

PRESSEMITTEILUNG

Bremerhaven startet ins Tourismus-Messejahr 2026

Fokus auf deutsche Leitmessen und Fachveranstaltungen für die Reisebranche

09.01.: Die Erlebnis Bremerhaven GmbH setzt auch 2026 auf eine starke Präsenz bei Tourismusmessen und Fachveranstaltungen für die Reisebranche. Erklärtes Ziel: Mehr Gäste für die Stadt zu begeistern. Die Messe-Tour 2026 endet für Bremerhavens Touristik-Experten erst Ende November – nach über 20 nationalen und auch internationalen Stationen.

„Der persönliche Austausch auf Messen und Branchentreffen ist für uns nach wie vor von zentraler Bedeutung“, sagt Michael Gerber, Geschäftsführer der Erlebnis Bremerhaven GmbH. „Wir erreichen hier sowohl potenzielle Gäste als auch Reiseveranstalter, Busunternehmen und Multiplikatoren.“

Ein Ziel: Mehr Gruppenreisen nach Bremerhaven

Das Messejahr beginnt mit dem Tag der Bustouristik, der im vergangenen Jahr in Bremerhaven stattfand und an diesem Wochenende Bus-Experten in Garmisch-Partenkirchen vereint. „Für uns bleibt es das Ziel, mehr Gruppenreisen nach Bremerhaven zu holen“, sagt Marc Reichelt, Projektleiter Vertrieb bei der Erlebnis Bremerhaven. Deshalb stellt er die Destination gleich im Anschluss beim Tag des Bustourismus in Reutlingen vor. Parallel dazu präsentiert sich Bremerhaven auf der CMT in Stuttgart, der weltweit größten Publikumsmesse für Tourismus und Freizeit. Auch die Reisen Hamburg gehört Anfang Februar fest zum Messekalender, ebenso wie der VPR VIP-Treff in Potsdam, der gezielt den Austausch mit Reiseveranstaltern und Vertriebspartnern ermöglicht.

Im Februar und März folgen weitere zentrale Stationen: die Messe f.re.e in München, die Reise + Camping in Essen sowie die ITB in Berlin, die als internationale Leitmesse der Tourismusbranche dennoch einen klaren Fokus auf den deutschen Markt und den Vertrieb legt. Ergänzt wird das Programm durch regionale und fachlich spezialisierte Formate wie den Tourismustag Butjadingen.

Treffen mit internationalen Reiseeinkäufern

Im Frühjahr und Frühsommer stehen verstärkt Fachveranstaltungen auf dem Plan. Dazu zählen im April der Germany Travel Mart in Oberhausen. Der Workshop gilt als größte Fachveranstaltung der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT), der



deutsche Tourismus-Anbieter mit internationalen Reiseeinkäufern und Medienvertretern zusammenbringt, um das Reiseland Deutschland zu vermarkten, neue Kontakte zu knüpfen und Geschäfte abzuschließen. „Wir hoffen darauf, diese sehr bedeutende touristische Veranstaltung 2027 in Bremerhaven ausrichten zu können, wenn die Stadt 200 Jahre alt wird“, sagt Gerber.

Die Erlebnis Bremerhaven präsentiert sich Ende April auch auf der RDA Group Travel Expo in Köln als wichtigste Messe für Gruppen- und Bustourismus. „Wir stellen uns als attraktive Destination für Städtereisen, Gruppenangebote und kombinierte Nordsee-Aufenthalte vor“, so Reichelt.

Messe-Auftritte in Österreich und der Schweiz

Ergänzend zu den zahlreichen deutschen Terminen ist Bremerhaven 2026 auch international präsent. In Wien und Zürich präsentiert sich die Stadt erneut gemeinsam mit der Tourismus-Agentur Nordsee (TANO). Der einheitliche Messeauftritt nutzt gezielt Synergien, reduziert Kosten und sorgt für eine hohe Sichtbarkeit. „Die Nachfrage nach der Nordsee als Urlaubsregion ist weiter sehr hoch, insbesondere in der Kombination aus Städten, Inseln und naturnahen Angeboten“, sagt Dominik Mager, zuständig für das Auslandsmarketing.

Ein Schwerpunkt liegt 2026 auf Dänemark. Die Ferie For Alle in Herning gilt als größte Endkundenmesse des Landes. Bremerhaven tritt dort gemeinsam mit Bremen auf unter dem etablierten Dach „Zwei Städte. Ein Land“. „Niederländer und Dänen sind für das Bundesland ganz wichtige Tagesbesucher“, sagt Mager. Bei den Übernachtungen sorgten die Gäste aus Dänemark im vergangenen Jahr in Bremerhaven sogar für ein Plus von 15,8 Prozent. Aber auch Schweizer und Österreicher blieben bei einem Besuch häufiger über Nacht als im Vorjahr, berichtet Mager.

Vertrieb wird gestärkt

Mit der Strategie, sich auf den deutschen Markt zu konzentrieren und dem Besuch von Fachveranstaltungen stärke die Erlebnis Bremerhaven 2026 gezielt den Vertrieb, die Sichtbarkeit der Stadt und die nachhaltige Entwicklung des Standorts, so Gerber. Trotzdem habe man sich entschieden, die „boot“ in Düsseldorf erst wieder zur Sail 2030 zu besuchen, auch Stände auf Messen in Hannover und den Niederlanden wurden gestrichen.

4.261 Zeichen/L