



# COMUNICADO DE PRENSA

Abril de 2026

## «Bremen: mucho más que un cuento de los Hermanos Grimm»: una nueva campaña presenta a Bremen como destino cosmopolita y diverso

Con la campaña «[Bremen – Mehr als Märchen](#)» «Bremen: mucho más que un cuento de los Hermanos Grimm», Bremen Tourismus lanza esta primavera una iniciativa innovadora que posiciona a la ciudad como un destino abierto al mundo, diverso y orientado al futuro. Aprovechando el magnetismo de los famosos Músicos de Bremen, la campaña fusiona el legado cultural con una puesta en escena contemporánea mediante inteligencia artificial, invitando a los viajeros a descubrir la esencia de la ciudad.

### Los Músicos de Bremen como emblema de la campaña

En el corazón de esta propuesta se encuentran los Músicos de Bremen, pero no como las clásicas figuras de cuento, sino como personajes generados por IA e interpretados de forma moderna, dotados de su propia personalidad. Son el símbolo del coraje, la diversidad y el espíritu de superación. La historia de los cuatro animales que deciden forjar su propio camino se convierte en una metáfora de los valores que definen a la Bremen actual: una ciudad cuya fuerza reside en la diversidad y donde la valentía, la apertura y la cohesión social son señas de identidad. Esta dinámica tan especial es la que [Bremen Tourismus](#) desea proyectar a través de la campaña.

Al mismo tiempo, «Mucho más que un cuento de los Hermanos Grimm» pone el foco en las múltiples experiencias que ofrece la ciudad. Cada animal representa un eje central de la estrategia turística Bremen 2030+. Así, el burro simboliza el patrimonio cultural y las tradiciones vivas; el perro representa a la ciudad verde junto al río, con sus numerosas experiencias naturales y su alta calidad de vida. El gato encarna la variada cultura gastronómica de Bremen, mientras que el gallo simboliza la oferta artística y cultural, así como los universos del conocimiento y la ciencia de la ciudad.

## **Imágenes generadas por IA que despiertan el deseo de descubrir Bremen**

La campaña apuesta por una narrativa visual potente y por ofrecer una mirada auténtica a la vida de la ciudad. En lugares emblemáticos de Bremen se realizaron tomas reales de fotografía y vídeo en las que los personajes de los Músicos creados por IA se integran de manera fluida. Estas escenas vibrantes y auténticas buscan inspirar a los visitantes a explorar por sí mismos Bremen y todos sus rincones especiales.

«[Bremen: mucho más que un cuento de los Hermanos Grimm](#)» se difundirá hasta agosto de 2026 mediante un enfoque de comunicación integrado, centrado en formatos de vídeo para canales digitales y redes sociales. Un hito destacado es la pantalla publicitaria especial en 3D en la Potsdamer Platz de Berlín, que marcó el inicio mediático de la campaña coincidiendo con la feria ITB a principios de marzo de 2026.

## **Impulso sostenible al turismo y la economía**

La campaña se complementa con acciones estratégicas en otros países europeos para aumentar la visibilidad internacional de Bremen y cautivar a nuevos públicos. El incremento en el número de visitantes fortalece de forma sostenible al turismo, la gastronomía y el comercio minorista, contribuyendo al desarrollo positivo de la ciudad.

Con «Bremen: mucho más que un cuento de los Hermanos Grimm», la ciudad hanseática se presenta como un lugar que honra su historia mientras mira con valentía hacia el futuro: un destino que sorprende, inspira y conecta.