Projekt die Marke „Bremen und Bremerhaven Bike it!“ entwickelt und in die bremische Markenarchitektur integriert. Die Arbeitspakete „Touristische Bestandserhebung und Analyse“ sowie „Gepäckaufbewahrungs- und Mobilitätsstationen“, die ebenfalls Teil des Projektauftrages sind, wurden in Abstimmung mit der Projektsteuerungsgruppe und dem Zuwendungsgeber, auf die Lizenzierung

einer landesweiten BikeCityGuide-Navigations-App und für die Suche nach neuen Kommunikationsmodellen durch das Stipendiatenprojekt „BRENNEREI next generation lab 2014“ umgewidmet.

Die Projektsteuerung bei der WFB/ GB Standortmarketing hat die beteiligten Ressorts und andere Akteure des Radtourismus in Bremen und Bremerhaven intensiv beteiligt und die Konzeptionierung sowie Umsetzung der Maßnahmen koordiniert, organisiert und realisiert. Die WFB verantwortet die Verwendung der Mittel aus dem EFRE-Fond gegenüber dem Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen. Personell betreuen eine halbe Stelle der WFB und eine auf die Projektlaufzeit befristete Teilzeitstelle ( 30 Wochenstunden) das Projekt.

Die Arbeit der Projektsteuerung bei der WFB wird von einer Arbeitsgruppe begleitet, der Mitarbeiter des Senators für Wirtschaft, Arbeit und Häfen, des Senators für Umwelt, Bau und Verkehr, des Magistrats Bremerhavens, der BTZ, der Erlebnis Bremerhaven GmbH und des ADFC angehören. Zeitweise ist auch das City Marketing Vegesack in der Arbeitsgruppe vertreten.

### **Neue radtouristische Angebote**

Es ist auf der Grundlage von neuen Angeboten gelungen, das radtouristische Marketing neu in den Kommunikationsstrategien der WFB, der BTZ und der Erlebnis Bremerhaven GmbH zu positionieren. Die von dem Projekt entwickelten touristischen Rad-Runden in Bremen, Bremen-Nord und Bremerhaven werden als unentgeltliche Print-Karten-Flyer ( siehe Anlagen) und als digital verfügbare Radrouten angeboten und erfreuen sich bei Gästen und Bürgern sehr großer Beliebtheit. Sie eignen sich hervorragend für die Bewerbung der beiden Städte. Insbesondere innenstadtferne, touristisch interessante Orte, Einrichtungen und Leistungsträger erhalten durch die Rad-Runden eine bessere Anbindung an die touristische Nachfrage. Zielgruppe der Angebote sind nicht primär Radreisende, die Bremen im Verlauf von mehrtägigen Radreisen erreichen. Die Karten wenden sich vielmehr an Tages- und Übernachtungsgäste. Aus diesem Grund ist die Streckenauswahl aller Rad-Runden-Angebote so konzipiert, dass die Strecken genussvoll zu fahren und touristisch interessant und anregend sind. Zudem sind die Karten Angebotsgrundlage für das radtouristische Marketing von WFB, BTZ und Erlebnis Bremerhaven GmbH sowie von touristischen Leistungsträgern

(Übernachtungsbetriebe, Gastronomie, Radverleih, Fahrradläden).

Konzipiert und realisiert wurden insgesamt sechs Runden. Vier sind in gedruckten Karten-Flyern dargestellt und beschrieben, zwei existieren als digital verfügbare Routen. Die gedruckten Karten-Flyer mussten aufgrund der hohen Nachfrage zweimal nachgedruckt werden und haben zurzeit eine Gesamtauflage von 40.000 Exemplaren. Davon sind ca. zweidrittel verteilt. Die mediale Resonanz auf die neuen Runden ist exzellent und Anlass für die Berichterstattung über Bremens radtouristische Potenziale.

### **BikeCityGuideApp**

In Kooperation mit dem Senator für Umwelt, Bau und Verkehr hat die WFB die Lizenz für eine Rad-spezifische BikeCityGuide-Navigations-App für die Dauer von zwei Jahre erworben. Die App kann auf der Grundlage der Lizenz von Nutzern kostenfrei auf das Smartphone geladen werden. Das Erscheinungsbild der App ist dem Design von Bremen und Bremerhaven bike it! angepasst. Die Reichweite der offline arbeitenden Navigations-App umfasst Bremen, Bremen-Nord, Bremerhaven sowie die niedersächsische Landkreise in der Umgebung der Städte. Die App ist mehrsprachig, kennt alle relevanten POI's und die Bike it! Rad-Runden. Die routingfähige Fahrradnavigation ist auch auf dem Stadtportal [www.bremen.de/bike-it](http://www.bremen.de/bike-it) und [www.bremerhaven.de/bike-it](http://www.bremerhaven.de/bike-it) im WEB zu nutzen und auf verschiedenen Websites unterschiedlicher Institutionen und Leistungsträger (z.B. Museen) eingebunden.

Bis heute wurde die App knapp 15.000 Mal heruntergeladen. Zum Vergleich: München: 2.000, Hamburg: 1.780, Berlin: 5.725 (In den Vergleichsstädten kostet die App für den Nutzer 4,49 €). Bremen ist bisher die einzige Stadt in Deutschland, die den freien Download lizenziert. Die Absicht, eine smarte und einfache Navigation auf Bremens Radwegen und Routen anzubieten und dieses kostenfreie Angebot als Marketinginstrument zu nutzen, ist erfolgreich. Durch die Einbindung von Kultur- und anderen Einrichtungen mit touristischen Zielqualitäten belebt die App nicht nur das touristische Marketing, sondern bringt auch einzelne potentielle Besuchsorte neu ins Spiel. Das gilt vor allem auch für Ziele und Einrichtungen in Bremen-Nord und außerhalb der touristisch etablierten Innenstädte. Die Vermarktung der BremenBikeCityGuide-App erfolgt durch PR-Maßnahmen, mittels einer Postkartenaktion, über Plakate und durch

den Verkauf einer spezifischen Lenker-Halterung für Smartphones („FINN“). Kooperationen mit Hochschulen (Erstsemester) und Wohnungsbau-gesellschaften sind in Vorbereitung.

### **Infrastrukturelle Verbesserungen**

Das Projekt hat im Rahmen des Projektbudgets finanzierbare infrastrukturelle Verbesserungen in Form von Infotafeln für ortsunkundige Radfahrer geplant und setzt sie exemplarisch um (noch in Arbeit). Dazu erhielt ein Planungsbüro den Auftrag, Orte in Bremen, Bremen-Nord und Bremerhaven zu identifizieren, an denen Radfahrer Basisinformationen zur Orientierung benötigen. Entwickelt wird ein modulares System, das exemplarisch an den Hauptbahnhöfen in Bremen und Vegesack aufgestellt wird. Identifiziert werden darüber hinaus landesweit Zugangsorte und Knotenpunkte, an denen Informationsanlagen aufgestellt werden sollten, um Gästen eine Grundorientierung zu bieten und den Einstieg in die touristischen Rad-Runden zu erleichtern. In Bremerhaven werden die Informationen in das vorhandene touristische Leitsystem integriert. Infrastrukturelle Verbesserungen haben den Effekt, dass Rad fahrende Gäste und Alltagfahrer den Eindruck bekommen, dass sie in der Stadt willkommen sind und die Stadt sich kümmert. Dieser Umstand ist wiederum eine wichtige Botschaft, die medial Aufmerksamkeit herstellt.

### **An morgen denken – neue Netzwerke**

Innovative Kommunikations-Maßnahmen ließ die Projektsteuerung in Kooperation mit einem interdisziplinären Stipendiatenprojekt der „Brennerei-next generation lab“ entwickeln. Die Aufgabe für die Stipendiaten: neue Ideen für die Kommunikation der radverkehrlichen Qualitäten nach innen und außen entwickeln und neue Netzwerkpartner gewinnen, die aus eigenem Interesse Aspekte der radtouristischen Vermarktung übernehmen. Die Maßnahmen sollen dazu beitragen, das Image der Städte Bremen und Bremerhaven als Fahrradstädte und die touristische Attraktivität zu befördern. Die Projektideen und Vorschläge der Gruppe von 8 interdisziplinären, internationalen Stipendiatinnen und Stipendiaten liegen in der Sitzung zur Einsicht aus.

Aufgeteilt sind die Projektideen in die Maßnahmenbereiche „Bremen=Fahrradstadt“, „Dialog, Kommunikation“ und „Bremen kümmert sich“. Die dort vorgeschlagenen Einzelmaßnahmen müssen priorisiert werden und können möglichen Partnern oder externen Trägern der Projektrealisierung angeboten werden. Ausgewählte Projektideen sollen in 2015 umgesetzt werden.

### **Weitere Kommunikationsmassnahmen**

Systematisch angelegte Kommunikationsmaßnahmen begleiten die Entwicklung und Umsetzung der konkreten Angebote des Projekts. Grundlegend ist die Einbindung der Kommunikation der radverkehrlichen Qualitäten des Landes in die Dachmarkenstrategie von Stadtmarketing- und Tourismusorganisationen. Dazu hat die Projektsteuerung die Dachmarke / das Logo „Bremen bike it!“ und „Bremerhaven bike it!“ entwickelt und in die Markenarchitektur des Landes und der beiden Städte integriert. „Bremen und Bremerhaven bike it!“ haben als eingängige Bezeichnungen auch den Projekttitle „Förderung des Radtourismus“ ersetzt. Mit „Bike it!“ konnte das Projekt einerseits die kommunikative Reichweite der etablierten Marketingorganisationen nutzen. Andererseits wird das Radfahren zu einem Thema, das als eine neue Facette der Attraktivität Bremens und Bremerhavens die Bindungs- und Anziehungskraft der Städte stärken kann. Die BTZ, die Erlebnis Bremerhaven GmbH, das City Marketing Vegesack und die WFB haben die „Bike it!“ Produkte in ihre werblichen und vertrieblichen Maßnahmen aufgenommen. Unterstützend wurden die neuen Produkte in gut vorbereiteten Pressekonferenzen präsentiert. Sie fanden jeweils ein sehr gutes Medienecho. Auf Bremen.de und Bremerhaven.de wurden Subportale unter dem Titel „Bike it!“ eingerichtet und kontinuierlich redaktionell ausgestattet.

Die neuen Produkte und die Botschaften aus den Fahrradstädten Bremen und Bremerhaven konnten zudem auf verschiedenen B2B- und Endverbraucher messen präsentiert werden. Das Projekt gewann reichweitenstarke Partner, die das „Bike it!“ -Logo als Bremen Label ihrer Veranstaltungen nutzen (Breminale, Six Days, Bremen Challenge, Brompton National Championship, Radvermietungen, autofreier StadTraum, Mood-Tour,

etc.).

„Bike it!“ hat daneben mit eigenen Veranstaltungen den Weg in die Öffentlichkeit gefunden, um auf die radverkehrlichen Qualitäten der Städte aufmerksam zu machen und um die entwickelten Produkte zu vermarkten (Gold Sprint Rennen während der Breminale, das 1. Bremer Lastenradrennen zum Autofreien StadTraum, Beteiligung an der Mood-Tour, Beteiligung an der Rad & Outdoor-Messe etc.).

### **Fotowettbewerb**

Ein zentraler Ansatzpunkt der zukünftigen radtouristischen Positionierung der Städte, ist es, öffentlichkeitswirksame Bilder des urbanen Radfahrens zu vermitteln und zu etablieren. Um Zugang zu frischen und aussagekräftigen Bildern zu bekommen, hat die Projektsteuerung einen öffentlichen Fotowettbewerb ausgelobt sowie professionelle Bilder vom Radfahren in Bremen und Bremerhaven auf der Grundlage eines Briefings von BTZ und Erlebnis Bremerhaven GmbH in Auftrag gegeben.

Die Auslobung eines Fotowettbewerbs im ersten Drittel des Projektzeitraums war der Start, das Radfahren in Bremen und Bremerhaven neu in Szene zu setzen. Für den Wettbewerb konnten Kooperationspartner gewonnen werden, die das Vorhaben unterstützt haben. Mehr als 80 Teilnehmer reichten ca. 150 Fotografien ein. Die Gewinnerfotos wurden in einer öffentlichen Veranstaltung vorgestellt und waren in Ausstellungen in Bremen und Bremerhaven zu sehen. Zudem entstand bei den „Bike it!“ zugeordneten Veranstaltungen eine Vielzahl von neuen Fotografien, die in einem Fundus für Druck- und online Medien zur Verfügung stehen.

### **Überregionale Vernetzung mit dem Rad**

In der Vergangenheit gab es Kritik, dass Bremen sich nicht ausreichend an den Marketingaktivitäten der für Bremen relevanten Radfernweg-Kooperationen beteiligt und nur unzureichend mit den niedersächsischen Nachbarn bei der Vermarktung der Radregion zusammen arbeitet. Die Kritik richtete sich insbesondere an die Stadt Bremen. Bremerhaven arbeitet radtouristisch eng

und erfolgreich mit seinen Nachbarn und der niedersächsischen Tourismusmarketing Organisation TMN (Tourismus Marketing Niedersachsen) zusammen. Die radtouristische Bedeutung der Städte muss auch über die Bewerbung der durch Bremen und Bremerhaven führenden Radfernwege gestärkt werden. Ziel ist es, Bremen und Bremerhaven als Ziel- und/oder Ausgangsstädte sowie stadttouristische Höhepunkte von mehrtägigen Radreisen zu etablieren und auszustatten. „Bike it!“ hat deshalb den Kontakt mit den Marketingorganisationen der Radfernwege, die Bremen berühren, intensiviert und unterstützt eine Reihe von regional initiierten Gemeinschafts-Marketingmaßnahmen. Daneben hat sich „Bike it!“ bei der Entwicklung und Eröffnung des Mönchsweg-Abschnitts von Bremen nach Wischhafen engagiert und das besondere Gewicht der Stadt als Ausgangspunkt des neuen Themenweges kommuniziert. In Kooperation mit den niedersächsischen Nachbarn und in der Bewerbung der überregionalen Fernradwege ist es durch das Projekt „Bike it!“ zu einer verlässlichen und deutlich intensivierten Zusammenarbeit gekommen.

### **Fortführung des Projektes Bike it!**

Die neuen Produkte und die neue Marke „Bike it!“ haben eine hohe Glaubwürdigkeit, die neben den Effekten für die Attraktivität der Städte auch zu neuen Synergien zwischen unterschiedlichen Akteuren geführt hat. In der Projektsteuerung finden erstmals viele Akteure eine zentrale, vernetzende Anlaufstelle, die hilft, radverkehrliche Projekte zu identifizieren, zu kommunizieren und für das Stadt- und touristische Marketing nutzbar zu machen.

Allerdings ist die Implementierung des Themas in den Alltag der Stadtmarketing- und Tourismusorganisationen noch nicht soweit, dass die Fortführung der begonnenen Aktivierung der radtouristischen Potentiale ohne eine zentrale Koordinierungsstelle durch die Beteiligten Akteure allein weitergeführt werden könnte. Viele Potentiale sind noch nicht aktiviert und die Vernetzung und Zielorientierung der entscheidenden Partner ist noch instabil. Es fehlt außerdem noch an einem ausreichend starken und differenzierten radtouristischen Angebot. Die bisher realisierten Produkte sind zwar erfolgreich, reichen aber allein nicht aus, um Bremen und Bremerhaven als radtouristische

Destinationen im Feld der Mitbewerber – und das sind tendenziell alle Städte – ausreichend zu profilieren. Um die Erfolge der bisherigen Projektlaufzeit nicht zu gefährden und die greifbaren weiteren Möglichkeiten, die radverkehrlichen Qualitäten des Landes Bremens für das Standortmarketing nutzbar zu machen, wird das Projekt „Bike it!“ zunächst durch den Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen für ein halbes Jahr bis zum 30.06.2015 fortgesetzt und gefördert.

Ziel ist es, die imagebildenden und identitätsstiftenden Aspekte der Radverkehrsqualitäten weiter zu entwickeln und zu stärken. Bis Mitte 2015 sollen folgende Massnahmen umgesetzt werden:

#### Weiterentwicklung und Pflege der Rad-Routen

- Ausbau und Weiterentwicklung der vorhandenen touristischen Rad-Routen.
- Anpassung des vorhandenen Bremer Stadtweges an das „Bike it!“ Rad-Runden Konzept
- Integration aller Routen in zwei gebündelten Gesamtausgaben „Bremen mit dem Rad“, „Bremerhaven mit dem Rad“ (Arbeitstitel)
- Herausgabe der Print-Rad-Routen-Flyer auch in Englisch
- Aufnahme ausgewählter Strecken der Rad-Runden in das Radwegenetz, mit entsprechender Beschilderung

#### Verbesserung der Informations- und Service-Infrastruktur

- Umsetzung der Ausstattung weiterer ausgewählter Standorte mit modularen Radinformationsanlagen
- Prüfung von Standorten für öffentliche Servicestationen
- Schulung und Ausstattung der Ausflugsgastronomie und der Übernachtungsbetriebe
- Ausbau der Leihradangebote in Kooperation mit den Beherbergungsbetrieben

#### Verknüpfung von Alltags- und touristischer Nutzung

- Verknüpfung von Bremen und Bremerhaven bike it! mit Initiativen der Krankenkassen und Verbände (Mit dem Rad zur Arbeit u.a.)
- Vernetzung und Kommunikation von Radsportangeboten

- Einbeziehung und Vermarktung von städtischen Mobilitätsketten („Bike & Ride“, „Call a Bike“, BSAG, VBN, DB - auch Falträder, Fahrradmitnahme)

#### Radverkehrskommunikation und Einbindung in die Marketingstrategien

- Intensivierung der überregionalen radtouristischen Kommunikation auf den Messen ITB, RAD+OUTDOOR, Fahrradschau Berlin, Velo Berlin, Eurobike,
- Branding von Radstations-Mieträdern mit den Häusern der Wissenswelten und Kultureinrichtungen
- Ausbau und Verstetigung des Subportals [www.bremen.de/bike-it/](http://www.bremen.de/bike-it/) zum zentralen Radinformationsportal mit überregionaler Ausstrahlung.
- Ausbau der Rad&Outdoor-Messe zur norddeutschen Rad-Leitmesse
- Fortführung von Pulsrada, einem offenen Gesprächsforum zur Vernetzung radverkehrlicher und radtouristischer Aktivisten in Bremen und Bremerhaven.
- Prüfung und Vorbereitung ein der Velo-City-Bewerbung 2019 in Kooperation mit der Messe Bremen sowie weiterer Fachveranstaltungen

Die Verlängerung der Projektlaufzeit soll auch dafür genutzt werden, die mittelfristig erforderlichen infrastrukturellen Massnahmen, die Marketingaktivitäten sowie die Arbeitsstrukturen zu definieren, die eine nachhaltige Förderung des Radtourismus der Städte Bremen und Bremerhaven in den kommenden Jahren sicherstellen. Hierzu soll im Sommer 2015 ein Konzept vorgelegt werden. Dabei werden die Massnahmen vernetzt mit den Aktivitäten zur Förderung von Naherholung und Freizeit in Bremen Nord sowie Bestandteil des neuen Tourismusprogramms für das Land Bremen sein.

#### **C. Finanzielle und personalwirtschaftliche Auswirkungen, Gender-Prüfung**

Die genannte Fortführung des Projektes bis Mitte 2015 ist durch Mittel aus dem EFRE-Programm 2007-2013 durch den Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen abgesichert. Weitere finanzielle und personalwirtschaftliche Auswirkungen sind mit dem vorgelegten Bericht nicht verbunden.

Die Maßnahmen zur Förderung des Fahrradtourismus beziehen sich auf Männer und Frauen in gleichem Maße.

#### **D. Negative Mittelstandsbetroffenheit**

Die Prüfung nach dem Mittelstandsförderungsgesetz hat keine qualifizierte (negative) Betroffenheit für kleinste, kleine und mittlere Unternehmen ergeben.

#### **E. Beschlussvorschlag**

1. Die Deputationen für Wirtschaft, Arbeit und Häfen nehmen den Bericht zur Kenntnis
2. Der Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen wird gebeten in Abstimmung mit dem Senator für Bau, Umwelt und Verkehr eine umfassende Vorlage mit Maßnahmen- Zeit- und Kostenplan für die Fortführung des Projektes ab Sommer 2015 vorzulegen.

#### **Anlagen:**

Anlage 1: Bike It Routen

Anlage 2: Ergebnisse des Stipendiatenprojekt der „Brennerei-next generation lab“  
(liegt zur Ansicht aus)