

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

Konzept für Standortmarketing, Akquisition und Bestandsentwicklung 2023

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, hat sich der Wirtschaftsstandort Bremerhaven in den letzten Jahren sehr positiv entwickelt. Bremerhaven ist weiterhin eine wachsende Stadt.

Trotz der erzielten Erfolge befindet sich Bremerhaven nach wie vor in einem wirtschaftlichen Strukturwandel, die Arbeitslosigkeit ist weiterhin 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 Corona-Pandemie hat der Wirtschaft stark zugesetzt. Energiepreissprünge heizen die Inflation an, Lieferengpässe belasten die Industrie. Der Ukraine-Krieg verschärft bestehende Probleme und auch der Fachkräftemangel belastet die Wirtschaft zusätzlich.

Hier gilt es seitens der Wirtschaftsförderung durch geeignete Maßnahmen die Unternehmen im Rahmen unserer Möglichkeiten zu unterstützen.

Im Rahmen des Standortmarketings verfolgen wir das Ziel, Standortentscheidungen von Unternehmen positiv zu Gunsten Bremerhavens zu beeinflussen. Dabei richtet sich das Marketing auf die Sicherung bestehender Betriebsstätten sowie die Gewinnung von neuen ansiedlungswilligen Unternehmen. Das Standortmarketing umfasst neben der Ausweisung und Vermarktung von Grundstücken auch die Beeinflussung von Stadtentwicklung, der Infrastruktur, des Verkehrs und der Umwelt, um im Rahmen einer Produktpolitik die Standortbedingungen der Stadt für die Unternehmen attraktiver zu gestalten. Darüber hinaus ist das Ziel, mehr Bekanntheit und ein besseres Image bei den Zielgruppen Unternehmen, Investoren, qualifizierten Arbeitskräfte sowie Familien zu erreichen.

Dieser Prozess kann nur erfolgreich sein, wenn er durch zielgerichtetes Standortmarketing intensiv begleitet wird.

Auch wenn sich die Impfbereitschaft und der Impffortschritt positiv entwickeln, ist die Pandemie weiterhin in die Planungen im Bereich der Aktivitäten im Standortmarketing insbesondere im Frühjahr und Herbst einzubeziehen. Wir halten an den erfolgversprechenden Maßnahmen fest und versuchen diese entsprechend anzupassen, wie z.B. mit digitalen oder hybriden Formaten

bzw. mit Kleingruppen. Das heißt, es können durchaus auch Kostenanpassungen und Verschiebungen im Rahmen der geplanten Aktivitäten notwendig sein. Auch werden wir, die digitalen Medien noch intensiver in die Kommunikation einbinden, um den Kontakt und Netzwerkaktivitäten mit unseren Kunden beizubehalten.

Konzentration auf bisherige Schwerpunkte und neue Aufgabenstellungen

Häfen und Logistik

Gegenüber etablierten Logistikstandorten wie Hamburg hat Bremerhaven nicht nur eine gute 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. Aber nicht nur in dem Umschlag von Containern und Automobilen, sondern auch in der Logistik temperaturgeführter Lebensmittel, der Offshore -Logistik oder beispielsweise in der Versorgung und Ausstattung von Kreuzfahrtschiffen haben die Häfen in Bremerhaven besondere Kompetenzen vorzuweisen.

Die BIS sieht weiterhin 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. Das Projekt Hafentunnel (Cherbourger Str./Anbindung der Häfen an die A27) ist weiterhin eines der herausragenden und größten Infrastrukturprojekte in der Stadt Bremerhaven. Die Stadt und das Land reagieren damit zukunftsorientiert auf die Herausforderungen der zu erwartenden wachsenden Verkehre von und zu den Häfen. 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. 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 Maritime Wirtschaft, Ernährungswirtschaft, Wasserstoff etc.) in enger Zusammenarbeit mit den Kollegen:innen aus dem Ressort 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. Ebenfalls erfolgt ein enger Austausch mit dem Referat für Wirtschaft.

Zu der Akquisition spielt weiterhin 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 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 Produktions-Unternehmen aus dem industriellen Großanlagenbau attraktive Standortvorteile.

Dieses Segment steht weiterhin im Fokus 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 gibt es eine Microsite www.produktion-am-hafen.de, auf die auch zukünftig bei Mailingaktionen, in Broschüren, auf Messen etc. verwiesen werden kann.

Durch die Ansiedlung von Mafi & Trepel Technology GmbH, die auf dem Gelände der ehemaligen Carl-Schurz-Kaserne ein 13,7 ha großes Areal erworben haben und mittelfristig rund 200 Arbeitsplätze schaffen, unterstreicht den von der BIS verfolgten Ansatz. Im Jahr 2023 soll die Produktion in Bremerhaven starten. Auch die Ansiedlung der Fa. Denkinger, eine Internationale Spedition aus Ehingen in Süddeutschland zeigt, dass die Standortvorteile Bremerhavens erkannt werden. Denkinger wickelte die komplette Logistik für einige namhafte Großkunden, die Maschinen- und Anlagenteile aus dem Bereich Großkomponenten-, Fahrzeug- und Anlagenbau als auch aus dem Bereich Stahlbau ab. Überwiegend auf der Schiene angeliefert, bzw. als Rücklauf nach weltweitem Einsatz in Bremerhaven durch Fachkräfte überholt, repariert, gewartet sowie für neue Einsätze in aller Welt nach Kundenwünschen vorbereitet wird.

Im Einzelnen sind geplant:

- 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.
- Präsentation des Logistikstandortes und der Flächenangebote auf der Gewerbeimmobilienmesse Expo Real und transport logistic, Direktansprache von Logistikimmobilienentwickler.
- Austausch mit hiesigen ausgewählten Unternehmen um Bedarfe und Trends zu diskutieren, insbesondere auch das Thema Fachkräfte-Rekrutierung
- Planung Einweihung Hafentunnel
- Unterstützung des Vereins der Wirtschafts- und Transportweseningenieure VdWt e.V. der Hochschule Bremerhaven

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. Im Jahr 2020 musste die Veranstaltung Corona bedingt mehrfach verschoben werden und wurde Ende September 2021 nachgeholt. Da die Förderperiode des Europäischen Meeres- und Fischerei Fonds Ende 2021 ausgelaufen ist und der Nachfolgefonds sich noch in der Umsetzung befindet, konnte im Jahr 2022 kein Lebensmittelforum durchgeführt werden. Für die neue Förderperiode strebt die BIS eine Neuauflage an.

Auch 2023 sollen in Bremerhaven stattfindende Veranstaltungen von Unternehmen, Wirtschaftsverbänden und wissenschaftlichen Einrichtungen zur Präsentation des Wirtschaftsstandortes Bremerhaven genutzt werden, wie z.B. der Bakers Day des ttz Bremerhaven.

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 vierten Ausgabe 2021/22 mit Unterstützung aus Mitteln des neuen Europäischen Meeres- und Fischereifonds (EMFF) wird auch hier eine Weiterführung aus dem neuen Förderprogramm (EMFAF) angestrebt.

Folgende Maßnahmen sind 2023 geplant:

- Teilnahme an der Messe BioFach (14. – 17.02.23) in Nürnberg – Organisation eines Gemeinschaftsstandes des Bundeslandes Bremen
- 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 der auch einen Sitz in Bremerhaven plant
- Einrichtung eines FoodHub Bremerhaven
- Mitarbeit „Runder Tisch“ für die Lebensmittelbranche im Bundesland Bremen der von der Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa initiiert wurde
- Planung einer neuen Veranstaltungsreihe in Kooperation mit dem ttz Bremerhaven, dem Verein Nahrungs- und Genussmittelverband Bremen (NaGeB), FBG und der Handelskammer Bremen IHK für Bremen und Bremerhaven, Finanzierung durch den EMFAF (wenn dieser ab dem Jahr 2023 genehmigt wird)
- Standortwerbung in Publikationen von Unternehmen wie z.B. Produktkatalog von Transgourmet um gezielt Kunden von Unternehmen aus Bremerhaven anzusprechen

Maritime Wirtschaft und 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.

Die Rönner-Zech-Gruppe, hat den Zuschlag für den Kauf der Werft erhalten. Nach eineinhalb Jahren der Unsicherheit für die Beschäftigten und der Eröffnung des ist das eine gute Lösung für den weiteren Betrieb der Lloyd Werft. Wichtig ist, dass auf der Lloyd Werft weiterhin Schiffbau betrieben wird. Für Bremerhaven ist der Erhalt des Werftbetriebs an diesem traditionsreichen Standort ein wichtiges Signal. Vom Fortbestand der Werft hängt auch die Zukunft vieler Zulieferer und deren Beschäftigter ab.

Die Planungen des Alfred-Wegener-Institut Helmholtz-Zentrum für Polar- und Meeresforschung (AWI) als Ersatz für das vorhandene Polarforschungsschiff „POLARSTERN“ den Neubau eines multifunktionalen eisbrechenden Polarforschungs- und Versorgungsschiffes „POLARSTERN II“ wecken Hoffnungen. Mit der Bauausführung rechnet man 2023, die Erprobung solle nach jetzigem Stand 2026 und die Übergabe 2027 erfolgen.

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:

Folgende Marketingmaßnahmen sind für 2023 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
- Zusammenarbeit mit bremenports im Rahmen von Wasserstoffprojekten sowie im Rahmen des gemeinsamen Marketings der bremischen Häfen

Erneuerbare Energien – Nachhaltiges Wirtschaften

Das Ziel der Energiewende in Deutschland ist es, bis zum Jahr 2045 Energie hauptsächlich aus regenerativen Quellen – wie Wind- und Wasserkraft, Sonnenenergie, Geothermie oder nachwachsenden Rohstoffen – zu beziehen.

Windenergie

Die Bundesregierung hat beschlossen, das Windenergie-auf-See-Gesetz zu ändern. Es sieht vor, dass bis 2030 offshore 20 GW gewonnen werden. Bisher war ein Ausbau innerhalb von zehn Jahren auf eine Leistung von 15 GW geplant. Ein weiterer Ausbau auf 40 GW wird bis zum Jahr 2040 angestrebt.

Der Klimawandel und der Klimaschutz werden in den nächsten Jahren eine der globalen Herausforderungen sein. Daraus ergibt sich ein weltweit zu erwartender wachsender Markt für Erneuerbare Energie- und Umwelttechnologien. Die BIS beschäftigt sich zunehmend mit weiteren Zukunftstechnologien wie den Wasserstoffanwendungen und Speichertechnologien.

Immer größere und leistungsfähigere Rotorblätter stellen die Windindustrie vor neue Herausforderungen, denn die Testmöglichkeiten für diese Prototypen sind begrenzt. Das Fraunhofer IWES schließt diese Lücke mit dem sich im Aufbau befindlichen neuen großmaßstäblichen Rotorblatt-Prüfstand in Bremerhaven. Dieser kann Rotorblätter mit einer Länge von mehr als 120 Metern prüfen und schafft somit eine Testumgebung für die nötigen Validierungsnormen und Zertifizierungsstandards besonders für Offshore-Rotorblätter.

Der erste Kunde für den neuen Rotorblatt-Prüfstand des IWES steht bereits fest: Der dänische Windenergieanlagenhersteller Vestas wird 2022 das Rotorblatt des neuen Prototypen V236-15.0 MW™ in Bremerhaven testen. Der moderne Prüfstand bietet umfassende Testmöglichkeiten für Rotorblätter von mehr als 120 Metern. Der modulare und umrüstbare Aufbau des Prüfstandes ermöglicht den Wissenschaftler:innen des Fraunhofer IWES hierbei, flexibel auf Anforderungen zu reagieren und intelligente Testmethoden weiterzuentwickeln. Der aktuell noch im Bau befindliche Rotorblatt-Prüfstand wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz (BMWK) mit 14,8 Mio. Euro und vom Bundesministerium für Bildung und Forschung (BMBF), Land Bremen und EFRE mit 4 Mio. Euro gefördert.

Mit dem Fraunhofer IWES und der Hochschule Bremerhaven wird die Branche in Bremerhaven durch hervorragende Ausbildungs- und Forschungseinrichtungen begleitet, deren stetiges Wachstum ein Standortvorteil ist. 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 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. Das Thema Recycling von Windkraftanlagen wird ebenfalls forciert, hier sehen wir Potenzial in einem

Kompetenzzentrum Recycling in Bremerhaven und sind hierzu mit verschiedenen Unternehmen im Gespräch.

Wasserstoff

Bremerhaven verfolgt das Ziel, Testregion und Kompetenzzentrum für Wasserstoff- und Brennstoffzellentechnologien im Norden zu werden. Dass wir das können, haben wir mit der Offshore-Windenergie schon einmal bewiesen. Das Projekt „Wasserstoff- Grünes Gas für Bremerhaven“, das mit 20 Mio.€ vom Land Bremen und EFRE-Geldern gefördert wird, ist der Impulsgeber. Es entsteht ein Elektrolyseurtestfeld auf dem Gelände des alten Flughafens Luneort, um das Zusammenspiel zwischen Elektrolyseur und Windenergieanlage zu testen. Parallel werden Anwendungen für Wasserstoff entwickelt. Das Wasserstoffbündnis HY.City.Bremerhaven will ab Ende 2022 in der Bremerhaven eine Wasserstofftankstelle für Busse, Lkw und Pkw sowie einen 2-Megawatt-Elektrolyseur errichten.

Hinter HY.City.Bremerhaven stehen GP Joule, das Startup GreenFuels, Verkehrsbetreiber Bremerhaven Bus, Baudienstleister Georg Grube und die UTG Tanklogistik. Errichtet wird eine 2-Megawatt-Wasserstoffproduktionsanlage am Grauwalling und es entsteht eine öffentliche Tankstelle am Gelände der Bremerhaven Bus.

BremerhavenBus startet mit 7 Brennstoffzellenbussen in den emissionsfreien Nahverkehr.

Schon heute hat Bremerhaven umfassende wissenschaftliche Kompetenz im Bereich Wasserstoff zu bieten, die sich durch alle ansässigen wissenschaftlichen Einrichtungen zieht. In den vergangenen Jahren wurden vielfältige Projekterfahrungen, z.B. beim Einsatz von Brennstoffzellen auf Schiffen, gesammelt.

In der Schifffahrt und auf nicht elektrifizierten Eisenbahnstrecken wird Wasserstoff ebenfalls eine große Rolle als klimaneutraler Antrieb spielen. Die EVB setzt bereits auf der Strecke zwischen Buxtehude und Cuxhaven brennstoffzellenbetriebene Triebwagen ein und macht die Technologie bei uns in der Region erlebbar.

Als Hafenstandort mit dem wirtschaftlichen Standbein maritime Wirtschaft wird der Bau von wasserstoff-betriebenen Schiffen, der Import und Export von Wasserstoff und die Bebunkerung von Schiffen ein wesentlicher Schwerpunkt der Entwicklungen sein.

All diese Aktivitäten werden unseren ansässigen Unternehmen Anwendungsgebiete und neue Geschäftsperspektiven eröffnen. Für nicht-ansässige Unternehmen wird Bremerhaven zum attraktiven Standort der Green Economy werden.

Die BIS trägt mit dem Regionalmanagement Wasserstoff zu dieser Entwicklung bei und fördert damit den Aufbau einer Wasserstoffwirtschaft in Bremerhaven. Die Aktivitäten der Stadt werden aufeinander abgestimmt und zusammengeführt.

Die von den norddeutschen Standorten Bremen/Bremerhaven, Hamburg und Stade gemeinschaftlich erarbeiteten Konzepte, Strukturvorschläge und Betreibermodelle für ein neues Innovations- und Technologiezentrum für Wasserstoff in der Luft- und Schifffahrt („ITZ

Nord“) sind laut Bundesministerium für Digitales und Verkehr (BMDV) so valide und umsetzbar, dass nunmehr von deren baldiger Realisierung ausgegangen werden könne. Mit seiner Unterstützung setze der Bund ein entscheidendes Zeichen für den Ausbau Norddeutschlands zu einer Wasserstoffhochburg. Für Bremerhaven heißt das konkret ein 3D Teststandort für maritime Fahrzeuge und Systeme.

Folgende Marketingmaßnahmen sind für 2023 geplant:

- Beteiligung am Gemeinschaftsstand auf der HusumWind vom 12. – 15. September 2023
- Beteiligung am Gemeinschaftsstand auf der Hydrogen Technology Expo in Bremen, die im Oktober stattfinden soll
- Anzeigenschaltung in Fachzeitschriften (wie z.B. Neue Energie, Erneuerbare Energie, Sonne, Wind und Wärme) möglichst in Verbindung mit PR-Artikeln
- Durchführung von Netzwerkveranstaltungen
- 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.
- Mitarbeit im B.A.U.M Netzwerk (Netzwerk für nachhaltiges Wirtschaften)
- Besuch der Windforce Bremerhaven im Juni 2023
- Beteiligung an der Woche des Wasserstoffs
- Beteiligung am Energie- und Klimastadttag Bremerhaven
- Beteiligung an der Wissenschaftsmeile im Rahmen der Maritimem Tage
- Mitarbeit in den Initiativen Norddeutsche Wasserstoffstrategie (NDWSS) und Hy5
- Mitarbeit im Verein H2BX
- Mitarbeit Metropolregion nordwest – Barcamp Wasserstoff
- Mitarbeit in der neuen Wasserstoff-Modellregion im Nordwesten Deutschlands Hyways for future
- Mailingkampagne, um Elektrolyseurhersteller auf den Standort Bremerhaven aufmerksam zu machen

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 geraumer Zeit 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“.

Derzeit plant die BIS gemeinsam mit der BEAN Bremerhavener Entwicklungsgesellschaft Alter/Neuer Hafen das grüne Gründerzentrum, das als erster Baustein des nachhaltigen Gewerbegebiets LUNE DELTA eine Blaupause liefert für die künftigen Firmen der Green Economy. Es soll exemplarisch zeigen, wie Gebäude zum Ressourcenerhalt beitragen und zudem als CO₂-Speicher einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz leisten können. Das Gründerzentrum wird streng nach dem „Cradle-to-Cradle“-Prinzip konzipiert, die Baumaterialien sollen in jeder Lebensphase des Gebäudes wieder in die Stoffkreisläufe zurückgeführt werden können.

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

Folgende weitere Marketingmaßnahmen sind für 2023 geplant:

- Fortführung des Green Economy Newsletters

- Blog Beiträge auf der Website www.green-economy-bremerhaven.de - Weiterentwicklung zur Website und Einsatz weiterer Social Media Aktivitäten
- Gezielte Pressearbeit mit redaktionellen Beiträgen
- Kongressveranstaltung in Bremerhaven (z.B. Wasserstoff-Anwendungen, Nachhaltige Verpackungen)
- Visualisierung Bau des Gründerzentrums und LUNE DELTA
- Führungen für die Bauwirtschaft während des Baus des Gründerzentrums
- Fortführung des Energiekonzeptes und weitere Planungen für das Nachhaltige Gewerbegebiet
- Kontaktaufbau zu potentiellen Ansiedlungsinteressenten/ Datenbank
- Besuch von Fachveranstaltungen und Fachmessen der Green Economy Branche
- Erweiterung der Datenbank für potentielle Ansiedlungsinteressenten
- Bremerhavener Wirtschaftsdialog zum Thema Energie

Fachkräfte für Bremerhaven

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 Herbst 2020 wurde die Kampagne „Unglaublich Bremerhaven“ gestartet, die auch über die letzten Jahre fortgeführt und etabliert wird. Aus dieser Kampagne heraus sind weitere Videos entstanden, die den Arbeits- und Lebensstandort Bremerhaven darstellen. Unter dem Hashtag #nichthipaberherzlich konnte über Social Media Kanäle und über Funk und Fernsehen eine jüngere Zielgruppe angesprochen werden. Die Kampagne hat eine große Aufmerksamkeit erreicht. Hier sollte versucht werden gemeinsam mit anderen Playern der Stadt wie z.B. Feuerwehr, Polizei, Schulen aber auch Unternehmen aus der Stadt eine große Marketingkampagne zu starten um den Blick nach Bremerhaven zu richten.

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 erstmals 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. Im Jahr 2020 sollte bereits der erste Personaler Stammtisch in Bremerhaven bei FFI stattfinden. Corona bedingt musste dieser leider ausfallen. Im Jahr 2022 findet nun der erste Personalerstammtisch in Bremerhaven, im Atlantic Hotel Sail City statt. Weitere sollen folgen.

Auch die Durchführung der ersten Praktikumswoche Bremerhaven war ein erster Erfolg, den es gilt weiter auszubauen. Wir müssen noch mehr Unternehmen von den Möglichkeiten überzeugen, über Praktikanten:innen Auszubildende zu finden.

Folgende Aktivitäten sind geplant:

- Fortführung der Social Media Kampagne „Unglaublich Bremerhaven“ um den Bekanntheitsgrad Bremerhavens als Wohn- Wirtschafts- und Lebensstandort bekannter zu machen
- Ärztemangel in Bremerhaven gemeinsam mit der KV Bremen und dem Gesundheitsamt Bremerhaven angehen
- 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
- Erneute Durchführung einer Praktikumswoche Bremerhaven
- Überarbeitung des Inputs für Fachkräfte und Arbeitgeber auf der BIS Website

MICE – Meetings, Incentives, Conventions und 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.

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. Das Projekt wurde im Jahr 2020 an die Erlebnis Bremerhaven übergeben.

Weiterhin werden wir natürlich versuchen, Fachtagungen für Bremerhaven zu akquirieren und im Rahmen unserer Netzwerkarbeit, Veranstaltungs- und Messeaktivitäten vom MICE-Standort zu überzeugen. Mit der überregionalen Veranstaltung „Mission NOW“, Marissa Symposium und dem Symposium Seagriculture ist das im Jahr 2022 ganz gut gelungen.

Folgende Marketingmaßnahmen sind für 2023 geplant:

- Akquisition von MICE-Veranstaltungen
- Netzwerkpflge im Rahmen von MICE-Stammtischen
- Unterstützung der Bremerhavener Unternehmen Veranstaltungen aus Ihren Netzwerken in Bremerhaven zu etablieren

Begleitendes Marketing für das Werftquartier

Im Rahmen der Projektsteuerung wird das Marketing Werftquartier eng durch die BIS begleitet. Im Jahr 2022 durch Logoentwicklung, Broschüren Erstellung und Websiteumsetzung. In 2023 werden weitere Aktivitäten und Begleitung erfolgen.

Marketing/ Öffentlichkeitsarbeit Schulneubauten

Gemeinsam mit der Stäwog werden die die Marketing- und Öffentlichkeitsarbeit der Schulneubauten begleitet. Gerade die Besonderheit, das drei Schulen gleichzeitig gebaut werden und sich die Stadt eines besonderen Ausschreibungsverfahrens bedient hat erzeugt positive Aufmerksamkeit bundesweit, die zu marketingzwecken gut genutzt werden kann um den innovativen Standort Bremerhaven darzustellen.

Geplante Maßnahmen:

- Landingpage zum Thema „Schulneubauten Bremerhaven“ (analog unglaublich.bremerhaven)
- Erklärvideos – was ist eigentlich BIM/ LEAN/ IPA
- Kurzfilme/ Clips von Arbeitsgruppen aus dem Projekt Schulneubauten
- Baufortschritte dokumentieren
- Interviews führen z.B. Stadtrat Frost, Lehrer, Beteiligte aus der Allianz etc. und diese auf die Website stellen
- Fachartikel in Fachpresse - überregional Aufmerksamkeit erreichen – Diese Artikel können weiterverwendet werden für Homepage und Social Media (ggf. Anpassung der Texte durch Redakteur)
- Bei Veranstaltungen zu diesen Themen berichten, kann auch in BHV stattfinden
- Regelmäßige Führungen/ Business-Lunch in der Colocation für verschiedene Zielgruppen in Kooperation mit HK, HWK, Ingenieur- und Architektenkammer anbieten – daraus können sich Kooperationen mit den Allianzpartnern ergeben – vielleicht alle

zwei oder drei Monate für eine bestimmte Zielgruppe/ Thema? (Architekten, Handwerker, Studenten, Exkursionen von Hochschulen/ Universitäten etc.)

- Überregionale Wahrnehmung durch Besuche von Politik (mit Politik aus BHV) über die berichtet werden kann

Regionale Kooperation – Regionalforum Unterweser

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 2022 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 2023 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
- Aufsetzen eines Social Media Kanals LinkedIn

Innovationsstrategie/ Kreativwirtschaft/ Sozialunternehmen

Die Innovationsstrategie Land Bremen 2030 wurde im Juni 2021 beschlossen und vorgestellt. Erarbeitet hat sie die Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa zusammen mit Akteuren aus Wirtschaft, Wissenschaft, Politik und Gesellschaft im Land Bremen in einem einjährigen Strategieprozess.

Mit der Innovationsstrategie Land Bremen 2030 richtet das Bundesland Bremen seine Innovationspolitik neu aus. Sie schlägt einen Bogen zwischen Industrie-, Innovations- und Dienstleistungspolitik mit dem Ziel, intelligentes, nachhaltiges und sozial verantwortliches Wachstum zu fördern.

Impuls für die Neuausrichtung ist der Strukturwandel in Wirtschaft und Gesellschaft. Demografischer Wandel, Digitalisierung oder Klimawandel und umwelt- und ressourcenschonendes Wirtschaften verändern die Wertschöpfungsketten. Der Dienstleistungssektor nimmt eine immer größere Rolle ein. Diese Veränderungen will die Bremer Innovationspolitik auch künftig eng begleiten, um so die Wettbewerbsfähigkeit des Wirtschaftsstandorts Bremen zu stärken.

Die Innovationspolitik wird künftig anhand von fünf Schlüsselinnovationsfeldern ausgerichtet:

Nachhaltiges Wirtschaften und Ressourcenverwendung
Vernetzte und adaptive Industrie
Mobilität der Zukunft
Intelligente Dienstleistungen
Digitale Transformation

Um die Schlüsselinnovationsfelder zu fördern, werden durch die Strategie verschiedene Maßnahmen vorgeschlagen. Dazu zählen unter anderem branchenübergreifende Clusterarbeit und Vernetzung, Transfer- und Experimentierräume, KMU- und Start-up-orientierte Innovationsförderung, innovationsbezogene Fachkräftequalifizierung und Organisationsentwicklungen.

Die Innovationsstrategie Land Bremen 2030 dient als inhaltliche Grundlage für Maßnahmen innerhalb der sogenannten Innovationsachse, die im Land Bremen aus Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) während der neuen EU-Förderperiode 2021 bis 2027 gefördert werden.

Kreativwirtschaft

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.

Gemeinwohl/ Sozialunternehmen

Das Wohl von Mensch und Umwelt wird zum obersten Ziel des Wirtschaftens, wobei sich Gemeinwohl und Gewinn nicht ausschließen. Die bremische Landesregierung unterstützt diesen Ansatz mit einem Programm zur Förderung der solidarischen Wirtschaft, Genossenschaften und Social Entrepreneurs.

Es geht um mehr als Geld und maximalen Gewinn, es geht auch um soziale, demokratische und ökologische Werte. Ein solches am Gemeinwohl orientiertes Wirtschaften fördern und unterstützen die Wirtschaftssenatorin des Landes Bremen und die Bremerhavener Wirtschaftsförderungsgesellschaft BIS.

Die Initiative Gemeinwohlökonomie ist seit 2010 tätig. Unternehmen können ihre eigene Gemeinwohl-Bilanz erstellen und sich nach den Gemeinwohlkriterien auditieren lassen. Im Anschluss erhält das Unternehmen sein Testat. Das geschieht nach einem Punktesystem: Je mehr, desto besser. Alle zwei Jahre können Unternehmen diesen Prozess wiederholen und ihren Punktwert verbessern, indem sie ihr Handeln verändern, sei es durch gerechtere Löhne, CO₂-Einsparung, Mitbestimmungsrechte, freiwilliges Engagement – vieles ist denkbar. Auch in Bremerhaven haben bereits einige Unternehmen diesen Weg eingeschlagen und werden von der Wirtschaftsförderung in Ihrem Handeln unterstützt. Beispielhaft sind hier die Unternehmen Brüssel & Maass, Findus, Glückswinkel und ein Unverpackt Truck zu nennen.

Social Entrepreneurship

Social Entrepreneurship - übersetzt bedeutet es „Soziales Unternehmen“. Ein detaillierterer Blick lohnt sich, denn es geht nicht allein um soziale Dienstleistungen oder Produkte.

Aktivitäten, die das gesellschaftliche, innovative und wirtschaftliche Engagement fördern und sich mit dem Zusammenleben der Menschen in Bremerhaven befassen, gilt es in Zukunft in unser Handeln mit einzubeziehen und zu unterstützen, um alle Bevölkerungsschichten in der Stadt mitzunehmen und auch den nächsten Generationen ein lebenswertes, nachhaltiges und innovatives Lebensumfeld in Bremerhaven zu bieten.

Geplante Maßnahmen in 2023:

- Netzwerk- und Informationsveranstaltungen
- Umsetzung der Innovationsstrategie des Landes Bremen in Bremerhaven
- Mitarbeit und Weiterentwicklung der „Hightech-Strategie 2025“ – Regionaldialog Bremerhaven zum Thema „Nachhaltiges Bremerhaven – Ideenbörse für die Stadtgesellschaft von Morgen“
- Mitarbeit in der send-Gruppe Bremen/ Bremerhaven
- Kooperation mit dem Social Impact Lab und dem BAB Starthaus Bremerhaven
- Begleitung von Gemeinwohlaktivitäten in Bremerhaven
- Unterstützung der Messeaktivitäten
- Verschiedene Workshops (unternehmensbezogene Themen) für die Kreativwirtschaft
- Mitarbeit Wunderwerft/ Vermarktung Hafestraße/ Unterstützung Goethe 45
- Mitarbeit Projekt RE:SET Bremerhaven: Maßnahmen zur Entsiegelung und Renaturierung im städtischen Raum im Sinne des Klimaschutzes und der Steigerung der Biodiversität
- Unterstützung der Aktivitäten des kreativen Aufbruchs Bremerhaven

Medien

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 umfänglich.

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

Hier planen wir im Jahr 2023

- einen kompletten Relaunch der Website (Fortführung aus dem 2022)
- Suchmaschinenoptimierung
- optimale responsive Anpassungen für mobile Endgeräte
- barrierearme Darstellung

Zudem soll weiter verstärkt mit **Micro Sites** 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 Mailingzwecke eingesetzt. Auch die digitale Bereitstellung der Angebote per individuellen Onepager wird im Jahr 2022 forciert. Unternehmer:innen sind immer häufiger mobil unterwegs, sodass diese Art der Kommunikation (an jedem Ort zu jeder Zeit) immer wichtiger wird.

Der **E-Mail Newsletter** soll auch 2023 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 gezielter als über Facebook, Twitter etc. erreicht werden.

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 NEWS“ 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. 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. Im Vordergrund, stehen hier zielgruppenorientierte Kommunikationskanäle wie z.B. LinkedIn und Instagram. Mit dem **Green-Economy Blog** sammeln wir weiterhin Erfahrungen hinsichtlich des Dialogs mit Nutzern auf diese Internetplattform.

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 NEWS**“ 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 NEWS**“ 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 NEWS**“ auch vermehrt auf digitalen Plattformen zur Verfügung gestellt werden. Auch im Jahr 2022 sind zwei Ausgaben geplant.

Für alle Marketingschwerpunkte stehen Printmedien zur Verfügung, die nach Bedarf aktualisiert werden. Die derzeitigen Gewerbeflächeninformationen werden zu den entsprechenden Messen jeweils zeitnah aktualisiert. Hier haben wir auf einen Druck in großer Auflage verzichtet, um aktuell auf Änderungen eingehen zu können.

Messen

Die Teilnahme an Wirtschaftsmessen ist auch 2023 ein wichtiger Bestandteil der Akquisition und des Standortmarketings. 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. Umfangreiche Mailing-Aktivitäten zur Direktansprache von Investoren und potentiell ansiedlungsinteressierten Unternehmen begleiten die Messevor- und nachbereitung. eine erweiterte Mailing- und Telefonakquise versuchen, mit potenziellen Ansiedlungsinteressenten in Kontakt zu treten.

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. Wir hoffen auf jeden Fall, diese Marketingaktivitäten im Jahr 2022 wieder aufnehmen zu können.

Geplant sind 2023 Beteiligungen mit Messestand an folgenden Messen:

- BioFach, 14. – 17. Februar 2023 in Nürnberg
- POLIS Convention 26./27. April 2023, Düsseldorf
- Transport logistic, München – 09. – 12. Mai 2023
- HusumWind, vom 12. – 15. September 2023 in Husum
- Internationale Gewerbeimmobilienmesse EXPO REAL vom 04. - 06. Oktober 2023 in München
- Beteiligung an der Windforce Conference in Bremerhaven
- Hydrogen Technology Expo, Bremen – November 2023, Datum steht noch nicht fest

Darüber hinaus sollen auch weitere themenrelevante Messen und Kongresse besucht werden.

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 Messeförderantrag über einen Zuschuss in Höhe von 72.000 € 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.

Touristisches Material zum Standort Bremerhaven der Erlebnis Bremerhaven wird zu allen Messen mitgenommen, ausgelegt und verteilt.

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 2023 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 Talk“, die gemeinsam von der Handelskammer Bremen IHK für Bremen und Bremerhaven und der BIS organisiert wird soll in 2023 fortgeführt werden. 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, der Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa, der Senatorin für Häfen und Wissenschaft 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 2023 sind bislang folgende Veranstaltungen geplant:

- „Bremerhaven Talk“ – neuer Titel in Planung (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
- Wirtschaftsdialo g Bremerhaven
- Woche des Wasserstoffs und Wasserstoffsymposium
- Info-Tag an der Hochschule Bremerhaven für Schüler:nnen/Student:innen über Studienmöglichkeiten und Jobs in Bremerhaven
- Praktikumswoche Bremerhaven

- Weitere Veranstaltung für die Zielgruppe Existenzgründung, Kunst- und Kreativwirtschaft wie z.B. Vorbereitung auf das Bankengespräch, Crowdfunding, Marketingaktivitäten etc.
- Geestemünde geht zum Wasser unter Einbeziehung des Werftquartiers
- Beteiligung Wissenschaftsmeile im Rahmen der Maritimen Tage
- Beteiligung am Energie- und Klimastadttag

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, Social Media, Pressemitteilung etc.)
- Aufbau/ Weiterführung einer Bilddatenbank
- Überarbeitung der Presseverteiler
- Pressedienste
- Bremer Pressedienst

Grundsätzlich sollte über den Ansatz eines überregionalen Stadt- und Standortmarketing nachgedacht werden. Eine **Sympathieoffensive für Bremerhaven** die auf die Vorzüge der Stadt als starker Wirtschaftsstandort mit hoher Lebensqualität aufmerksam macht – vor allem, um Fachkräfte aus dem In- und Ausland anzulocken.

Hier gilt es ganzheitlich anzusetzen und die verschiedenen Protagonisten, Institute, Unternehmen, kreativen Köpfe etc. in eine ganzheitliche überregionale Kampagne einzubinden und kontinuierlich verschiedenste Kanäle zu bespielen.

Mit einer Kampagne, einem Slogan. Griffig, das Lebensgefühl beschreibend und Interesse bei Investoren und Touristen weckend. So wie vielleicht Rheinland-Pfalz mit „Wir machen's einfach“, Baden-Württemberg mit „Wir können Alles. Außer Hochdeutsch“, Sachsen-Anhalts

„Wir stehen früher auf“ oder Saarlands Begrüßung (auch an sich selbst) „ Schön, dass du da bist“. Auch internationale Slogans laden zu einer entschlossenen Ideenfindung ein, wie etwa „Hongkong – celebrate it“, „I'm Amsterdam“ oder „I love New York“.

Erste „zarte“ Ideen haben wir ja bereits durch die Fachkräftekampagne „nicht hip aber herzlich“ oder „ungalublich.bremerhaven“ gesetzt. Daran lässt sich sicherlich weiterarbeiten, zumal wir auch trendige kreative Köpfe in der Stadt haben.

Anlage

Aktivitäten und Kosten Standortmarketing, Akquisition und Bestandsentwicklung
- Gesamtübersicht für 2023 nach Mittelherkunft gegliedert –

Aktivitäten	Finanzierung durch das Land Bremen
Gemeinschaftsstand auf der Messe BioFach, Nürnberg	aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)
Messestand auf der HusumWind	aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)
Messestand auf der Transport logistic, München – 09. – 12.Mai 2023	Messeförderung (SWAH)
Gemeinschaftsstand auf der Gewerbeimmobilien Messe Expo Real, München	Messeförderung (SWAH)
Messestand Hydrogen Technologie Expo, Bremen	aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)
Beteiligung an der Windforce Conference in Bremerhaven	aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)
Gemeinschaftsstand auf der Polis Convention, Düsseldorf	Messeförderung (SWAH)
Wirtschaftsdialog Bremerhaven	aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)
Anzeigen- und Pressearbeit z.B. in Sonderbeilagen und Fachzeitschriften etc. zu den Messen	aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)
Info-Tag an der Hochschule Bremerhaven für Schüler: innen/Student: innen über Studienmöglichkeiten und Jobs in Bremerhaven (in Kooperation mit Wirtschaft und Wissenschaft) Jobmesse	aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)
Marketing Erschließungsmaßnahmen Luneplate	aus Projektmitteln GRW, Land Bremen, Stadt Bremerhaven
Marketing Werftquartier	Projektmittel Werftquartier
Marketing Schulneubauten	Projektmittel Schulneubauten
Infoveranstaltungen zu Förderprogrammen des Bundes und der EU mit Projektträgern Innovationsforen/ Innovationswerkstätten	aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)
Branchendialoge	aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)
BIS NEWS (1 Ausgabe)	aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)

Diverse Marketingmaßnahmen im Projekt „Green Economy/Nachhaltiges Gewerbegebiet und LUNE DELTA“	Aus Projektmitteln (GRW, Land Bremen, Stadt Bremerhaven)
Netzwerkarbeit wie z.B. Maritimes Cluster, WAB e.V.	aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)
Marketingmaßnahmen Kreativwirtschaft, Sozialunternehmertum	aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)
Aktivitäten (Kosten inkl. Umsetzung) Für die Umsetzung der Maßnahmen werden eigene Kosten der BIS in Höhe von 40 T€ kalkuliert	Finanzierung durch Stadt Bremerhaven Standortmarketing
Standortdarstellungen/ Akquisition z.B.Exposés, Broschüren, Flyer, individualisierte Angebote und Mailingaktionen im Rahmen der Unternehmensakquisition	20.000
Pressearbeit/Anzeigen in Fachzeitschriften zu den im Konzept genannten Schwerpunktthemen/Darstellung des Wirtschaftsstandortes Bremerhaven, Fotodatenbank, Pressedienst, Verteiler etc.	7.000
Digitale Medien Internet/Microsites für Standortdarstellungen und Standortangebote (inkl. Pflege und laufende Kosten Websites), Pflege Unternehmensdatenbanken, Social Media etc.	20.000
Marketinganteil Messen Unterstützende Maßnahmen im Bereich Messen, die nicht durch die Mittel des Landes Bremen vollumfänglich gedeckt werden können	30.000
Veranstaltungen mit Bedeutung für den Wirtschaftsstandort Bremerhaven/ Akquisitionsmöglichkeiten, Netzwerkveranstaltungen, Informationsveranstaltungen, Delegationsreisen, Besucher etc. (digital, vor Ort oder hybrid)	36.000
Aktivitäten Netzwerke wie z.B. „Stark am Strom“, Pier der Wissenschaft, Arbeitgeberstandortmarke etc. anteilige Kosten für Website, PR-Arbeit, Veranstaltungen etc.	2.000
Verschiedenes	5.000

120.000,- €

Messeplanung 2023

Messen	Termin	Ort	Bemerkungen	Finanzierung
BioFach	14. – 18 Febr.	Nürnberg	Gemeinschaftsstand Bundesland Bremen	Messeförderung/ Innovationsprogramm
Transport logistic	09. – 12.Mai	München	Gemeinschaftsstand Bremerhaven	Messeförderung
Polis Convention	26./ 27. April	Düsseldorf	Gemeinschaftsstand Bundesland Bremen	Messeförderung/ Standortmarketing
HusumWind	12. - 15. Sept.	Husum	Gemeinschaftsstand WAB e.V.	Innovationsprogramm
Hydrogen Technology Expo	Okt.	Bremen	Gemeinschaftsstand Bundesland Bremen	Standortmarketing/ Innovationsprogramm
Expo Real	04. – 06. Okt.	München	Gemeinschaftsstand Bundesland Bremen	Messeförderung/ Standortmarketing