



PERSBERICHT

April 2026

'Bremen - Meer dan sprookjes': nieuwe campagne presenteert Bremen als kosmopolitische, veelzijdige bestemming

Met de campagne '[Bremen - Meer dan sprookjes](#)' lanceert Bremen Tourismus dit voorjaar een innovatieve campagne die zich richt op de stad als kosmopolitische, veelzijdige en toekomstgerichte bestemming voor reizigers. Voortbouwend op het aantrekkingskracht van de beroemde Bremer stadsmuzikanten combineert de campagne cultureel erfgoed met eigentijdse AI-enscenering en nodigt bezoekers uit om Bremen te beleven.

De Bremer stadsmuzikanten als leidraad van de campagne

De Bremer stadsmuzikanten staan centraal in de campagne. Echter niet als klassieke sprookjesfiguren, maar op een eigentijdse manier geïnterpreteerd als AI-gegenereerde personages met hun eigen persoonlijkheid. Als symbool van moed, diversiteit en een nieuw begin. Het verhaal van de vier dieren die samen hun eigen weg gaan, wordt een metafoor voor de waarden die Bremen vandaag de dag kenmerken: een stad die haar kracht uit diversiteit haalt en waar moed, ruimdenkendheid en samenhangigheid vanzelfsprekend zijn. [Bremen Tourismus](#) wil met de campagne deze bijzondere dynamiek weergeven.

Tegelijkertijd zet 'Meer dan sprookjes' de veelzijdige ervaringen van de stad centraal. Elk dier vertegenwoordigt een centraal profielthema van de Tourismusstrategie Bremen 2030+. Zo staat de ezel voor cultureel erfgoed en behouden tradities, de hond voor de groene stad aan de rivier met zijn vele natuurbelevissen en hoge levenskwaliteit. De kat belichaamt de gevarieerde genotscultuur van Bremen, terwijl de haan symbool staat voor de kunst- en cultuurbelevissen en de kenniswerelden van de stad.

AI-ondersteunde opnames nodigen uit om Bremen zelf te ontdekken

De campagne richt zich op sterke visuele verhalen en inzichten in het leven van de stad. Op centrale locaties in Bremen zijn echte foto- en video-opnamen gemaakt, waarin de door AI gegenereerde stadsmuzikanten naadloos werden ingebed. Authentieke en levendige taferelen nodigen uit om Bremen en al zijn bijzondere plekjes zelf te gaan ontdekken.

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



De campagne '[Bremen - meer dan sprookjes](#)' loopt tot augustus 2026 via een geïntegreerde communicatieaanpak die zich richt op bewegende beeldformaten, die onder andere in digitale kanalen en sociale media zullen worden gebruikt. Een bijzonder hoogtepunt vormt de speciale 3D-visualisering op de Potsdamer Platz in Berlijn, die de mediastart van de campagne markeerde en samenviel met ITB begin maart 2026.

Duurzaam versterken van toerisme en economie

De campagne wordt aangevuld met gerichte maatregelen in andere Europese landen, om de internationale zichtbaarheid van Bremen te vergroten en enthousiasme op te wekken. De toename van het aantal bezoekers versterkt duurzaam toerisme, horeca en detailhandel en draagt bij aan de positieve ontwikkeling van de stad.

Met 'Bremen - Meer dan sprookjes' presenteert de Hanzestad zichzelf als een plaats die haar geschiedenis eert en tegelijkertijd moedig naar de toekomst kijkt; een bestemming die verrast, inspireert en verbindt.