

Wirtschaftlichkeitsuntersuchungsübersicht (WU-Übersicht)
 Anlage 2 zur Vorlage „Standortmarketing 2019“

Benennung der Maßnahme

Maßnahmen 2019 für Standortmarketing, Akquisition und Bestandsentwicklung für die Stadt Bremerhaven

Wirtschaftlichkeitsuntersuchung für Projekte mit betriebswirtschaftlichen
 gesamtwirtschaftlichen Auswirkungen

Methode der Berechnung (siehe Anlage)

Rentabilitäts- /Kostenvergleichsrechnung Barwertberechnung Kosten-Nutzen-Analyse
 Bewertung mit standardisiertem gesamtwirtschaftlichem Berechnungstool

Ggf. ergänzende Bewertungen (siehe Anlage)

Nutzwertanalyse Risikoanalyse für ÖPP/PPP Sensitivitätsanalyse Sonstige (Erläuterung)

Anfangsjahr der Berechnung :

Betrachtungszeitraum (Jahre): Unterstellter Kalkulationszinssatz: Geprüfte Alternativen (s. a. beigefügte Berechnung)

Nr.	Benennung der Alternativen	Rang
1		
2		
n		

Ergebnis

Weitergehende Erläuterungen

Zeitpunkte der Erfolgskontrolle:

1.	2.	n.
----	----	----

Kriterien für die Erfolgsmessung (Zielkennzahlen)

Nr.	Bezeichnung	Kennzahl
1		
2		
n		

Baumaßnahmen mit Zuwendungen gem. VV 6 zu § 44 LHO: die Schwellenwerte werden nicht überschritten
 die Schwellenwerte werden überschritten, die frühzeitige Beteiligung der zuständigen technischen/bremischen Verwaltung gem. RL Bau 4.2 ist am _____ erfolgt.

Wirtschaftlichkeitsuntersuchung nicht durchgeführt, weil:

Ausführliche Begründung

Mit den Maßnahmen im Bereich des Standortmarketings, der Akquisition und der Bestandsentwicklung verfolgt die BIS das Ziel, den Wirtschaftsstandort Bremerhaven im Wettbewerb mit anderen Standorten zu stärken.

Wirtschaftlichkeitsuntersuchungs-Übersicht (WU-Übersicht)

Anlage 2 zur Vorlage „Standortmarketing 2019“

Dabei konzentriert sich die BIS auf Schwerpunktbranchen wie Hafenwirtschaft / Logistik, hafennahe Industrieproduktion, Fisch- und Lebensmittelwirtschaft, Offshore-Windenergiewirtschaft, maritime Technologien und Green Economy.

Darüber hinaus zielen die Maßnahmen darauf ab, die Bedeutung der wissenschaftlichen Einrichtungen für die Wirtschaft in Bremerhaven herauszustellen sowie die Beziehungen zwischen Wirtschaft und Wissenschaft zu verbreitern und zu intensivieren. Das Ziel ist, Bremerhaven als innovativen Standort mit herausragenden Kompetenzen in der Forschung und Entwicklung in wichtigen Schwerpunktbranchen weiterzuentwickeln und zu präsentieren.

Ebenso werden gezielte Marketingmaßnahmen für Projekte wie z. B. NeubürgerInnen für Bremerhaven oder Nachbarschaftliche Wirtschaftsförderung initiiert und durchgeführt. Sie zielen darauf ab, gemeinsam mit Unternehmen, wissenschaftlichen Einrichtungen und gesellschaftlichen Gruppen den Wirtschaftsstandort qualitativ weiterzuentwickeln.

Im Standortmarketing und durch gezielte Akquisitionsmaßnahmen verfolgt die BIS das Ziel, neue Unternehmen in Bremerhaven anzusiedeln, InvestorInnen von einem Engagement in Bremerhaven zu überzeugen sowie die Gewerbeflächen und -immobilien zu vermarkten.

Die Maßnahmen zielen zudem darauf ab, die ansässigen Unternehmen durch Vernetzung und unternehmensübergreifendes Marketing (z. B. Teilnahme an von der BIS organisierten Gemeinschaftsständen auf Wirtschaftsmessen) zu unterstützen.

Durch das Standortmarketing soll Bremerhaven zu einem überregional bekannten maritimen Kompetenzzentrum von europäischem Rang entwickelt werden. Ein weiteres Ziel ist, das Image des Wirtschaftsstandortes zu verbessern.

Die Zielsetzungen und Maßnahmen werden im Detail jährlich in einem dem Magistrat vorzulegendem Konzept und Maßnahmenplan dargestellt.

Im vierteljährlichen Controllingbericht werden die Kennzahlen (wie z. B. Anzahl Messen, Veranstaltungen, Publikationen, Pressemitteilungen) im Detail aufgeführt.