



Ausgewählte Ergebnisse der Identitäts- und Imageanalyse für Bremen und Bremerhaven

Pressekonferenz

Bremen, 11. April 2008

Prof. Dr. Christoph Burmann



Agenda



1

Untersuchungsziel und Design

Verbundenheit mit Städten und Bundesländern

Identität und Image von Bremen

Handlungsempfehlungen für das Stadtmarketing Bremens

Identität und Image von Bremerhaven

Handlungsempfehlungen für das Stadtmarketing Bremerhavens



Ausgangssituation





Ziel der Studie: Bündelung aller Kräfte ...





... zur Schärfung des Vorstellungsbildes



Die Frische von Beck's



Methode

- Onlinebefragung, Telefonbefragung
- Befragungszeitraum und -ort:
10.10.2007 – 30.12.2007, Deutschland, Dänemark,
Schweden, United Kingdom, Niederlande, Frankreich
- Gegenüberstellung von Selbstbild (Identität) und
Fremdbild (Image)

Stichprobengröße

- **N = 5.132** (Bürger aus Bremen, Bremerhaven, Deutschland
und dem Ausland)
- **N = 626** (Unternehmer aus Bremen, Bremerhaven und
Deutschland)
- **N = 411** (Politiker aus Bremen und Bremerhaven)
- **Gesamtstichprobe: N = 6.169**



Agenda



Untersuchungsziel und Design

2

Verbundenheit mit Städten und Bundesländern

Identität und Image von Bremen

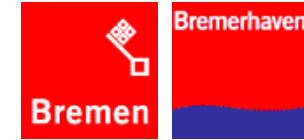
Handlungsempfehlungen für das Stadtmarketing Bremens

Identität und Image von Bremerhaven

Handlungsempfehlungen für das Stadtmarketing Bremerhavens



Höhere Verbundenheit mit der eigenen Stadt als mit dem jeweiligen Bundesland



Man kann sich mit Städten oder Regionen mehr oder weniger stark verbunden fühlen bzw. sich damit identifizieren:
 Bitte geben Sie an, wie stark Sie sich mit folgenden Städten oder Regionen verbunden fühlen bzw. sich damit identifizieren.
 (geschlossene Frage) Skala von **Note 1 (sehr verbunden)** bis **Note 6 (gar nicht verbunden)**

Verbundenheit mit der Stadt	Ø	Δ	Ø	Verbundenheit mit dem Bundesland
	Ø 1,77	0,16	Ø 1,93	
	Ø 1,88	0,49	Ø 2,37	
	Ø 2,11	0,36	Ø 2,47	
	Ø 2,12	0,74	Ø 2,86	
	Ø 2,29	0,42	Ø 2,71	
	Ø 2,32	0,37	Ø 2,69	



Untersuchungsziel und Design

Verbundenheit zu Städten und Bundesländern

3

Identität und Image von Bremen

Handlungsempfehlungen für das Stadtmarketing Bremens

Identität und Image von Bremerhaven

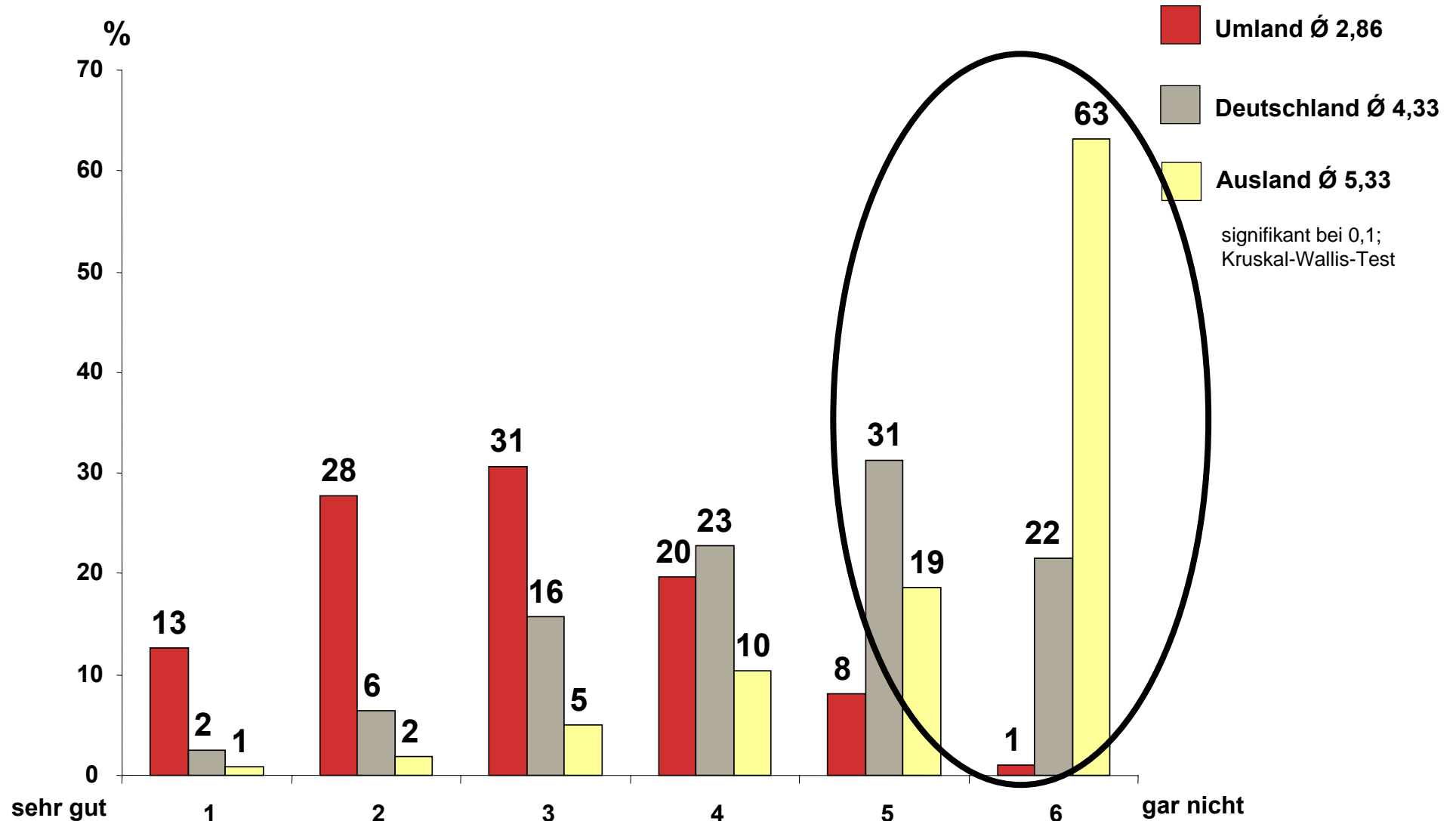
Handlungsempfehlungen für das Stadtmarketing Bremerhavens



Bekanntheit: 82 % aller „Ausländer“ und 53 % aller Deutschen wissen nahezu Nichts über Bremen



Nach allem was Sie über die Stadt Bremen wissen, gelesen, gesehen oder gehört haben, wie gut kennen Sie die Stadt Bremen? (geschlossene Frage)





Bremen ist für „Informierte“ als Wohnort so attraktiv wie Hamburg !



Nun würden wir gerne wissen, inwiefern Stadt XY für Sie als **Wohnort** in Frage kommt? (geschlossene Frage) Skala Note 1 (kommt sicher in Frage) bis Note 6 (kommt keinesfalls in Frage) / Bremen/Bremerhaven-Informierte haben bei „Wie gut kennen Sie Bremen/Bremerhaven?“ „1“ oder „2“ angegeben. Die Informierten der anderen Städte haben diese unter 11 Städte als diejenige angegeben, welchen sie am besten kennen.



Göteborgs Stad Ø 2,30



Nürnberg Ø 2,96



Bremerhaven Ø 3,55



OLDENBURG Ø 2,74




Hannover Ø 2,98



Glasgow Ø 3,55



Kopenhagen Ø 2,75



Marseille Ø 3,38



DORTMUND Ø 3,73




Ø 2,78



Amsterdam. Ø 3,43



Nordsee Stadt Wilhelmshaven Ø 3,88



Bremen Ø 2,79



Bremen und Bremerhaven liegen bei „Informierten“ als touristisches- bzw. Freizeitziel gleichauf



Nun würden wir gerne wissen, inwiefern Stadt XY für Sie als touristisches-/Freizeit-Ziel in Frage kommt. Skala von Note 1 (kommt sicher in Frage) bis Note 6 (kommt gar nicht in Frage) / Bremen/Bremerhaven-Informierte haben bei „Wie gut kennen Sie Bremen/Bremerhaven?“ „1“ oder „2“ angegeben. Die Informierten der anderen Städte haben diese unter 11 Städte als diejenige angegeben, welchen sie am besten kennen.



**Göteborgs
Stad** Ø 1,96



Ø 2,46



Hannover Ø 2,91



Ø 2,04



Ø 2,48



Ø 2,97



Kopenhagen Ø 2,04



Ø 2,53

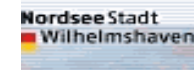


Ø 3,09



Ø 2,06

Marseille



Ø 2,36



Ø 2,90



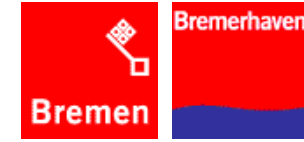
Ø 3,69

Nürnberg

DORTMUND



Spontanassoziationen zu Bremen: Stadtmusikanten, Werder, Wasser und Tradition



Wenn Sie an die Stadt Bremen denken, was fällt Ihnen als erstes dazu ein? (offene Frage)

Bürger Bremens denken bei Bremen an (Selbstbild):

Werder	...20,5
Stadtmusikanten	...16,6
Weser	...16,4
hohe Lebensqualität	...15,2
kompakte Stadt	...14,3
Roland	...13,6
Grünflächen	...8,6
Rathaus	...7,5
Altstadt	...7,3
Beck's	...6,1
soziale Probleme	... 6,1
finanzielle Probleme der Stadt	...5,7

Angaben in % der Befragten

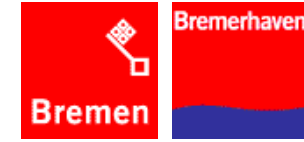
Externe denken bei Bremen an (Fremdbild):

Stadtmusikanten	...30,3
Werder	...19,2
Hafen	...11,0
Roland	...9,2
Hanse- und Handelstradition	...7,0
Weser	...5,9
Beck's	...3,7
hohe Lebensqualität	...3,7
Rathaus	...3,5
Freimarkt	...3,3
Schnoor	... 2,8
gute Verkehrsinfrastruktur	...2,7

Angaben in % der Befragten



Das verbesserte Kultur- und Freizeitangebot prägt die „neue Wahrnehmung“ Bremens



Was hat sich aus Ihrer Sicht in den letzten 10 Jahren in Bremen positiv verändert ? (offene Frage)

Selbstbild

Kultur-/Freizeitangebot allg.	...9,6
Weserpromenade / Schlachte	...8,1
Verkehrsanbindung	...7,0
Wirtschaftslage	...6,7
Stadtbild	...5,6
Werder Bremen	...5,6
Hochschullandschaft	...5,4
ÖPNV	...5,4
Technologie und Forschung	...4,7
Innenstadt	...3,2
Einkaufsmöglichkeiten	...3,2
Tourismusangebot	...2,9

Angaben in % der Nennungen

Fremdbild

Kultur-/Freizeitangebot allg.	...12,7
Werder Bremen	...8,5
Stadtbild, Architektur	...6,3
ÖPNV	...5,3
Wirtschaftslage	...4,7
Weserpromenade / Schlachte	...4,1
Arbeitsmarkt	...3,9
Sauberkeit	...3,9
Innenstadt	...3,6
Einkaufsmöglichkeiten	...3,5
Tourismusangebot	...3,1
Atmosphäre / Flair	3,0

Angaben in % der Nennungen



Kultur- und Freizeitangebot: Fortschritte und Defizite aus interner und externer Sicht



Was hat sich aus Ihrer Sicht in den letzten 10 Jahren in Bremen positiv verändert? / Welche Merkmale und Eigenschaften sollten sich aus Ihrer Sicht in Bremen verbessern, damit Bremen bspw. ein attraktiverer Wirtschaftsstandort, ein attraktiverer Wohnort und/oder ein attraktiveres Ziel für Touristen wird? (offene Fragen) Angaben in % der Befragten, welche zuvor die Antwortkategorie „Kultur- und Freizeitangebot“ genannt haben

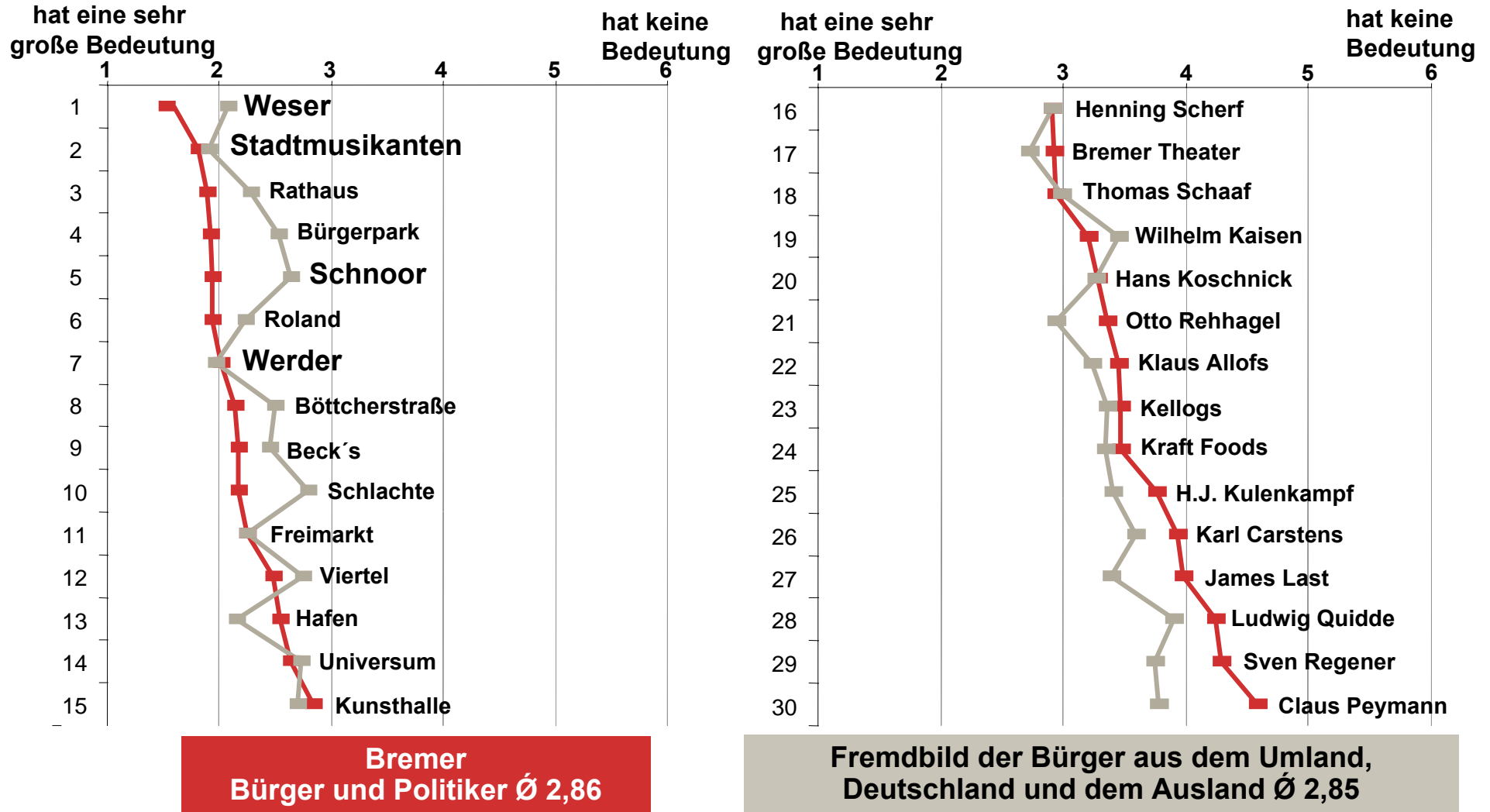
Bremer	Externe
+ <u>Positiv verändert hat sich ...</u>	+ <u>Positiv verändert hat sich ...</u>
Schlachte ...38,1	Kulturangebot allgemein ...37,8
Kulturangebot allgemein ...16,4	Schlachte ...22,6
Weserpromenade ...11,0	Freizeitangebot allgemein ...17,3
Freizeitangebot allgemein ...8,2	Universum ...6,8
Universum ...7,0	Museen ...4,7
- <u>Verbessern sollte sich</u>	- <u>Verbessern sollte sich</u>
Kulturangebot allgemein ...31,7	Kulturangebot allgemein ...34,3
Freizeitangebot allgemein ...20,4	Freizeitangebot allgemein ...27,8
Nachtleben ...16,1	Nachtleben ...10,9
mehr Stadtfeste ...4,4	mehr Musikveranstaltungen ...7,5
mehr Sportmöglichkeiten ...4,1	mehr Stadtfeste ...6,5



Weser, Stadtmusikanten und Werder beeinflussen das Bild von Bremen auch bei gestützter Abfrage

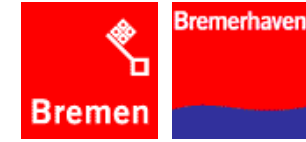


Welche Bedeutung haben die folgenden Aspekte für Ihr **Gefühl der Verbundenheit mit der Stadt Bremen** (Befragte: Bremer Bürger)? Inwieweit haben die folgenden Merkmale Ihrer Meinung nach einen positiven Einfluss auf die **Attraktivität der Stadt Bremen** (Befragte: externe Bürger) (geschlossene Fragen)

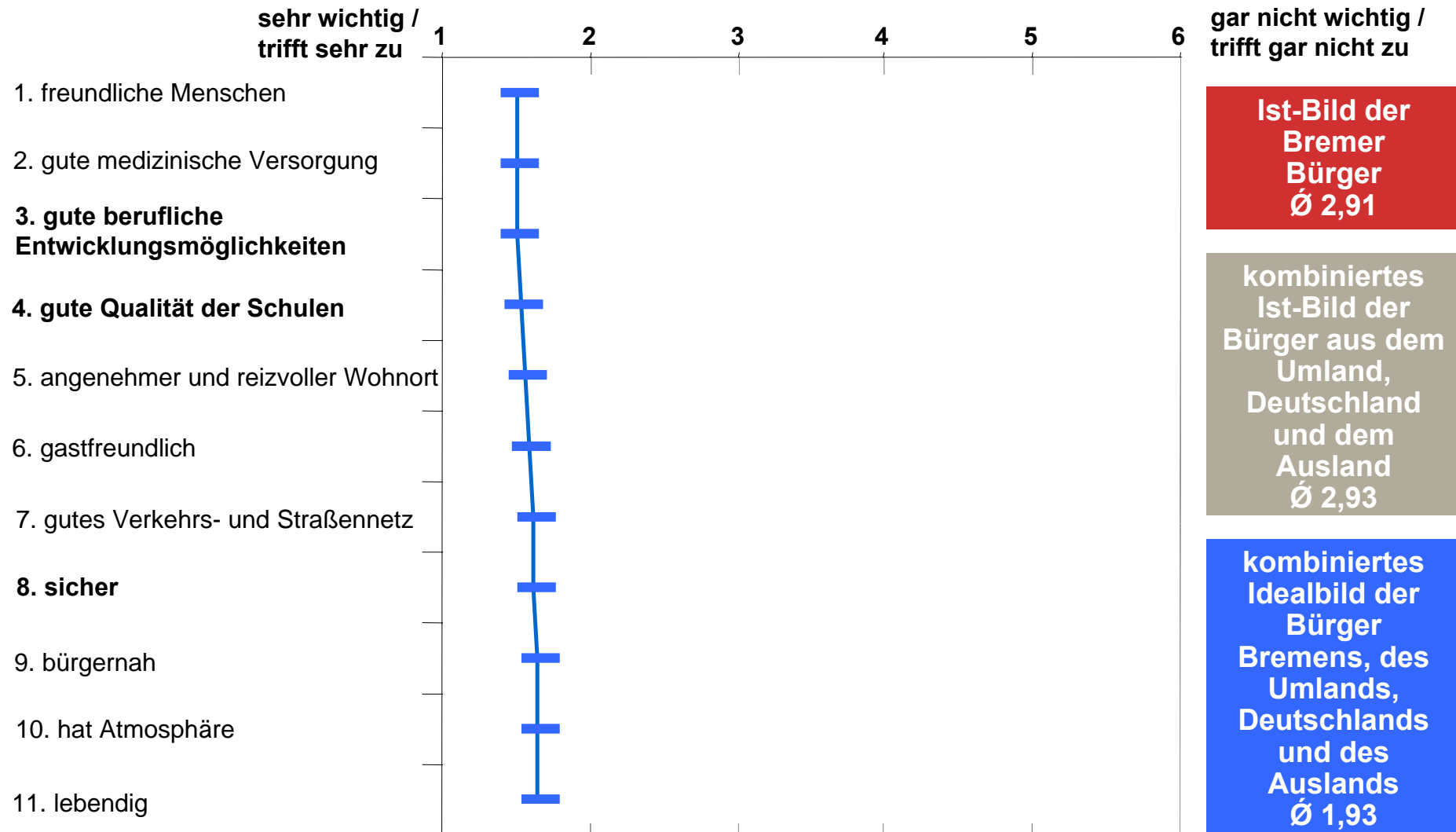




Ideal- versus Ist-Bild (44 Merkmale im Ranking)



Wie wichtig sind aus Ihrer Sicht die folgenden Eigenschaften/Angebote **für eine ideale Stadt** ? / Wie würden Sie die Stadt Bremen hinsichtlich der zuvor aufgeführten Eigenschaften/Angebote bewerten? (geschlossene Frage)

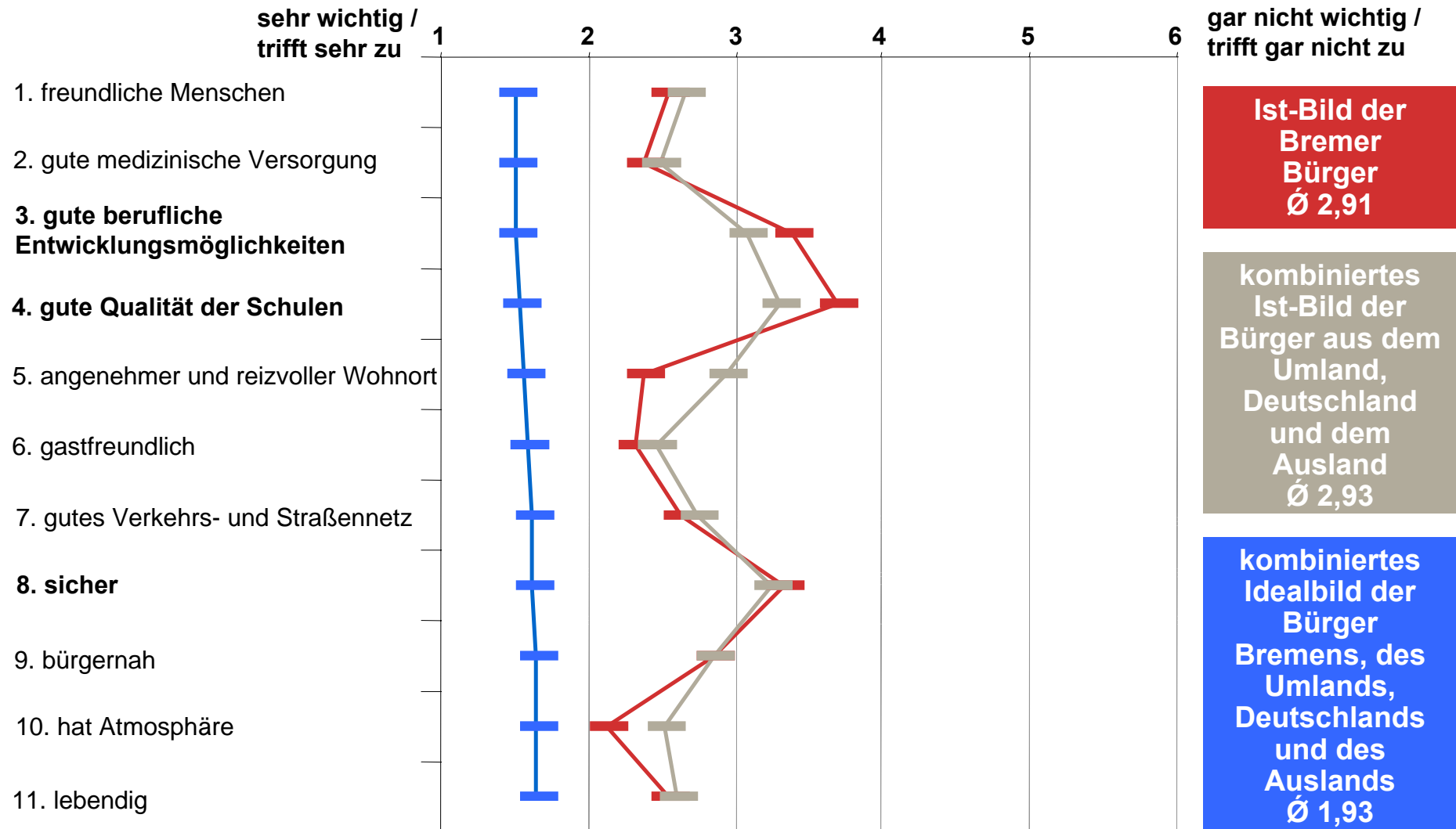




Ideal- versus Ist-Bild (Chart 1 von 4)



Wie wichtig sind aus Ihrer Sicht die folgenden Eigenschaften/Angebote für eine ideale Stadt ? / Wie würden Sie die Stadt Bremen hinsichtlich der zuvor aufgeführten Eigenschaften/Angebote bewerten? (geschlossene Frage)

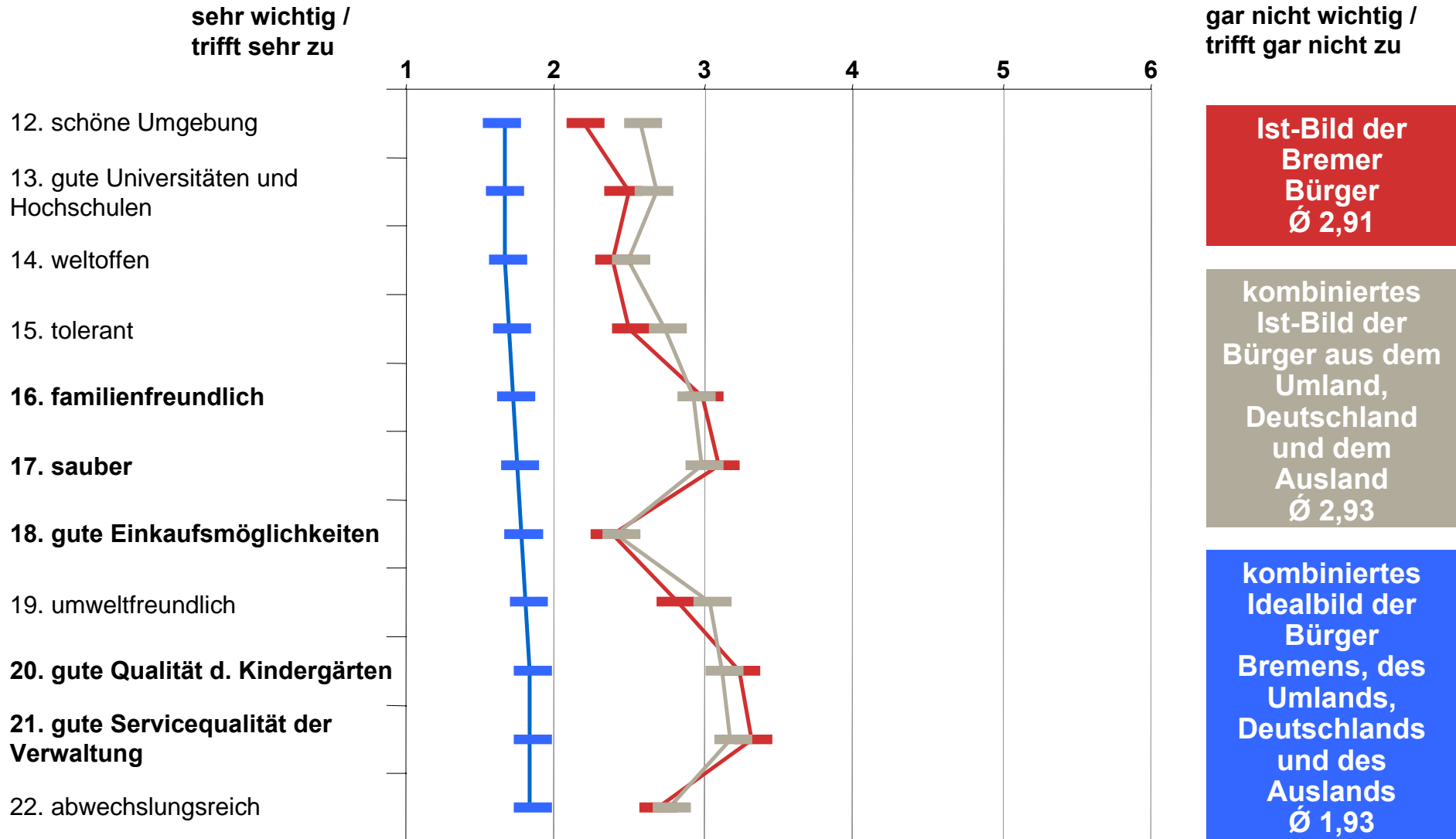




Ideal- versus Ist-Bild (Chart 2 von 4)



Wie wichtig sind aus Ihrer Sicht die folgenden Eigenschaften/Angebote für eine ideale Stadt? / Wie würden Sie die Stadt Bremen hinsichtlich der zuvor aufgeführten Eigenschaften/Angebote bewerten? (geschlossene Frage)

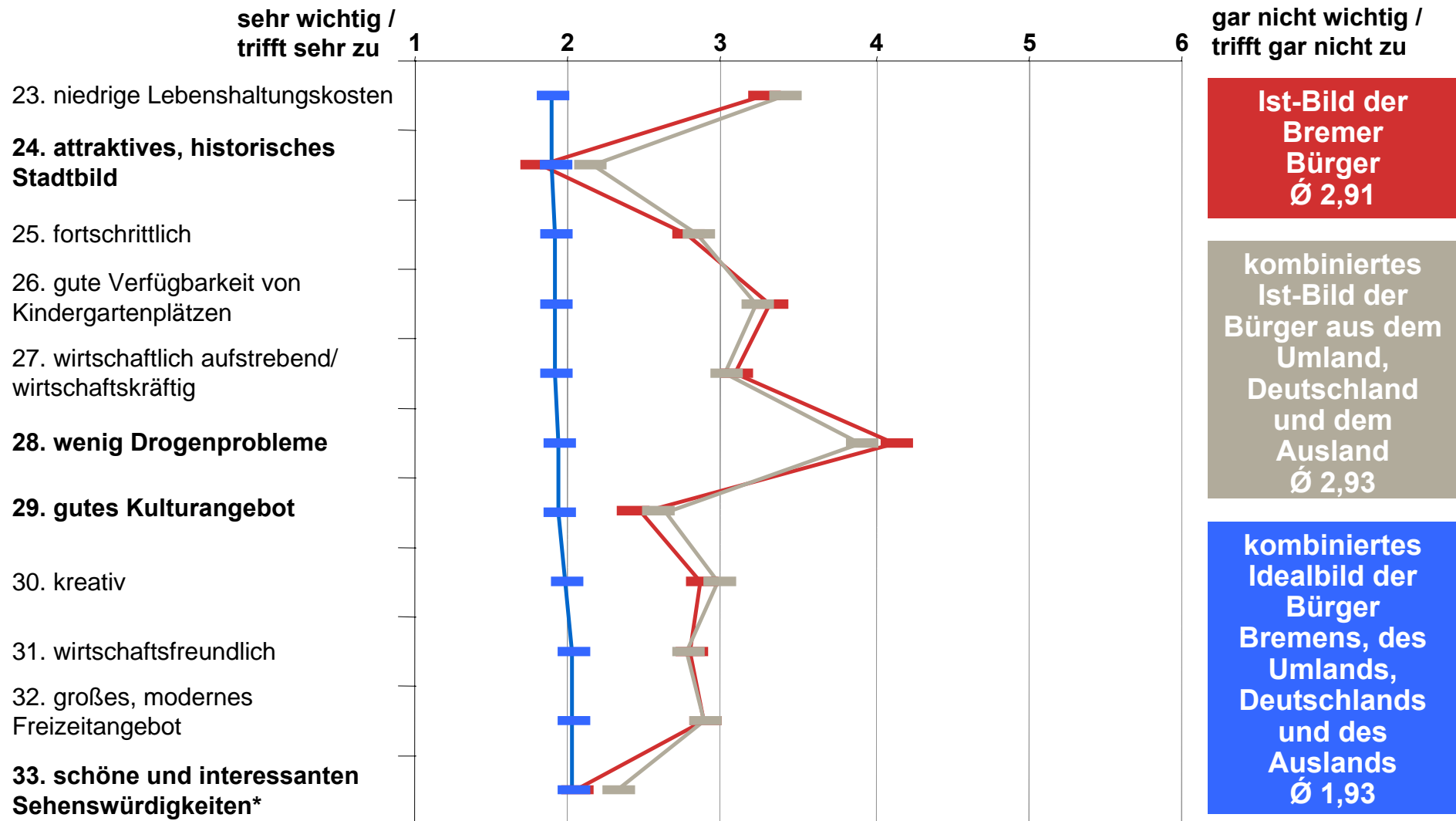




Ideal- versus Ist-Bild (Chart 3 von 4)



Wie wichtig sind aus Ihrer Sicht die folgenden Eigenschaften/Angebote für eine ideale Stadt? / Wie würden Sie die Stadt Bremen hinsichtlich der zuvor aufgeführten Eigenschaften/Angebote bewerten? (geschlossene Frage)

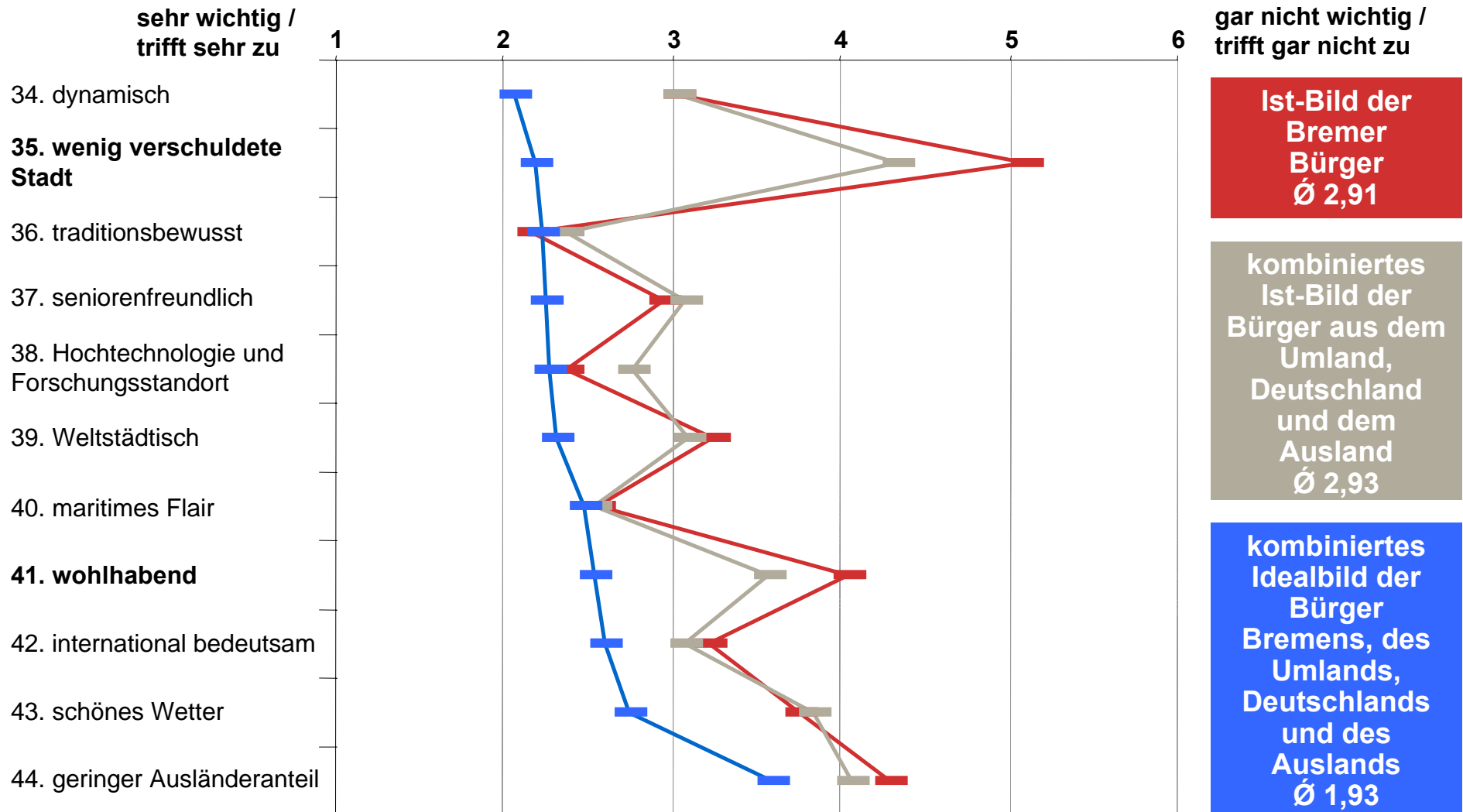




Ideal- versus Ist-Bild (Chart 4 von 4)



Wie wichtig sind aus Ihrer Sicht die folgenden Eigenschaften/Angebote für eine ideale Stadt? / Wie würden Sie die Stadt Bremen hinsichtlich der zuvor aufgeführten Eigenschaften/Angebote bewerten? (geschlossene Frage)





Agenda



Untersuchungsziel und Design

Verbundenheit zu Städten und Bundesländern

Identität und Image von Bremen

4

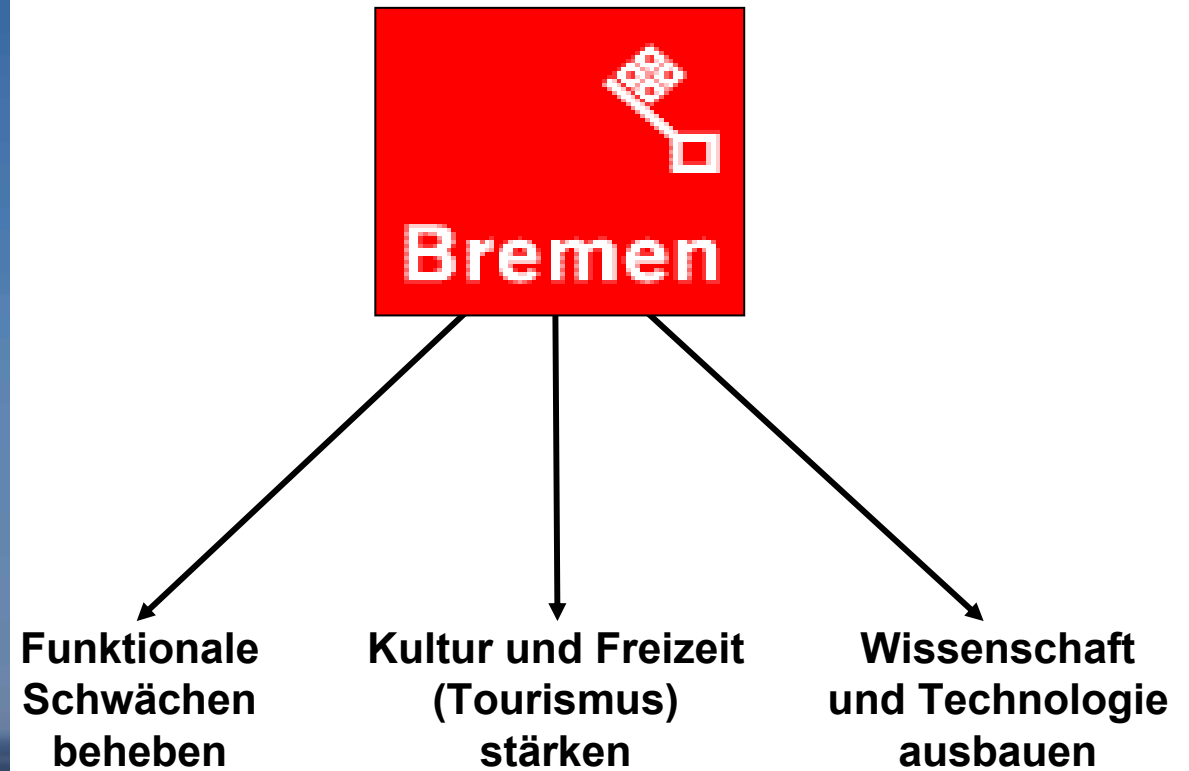
Handlungsempfehlungen für das Stadtmarketing Bremens

Identität und Image von Bremerhaven

Handlungsempfehlungen für das Stadtmarketing Bremerhavens



Handlungsempfehlungen für die „Marke Bremen“



Kernergebnisse der LiM[®]-Studie:

- Die **Weser** ist **zielgruppenübergreifend** der zentrale **Identitäts- und Imageträger** der Stadt Bremen.
- **Schlachte** und **Weserpromenade** zählen zu den wichtigsten **Verbesserungen** der Stadt Bremen in den letzten 10 Jahren.



Maßnahmen:

- Durchgängige Nutzung der **Weser** als **Eyecatcher** in der Kommunikation
- Veranstaltung eines regelmäßigen **Weser-Mega-Events**
- Förderung und kommunikative Herausstellung aller **weserbezogenen Stadtentwicklungsaktivitäten** (z.B. Überseestadt)



Kernergebnisse der LiM®-Studie:

- Bremen wird als **traditionsbewusste Tourismusstadt** mit **attraktiven historischen Sehenswürdigkeiten** wahrgenommen.
- Der **Schnoor** als potentiell **Differenzierungskriterium** im Tourismus ist in Deutschland kaum bekannt
- Für alle Zielgruppen sind die **Stadtmusikanten** ein wichtiges emotionales **Symbol und Wiedererkennungszeichen**



Maßnahmen:

- Stärkung der „Produktmarke“ **Schnoor**
- Intensive Kommunikation der **Stadtmusikanten** als **Sympathieträger** Bremens (Kindheitserinnerungen, Pffiffigkeit)

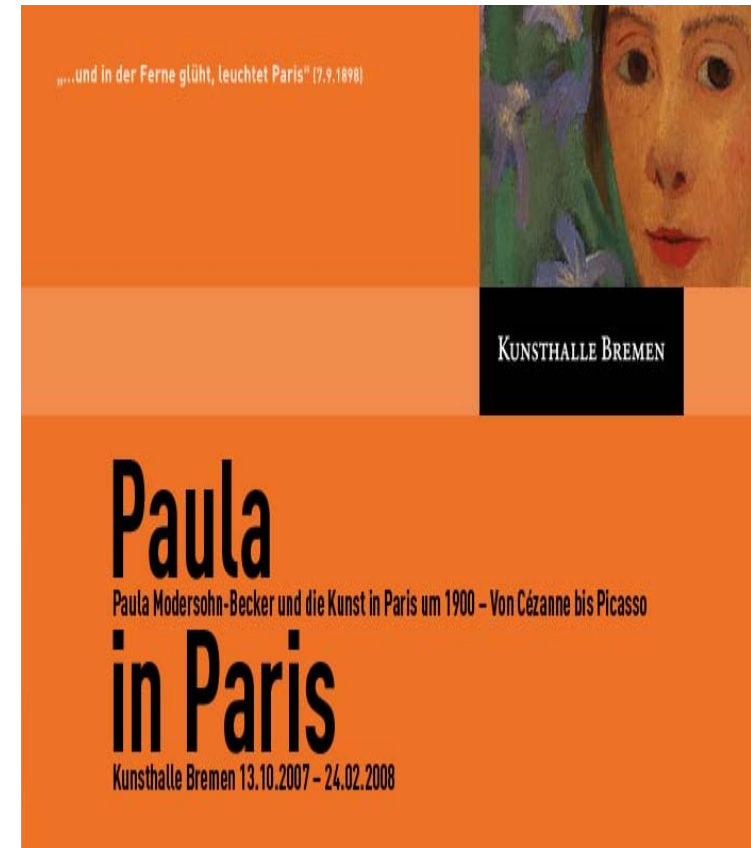


Kernergebnisse der LiM®-Studie:

- **Kultur- und Freizeitangebot** in Bremen hat sich aus Sicht aller Zielgruppen am **stärksten verbessert**.
- Ursachen: Neue **Freizeitattraktionen** (Schlachte, Universum) und **kulturelle Top-Events**
- Trotz dieser sehr positiven Entwicklung wird das **Kultur- und Freizeitangebot insgesamt** noch kritisiert, insbesondere das „**fehlende Nachtleben**“

Maßnahmen:

- Regelmäßige kulturelle „Top-Events“ in kurzen Abständen
- „Professionalisierung“ des Angebots und der Vermarktung des „Nachtlebens“



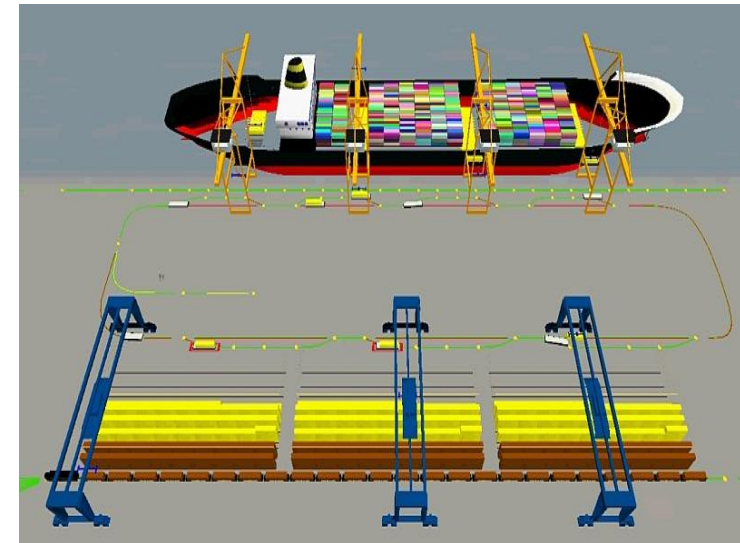
Ergebnisse der LiM®-Studie:

- Bremen wird von Vielen als zukunftsfähige **Wissenschafts- und Technologiestadt** wahrgenommen. Bei den Bürgern in Deutschland und im Ausland bestehen diese Assoziationen jedoch noch **nicht**.
- **Space Park spielt** bei den Assoziationen zu Bremen **keine Rolle**.



Maßnahmen:

- **Mega-Event** zum Thema Wissenschaft und Hochtechnologie („Science-Festival“)
- Vermittlung der **vielfältigen** Wissenschafts kompetenz durch professionelle **PR** mit aktuellem Bezug (z.B. ISS-Labor Columbus oder Raumtransporter Jules Verne)





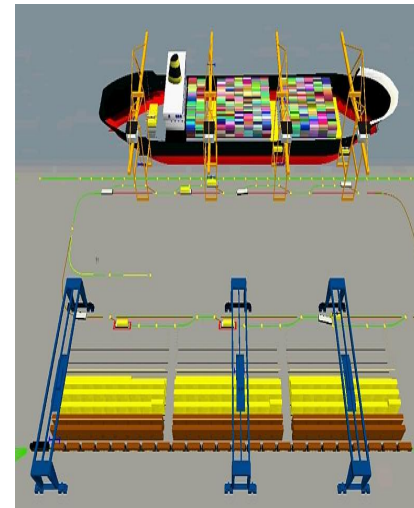
Stadt Bremen: Authentisch, erlebnisstark und zukunftsfähig



**Authentischer
„Markenkern“**

**Hoher
Erlebniswert**

**Fit für die
Zukunft**





Untersuchungsziel und Design

Verbundenheit zu Städten und Bundesländern

Identität und Image von Bremen

Handlungsempfehlungen für das Stadtmarketing Bremens

5

Identität und Image von Bremerhaven

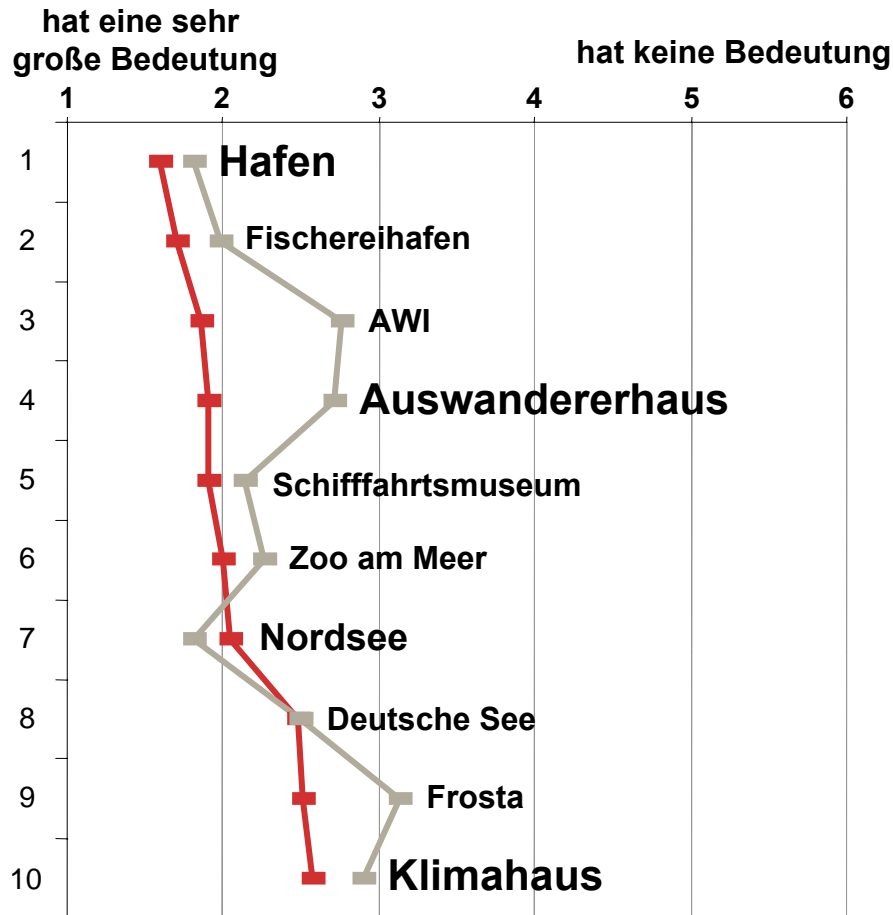
Handlungsempfehlungen für das Stadtmarketing Bremerhavens



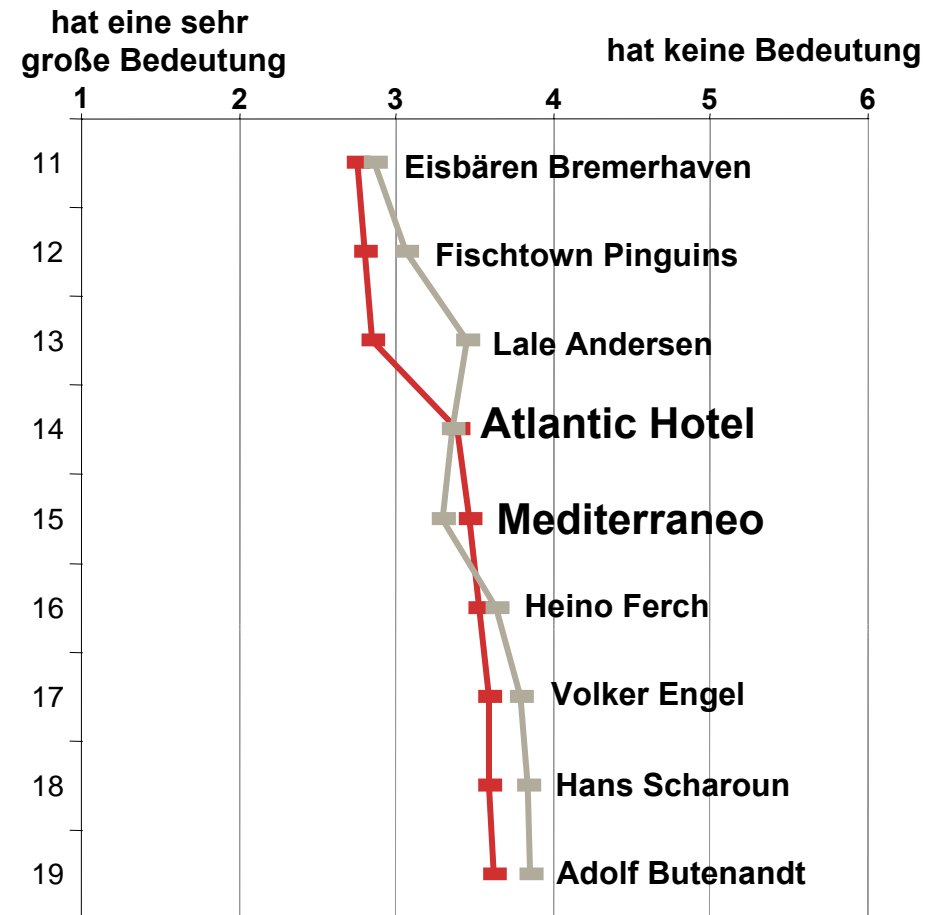
Das Hafengebiet ist der zentrale Identitäts- und Imagerträger der Stadt



Welche Bedeutung haben die folgenden Aspekte für Ihr **Gefühl der Verbundenheit mit der Stadt Bremerhaven?** (Befragte: Bremerhavener Bürger) Inwieweit haben die folgenden Merkmale Ihrer Meinung nach **einen positiven Einfluss auf die Attraktivität** der Stadt Bremerhaven? (Befragte: Externe) (geschlossene Fragen)



Bremerhavener Bürger und Politiker Ø 2,64



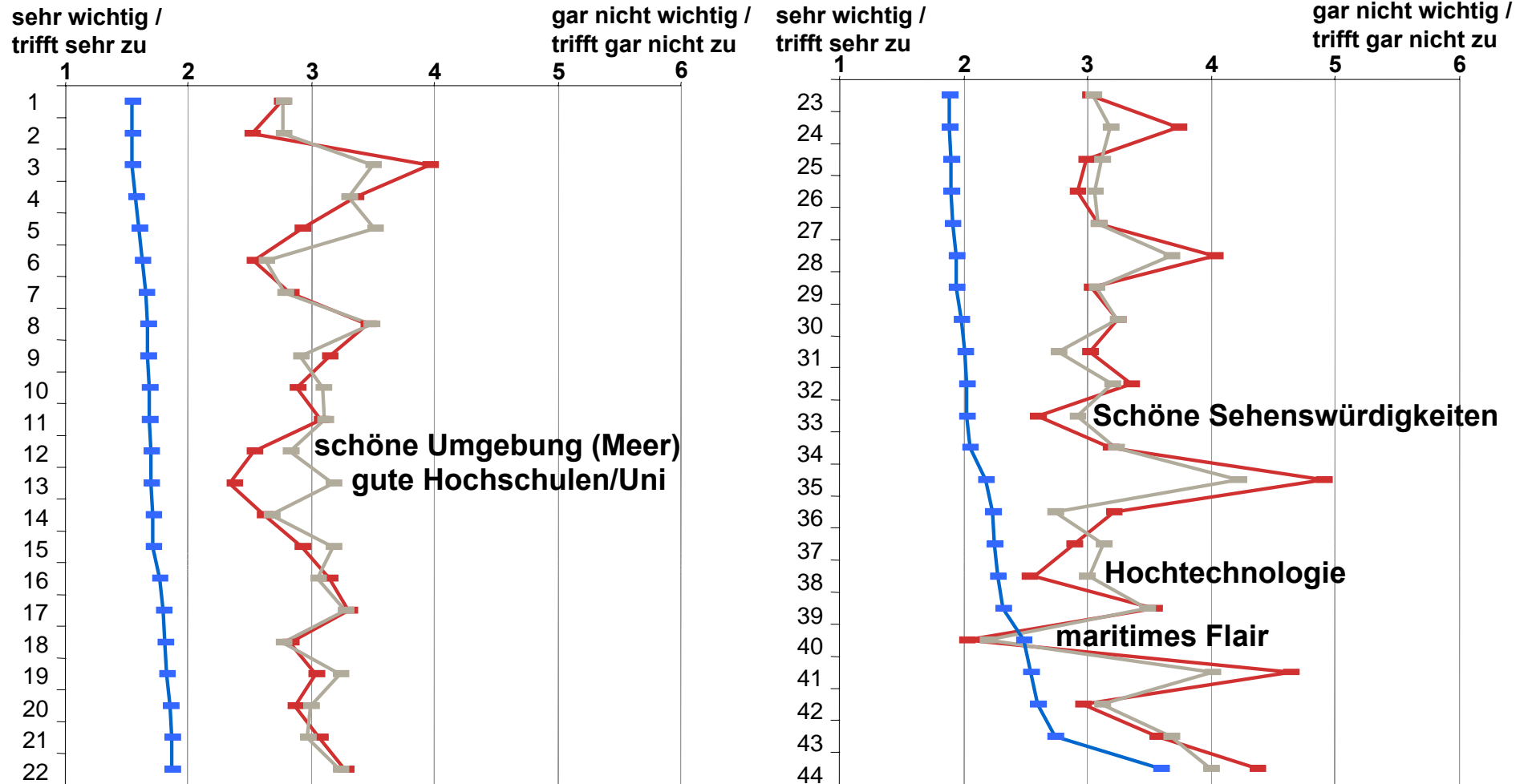
Fremdbild der Bürger aus dem Umland, Deutschland und dem Ausland Ø 2,89



Stärken von Bremerhaven



Wie wichtig sind aus Ihrer Sicht die folgenden Eigenschaften/Angebote für eine ideale Stadt? / Wie würden Sie die Stadt Bremerhaven hinsichtlich der zuvor aufgeführten Eigenschaften/Angebote bewerten? (geschlossene Frage)



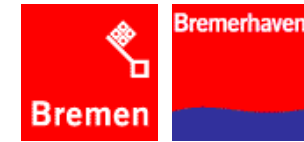
kombiniertes Idealbild
Aller \bar{x} 1,98

Ist-Bild der Bremerhavener
 \bar{x} 3,13

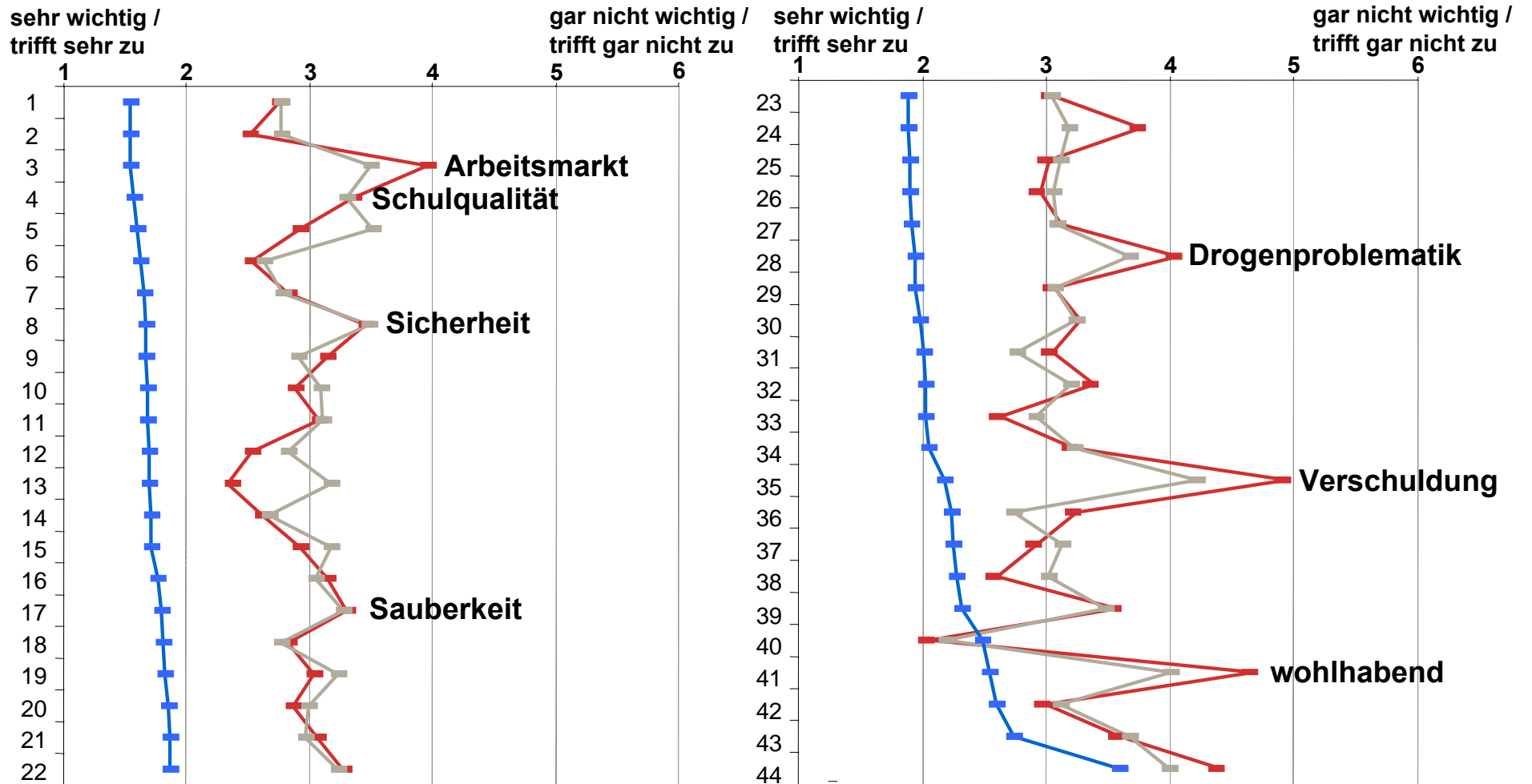
Ist-Bild der Bürger aus Umland, Deutschland, Ausland
 \bar{x} 3,14



Schwächen von Bremerhaven



Wie wichtig sind aus Ihrer Sicht die folgenden Eigenschaften/Angebote für eine ideale Stadt? / Wie würden Sie die Stadt Bremerhaven hinsichtlich der zuvor aufgeführten Eigenschaften/Angebote bewerten? (geschlossene Frage)



kombiniertes Idealbild
Aller \bar{x} 1,98

Ist-Bild der Bremerhavener
 \bar{x} 3,13

Ist-Bild der Bürger aus Umland, Deutschland, Ausland
 \bar{x} 3,14



Agenda



Untersuchungsziel und Design

Verbundenheit zu Städten und Bundesländern

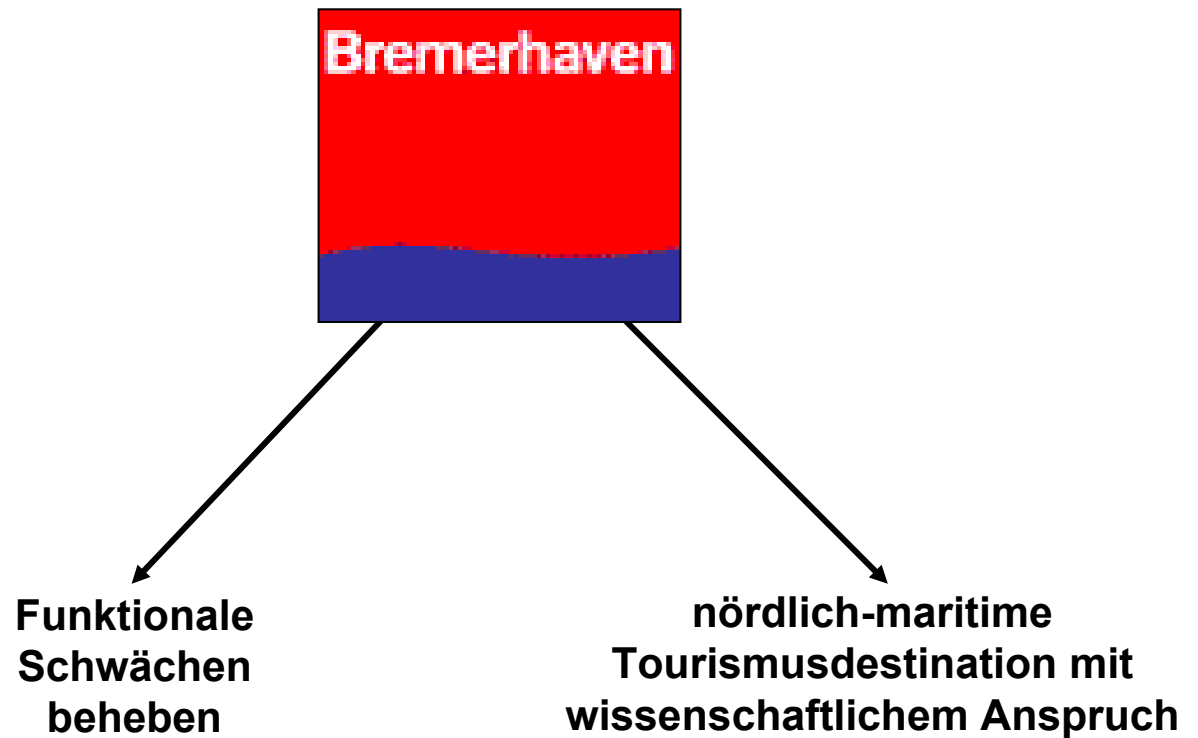
Identität und Image von Bremen

Handlungsempfehlungen für das Stadtmarketing Bremens

Identität und Image von Bremerhaven

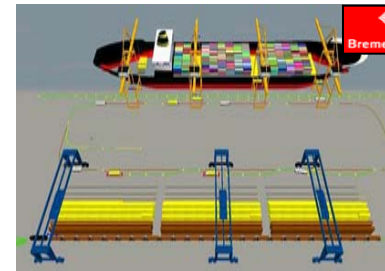
6

Handlungsempfehlungen für das Stadtmarketing Bremerhavens





Gleiche Ausrichtung von Bremen und Bremerhaven erleichtert die Profilierung



Authentischer „Markenkern“

Hoher Erlebniswert

Fit für die Zukunft

