

**BIS Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung
und Stadtentwicklung mbH**
- Stabstelle Standortmarketing / Öffentlichkeitsarbeit / Akquisition -

Konzept für Standortmarketing, Akquisition und Bestandsentwicklung 2019

Die Vermarktung des Wirtschaftsstandortes Bremerhaven ist eine zentrale Aufgabe der BIS Wirtschaftsförderung Bremerhaven. Seit dem Jahr 2000 hat die BIS im Standortmarketing und in der Akquisition ihre Aktivitäten unter der Zielsetzung „Entwicklung Bremerhavens zu einem maritimen Kompetenzzentrum von europäischer Bedeutung“ auf ausgewählte Schwerpunktbranchen und Themenschwerpunkte fokussiert.

Durch zahlreiche infrastrukturelle, wirtschaftsstrukturpolitische sowie städtebauliche Investitionen, wie z. B. Erweiterung des Containerterminals, Neubau der Kaiserschleuse, Entwicklung neuer Gewerbegebiete, Errichtung von Technologie- und Gründerzentren, Innenstadtsanierung sowie Realisierung der Havenwelten, Ausbau der Hochschule, Ansiedlung neuer wissenschaftlicher Einrichtungen, Ausbau einer Infrastruktur für die neuansiedelnde Offshore Windenergieindustrie etc. hat sich der Wirtschaftsstandort Bremerhaven in den letzten Jahren sehr positiv entwickelt.

Bremerhaven ist wieder eine wachsende Stadt. Auch die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Stadt Bremerhaven stieg deutlich an. Die Arbeitslosenquote hat sich im Zeitraum von 2005 bis heute halbiert, von über 25 % auf 12,5 %. Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Bremerhaven hat sich von 41.726 (2005) auf 53.489 (30.09.2017) erhöht, d. h. es sind in dem Zeitraum 2005-2017 über 10.000 neue, zusätzliche Arbeitsplätze entstanden. In der Stadt entsteht neuer attraktiver Wohnraum und das Lebens- und Freizeitangebot hat sich ebenfalls verbessert. Mit der Entwicklung des Kistner-Geländes, den Planungen für die Gebiete Rudloffstraße und Werftquartier entstehen neue Perspektiven für die wachsende Stadt.

Trotz der erzielten Erfolge befindet sich Bremerhaven nach wie vor in einem wirtschaftlichen Strukturwandel, die Arbeitslosigkeit ist noch überdurchschnittlich hoch und der Wettbewerb mit anderen Standorten hat zugenommen. Der Image- und Strukturwandel ist in der Kommunikation kein „Selbstläufer“, sondern muss kontinuierlich nach innen und außen vermittelt werden. Gerade in wirtschaftlich schwierigen Zeiten müssen die Erfolge und positiven Ansätze beharrlich weiter und verstärkt kommuniziert werden.

Die Kernaufgabe der Wirtschaftsförderung in Bremerhaven liegt nach wie vor in der Unterstützung der ansässigen Wirtschaft, der Weiterentwicklung der Infrastrukturen (Erschließung von Gewerbeflächen, Herichtung ökologischer Ausgleichsflächen, Bau des Hafentunnels, vorbereitende Maßnahmen für den Bau des Offshore-Terminals etc.), der Vermarktung von Gewerbeflächen und -immobilien sowie der Ansiedlung neuer Unternehmen in der Seestadt mit dem Ziel der Schaffung neuer Arbeitsplätze und der Sicherung bestehender Arbeitsplätze in Bremerhaven.

Dieser Prozess kann nur erfolgreich sein, wenn er durch zielgerichtetes Standortmarketing intensiv begleitet wird. Dabei wird ein einheitliches Erscheinungsbild, wie es mit dem neuen Markenmanual Bremerhaven für das Stadt- und Standortmarketing entwickelt wurde, als hilfreich angesehen und soll bei der Erstellung neuer Publikationen und Medien sowie bei der Neuauflage bestehender Marketinginstrumente, ohne zusätzliche Kosten zu erzeugen, umgesetzt werden.

Im Standortmarketing der BIS sind in den letzten Jahren neue Themen und Aufgaben angegangen worden, wie z. B.

- die Herausforderungen, die sich durch Klimawandel und ökologische Fragen stellen. Die BIS verfolgt das Ziel, Bremerhaven als attraktiven Standort für die Green Economy zu entwickeln;
- die engere Verzahnung von Wirtschaftsförderung und Stadtentwicklung, wie dies beispielhaft in der Kooperation „Maritime FuE-Meile“, „Geestemünde geht zum Wasser“, Entwicklungsgebiet Rudloffstraße, Entwicklung des Werftquartiers und des Kistner-Geländes praktiziert wird.

- die regionale Kooperation im Bereich der Wirtschaftsförderung (Nachbarschaftliche Wirtschaftsförderung) mit den Umlandgemeinden sowie den Landkreisen Cuxhaven und Wesermarsch;
- Themen wie „Gute Arbeit“, „Vereinbarkeit von Familien und Beruf“ und die Integration behinderter Menschen im Rahmen der ressortübergreifenden Strukturpolitik des Landes Bremen;
- Erarbeitung von MICE-Bausteinen zur Vermarktung des Kongress- und Veranstaltungsstandortes Bremerhaven, gemeinsam mit dem Referat für Wirtschaft und der Erlebnis Bremerhaven.

Konzentration auf bisherige Schwerpunkte und neue Aufgabenstellungen

Häfen und Logistik

Das Projekt Hafentunnel (Cherbourger Str./Anbindung der Häfen an die A27) ist weiterhin das herausragende und größte Infrastrukturprojekt in der Seestadt Bremerhaven. Die Stadt und das Land reagieren damit zukunftsorientiert auf die Herausforderungen der zu erwartenden wachsenden Verkehre von und zu den Häfen. Mit dem Bremischen Hafenkonzzept 2020/25 hat der Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen für alle bremischen Häfen eine detaillierte Zustandsanalyse vorgelegt und den Handlungsbedarf definiert.

Gegenüber etablierten Logistikstandorten wie Hamburg hat Bremerhaven nicht nur eine ausgezeichnete Infrastruktur aufzuweisen, sondern auch entsprechende Flächenpotentiale in direkter Nähe zu den Kajan. Regelmäßig weltweit verkehrende Liniendienste, das maritime Cluster und eine funktionstüchtige Verkehrsinfrastruktur sind deutliche Vorteile gegenüber dem sich noch zu etablierenden Tiefseewasserhafen in Wilhelmshaven. Aber nicht nur in dem Umschlag von Containern und Automobilen, sondern auch in der Logistik temperaturgeführter Lebensmittel, der Offshore Windenergie-Logistik oder beispielsweise in der Versorgung und Ausstattung von Kreuzfahrtschiffen haben die Häfen in Bremerhaven besondere Kompetenzen vorzuweisen.

Die BIS sieht eine Kernaufgabe darin, die Wertschöpfung hinter den Container- und Automobil-Terminals zu erhöhen. Dabei geht es um Ansiedlungen im Bereich von Logistik, Kommissionierung und Distribution, wobei ein wichtiger Schwerpunkt auf den Bereich Automotive liegt. Die Leistungsfähigkeit und die Perspektiven der Häfen in Bremerhaven, ihre Standortvorteile, sollen durch ein zielgruppengerechtes Marketing verstärkt kommuniziert werden. Dabei werden bereits jetzt die zukünftigen Vorteile durch die Küstenautobahn herausgestellt.

In diesen wie auch anderen Themenfeldern wurde die Zusammenarbeit mit der Wirtschaftsförderung Bremen intensiviert, um sich gegenseitig zu informieren und um bei Anfragen geeignete Flächen und Immobilien ausfindig zu machen. Dies gilt auch für das internationale Marketing und Akquisition. Die Wirtschaftsförderung Bremen wurde vom Land Bremen mit dieser Aufgabe betreut. Auf regelmäßig wiederkehrenden Terminen findet zwischen WFB und BIS ein Austausch über die strategischen Zielsetzungen, Anfragen und operativen Maßnahmen statt. Durch die Verlagerung der Innovationsabteilung der WFB in das Wirtschaftsressort werden Landesthemen (wie z. B. die Cluster Windenergie, Maritime Wirtschaft, Ernährungswirtschaft etc.) in enger Zusammenarbeit gemeinsam bearbeitet und auch Landesbroschüren erstellt.

Darüber hinaus spielt die Direktansprache von potentiellen Ansiedlungsinteressenten auf Veranstaltungen, Netzwerktreffen und Messen eine zentrale Rolle. Mit individuellen, auf die Bedarfe der jeweiligen Unternehmen ausgerichteten Standortdarstellungen bis hin zu konkreten Flächen- und Immobilienangeboten sollen die Unternehmen von einer Standortentscheidung für Bremerhaven überzeugt werden.

Hafennahe Industrieproduktion

Bremerhaven ist aber nicht nur für die Logistikwirtschaft ein interessanter Standort, sondern insbesondere auch für Industrieunternehmen, die große und schwere Produkte des Maschinen- und Anlagenbaus für den Export produzieren. Die qualitativen und quantitativen Anforderungen an Großraum- und Schwerlasttransporte haben sich in den letzten Jahren deutlich erhöht, insbesondere wenn die Anlagen im Binnenland produziert werden und für den Export zu Hafenstandorten verbracht werden müssen. Die Zuführung von in-

dustriellen Großanlagen bzw. anderer schwerlastiger oder großräumiger Komponenten zu Hafenstandorten ist nicht nur aufwendig und auch teuer, sondern zudem stets mit Risiken behaftet.

Ein Hafenstandort wie Bremerhaven mit einer ausgezeichneten Hafeninfrastuktur sowie direkt am see-schifftiefen Wasser gelegenen Industrieflächen bietet für Produktionsunternehmen aus dem industriellen Großanlagenbau attraktive Standortvorteile.

Dieses Segment steht im Focus der Akquisitionsaktivitäten der BIS. Die Standortvorteile müssen in der Branche und durch gezielte Ansprachen weiter bekannt gemacht werden und immer wieder ins Bewusstsein gebracht werden.

Im Einzelnen sind geplant:

- gezielte Ansprache von Logistikimmobilienentwicklern sowie ein Update der Informationen für Unternehmen, zu denen bereits ein Kontakt besteht;
- Aktualisierung der Standortpräsentationen, Broschüren und Verzeichnisse für die Logistikwirtschaft und den schweren Maschinen- und Anlagenbau;
- Erstellung von individuellen Standortangeboten für Logistikimmobilienentwickler, Logistikunternehmen und seehafenaffine Industrieunternehmen;
- mit Blick auf den Großmaschinen- und Anlagenbau wird Ende 2018 eine Mikrosite (Fokussierung auf das o. g. Thema) im Internet zur Verfügung stehen, auf die zukünftig bei Mailingaktionen, in Broschüren, auf Messen etc. verwiesen werden kann;
- fortlaufende Aktualisierung der Adressverteiler für Mailingaktionen;
- Anzeigenschaltungen in Kombination mit PR-Artikeln in der Fachpresse;
- Kooperation mit der Auslandsakquisition der WFB, um Bremerhaven auch international zu vermarkten;
- Beteiligung (Präsentation des Wirtschaftsstandorts Bremerhaven) auf ausgewählten Logistic Talk-Veranstaltungen von bremenports;
- Beteiligung an den Bremerhavener Transportwesen-Tagen 2019;
- Präsentation des Logistikstandortes und der Flächenangebote auf der Gewerbeimmobilienmesse Expo Real, Direktansprache von Logistikimmobilienentwickler;
- „Kamingespräche / Logistikkunde“ mit hiesigen ausgewählten Unternehmen, um Bedarfe und Trends zu diskutieren, insbesondere das Thema Fachkräfterekrutierung;
- Beteiligung an der Messe Breakbulk Europe (21.-23. Mai 2019 in Bremen);
- Beteiligung an der Messe transport logistic (4.-7. Juni 2019).

Fisch- und Lebensmittelwirtschaft

Die Fisch- und Lebensmittelwirtschaft ist in Bremerhaven ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. Rund 4.500 Beschäftigte in ca. 80 Unternehmen sind in der Fisch- und Lebensmittelwirtschaft tätig. Bremerhaven ist der größte Fischverarbeitungsstandort in Deutschland. Jährlich werden über 200.000 Tonnen Fisch in Bremerhaven verarbeitet und damit die Hälfte der bundesdeutschen Produktion. In Bremerhaven findet sich die gesamte Wertschöpfungskette, die sich durch eine hohe Kompetenz im Umgang mit Nahrungsmitteln auszeichnet.

Zudem ist es gelungen, eine zukunftsorientierte wissenschaftliche Infrastruktur aufzubauen. Die Thünen Institute für Fischereiökologie und Seefischerei, das BILB Bremerhavener Institut für Lebensmitteltechnologie und Bioverfahrenstechnik, das ZAF Zentrum für Aquakulturforschung des AWI, das Technologietransferzentrum ttz Bremerhaven sowie das Biotechnologiezentrum Bio Nord mit innovativen Unternehmen aus den Bereichen der Lebensmittelanalytik und Life Science stehen hierfür beispielhaft. Bremerhaven hat zahlreiche Kompetenzen und Standortvorteile für die Ernährungswirtschaft aufzuweisen, die überregional aber noch nicht ausreichend bekannt sind.

2015 wurde begonnen durch ein neues Veranstaltungsformat die Kompetenzen der Lebensmittelwirtschaft verstärkt überregional zu kommunizieren.

Das „Lebensmittelforum Bremerhaven“ ist eine Fachkongressveranstaltung, die federführend durch die BIS veranstaltet wird in Kooperation mit dem ttz und dem NaGeB (Nahrungs- und Genussmittelindustrie Bremen e. V.) sowie der Handelskammer Bremen IHK für Bremen und Bremerhaven. Im Mittelpunkt stehen aktuelle und zukunftsorientierte Themen der Lebensmittelwirtschaft. Zielgruppen sind sowohl die ansässige Fisch- und Lebensmittelwirtschaft als auch EntscheiderInnen und VertreterInnen der Branche bundesweit. Die Veranstaltung konnte bereits im Zeitraum 2015-2018 erfolgreich durchgeführt werden und soll auch 2019 wieder stattfinden.

Neben der o. g. Veranstaltung findet vom 10.-12. Oktober 2018 der Kongress der Deutschen Lebensmitteltechnologien in Bremerhaven statt. Veranstalter ist die Gesellschaft Deutscher Lebensmitteltechnologien e. V. (GDL). Erwartet werden ca. 250 Gäste. Zudem veranstaltete das Technologietransferzentrum ttz am 28.02. und 01.03. 2018 den 3. Bakers Day in Bremerhaven mit ca. 100 TeilnehmerInnen. Beide Veranstaltungen wurden von der BIS für die Vermarktung des Wirtschaftsstandortes Bremerhavens genutzt. Auch 2019 sollen in Bremerhaven stattfindende Veranstaltungen von Unternehmen, Wirtschaftsverbänden und wissenschaftlichen Einrichtungen zur Präsentation des Wirtschaftsstandortes Bremerhaven genutzt werden.

Des Weiteren hat die BIS 2015 erstmals das Fischereihafen-Magazin „appetizer“ in deutscher und englischer Sprache herausgegeben. Zielgruppe sind Unternehmen der Fisch- und Lebensmittelwirtschaft. Das 60-seitige Magazin präsentiert sehr anschaulich und konkret die gesamte Wertschöpfungskette und Kompetenz der Fisch- und Lebensmittelwirtschaft in Bremerhaven sowie die Vorteile des Standorts Fischereihafen. Nach der zweiten Ausgabe 2017 ist geplant, das Magazin mit Unterstützung aus Mitteln des neuen Europäischen Meeres- und Fischereifonds (EMFF) auch 2019 erscheinen zu lassen.

Die Förderinstrumente „Europäischen Meeres- und Fischereifonds (EMFF)“ und das Innovationsprogramm des Landes Bremen bieten zudem Möglichkeiten, die Zusammenarbeit zwischen der Bremerhavener Fisch- und Lebensmittelwirtschaft und o. g. wissenschaftlichen Einrichtungen weiter zu verbessern mit dem Ziel, die Innovations- und Wirtschaftskraft der in Bremerhaven ansässigen Unternehmen zu stärken.

Folgende Maßnahmen sind 2019 geplant:

- Durchführung des 5. Lebensmittelforum Bremerhaven in Kooperation mit dem ttz Bremerhaven, dem Verein Nahrungs- und Genussmittelverband Bremen (NaGeB) und der Handelskammer Bremen IHK für Bremen und Bremerhaven, Finanzierung durch den EMFF;
- Herausgabe der dritten Ausgabe des Fischereihafen-Magazins „appetizer“;
- Aktualisierung der Unternehmensdatenbank „Fisch- und Lebensmittelwirtschaft in Bremerhaven“ auf der BIS-Website“;
- Zusammenarbeit mit dem Interessenverband der Nahrungs- und Genussmittelindustrie in Bremen und Bremerhaven NaGeB;
- Entwicklung eines Konzeptes für Food Start-ups;
- Vermarktung freier Flächen im Biotechnologiezentrum (1.BA), Direktansprache potentieller neuer MieterInnen.

Maritime Technologien

Die maritime Wirtschaft und insbesondere auch der Schiffbau haben eine lange Tradition in Bremerhaven. Diese lange Geschichte war wiederholt von Auf-und-ab-Bewegungen der Branche geprägt. Durch die Entscheidung, ihre Kreuzfahrtschiffe in Mecklenburg-Vorpommern zu bauen, hat die Genting Group die Lloyd Werft vor neue Herausforderungen gestellt und viele Erwartungen enttäuscht. Allerdings sieht es bei der Lloyd Werft wieder freundlicher aus. Die Kreuzfahrtriesen, die auf den MV-Werften gebaut werden, sollen ab 2020 in Bremerhaven ausgerüstet werden.

Im Bereich der maritimen Wirtschaft findet zurzeit eine Konzentration auf den Bereich von Reparatur und Wartung statt. Bremerhaven verfügt über 11 Docks, was an der deutschen Nordseeküste ein Alleinstellungsmerkmal darstellt. Seitens der öffentlichen Hand werden die Voraussetzungen für die erfolgreiche

Teilnahme unserer Werften am weltweiten Wettbewerb, insbesondere im Bereich der Infrastrukturen, geschaffen:

Die Kaiserschleuse weist mittlerweile Dimensionen auf, die es ermöglichen, u. a. die größten Car Carrier der Welt zu schleusen. Bremenports arbeitet gemeinsam mit den entsprechenden Dienststellen daran, auch Dockschleusungen zu ermöglichen, sodass Schiffe über 300 Meter Länge die Lloyd Werft erreichen können. Die Kaje im Kaiserhafen III wird für rund 30 Mio. Euro erneuert, sodass die Voraussetzungen für die Endausrüstung von großen Schiffen, aber auch die Voraussetzungen für Investitionen in größere Dockkapazitäten, gegeben sein werden.

In direkter Nachbarschaft zum Alfred-Wegener-Institut für Polar- und Meeresforschung (AWI) am Handelshafen hat die BIS in den letzten Jahren die Maritime Forschungsmeile Bremerhaven entwickelt. In dem maritimen Technologie- und Gründerzentrum in der Bussestraße haben sich eine Reihe von Unternehmen angesiedelt. In direkter Nachbarschaft arbeitet das Offshore-Sicherheitstrainingszentrum der Fa. Falck Safety seit einigen Jahren sehr erfolgreich und etwas weiter westlich forschen WissenschaftlerInnen im Zentrum für Aquakulturforschung (ZAF). In der Bussestraße 26 hat Falck Safety sein Schulungszentrum erweitert. Rund um die Maritime Forschungsmeile ist ein attraktives Stadtquartier mit hochwertigen Wohnangeboten entstanden. Die Veranstaltung „Geestemünde geht zum Wasser / Maritime Forschungsmeile“ fand am 16. September 2018 statt. Die Veranstaltung wurde gemeinsam vom Stadtplanungsamt, dem Stadtteilmanagement Geestemünde, ansässigen Wissenschaftseinrichtungen und Unternehmen sowie der BIS organisiert. Die BIS hat sich in Vorbereitung und Durchführung der Veranstaltung personell und finanziell engagiert.

Folgende Marketingmaßnahmen sind für 2019 geplant:

- Anzeigenschaltung in Fachzeitschriften (wie z. B. Hansa, THB Täglicher Hafenbericht, Deutsche Verkehrszeitung) möglichst in Verbindung mit PR-Artikeln;
- fortlaufende Aktualisierung der Adressdatenbank „Maritime Wirtschaft“ auf der BIS-Internetseite;
- Mitarbeit in der Initiative Maritimes Cluster Norddeutschland;
- „Bis aktuell“ mit dem Schwerpunktthema „Maritime Technologien“.

Offshore Windenergiewirtschaft – Maritime Wirtschaft

Die Energiewende stockt weiterhin. Insbesondere die Reduzierung der Ausbauziele für Offshore Windenergie hat der Entwicklung der Branche in Bremerhaven geschadet. Dennoch werden uns der Klimawandel und der -schutz auch weiterhin über die nächsten Jahrzehnte begleiten. Daraus ergibt sich ein weltweit wachsender Markt für erneuerbare Energietechnologien. Aufgrund der aktuellen Marktsättigung, den langen Vorlaufzeiten beim Bau neuer Offshore Windparks sowie insbesondere aufgrund der noch fehlenden Netzanschlüssen wird vermutlich zunächst nicht mit neuen Investitionen und Ansiedlungen zu rechnen sein.

Sehr positiv hat sich das IWES Institut für Windenergiesystem in Bremerhaven entwickelt. Derzeit wird in direkter Nachbarschaft zum IWES-Gondelprüfstand ein weiterer Prüfstand für die Entwicklung von Windenergieanlagen gebaut. Mit dem Fraunhofer IWES und der Hochschule Bremerhaven wird die Branche in Bremerhaven durch hervorragende Ausbildungs- und Forschungseinrichtungen begleitet, deren stetiges Wachstum ermöglicht werden muss. Insbesondere von der engen Zusammenarbeit des Fraunhofer IWES mit der Wirtschaft erhoffen wir uns auch kurzfristig neue Innovationsimpulse, die sich auf den Standort positiv auswirken werden und möglichst auch zu Neuansiedlungen und der Schaffung neuer Arbeitsplätze beitragen.

Zur Nutzung dieser Potenziale ist es aber erforderlich, dass die eingeleiteten großflächigen Erschließungsmaßnahmen im Süden Bremerhavens (Luneplate) fortgeführt werden. Ergänzt werden muss diese Flächenerschließung durch die Schaffung der schwerlastgeeigneten Hafeninfrastruktur Offshore-Terminal Bremerhaven. Nur wenn eine solche Infrastruktur vorhanden ist, können auch die entsprechenden Ansiedlungen erfolgreich umgesetzt werden. Siemens in Cuxhaven ist hierfür das beste Beispiel. Ansiedlungen ziehen wiederum Zulieferer an, für die ebenfalls Flächen vorgehalten werden müssen.

Trotz der erlittenen Rückschläge in der Offshore Windenergie sind wir der festen Überzeugung, dass es richtig ist, an der Strategie zur Förderung erneuerbarer Energie festzuhalten, weil Bremerhaven auf diesem Zukunftsmarkt bereits erfolgreich tätig war und neues Marktpotenzial (weitergehende Ausbauziele, technologische Innovationen, Service und Wartung, Recycling von Altanlagen) zu erwarten ist. Die bisher erzielten Erfolge und Standortvorteile, insbesondere die hohe wissenschaftliche Kompetenz und das verfügbare Angebot an Gewerbeflächen, gilt es weiterhin nach innen und außen zu kommunizieren und für die Neuan siedlung von Unternehmen zu nutzen. Als Zielgruppen stehen sowohl die HerstellerInnen von Komponenten für Offshore Windkraftanlagen als auch ZuliefererInnen und DienstleisterInnen sowie Unternehmen aus den Bereichen Service, Wartung und Anlagenrecycling im Fokus der Akquisition. Zudem soll das Thema Offshore Wind um die Themen Dekarbonisierung und Sektorenkoppelung ergänzt werden.

Folgende Marketingmaßnahmen sind für 2019 geplant:

- Teilnahme an der Messe Husum Wind vom 10.-13. September 2019, Beteiligung am WAB Gemeinschaftsstand;
- Anzeigenschaltung in Fachzeitschriften (wie z. B. Neue Energie, Erneuerbare Energie, Sonne, Wind und Wärme) möglichst in Verbindung mit PR-Artikeln;
- Durchführung der Netzwerkveranstaltung Windstammtisch Bremerhaven;
- Aktualisierung Wind Exposé für Investoren (dt./engl.), Einsatz auf Messen sowie die Erstellung von Angeboten und Mailings;
- Mitarbeit in der Windenergieagentur WAB und Unterstützung der Netzwerkarbeit, Teilnahme an Stammtischen der Windenergie Agentur WAB e. V.

Erschließung der Luneplate

Eine zukunftsorientierte Wirtschaftsstrukturpolitik muss heute den Blick auf Übermorgen werfen. Dazu gehört zentral die vorausschauende Entwicklung von Gewerbeflächen für die ansässige Wirtschaft und für Unternehmen, die auf der Suche nach neuen Standorten sind.

Die Luneplate ist neben der Ausrichtung auf die Zielgruppe „Green Economy“ (s. u.) insbesondere durch ihre verkehrsgünstige Anbindung als möglicher Standort für Unternehmen mit hohem Transportvolumen bzw. Lieferverkehrsaufkommen attraktiv. Die unmittelbare Nähe zum Wesertunnel sowie zur A27 über zwei schnell erreichbare Anschlussstellen (Bremerhaven-Süd und Bremerhaven-Wulsdorf) sowie die Planung und Umsetzung der zukünftigen Küstenautobahn A20 wird dieses Interesse noch steigern. Ebenso die Nähe zu Hafenanlagen für Großschiffe.

Um Bremerhaven mittelfristig konkurrenzfähig zu halten, Flächenengpässen für Unternehmen entgegen zu steuern und überregional bedeutsame AnsiedlungsinteressentInnen Möglichkeiten zu bieten, in Bremerhaven großflächig Gewerbe und Industrie anzusiedeln, ist die zeitnahe Erschließung der Flächen auf der Luneplate sinnvoll und geboten. Mit dem Bau einer Erschließungsstraße mit zwei Brückenbauwerken im südlichen Bereich der Luneplate wurde inzwischen die Anbindung der Luneplate an das überregionale Straßennetz geschaffen.

Maßnahmen

Mit der Planung der Erschließung soll das Industriegebiets Luneplate 2019 durch Marketingaktivitäten begleitet und frühzeitig ein Markenaufbau erfolgen. Die operative Arbeit hierzu beginnt 2019 mit der Erstellung eines Marketingkonzeptes.

Green Economy

Seit 2001 verfolgt Bremerhaven eine ganzheitliche Strategie zur Unterstützung der Offshore Windenergie in der Seestadt. Teststandorte für die ersten Multimegawattanlagen wurden ausgewiesen, Hafenanlagen für die Offshore-Industrie ertüchtigt, passende Gewerbeflächen entwickelt und ein einzigartiges Forschungs- und Entwicklungscluster in Bremerhaven aufgebaut. Bremerhaven hat gelernt das Thema Offshore Windenergie ganzheitlich anzugehen.

Für die zukünftige Standortentwicklung bedeutet dies auch, nicht allein das Thema „erneuerbare Energien“ im Blick zu haben, sondern die Frage nach einem ökologischen, nachhaltigen Wirtschaften grundsätzlich zu stellen. Im Süden Bremerhavens entwickelt die BIS deshalb für die Green Economy ein modernes Gewerbegebiet, das umweltfreundliches, ressourcensparendes und wirtschaftlich-effizientes Arbeiten ermöglicht.

Die zunehmend an Bedeutung gewinnenden Umwelttechnologien entwickeln sich zu einem der industriellen Zukunftsmärkte des 21. Jahrhunderts mit beachtlichen Wachstumspotenzialen (Umwelttechnologie). Aber auch zahlreiche andere Unternehmen gehen den Weg der Green Transformation, womit gemeint ist, dass diese Unternehmen aus unterschiedlichsten Gründen immer mehr Wert auf nachhaltiges Handeln legen und ihr Unternehmen darauf ausrichten.

Die BIS hat ein Konzept entwickelt, mit dem Ziel, die o. g. Entwicklungen für die Stärkung des Wirtschaftsstandortes Bremerhaven zu nutzen. Dazu gehört, die Entwicklung von Umwelttechnologien am Standort Bremerhaven zu unterstützen sowie den Umgestaltungsprozess in den Unternehmen mit den bereits bestehenden Instrumenten der Wirtschaftsförderung zu fördern.

Im Mittelpunkt des Konzeptes steht die Idee ein „nachhaltiges Gewerbegebiet“ im Süden Bremerhavens auf der Luneplate als Pufferzone zwischen Industrie- und Naturschutzgebiet zu entwickeln. Im Rahmen des Projektes werden verschiedene Marketingmaßnahmen umgesetzt.

Folgende Marketingmaßnahmen sind für 2019 geplant:

- Fortführung des Green Economy NewsLetters;
- Blog-Beiträge auf der Website www.green-economy-bremerhaven.de;
- Kongressveranstaltung in Bremerhaven (z. B. Umweltgerechte Verpackung, Wasserstoff-Anwendungen);
- Fortführung des Energiekonzeptes und weitere Planungen für das „Nachhaltige Gewerbegebiet“;
- Kontaktaufbau zu potentiellen AnsiedlungsinteressentInnen;
- Besuch von Fachveranstaltungen und -messen der Green Economy-Branche.

NeubürgerInnen für Bremerhaven – qualifizierte Arbeitskräfte für die Wirtschaft

Zu einem wichtigen Thema der weiteren wirtschaftlichen Entwicklung der Seestadt Bremerhaven wird zunehmend die Frage, wie es den Unternehmen gelingen kann, qualifizierte Beschäftigte für die Arbeit am Standort Bremerhaven zu gewinnen. Darüber hinaus wird angestrebt, neue Beschäftigte auch zur „Neubürgerschaft“ in Bremerhaven zu bewegen. Die Wirtschaftsförderung mit den direkten Kontakten zu den Unternehmen und den Akteuren der Arbeitsmarktpolitik bildet dabei eine wichtige Schnittstelle. Wie bereits in den letzten Jahren unterstützt die BIS die Durchführung eines Info-Tages zur Berufs- und Studienorientierung an der Hochschule Bremerhaven. Bewährt hat sich auch das Angebot für zukünftige und neue MitarbeiterInnen, einen Bremerhaven-Kennenlerntag zu organisieren.

2018 wurde im Rahmen eines studentisches Projektes an der Hochschule Bremerhaven ein Veranstaltungsformat entwickelt, um neuen MitarbeiterInnen in den verschiedenen wissenschaftlichen Einrichtungen Kontakte zu in Bremerhaven wohnenden KollegInnen zu ermöglichen, die bei der „Findung“ in Bremerhaven behilflich sein können. Es soll versucht werden, dieses Veranstaltungsformat weiterzuentwickeln und zu etablieren.

MICE – Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions

Gemeinsam mit dem Referat für Wirtschaft und der Erlebnis Bremerhaven GmbH (EBG) werden die Grundlagen für die Vermarktung Bremerhavens als MICE-Standort geschaffen. Der Fokus des MICE-Konzeptes liegt auf der Entwicklung innovativer Veranstaltungsformate in Kombination mit interessanten oder spannenden Rahmenprogrammen in außergewöhnlichen Locations.

Dafür müssen zunächst vorhandene Strukturen erfasst werden, ebenso wie Übernachtungskapazitäten und Tagungsräume. Darüber hinaus werden besondere Eventlocations, DienstleisterInnen aus den Bereichen Catering und Veranstaltungstechnik sowie AnbieterInnen von Workshop-, Coaching-, Vortrags-, Seminar-

und Unterhaltungsprogrammen identifiziert, um daraus mittelfristig Angebote für nachhaltige, schlüsselfertige Tagungsbausteine zu entwickeln.

Im Rahmen der Tourismusstrategie 2025 werden die wissenschaftlichen Potenziale in Verbindung mit den maritimen Standortvorteilen Bremerhavens herausgearbeitet, damit kleine bis mittlere Tagungen und Konferenzen mit ca. 50-500 Personen verstärkt in der Seestadt stattfinden können.

Regionale Kooperation – Unterweserforum Bremerhaven

Mit der gemeinsamen Darstellung der verfügbaren Gewerbeflächen in Bremerhaven und der Region, gemeinsamen Aktivitäten auf Veranstaltungen und Messen, der Herausgabe der Broschüre „Stark am Strom“ und der gemeinsamen Internetseite „www.starkamstrom.de“ zur Präsentation des Wirtschaftsstandortes wurden erste, wichtige Ansätze für die Vermarktung der Region umgesetzt. Die gemeinsamen Marketingaktivitäten sollen auch 2019 fortgesetzt werden. Die BIS ist aktiver Bestandteil dieser Kooperation und bringt das vorhandene Know-how in die AG Marketing des Arbeitskreises 1 „Wirtschaft“ ein.

Folgende Marketingmaßnahmen sind in gemeinsamer Abstimmung mit den Mitgliedern der Arbeitsgruppe Wirtschaft für 2019 geplant:

- Weiterentwicklung der Website „Stark am Strom“;
- gezielte PR-Arbeit zu Leuchtturmprojekten, innovativen Unternehmen, Stärken der Region mit dem Ziel, die Region überregional stärker bekannt zu machen.

Innovationspolitik / Kreativwirtschaft

Die Innovationspolitik des Landes Bremen zielt darauf ab, die Förderaktivitäten wesentlich auf drei Innovationscluster zu konzentrieren: Luft- und Raumfahrt, Windenergie sowie Maritime Wirtschaft / Logistik. In diesen Clustern sollen die vorhandenen Kompetenzen und Stärken der Wirtschaft in Bremen bzw. Bremerhaven besonders effektiv unterstützt und in ihrer weiteren Entwicklung gefördert werden. Die BIS arbeitet in diesem Kontext in den Planungstreffen mit der WFB Bremen und dem Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen mit. Im Rahmen der Innovationsförderung in Bremerhaven werden vom Standortmarketing darüber hinaus eigene Aktivitäten durchgeführt, um das Thema in Bremerhaven voranzutreiben.

Der Bereich der Medien / Kreativwirtschaft gehört zu den innovationspolitischen Handlungsfeldern des Landes Bremen mit einem eigenen Förderschwerpunkt. Im Vergleich zu anderen Großstädten vergleichbarer Größe ist die Kreativwirtschaft in Bremerhaven zwar eher unterdurchschnittlich entwickelt, doch hat sich das Image der Stadt und ihre Außenwahrnehmung in den letzten Jahren positiv verändert.

Die Kreativwirtschaft ist sowohl für die weitere Imageentwicklung der Stadt als auch für die Entwicklung kreativer Prozesse in Unternehmen von Bedeutung. Zudem mangelt es oftmals an der Verzahnung der ansässigen Kreativwirtschaft mit der ansässigen Wirtschaft. Dieser Prozess ist auch für das Standortmarketing von Bedeutung und soll insbesondere mit Blick auf die NeubürgerInnenwerbung begleitet werden.

Maßnahmen:

- Netzwerkveranstaltungen;
- Unterstützung der Messeaktivitäten;
- Ausbau und Pflege der Website Impulsflut.de;
- verschiedene Workshops (unternehmensbezogene Themen) für die Kreativwirtschaft;
- Wunderwerft / Vermarktung Hafestraße / Unterstützung Goethe 45:

Digitale Medien

Das wichtigste Medium im Online-Marketing ist nach wie vor die **Unternehmenswebsite**. Laut einer Google-Studie nutzen im B2B-Bereich 90 % der Beteiligten das Internet als Informationsquelle. Eine gut strukturierte, inhaltsreiche und aktuelle Website ist im „Business to Business“-Online Marketing die Basis für alle weiteren Aktivitäten.

Die BIS Website stellt umfangreiche, detaillierte Standortinformationen für Investoren, Standortvorbereiter und -entscheider sowie ansässige Unternehmen zur Verfügung. Die BIS Website ist sehr umfangreich, sie besteht aus ca. 2420 bei Google indizierten Seiten. Es befinden sich 632 indizierte PDFs auf der Website.

Darin sind als besondere Services implementiert: zwei Unternehmensdatenbanken, ein Gewerbeflächen und -immobilien-Informationssystem auf der Basis der Niedersächsischen KOMSIS-Datenbank, einer Anmeldefunktion für den Newsletter, Downloadbereiche für BIS-Publikationen und standortrelevante Informationen Dritter, eine Fotodatenbank „Fischereihafen“, Pressemitteilungen, Veranstaltungshinweise, Ausschreibungen.

2018 wurde begonnen, in Zusammenarbeit mit der b.i.t. auf das aktuelle SIX-CMS System umzustellen, sowie die Struktur und Navigation der Website zu verbessern, noch stärker content-orientiert auszurichten, die Website für Suchmaschinen zu optimieren und insbesondere responsiv, auf die Nutzung von mobilen Endgeräten (Smartphone, Tablets) anzupassen. Zudem gibt die Auswertung des Nutzungsverhaltens Hinweise auf Optimierungen der Website. Dieser Prozess wird auch 2019 fortgeführt.

Zudem soll verstärkt mit **Mikrosites** gerade im Bereich der Standortdarstellungen für gezielte Themen und Branchen gearbeitet werden, die auch kompatibel für mobile Endgeräte sind. Dies ermöglicht eine zeitgemäße, schnelle Aktualisierung, jederzeitigen Zugriff für Interessenten und ggf. auch individuelle Ausrichtung im Zuge von Mailingaktionen.

Der **E-Mail-Newsletter** soll auch 2019 wieder mit aktuellen Standortinformationen, Berichten über innovative Projekte und Unternehmen, Veranstaltungshinweisen etc. achtmal erscheinen, bei Bedarf auch häufiger. Er ist als wesentlicher Bestandteil des **Content Marketings**. Durch begleitende Werbung soll die Zahl der AbonnentInnen erhöht werden. Hierin sieht die BIS einen deutlich höheren Wert als die gleiche Zahl von Facebook-Followern.

Content Marketing ist seit geraumer Zeit geradezu zu einer Zauberformel für erfolgreiches Marketing geworden. Dabei wird CM wie folgt definiert: Content Marketing hat das Ziel, durch Produktion von Medien neue KundInnen bzw. InteressentInnen zu gewinnen und bestehende KundInnen bzw. InteressentInnen zu halten. Content Marketing ist eine Kommunikationsstrategie, um mittels nutzwertigen, aber nicht werblichen Informationen (z. B. News, journalistisch aufbereiteten Themen, Beratung, Videos etc.) die Bekanntheit bei der gewünschten Zielgruppe zu steigern, das Image zu verbessern oder neue KundInnen zu gewinnen. Dabei soll der/die potenzielle Kunde/in nicht gleich zum Kauf eines Produktes gedrängt werden.

Diese Strategie wird im Standortmarketing der BIS schon lange angewendet. Die „BIS aktuell“ wurde nicht als „Mitteilungsblatt“ der BIS konzipiert, sondern als Medium, das über die Entwicklung und die Kompetenzen am Wirtschaftsstandort Bremerhaven in journalistischer Weise berichtet. Dabei standen die Unternehmen am Standort klar im Mittelpunkt. Auch die BIS-Website zeichnet sich durch einen hohen Content-Gehalt aus.

Hinsichtlich der Bedeutung der **Sozialen Medien** im „Business to Business“-Marketing und der Akquisition von Unternehmen gibt es aktuell keine verlässlichen Zahlen und die BIS schätzt die Bedeutung – gemessen am zu erbringenden Aufwand – als relativ gering ein. Gleichwohl sollte die Bedeutung der Sozialen Medien in Bezug auf die Imagebildung und -beeinflussung nicht unterschätzt werden. Hier wird eine originäre Aufgabe im Stadtmarketing gesehen.

Mit dem **Green-Economy Blog** werden derzeit Erfahrungen hinsichtlich des Dialogs mit NutzerInnen dieser Internetplattform gesammelt. Eine Ausdehnung auf Soziale Medien erfordert allerdings personelle Ressourcen, die derzeit nicht zur Verfügung stehen.

Die Schaltung von **Anzeigen in Online-Medien** z. B. als Banner auf Portalen etc. bietet viele Einsatzmöglichkeiten. Insbesondere zur Bewerbung von Veranstaltungen bzw. Messeauftritten können Online-Anzeigen gezielt eingesetzt werden (z. B. Online-Banner für Lebensmittelforum in Online-Fachnewslettern). Im Ver-

gleich zu Anzeigen in Printmedien sind Online-Anzeigen weniger kostspielig und bieten zudem Möglichkeiten der Erfolgskontrolle.

Eine andere Art der Anzeigenwerbung besteht in der geschalteten Suchmaschinenwerbung. Gängige Suchbegriffe werden als Ad-Words bei Suchmaschinenanbietern (Google) kostenpflichtig gebucht. Bei Eingabe von Suchbegriffen werden die eigenen Inhalte - als Anzeige gekennzeichnet - an vorrangiger Stelle aufgelistet. Projektbezogen soll auch dieses Instrument eingesetzt werden.

Printmedien

Trotz wachsender Bedeutung der digitalen Medien greifen nach bisherigen Erfahrungen Führungskräfte in Unternehmen nach wie vor gerne auf Printmedien zurück. Im Zuge der täglichen digitalen Flut, der wir ausgesetzt sind, werden ein postalisches Schreiben und eine gutgemachte Broschüre vielfach noch als wertiger empfunden als E-Mails und digitale Newsletter.

Die „BIS aktuell“ wird von der Bremerhavener Wirtschaft und auch überregional sehr positiv wahrgenommen. Sie ist im Standortmarketing ein wichtiges Instrument zur kontinuierlichen Darstellung aktueller wirtschaftlicher Entwicklungen am Standort, der Kompetenzen und Leistungen der Bremerhavener Wirtschaft sowie der Angebote der Wirtschaftsförderung. Bremerhavener Unternehmen erhalten die „BIS aktuell“ als Beilage im Magazin „Wirtschaft in Bremen und Bremerhaven“ der Handelskammer Bremen IHK für Bremen und Bremerhaven. Die weitere Verteilung erfolgt über die Wissenschaftseinrichtungen, die Institutionen von Politik und Verwaltung im Land Bremen sowie über einen bundesweiten Verteiler an ca. 1.200 Unternehmen. Dadurch kann eine gute Verbreitung erzielt werden und trägt dazu bei, sowohl Bremerhaven positiv zu kommunizieren als auch die ansässigen Unternehmen zu stärken. Zudem sollen Inhalte, „Content“, der „BIS aktuell“ auch vermehrt auf digitalen Plattformen zur Verfügung gestellt werden. Auch im Jahr 2019 sind zwei Ausgaben geplant.

Für alle Marketingschwerpunkte stehen Printmedien zur Verfügung, die nach Bedarf aktualisiert werden.

Messen

Die Teilnahme an Wirtschaftsmessen ist auch 2019 ein wichtiger Bestandteil der Akquisition und des Standortmarketings. Umfangreiche Mailing-Aktivitäten zur Direktansprache von InvestorInnen und potentiell ansiedlungsinteressierten Unternehmen begleiten die Messevor- und -nachbereitung. Wie auf keiner anderen Veranstaltung bietet sich eine hervorragende Möglichkeit, mit zahlreichen VertreterInnen einer ganzen Wirtschaftsbranche in Kontakt zu treten. Darüber hinaus bieten die Messen eine herausragende Plattform, um den Wirtschaftsstandort Bremerhaven positiv überregional zu kommunizieren.

Durch die Organisation von Gemeinschaftsständen, an denen sich Bremerhavener Unternehmen beteiligen, leistet die BIS zudem einen wichtigen Beitrag zur Bestandspflege und -entwicklung. Die ausstellenden Unternehmen aus Bremerhaven werden durch die Möglichkeit zur Beteiligung an Gemeinschaftsständen in ihren Marketing- und Vertriebsaktivitäten unterstützt; zugleich lenken die Unternehmenspräsentationen den Blick von außen auf die Stärken und die Leistungsfähigkeit des Standortes Bremerhaven und stellen somit eine ausgezeichnete Standortwerbung dar.

Geplant sind 2019 Beteiligungen an folgenden Messen und Veranstaltungen:

- Breakbulk Europe, 21.-23. Mai 2019 in Bremen,
- Transport logistic, 4.-7. Juni 2019 in München,
- Windenergiemesse Husum Wind vom 10.-13. September 2019 in Husum,
- Internationale Gewerbeimmobilienmesse EXPO REAL vom 7.-9. Oktober 2019 in München.

Die Messen werden begleitet durch Direktmarketingaktivitäten, wie

- Adressenrecherche, Identifikation von AnsprechpartnerInnen,
- Mailingaktionen,
- Durchführung der vereinbarten Gesprächstermine und Übersendung von Informationsmaterial,

- Messeauswertung / Follow-ups.

Zur Finanzierung der Teilnahme an den Messen wird beim Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen ein Messförderantrag über einen Zuschuss in Höhe von 60.000 € gestellt. Zudem können auch aus Projektmitteln „Innovationspolitik“ des Senators für Wirtschaft, Arbeit und Häfen Messen anteilig finanziert werden. Zur Unterstützung von messebezogenen Marketingaktivitäten sind zusätzlich Mittel aus dem Standortmarketing notwendig.

Bestandspflege

Eine wichtige Aufgabe der BIS liegt in der Stärkung und Entwicklung der Unternehmen am Standort Bremerhaven. Hier gilt es frühzeitig bei Umstrukturierungen, Erweiterungen oder geplanten Verlagerungen innerhalb der Stadt unterstützend tätig zu werden, die umfangreichen Dienstleistungen und Angebote der BIS bekannt zu machen und zu erläutern, bestehende und sich neu entwickelnde Netzwerke für den Informationsaustausch und die Zusammenarbeit zu nutzen.

Die Bestandspflegeaktivitäten werden auch 2019 fortgeführt. Der Schwerpunkt liegt auf dem direkten Kontakt zu den Unternehmen, die im Rahmen der Bestandspflege regelmäßig besucht werden. Darüber hinaus will die BIS durch Veranstaltungen für die Wirtschaft über die Angebote der Wirtschaftsförderung informieren und die Vernetzung der Unternehmen fördern. Die Veranstaltungsreihe „Bremerhaven im Aufbruch“, die gemeinsam von der Handelskammer Bremen IHK für Bremen und Bremerhaven und der BIS organisiert wird, und der „Bremerhavener Windstammtisch“ sollen auch in 2019 mit jeweils zwei Veranstaltungen fortgesetzt werden. Auch die Kamingespräche Logistik, die im Jahr 2018 erstmals stattfanden, sollen in 2019 fortgeführt werden, um die Bedarfe, Trends und Veränderungen der Branche aufzunehmen. Des Weiteren werden von der BIS wie in den Vorjahren für Bremerhavener Unternehmen zahlreiche Informations- und Qualifizierungsveranstaltungen zu branchenübergreifenden Themen wie z. B. Datenschutz, Digitalisierung, Industrie 4.0, Verhandlungsführung, Unternehmensfinanzierung etc. in Kooperation mit Dritten angeboten.

Geplante Maßnahmen:

- a) direkte Gespräche mit Bremerhavener Unternehmen

Bestandspflegegespräche werden wie in der Vergangenheit regelmäßig auf Geschäftsführungsebene der BIS gemeinsam vor allem mit dem Präsidenten des Senats der Freien Hansestadt Bremen, dem Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen und dem Oberbürgermeister der Seestadt Bremerhaven bei Unternehmen vor Ort geführt sowie von BIS-MitarbeiterInnen aus den Bereichen Förderung, Gewerbeflächen und Standortmarketing im Rahmen der Bestandsentwicklung.

- b) Veranstaltungen

Für 2019 sind bislang folgende Veranstaltungen geplant:

- Bremerhaven im Aufbruch (zwei Veranstaltungen mit der IHK),
- Informationsveranstaltungen zu Förderprogrammen und Projekten der BIS,
- Infoveranstaltungen zu Förderprogrammen des Bundes und der EU mit ProjektträgerInnen,
- Windstammtisch Bremerhaven (zwei Veranstaltungen),
- Lebensmittelforum Bremerhaven,
- Wirtschaftsdialog Bremerhaven,
- Kamingespräch Logistik,
- Info-Tag an der Hochschule Bremerhaven für SchülerInnen und Studierende über Studienmöglichkeiten und Jobs in Bremerhaven.

Seit 2016 findet der „**Bremerhavener Wirtschaftsdialog**“ im Rahmen des SeeStadtFestes statt. Veranstalter des Wirtschaftsdialogs sind die BIS, die Stadt Bremerhaven und seit 2017 auch die Handelskammer Bremen IHK für Bremen und Bremerhaven. Vorbereitet und durchgeführt wird die Veranstaltung gemeinsam mit der Bremerhavener Fisch- und Lebensmittelwirtschaft in Kooperation mit Handelskammer Bremen IHK für Bremen und Bremerhaven. Zielgruppe sind KundInnen und GeschäftspartnerInnen der ansässigen Wirtschaft, die über dieses Veranstaltungsformat Gelegenheit erhalten, bei Information und Aus-

tausch in der besonderen maritimen Atmosphäre des SeeStadtFestes den Wirtschaftsstandort Bremerhaven näher kennenzulernen. Mit diesem Veranstaltungsformat ist es gelungen, überregional Unternehmer für Bremerhaven zu interessieren und zu einem Besuch zu bewegen. Im Jahr 2018 wurde das Veranstaltungsformat fortgeführt und weiterentwickelt. Es werden nun nicht mehr ausschließlich Unternehmen aus der Fisch- und Lebensmittelwirtschaft angesprochen, sondern alle Wirtschaftsunternehmen. Dadurch können mehr Interessierte nach Bremerhaven eingeladen werden und die Veranstaltung kann stetig wachsen. Auch im Jahr 2019 soll die Veranstaltung fortgeführt werden.

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Die BIS ist für viele MedienvertreterInnen Kontakt- und Anlaufstelle zu wirtschaftlichen Themen in Bremerhaven, insbesondere auch für solche aus dem Ausland. Neben der Unterstützung und Begleitung von journalistischen Anfragen und Besuchen gibt die BIS auch eigene Pressemitteilungen zu verschiedenen Themen und anlässlich von Messen, Veranstaltungen, Projekten, Förderprogrammen etc. heraus.

Dabei werden wir vermehrt wirtschaftliche Erfolge von Unternehmen, Innovationen von Wissenschaftseinrichtungen und wirtschaftsstrukturpolitischen Maßnahmen regional und überregional kommunizieren. Weiterhin werden wir diesen „Content“ für Plattformen wie den „Bremer Pressedienst“, „Wirtschaft in Bremen und Bremerhaven“, „Business & People“, Green Economy Blog etc. zur Verfügung stellen und zudem die Verbreitung über digitale Medien erhöhen.

Geplante Maßnahmen:

- Vernetzung verschiedener Kommunikationskanäle (Website, Newsletter, Pressemitteilung etc.),
- Aufbau einer Bilddatenbank,
- Überarbeitung der Presseverteiler,
- Erstellung einer Veranstaltungsübersicht,
- Pressedienste.

Anlage

Aktivitäten und Kosten Standortmarketing, Akquisition und Bestandsentwicklung
 - Gesamtübersicht für 2019 nach Mittelherkunft gegliedert -

Aktivitäten	Finanzierung durch das Land Bremen
Gemeinschaftsstand auf der Messe transport logistic, München	Messeförderung (SWAH)
Messestand auf der Husum Wind	Projektmittel Innovationsprogramm (EFRE)
Gemeinschaftsstand auf der Messe Breakbulk Europe, Bremen	Projektmittel Innovationsprogramm (EFRE)
Gemeinschaftsstand auf der Gewerbeimmobilien Messe Expo Real, München	Messeförderung (SWAH)
Wirtschaftsdialog Bremerhaven anlässlich des Seestadtfestes	Projektmittel Innovationsprogramm (EFRE)
Anzeigen- und Pressearbeit z. B. in Sonderbeilagen und Fachzeitschriften etc. zu den Messen Husum Wind, tl und Expo Real	Projektmittel Innovationsprogramm (EFRE)
Info-Tag an der Hochschule Bremerhaven für SchülerInnen und Studierende über Studienmöglichkeiten und Jobs in Bremerhaven (in Kooperation mit Wirtschaft und Wissenschaft)	Projektmittel Innovationsprogramm (EFRE)
Marketing Erschließungsmaßnahmen Luneplate	Projektmittel GRW, Land Bremen, Stadt Bremerhaven
Infoveranstaltungen zu Förderprogrammen des Bundes und der EU mit ProjektträgerInnen	Projektmittel Innovationsprogramm (EFRE)
Veranstaltung Lebensmittel Forum Bremerhaven	Projektmittel (EMFF)
Windstammtisch Bremerhaven (2 Veranstaltungen)	Projektmittel Innovationsprogramm (EFRE)
Kamingespräch Logistik (2 Veranstaltungen)	Projektmittel Innovationsprogramm (EFRE)
Fischereihafen Magazin „appetizer“ Nr. 3	Projektmittel (EMFF)
BIS aktuell (1 Ausgabe)	Projektmittel Innovationsprogramm (EFRE)
diverse Marketingmaßnahmen im Projekt „Green Economy / Nachhaltiges Gewerbegebiet“	Projektmittel (GRW, Land Bremen, Stadt Bremerhaven)
Beteiligung Transportwesen-Tage	Projektmittel Innovationsprogramm (EFRE)
Netzwerkarbeit wie z. B. Maritimes Cluster und WAB e. V.	Projektmittel Innovationsprogramm (EFRE)
Marketingmaßnahmen Kreativwirtschaft	Projektmittel Innovationsprogramm (EFRE)

Aktivitäten	Finanzierung durch die Stadt Bremerhaven Standortmarketing (in €)
Standortdarstellungen (Exposés) und individualisierte Angebote im Rahmen der Unternehmensakquisition in den Schwerpunkten Häfen und Logistik, schwerer Maschinen und Anlagebau, Offshore Windenergie, Maritime Wirtschaft, Lebensmittelwirtschaft und Green Economy	17.000
Mailingaktionen und Direktansprachen in den Schwerpunkten Häfen und Logistik, schwerer Maschinen und Anlagebau, Offshore Windenergie, Maritime Wirtschaft, Lebensmittelwirtschaft und Green Economy	5.000
Digitale Medien: Internet / Mikrosites für Standortdarstellungen und Standortangebote (inkl. Pflege und laufende Kosten Websites), Pflege Unternehmensdatenbanken	15.000
Aktualisierung und Neuauflage Broschüren der Schwerpunktthemen Häfen und Logistik, schwerer Maschinen und Anlagebau, Offshore Windenergie, Maritime Wirtschaft, Lebensmittelwirtschaft und Green Economy	20.000
BIS aktuell (1 Ausgaben)	7.000
Marketinganteile an den geplanten Messen	10.000
„Bremerhaven im Aufbruch“ (2 Veranstaltungen in Kooperation mit der HK / IHK)	4.000
Beteiligung und Durchführung von Veranstaltungen mit Bedeutung für den Wirtschaftsstandort Bremerhaven/ Akquisitionsmöglichkeiten	15.000
Pressearbeit / Anzeigen in Fachzeitschriften zu den im Konzept genannten Schwerpunktthemen / Darstellung des Wirtschaftsstandortes Bremerhaven, Fotodatenbank, Pressedienst, Verteiler etc.	20.000
Aktivitäten Nachbarschaftliche Wirtschaftsförderung im Rahmen Marketing „Stark am Strom“ (anteilige Kosten für Website und PR-Arbeit)	3.000
Kosten Mitgliedschaft KOMSIS Gewerbeflächenpool	4.000
gesamt	120.000€

Messeplanung 2019				
Messe	Termin	Ort	Bemerkungen	Finanzierung
BreakBulk Europe	29.-31.05.	Bremen	Gemeinschaftsstand Bundesland Bremen	Messeförderung / Innovationsprogramm
Transport logistik	04.-07.06.	München	Gemeinschaftsstand Bundesland Bremen	Messeförderung / Innovationsprogramm
HusumWind	10.-13.09.	Husum	Teilnahme am Gemeinschaftsstand der WAB	Messeförderung / Innovationsprogramm
Expo Real	07.-09.10.	München	Gemeinschaftsstand Bundesland Bremen	Messeförderung / Innovationsprogramm