

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

Konzept für Standortmarketing, Akquisition und Bestandsentwicklung 2020

Die Vermarktung des Wirtschaftsstandortes Bremerhaven ist eine zentrale Aufgabe der BIS Wirtschaftsförderung Bremerhaven. Seit dem Jahr 2000 hat die BIS im Standortmarketing und 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. In der Stadt Bremerhaven lag die Arbeitslosigkeit im Jahr 2018 bei 7.143 Personen (Stichtag 30.09.2018), ein Rückgang gegenüber dem Vorjahr (7.660) um 248 Personen oder 3,4 %. Die Arbeitslosenquote betrug somit im Jahr 2018 (Stichtag 30.09.2018), in der Stadt Bremerhaven 12,0 %, so niedrig war sie seit 20 Jahren nicht. Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in Bremerhaven hat sich von 41.726 (2005) auf 53.489 (30.09.2018) erhöht, d.h. es sind in dem Zeitraum 2005-2018 über 10.000 neue, zusätzliche Arbeitsplätze entstanden. Der Arbeitsmarkt in Bremerhaven hat sich durch die Arbeitnehmerfreizügigkeit für EU-Bürger sehr vielfältig entwickelt. Die Zahl der in Bremerhaven arbeitenden EU-Bürger hat sich in den vergangenen zehn Jahren mehr als verdreifacht. Von 1.049 Beschäftigten mit EU-Staatsbürgerschaft im Jahr 2008 stieg die Zahl um 2.000 Personen auf 3.049 im Jahr 2018 an. Damit kam zuletzt in der Seestadt jeder 17. sozialversicherungspflichtig beschäftigte Arbeitnehmer aus einem EU-Partnerland. Aufgrund des großen Fachkräftebedarfs der Unternehmen werden wir auch künftig auf qualifizierte Beschäftigte aus der EU angewiesen sein.

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 Kernaufgaben der Wirtschaftsförderung in Bremerhaven liegen nach wie vor in der Unterstützung der ansässigen Wirtschaft und der Weiterentwicklung der Infrastrukturen (Erschließung von Gewerbeflächen, Herrichtung ökologischer Ausgleichsflächen, Bau des Hafentunnels, Entwicklung eines Gewerbegebietes für nachhaltiges Wirtschaften etc.), der Vermarktung von Gewerbeflächen und -immobilien sowie der Ansiedlung neuer Unternehmen in der Seestadt. Sowie der Unterstützung ansässiger Unternehmen, Förderung von Start Up's und Hilfe bei der Arbeitskräftegewinnung 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.

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 Kistnergeländes 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“, „Arbeitswelt 4.0“ 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.
- Stärkere Zusammenarbeit mit der Städtischen Wohnungsgesellschaft, Erlebnis Bremerhaven und dem Referat für Wirtschaft zum Thema „Wohnen, Leben und Arbeiten in Bremerhaven“ mit dem Ziel, das wieder mehr Menschen in Bremerhaven leben und arbeiten und nicht zum Wohnen ins Umland abwandern.

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.

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. Die BIS ist im Marketingbeirat von bremenports vertreten um Synergien in der Vermarktung der Häfen (durch bremenports) und der Vermarktung von Gewerbeflächen hinter den Häfen (durch die BIS) zu nutzen.

Die Direktansprache von potentiellen Ansiedlungsinteressenten auf Veranstaltungen, Netzwerktreffen und Messen spielt weiterhin 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 industriellen 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 Hafeninfrastruktur sowie direkt am seeschifftiefen 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. Mit Blick auf den Großmaschinen- und Anlagenbau haben wir Ende 2018 eine Mikrosite www.produktion-am-hafen.de freigeschaltet, auf die auch zukünftig bei Mailingaktionen, in Broschüren, auf Messen etc. verwiesen werden kann.

Im Einzelnen sind geplant:

- Beteiligung an der internationalen Messe Breakbulk Europe (26. -28. Mai 2020 in Bremen)
- Gezielte Ansprache von Logistikimmobilienentwicklern sowie ein Up-Date 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.
- 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 2020.
- Präsentation des Logistikstandortes und der Flächenangebote auf der Gewerbeimmobilienmesse Expo Real, Direktansprache von Logistikimmobilienentwickler.

- Fortführung der „Kamingespräche/Logistikrunde“ mit hiesigen ausgewählten Unternehmen um Bedarfe und Trends zu diskutieren, insbesondere das Thema Fachkräfte-Rekrutierung.

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 Entscheider und Vertreter der Branche bundesweit. Die Veranstaltung konnte bereits im Zeitraum 2015 - 2019 erfolgreich durchgeführt werden und soll auch 2020 wieder stattfinden.

Neben der o.g. Veranstaltung fand am 12./ 13. Juni 2019 das Zukunftsforum Bremerhaven mit rund 150 TeilnehmerInnen statt. Veranstalter war das ttz Bremerhaven. Unter die Überschrift «Diversität» passte alles, was weite Teile der Ernährungswirtschaft und -forschung bewegt. Nach dem Erfolg, plant das ttz im Jahr 2020 eine Folgeveranstaltung. Das Forum wurden von der BIS für die Vermarktung des Wirtschaftsstandortes Bremerhavens genutzt. Auch 2020 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 60seitige 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 dritten Ausgabe 2019 ist geplant das Magazin mit Unterstützung aus Mitteln des neuen Europäischen Meeres- und Fischereifonds (EMFF) auch zum Ende des Jahres 2020 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 2020 geplant:

- Durchführung des 6. 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 vierten 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 up`s
- Vermarktung freier Flächen im Biotechnologiezentrum (1.BA), Direktansprache potentieller neuer Mieter

Maritime Technologien

Die maritime Wirtschaft, 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. Weiter wollen die Lloyd-Werft und das Design-Büro Judel/Vrolijk & Co gemeinsam eine 95-Meter-Jacht entwickeln. Auch der Verkauf der Betriebsgesellschaften Bremerhavener Dockgesellschaft Bredo (Bredo Dry Docks), German Dry Docks (GDD) und German Ship Repair (GSR) mit mehr als 400 Beschäftigten von der Petram Gruppe an die Rönner Gruppe und nicht an eine Kapitalgesellschaft ist ein gutes Signal für den Schiffbaustandort Bremerhaven.

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. Die Kaje im Kaiserhafen III wird für rund 30 Millionen Euro erneuert, sodass die Voraussetzungen für die Endausrüstung von großen Schiffen, aber auch die Voraussetzungen für Investitionen in größere Dockkapazitäten gegeben sein werden.

Maritime Forschungsmeile

In direkter Nachbarschaft zum Alfred-Wegener-Institut, Helmholtz-Zentrum 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 Firma RelyOn Nutec Holding A/S (ehemals Falck Safety) seit einigen Jahren sehr erfolgreich und etwas weiter westlich forschen Wissenschaftler im Zentrum für Aquakulturforschung (ZAF). In der Bussestraße 26 hat RelyOn Nutec 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 zuletzt 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. Von allen Beteiligten ist eine Fortsetzung der Veranstaltung gewünscht.

Folgende Marketingmaßnahmen sind für 2020 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
- Organisation des Gemeinschaftsstandes des Landes Bremen auf der weltweit führenden Messe der maritimen Industrie - SMM in Hamburg vom 08. – 11.09.2020.
- Sonderpublikation zur SMM

Offshore Windenergiewirtschaft

Die Energiewende stockt weiterhin. Insbesondere die Reduzierung der Ausbauziele für Offshore Windenergie hat der Entwicklung der Branche nicht nur in Bremerhaven geschadet.

Dennoch werden uns der Klimawandel und der Klimaschutz auch weiterhin über die nächsten Jahrzehnte begleiten. Daraus ergibt sich ein weltweit zu erwartender wachsender Markt für Erneuerbare Energie-Technologien. Aufgrund der aktuellen Marktsättigung, den langen Vorlaufzeiten beim Bau neuer Offshore Windparks sowie insbesondere aufgrund der noch fehlenden Netzanbindungen wird vermutlich zunächst nicht mit neuen Investitionen und Ansiedlungen in der Offshore Windindustrie zu rechnen sein. Die BIS beschäftigt sich zunehmend mit weiteren Zukunftstechnologien wie den Wasserstoffanwendungen und Speichertechnologien.

Sehr positiv hat sich das IWES Institut für Windenergiesystem in Bremerhaven entwickelt. Neben den zwei bereits bestehenden Rotorblattprüfständen, soll eine weitere Halle mit einem neuartigem Prüfstand folgen. Der Spatenstich für den neuen Prüfstand ist Ende 2019 geplant, betriebsbereit soll er im Jahr 2021 sein. 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.

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 Neuansiedlung von Unternehmen zu nutzen. Zudem soll das Thema Offshore Wind um die Themen Decarbonisierung und Sektorenkoppelung sowie Wasserstoff ergänzt werden.

Folgende Marketingmaßnahmen sind für 2020 geplant:

- Organisation des Bremischen Gemeinschaftsstandes auf der Messe WindEnergy in Hamburg vom 22. – 25. September 2020
- Anzeigenschaltung in Fachzeitschriften (wie z.B. Neue Energie, Erneuerbare Energie, Sonne, Wind und Wärme) möglichst in Verbindung mit PR-Artikeln
- Durchführung von Netzwerkveranstaltung
- 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.

- Besuch der Windforce Bremerhaven im Mai 2020

Erschließung der Luneplate zum nachhaltigen Gewerbegebiet (LUNE DELTA)

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.

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 Wirtschaftsförderung 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“ LUNE DELTA im Süden Bremerhavens auf der Luneplate zu entwickeln.

Mit der Erschließungsplanung LUNE DELTA wurde bereits begonnen, ebenso mit den Objekt- und Fachplanungsleistungen für das Projekt „Gründerzentrum Green Economy“.

Begleitend dazu finden bereits Marketingmaßnahmen (Erstellung eines Marketingkonzeptes und Aufbau einer Akquisitionsdatenbank) statt, die kontinuierlich fortgeführt werden.

Weitere Aktivitäten im privaten Bereich tragen erste Früchte und fügen sich so in die Strategie der Stadt Bremerhaven ein.

Die Wasserstoffinitiative H2BX möchte bis zum Jahresende eine in Bremerhaven eine Wasserstofftankstelle installieren. Mehr als 40 Unternehmen und Privatpersonen haben sich gegenüber dem Verein verpflichtet, ein Fahrzeug mit Brennstoffzelle anzuschaffen.

Mit dabei ist Tiefkühlkosthersteller Frosta, der 2020 einen Lkw auf Wasserstoff umrüsten will. Gleichzeitig macht sich Frosta Gedanken, inwiefern Wasserstoff auch für die Kühlung im Unternehmen eingesetzt werden kann. Der Fischverarbeiter Deutsche See überlegt momentan, welche Rolle der Wasserstoff spielen kann. Die Bugsier-Reederei hat Pläne für ein Ausflugschiff mit Brennstoffzelle. Den Bau soll die Werft Abeking & Rasmussen realisieren.

Auch im Koalitionsvertrag der künftigen Bremer Landesregierung wird sich mit dem Thema Wasserstoff beschäftigt. Der könne bei Schiffsantrieben zum Einsatz kommen oder bei der Stahlherstellung. Außerdem ist bei der Anschaffung von neuen Bussen auch explizit die Rede vom Wasserstoffantrieb.

Folgende weitere Marketingmaßnahmen sind für 2020 geplant:

- Fortführung des Green Economy Newsletters
- Blog Beiträge auf der Website www.green-economy-bremerhaven.de – ggf. Weiterentwicklung zur Website
- Kongressveranstaltung in Bremerhaven (z.B. Wasserstoff-Anwendungen, Nachhaltige Verpackungen)
- Fortführung des Energiekonzeptes und weitere Planungen für das Nachhaltige Gewerbegebiet
- Kontaktaufbau zu potentiellen Ansiedlungsinteressenten
- Besuch von Fachveranstaltungen und Fachmessen der Green Economy Branche
- Erweiterung der Datenbank für potentielle Ansiedlungsinteressenten

Neubürger 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 in Bremerhaven 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.

Das Thema Wohnen, Leben und Arbeiten in Bremerhaven wird derzeit gemeinsam mit der Städtischen Wohnungsgesellschaft angegangen.

Im Auftrag des Senators für Wirtschaft, Arbeit und Häfen hat die WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH im Zeitraum von November 2018 bis März 2019 eine Workshop-Serie organisiert, in der in unterschiedlicher Zusammensetzung und mit verschiedenen Methoden Maßnahmen und Vorschläge erarbeitet wurden, um Arbeit Gebende bei der Akquise von neuem (Fach-)Personal in Bremen und Bremerhaven zu unterstützen. Daraus hat sich erstmal

die Etablierung eines Personalverantwortlichen Stammtisches und einer Website www.fachkraefte-fuer-bremen.de entwickelt. Diese Website steht für das Land Bremen und soll durch die Domain www.fachkraefte-fuer-bremerhaven.de erweitert und auch mit Inhalten aus BHV gefüllt werden.

Es wird 2020 eine Ausgabe der polis Bremerhaven geben. Das polis Magazin für Urban Development ist ein Magazin für Stadtentwicklung und Immobilienwirtschaft, das nicht nur eine Fachpublikation ist. polis ist Öffentlichkeit und will Gesellschaft gestalten. Es ist eine qualitativ hochwertige Plattform für den Austausch von relevanten Inhalten und Wissen und hat den Anspruch, auf kreative Art und Weise zentrale gesellschaftliche Themen in der Stadtkultur zu fokussieren, Neues aufzuzeigen und dabei all jene zu vernetzen, die an Stadt teilhaben wollen. Zielgruppe sind u.a. Projektentwickler, Investoren, Wohnungswirtschaft, Architekten und Finanzierer. Die Ausgabe soll pünktlich zur polis Convention 2020 am 05. und 06. Mai erscheinen. Daraus erhoffen wir uns eine starke Aufmerksamkeit auf den Immobilien- und Wohnstandort Bremerhaven. Auch die dazugehörige Netzwerkveranstaltung Convention erfreut sich großer Beliebtheit und medialem Interesse. Eine Ausgabe der polis erschien 2019 zum Standort Bremen, in der wir bereits mit einer Anzeige vertreten waren.

Folgende Marketingmaßnahmen sind für 2020 geplant:

- Social Media Kampagne um den Bekanntheitsgrad Bremerhavens als Wohn-Wirtschafts- und Lebensstandort bekannter zu machen.
- Gesichter und Geschichten aus Bremerhaven – um eine authentische Darstellung des Standortes durch kurze Videos zu erzeugen (unterschiedliche Menschen aus verschiedenen Berufen erzählen was sie machen, wer sie sind und wie sie in BHV wohnen).
- Sicherung der Domain www.fachkraefte-fuer-bremerhaven.de
- Teilnahme an den Personaler Stammtischen in Bremen
- Etablierung eines Personaler Stammtisches in Bremerhaven in Kooperation mit der Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa sowie der WFB
- Metro Polis Ausgabe über Bremerhaven

MICE – Meetings, Incentives, Conventions and Exhibitions

Gemeinsam mit dem Referat für Wirtschaft und der Erlebnis Bremerhaven 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 mussten zunächst vorhandene Strukturen erfasst werden, Übernachtungskapazitäten ebenso wie Tagungsräume. Darüber hinaus wurden besondere Eventlocations, Dienstleister aus den Bereichen Catering und Veranstaltungstechnik sowie Anbieter von Workshop-, Coaching-, Vortrags-, Seminar- und Unterhaltungsprogrammen identifiziert, um daraus 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 von ca. 50 bis 500 Personen verstärkt in der Seestadt stattfinden können.

Folgende Marketingmaßnahmen sind für 2020 geplant:

- Weiterentwicklung der PR- und Kommunikationsaktivitäten MICE
- Akquisition von MICE-Veranstaltungen
- Netzwerkpflge im Rahmen von MICE-Stammtischen

Regionale Kooperation – Regionalforum 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“, der gemeinsamen Internetseite „www.starkamstrom.de“ zur Präsentation des Wirtschaftsstandortes und der Verbreitung eines Newsletters wurden erste, wichtige Ansätze für die Vermarktung der Region umgesetzt. Die gemeinsamen Marketingaktivitäten sollen auch 2020 fortgesetzt werden. Die BIS ist aktiver Bestandteil dieser Kooperation und bringt das vorhandene Know-how in die AG Marketing des AK 1 „Wirtschaft“ ein.

Folgende Marketingmaßnahmen sind in gemeinsamer Abstimmung mit den Mitgliedern der Arbeitsgruppe Wirtschaft für 2020 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

Im Rahmen der Innovationspolitik des Landes Bremen sollen sich die Förderaktivitäten wesentlich auf die Innovationscluster konzentrieren: Luft- und Raumfahrt, Windenergie, Lebensmittelwirtschaft und Maritime Wirtschaft/Logistik. In diesen Clustern sollen die vorhandenen Kompetenzen und Stärken der Wirtschaft in Bremen/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 Neubürgerwerbung begleitet werden.

Geplante Maßnahmen in 2020:

- 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 Business to Business-Bereich 90% der Beteiligten das Internet als Informationsquelle. Eine gut strukturierte, inhaltsreiche und aktuelle Website ist im B2B - Online Marketing die Basis für alle weiteren Aktivitäten.

Die BIS Website stellt umfangreiche, detaillierte Standortinformationen für Investoren, Standortvorbereiter und Standortentscheider sowie ansässige Unternehmen zur Verfügung. Die BIS Website ist sehr umfangreich.

Als besondere Services sind implementiert, zwei Unternehmensdatenbanken, ein Gewerbeflächen und -immobilien Informationssystem, einer Anmeldefunktion für den Newsletter, Download-Bereiche für Publikationen der BIS und standortrelevante Informationen Dritter, eine Fotodatenbank „Fischereihafen“, Pressemitteilungen, Veranstaltungshinweise, Ausschreibungen.

2018/ 2019 wurde die Seite in Zusammenarbeit mit der b.i.t. auf das aktuelle SIX-CMS System umgestellt. Die Struktur und Navigation der Website wurde verbessert, um noch stärker Content-orientiert ausgerichtet zu sein. Die Website wurde für Suchmaschinen optimiert und insbesondere responsiv angepasst, d.h. die Nutzung für mobilen Endgeräte (Smartphone,

Tablets) optimiert. Zudem gibt die Auswertung des Nutzerverhaltens Hinweise auf Optimierungen der Website. Dieser Prozess wird auch 2020 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. Die bereits umgesetzte Seite www.produktion-am-hafen.de wurde bereits vielfach für Mailingzwecken eingesetzt.

Der **E-Mail Newsletter** soll auch 2020 wieder mit aktuellen Standortinformationen, Berichten über innovative Projekte und Unternehmen, Veranstaltungshinweisen etc. acht Mal erscheinen, bei Bedarf auch häufiger. Er ist ein wesentlicher Bestandteil des **Content Marketings**. Durch begleitende Werbung soll die Zahl der Abonnent*innen erhöht werden. Nach unserer Einschätzung kann unsere Zielgruppe auf diese Weise besser als über Facebook, Twitter etc. erreicht werden.

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 wie neue Kunden/Interessenten zu gewinnen und bestehende Kunden/Interessenten 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 Kunden zu gewinnen.

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 und Innovationsprojekte 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 wir schätzen 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 sehen wir eine originäre Aufgabe im Stadtmarketing. Aber auch im Standortmarketing wollen wir 2020 eine Social-Media-Marketing-Strategie erarbeiten. Dabei steht nicht Facebook aufgrund der große Reichweite und durch die Masse der Teilnehmer im Vordergrund, sondern eher zielgruppenorientierte Kommunikationskanäle wie z.B. Xing oder LinkedIn.

Mit dem **Green-Economy Blog** sammeln wir derzeit Erfahrungen hinsichtlich des Dialogs mit Nutzern auf diese Internetplattform. Eine Ausdehnung auf Soziale Medien erfordert allerdings personelle Ressourcen, die derzeit nicht in ausreichendem Maße 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/Messeauftritten können Online Anzeigen gezielt eingesetzt werden (z.B. Online Banner für Lebensmittelforum in Online Fach-Newslettern). Im Vergleich 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 werden 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 sowie 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.

Gemeinsam mit der Erlebnis Bremerhaven (EBG) sind wir das Thema **Imagebroschüre** bereits im Jahr 2019 angegangen. Die Fertigstellung soll 2020 erfolgen. Diese Broschüre dient dazu, Bremerhaven als Lebens- und Liebenswerte Stadt darzustellen und den Imagefaktor der Stadt zu steigern. Derzeit existiert kein geeignetes Medium, um den Wirtschafts- und Tourismusstandort Bremerhaven ganzheitlich darzustellen. In diesem Zusammenhang planen wir auch eine gemeinsame Informationsplattform (EBG und BIS), um statistische Daten aus

dem Bereich Tourismus und Wirtschaft aktuell zu halten und jeweils Zugriff für Standortdarstellungen und Präsentationen zu haben.

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

Messen

Die Teilnahme an Wirtschaftsmessen ist auch 2020 ein wichtiger Bestandteil der Akquisition und des Standortmarketings. Umfangreiche Mailing-Aktivitäten zur Direktansprache von Investoren und potentiell ansiedlungsinteressierten Unternehmen begleiten die Messenvorbereitung und Nachbereitung. Wie auf keiner anderen Veranstaltung bietet sich eine hervorragende Möglichkeit mit zahlreichen Vertretern 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 Bestandsentwicklung. 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 2020 Beteiligungen an folgenden Messen und Veranstaltungen:

- Breakbulk Europe, 26. – 28. Mai 2020 in Bremen
- Schiffbaumesse SMM, 08. – 11. September 2020 in Hamburg
- WindEnergy vom 22. -25. September 2020 in Hamburg
- Internationale Gewerbeimmobilienmesse EXPO REAL vom 05. - 07. Oktober 2020 in München

Die Messen werden begleitet durch Direktmarketingaktivitäten, wie

- Adressenrecherche, Identifikation von Ansprechpartnern
- Mailingaktionen
- Durchführung der vereinbarten Gesprächstermine und Übersendung von Informationsmaterial
- Messeauswertung / Follow up's.

Zur Finanzierung der Teilnahme an den Messen wird beim Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen ein Messesförderantrag 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 2020 fortgeführt. Der Schwerpunkt liegt auf dem direkten Kontakt zu den Unternehmen, die im Rahmen der Bestandspflege regelmäßig besucht werden. Darüber hinaus wollen wir 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 2020 fortgesetzt werden. Auch die Kamingespräche Logistik, welche im Jahr 2018 erstmals stattfanden sollen in 2020 fortgeführt werden, um 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 regelmäßig auf Geschäftsführungsebene der BIS gemeinsam vor allem mit dem Präsidenten des Senats der Freien Hansestadt Bremen, der Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa, der Senatorin für Wissenschaft und Häfen und dem Oberbürgermeister der Seestadt Bremerhaven bei Unternehmen vor Ort geführt sowie von BIS-Mitarbeiter*innen aus den Bereichen Förderung, Gewerbeflächen und Standortmarketing im Rahmen der Bestandsentwicklung.

b) Veranstaltungen

Für 2020 sind bislang folgende Veranstaltungen geplant:

- Bremerhaven im Aufbruch (in Kooperation mit der Handelskammer IHK für HB und BHV)
- Informationsveranstaltungen zu Förderprogrammen und Projekten der BIS
- Infoveranstaltungen zu Förderprogrammen des Bundes und der EU mit Projektträgern

- Windstammtisch Bremerhaven
- Lebensmittelforum Bremerhaven
- Wirtschaftsdialog Bremerhaven
- Kamingespräch Logistik
- Info-Tag an der Hochschule Bremerhaven für SchülerInnen/StudentInnen über Studienmöglichkeiten und Jobs in Bremerhaven
- Weitere Veranstaltung für die Zielgruppe Existenzgründung, Kunst- und Kreativwirtschaft wie z.B. Vorbereitung auf das Bankengespräch, Crowdfunding, Marketingaktivitäten etc.

Seit 2016 findet der „**Bremerhavener Wirtschaftsdialog**“ im Rahmen des Seestadtfestes statt. Veranstalter des Wirtschaftsdialogs sind die BIS, die Stadt Bremerhaven sowie seit 2017 auch die Handelskammer Bremen IHK für Bremen und Bremerhaven. Vorbereitet und durchgeführt wird die Veranstaltung von der BIS in Kooperation mit der Handelskammer Bremen IHK für Bremen und Bremerhaven. Zielgruppe sind Kunden und Geschäftspartner der ansässigen Wirtschaft, die über dieses Veranstaltungsformat Gelegenheit erhalten bei Information und Austausch 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 der Seestadt 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 Unternehmen der Wirtschaft. Dadurch haben wir eine größere Reichweite und die Veranstaltung kann stetig wachsen.

Im Jahr 2020 wird der Wirtschaftsdialog am 15./16. Mai stattfinden, obwohl es in diesem Jahr kein SeeStadtFest (Sail) geben wird. Ein Aussetzen der Veranstaltung haben wir verworfen, da die Akzeptanz des Veranstaltungsformates im Jahr 2019 groß war und wir diese positive Entwicklung nicht unterbrechen möchten. Im Jahr 2020 wollen wir uns mit dem aktuellen Thema „Unternehmen im Umbruch – vernetzt und digital den Wandel von guter Führung und Zusammenarbeit gestalten“ beschäftigen.

Im Rahmen der Sail 2020 planen wir zwei Netzwerkveranstaltungen mit regionalen und überregionalen Wirtschaftsvertretern. Davon eine Veranstaltung in Kooperation mit bremenports.

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

Die BIS ist für viele Medienvertreter Kontakt- und Anlaufstelle zu wirtschaftlichen Themen in Bremerhaven, insbesondere auch für Medienvertreter 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 2020 nach Mittelherkunft gegliedert –

Aktivitäten	Finanzierung durch das Land Bremen
Gemeinschaftsstand auf der Messe SMM, Hamburg	Messeförderung (SWAH)
Messestand auf der WindEnergy, Hamburg	aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)
Gemeinschaftsstand auf der Messe Breakbulk Europe, Bremen	aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)
Gemeinschaftsstand auf der Gewerbeimmobilien Messe Expo Real, München	Messeförderung (SWAH)
Wirtschaftsdialog Bremerhaven	aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)
Anzeigen- und Pressearbeit z.B. in Sonderbeilagen und Fachzeitschriften etc. zu den Messen WindEnergy, SMM, BB und Expo Real	aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)
Info-Tag an der Hochschule Bremerhaven für SchülerInnen/StudentInnen über Studienmöglichkeiten und Jobs in Bremerhaven (in Kooperation mit Wirtschaft und Wissenschaft)	aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)
Marketing Erschließungsmaßnahmen Luneplate	aus Projektmitteln GRW, Land Bremen, Stadt Bremerhaven
Infoveranstaltungen zu Förderprogrammen des Bundes und der EU mit Projektträgern	aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)
Veranstaltung Lebensmittel Forum Bremerhaven	aus Projektmitteln (EMFF)
Windstammtisch Bremerhaven	aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)
Kamingespräch Logistik	aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)
Fischereihafen Magazin „appetizer“ Nr. 4	aus Projektmitteln (EMFF)
BIS aktuell	aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)
Diverse Marketingmaßnahmen im Projekt „Green Economy/Nachhaltiges Gewerbegebiet“	Aus Projektmitteln (GRW, Land Bremen, Stadt Bremerhaven)

Beteiligung Transportwesen-Tage	aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)
Netzwerkarbeit wie z.B. Maritimes Cluster, WAB e.V.	aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)
Marketingmaßnahmen Kreativwirtschaft	aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)
Broschüre Wissenschaftsstandort Bremerhaven	aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)
Aktivitäten	Finanzierung durch Stadt Bremerhaven Standortmarketing
Standortdarstellungen/ Akquisition z.B.Exposés, Broschüren, Flyer, individualisierte Angebote und Mailingaktionen im Rahmen der Unternehmensakquisition	26.000
Pressearbeit/Anzeigen in Fachzeitschriften zu den im Konzept genannten Schwerpunkthemen/Darstellung des Wirtschaftsstandortes Bremerhaven, Fotodatenbank, Pressedienst, Verteiler etc.	17.000
Digitale Medien Internet/Mikrosites für Standortdarstellungen und Standortangebote (inkl. Pflege und laufende Kosten Websites), Pflege Unternehmensdatenbanken, Social Media etc.	8.000
Marketinganteil Messen Unterstützende Maßnahmen im Bereich Messen, die nicht durch die Mittel des Landes Bremen vollumfänglich gedeckt werden können	25.000
Veranstaltungen mit Bedeutung für den Wirtschaftsstandort Bremerhaven/ Akquisitionsmöglichkeiten, Netzwerkveranstaltungen, Informationsveranstaltungen, Delegationsreisen, Besucher etc.	37.500
Aktivitäten „Stark am Strom“ anteilige Kosten für Website, PR-Arbeit, Veranstaltungen etc.	2.000
Verschiedene z.B. Busanmietungen, Bildrechte, Catering, Veranstaltungsräume, zusätzlicher Marketingaufwand, Kleinmaterial etc.	4.500
Gesamt	120.000,- €

Messeplanung 2020				
Messen	Termin	Ort	Bemerkungen	Finanzierung
BreakBulk Europe	26. – 28. Mai	Bremen	Gemeinschaftsstand Bundesland Bremen	Messeförderung/Innovations programm
SMM	08. – 11. Sept.	Hamburg	Gemeinschaftsstand Bundesland Bremen	Messeförderung/Innovations programm
WindEnergy	22. – 25. Sept.	Hamburg	Gemeinschaftsstand Bundesland Bremen	Messeförderung/Innovations programm
Expo Real	05.- 07. Okt.	München	Gemeinschaftsstand Bundesland Bremen	Messeförderung/Innovations programm