



# PRESSE-INFORMATION

April 2026

## **„Bremen – Mehr als Märchen“: Neue Kampagne präsentiert Bremen als weltoffene, vielfältige Destination**

Mit der Kampagne [„Bremen – Mehr als Märchen“](#) startet der Bremen Tourismus in diesem Frühjahr eine innovative Kampagne, die die Stadt als weltoffene, vielfältige und zukunftsgerichtete Destination für Reisende ins Zentrum rückt. Aufbauend auf der Strahlkraft der berühmten Bremer Stadtmusikanten verbindet die Kampagne kulturelles Erbe mit zeitgenössischer KI-Inszenierung und lädt Besucherinnen und Besucher dazu ein, Bremen zu erleben.

### **Die Bremer Stadtmusikanten als Leitbild der Kampagne**

Im Mittelpunkt der Kampagne stehen die Bremer Stadtmusikanten – jedoch nicht als klassische Märchenfiguren, sondern als zeitgemäß interpretierte KI-generierte Charaktere mit eigener Persönlichkeit. Als Sinnbild für Mut, Vielfalt und Aufbruch. Die Geschichte der vier Tiere, die gemeinsam ihren eigenen Weg gehen, wird zur Metapher für die Werte, die Bremen heute ausmachen: eine Stadt, deren Stärke aus Diversität entsteht und Mut, Offenheit, sowie Zusammenhalt ein Selbstverständnis sind. Diese besondere Dynamik will der [Bremen Tourismus](#) mit der Kampagne zeigen.

Gleichzeitig rückt „Mehr als Märchen“ die vielfältigen Erlebnisse der Stadt in den Fokus. Jedes Tier repräsentiert ein zentrales Profilthema der Tourismusstrategie Bremen 2030+. So steht der Esel für kulturelles Erbe und gelebte Traditionen, der Hund für die grüne Stadt am Fluss mit ihren vielen Naturerlebnissen und einer hohen Lebensqualität. Die Katze verkörpert die abwechslungsreiche Genusskultur Bremens, während der Hahn die Kunst- und Kulturerlebnisse sowie Wissenswelten der Stadt symbolisiert.

### **KI-gestützte Aufnahmen machen Lust, Bremen selbst zu entdecken**

Die Kampagne setzt dabei auf starke visuelle Erzählungen und Einblicke in das Leben der Stadt. An zentralen Orten in Bremen entstanden reale Foto- und Videoaufnahmen, in die die KI-generierten Stadtmusikanten nahtlos eingebettet wurden. Authentische und lebendige Szenen sollen Lust machen, Bremen und all seine besonderen Ecken selbst zu erkunden.

#### **Weitere Informationen für die Redaktionen:**

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



Ausgespielt wird „[Bremen – Mehr als Märchen](#)“ bis August 2026 über einen integrierten Kommunikationsansatz mit Fokus auf Bewegtbildformate, welche unter anderem in digitalen Kanälen und Social Media zum Einsatz kommen. Ein besonderer Höhepunkt stellt die 3D-Sonderfläche am Potsdamer Platz in Berlin dar, welche den medialen Auftakt der Kampagne, passend zur ITB Anfang März 2026, gab.

### **Tourismus und Wirtschaft nachhaltig stärken**

Ergänzt wird die Kampagne durch gezielte Maßnahmen im europäischen Ausland, um die internationale Sichtbarkeit Bremens zu erhöhen und zu begeistern. Die Steigerung der Besucherzahlen stärkt nachhaltig Tourismus, Gastronomie und Einzelhandel und trägt zur positiven Entwicklung der Stadt bei.

Mit „Bremen – Mehr als Märchen“ zeigt sich die Hansestadt als Ort, der seine Geschichte ehrt und gleichzeitig mutig in die Zukunft blickt – eine Destination, die überrascht, inspiriert und verbindet.

**Weitere Informationen für die Redaktionen:**

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

