



# INFORMAZIONE STAMPA

Aprile 2026

## **„Bremen – Mehr als Märchen“: Una nuova campagna presenta Brema come destinazione cosmopolita e diversificata**

Con la campagna „[Bremen – Mehr als Märchen](#)“, che in italiano significa “Brema più di una fiaba”, Bremen Tourismus questa primavera lancia una campagna innovativa volta a porre Brema al centro dell’attenzione come destinazione turistica cosmopolita, orientata al futuro e dalle molteplici sfaccettature. Facendo leva sul carisma dei famosi musicanti di Brema, la campagna unisce il patrimonio culturale a una rappresentazione basata sull’intelligenza artificiale e invita le visitatrici e visitatori a scoprire Brema.

### **I musicanti di Brema come simbolo della campagna**

Al centro della campagna ci sono i musicanti di Brema, tuttavia non sotto forma di classici personaggi delle fiabe bensì di personaggi generati dall’intelligenza artificiale e reinterpretrati in chiave contemporanea. Come simbolo di coraggio, diversità e rinnovamento. La storia dei quattro animali che percorrono le loro proprie strade insieme si trasforma in una metafora per i valori che attualmente contraddistinguono, Brema: una città che trae forza dalla diversità e in cui il coraggio, l’apertura e la coesione sono considerati scontati. Con la campagna [Bremen Tourismus](#) intende mostrare questa particolare dinamica.

Allo stesso tempo „Mehr als Märchen“ mette in primo piano le molteplici esperienze che la città offre. Ogni animale rappresenta un tema centrale della strategia turistica Brema 2030+. L’asino simboleggia ad esempio il patrimonio culturale e le tradizioni vive, il cane la città verde lungo il fiume con le numerose esperienze a contatto con la natura e un’elevata qualità di vita. Il gatto incarna la diversificata cultura del piacere a Brema mentre il gallo simboleggia le esperienze artistiche e culturali, così come i mondi della conoscenza della città.

### **Delle riprese supportate dall’intelligenza artificiale invogliano a scoprire personalmente Brema**

La campagna punta su narrazioni visive dall’impatto forte e immagini di scorci di vita cittadina. In alcuni luoghi simbolo di Brema sono state realizzate riprese fotografiche e video realistiche nelle quali i musicanti di Brema sono stati inseriti in perfetta armonia.

Delle scene autentiche e vivaci sono state realizzate allo scopo di invogliare a visitare personalmente Brema e tutti i suoi angoli più speciali.

La campagna „[Bremen – Mehr als Märchen](#)“ durerà fino all’agosto del 2026 e verrà svolta attraverso un approccio comunicativo integrato focalizzato su formati di immagini in movimento che verranno utilizzati, tra l’altro in canali digitali e Social Media. Una highlight particolare sarà la superficie speciale in 3D installata nella Potsdamer Platz di Berlino, che in concomitanza con l’ITB ha dato il via alla campagna nel marzo del 2026.

### **Rinforzare in modo duraturo il turismo e l’economia**

La campagna è accompagnata da iniziative mirate in altri paesi europei allo scopo di aumentare la visibilità internazionale di Brema e a suscitare entusiasmo. L’aumento del numero di visitatori rinforza in modo duraturo il turismo, la gastronomia e il commercio al dettaglio, contribuendo allo sviluppo positivo della città.

Con la campagna „Bremen – Mehr als Märchen“, la città anseatica si mette in luce come luogo che onora la propria storia e allo stesso tempo guarda al futuro con coraggio: una destinazione che sorprende, ispira e unisce.

#### **Altre informazioni per le redazioni:**

WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH  
Marco Skora – Tel. + 49 (0)421 / 30800-24  
skora@bremen-tourism.de – [www.bremen.de/tourismus](http://www.bremen.de/tourismus)  
Ansgaritorstraße 11 – 28195 Bremen

