



HAFENMARKETING MIT STADTMUSIKANTEN UNTER VOLLEN SEGELN

Veröffentlicht am 07. Februar 2018

bremenports im engen Schulterschluss mit den Unternehmen

Die bremischen Häfen werden künftig unter einer neuen Dachmarke auftreten. Dies ist ein Bestandteil eines umfassenden Konzeptes für das Hafenmarketing, das die Hafengesellschaft bremenports im Auftrag des Senators für Wirtschaft, Arbeit und Häfen jetzt vorgelegt hat und das heute (Mittwoch, 7.2.) dem Hafenausschuss zur Kenntnis gegeben worden ist. „Die bremischen Häfen werden künftig mit Stadtmusikanten und Großsegler unterwegs sein“, so der Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen, Martin Günthner. „Mit der Übernahme dieser Markenarchitektur reiht sich die Hafen- und Logistikwirtschaft für ihren gemeinsamen öffentlichen Auftritt in die Markenfamilie Bremen und Bremerhaven ein. Ich freue mich, dass dieser Vorschlag von bremenports bei der Hafenwirtschaft auf breite Zustimmung gestoßen ist.“



In den vergangenen Jahren hatte VIA BREMEN als unternehmensneutrale Koordinierungs-, Informations- und Kommunikationsplattform eine eigenständige Rolle als Dachmarke im Marketing wahrgenommen. Nachdem Kuratorium und

Vorstand von VIA BREMEN Foundation einvernehmlich beschlossen haben, dass die operativen Tätigkeiten von VIA BREMEN ab 2018 eingestellt werden, hatte der Hafensenator bremenports beauftragt, ein neues Konzept für das Hafenmarketing zu erarbeiten.

„Erfolgreiches Hafenmarketing braucht das enge und vertrauensvolle Zusammenspiel der Akteure am Standort“, so bremenports Geschäftsführer Robert Howe. Howe hob hervor, dass bremenports sich als Plattform und neutraler Dienstleister der Branche verstehe. Eine enge, intensive und regelmäßige Einbindung der Unternehmen und ihrer Interessenvertretungen sei Voraussetzung für ein erfolgreiches Hafenmarketing. „Unsere Angebote können nur erfolgreich sein, wenn sich die Unternehmen, bzw. die Repräsentanten der bremischen Hafenwirtschaft intensiv in das gemeinsame Standortmarketing einbringen.“

Künftig soll deshalb ein Marketingbeirat die bei bremenports gebündelten Marketing-Aktivitäten begleiten. Diesem Beirat werden Vertreter von SWAH, BHV, ISH sowie der BIS Bremerhaven, WfB Bremen und mit Professor Dr. Christoph Burmann vom Institut für Innovatives Markenmanagement an der Universität Bremen ein externer Marketingexperte angehören. Neben dem bewährten und gemäß den Notwendigkeiten der Hafen- und Logistikwirtschaft anzupassenden Messeauftritten und den Kundenveranstaltungen im Hinterland schlägt bremenports neue Elemente des Hafenmarketings vor.

So sollen unter anderem neben der bewährten Repräsentanz in Österreich weitere Markenbotschafter der bremischen Häfen im Hinterland etabliert und soziale Medien stärker genutzt werden.

[Zum Konzept für das Hafenmarketing](#)

HOLGER BRUNS

Pressesprecher

bremenports GmbH & Co. KG

☎ 0471 309 01-103

✉ E-Mail schreiben

Bremen/Bremerhaven – der Standort

Die bremischen Häfen zählen zu den wichtigsten Universalhäfen in Europa. Egal ob Container, Autos, Stück- und Massengüter, Gefahrgut oder Projektladung – die Terminals an den Standorten Bremen und Bremerhaven arbeiten mit nahezu jeder Art von Ladung. Zusätzlich bietet die Hafengruppe mit dem Columbus Cruise Center Bremerhaven einen der modernsten und leistungsfähigsten Passagierterminals für Kreuzfahrtschiffe. Garant für den Erfolg und charakteristisches Merkmal der Zwillingshäfen ist hierbei die ausgeprägte Arbeitsteilung zwischen Bremen und Bremerhaven.

bremenports

bremenports GmbH & Co. KG

Am Strom 2

27568 Bremerhaven

0471 309 01-0

office@bremenports.de

[Kontaktformular](#)