

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

Konzept für Standortmarketing, Akquisition und Bestandsentwicklung 2024

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.

Inflation und wirtschaftlicher Abschwung, die Sicherung der Lieferketten, die Beschleunigung der digitalen Transformation, Energiekostensteigerungen und Lieferengpässe belasten die Industrie nach eigenen Aussagen. Der Ukraine-Krieg verschärft bestehende Probleme und auch der Fachkräftemangel belastet die Wirtschaft zunehmend.

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 sind 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 und kontinuierlich begleitet wird.

Die Zusammenarbeit mit der WFB Wirtschaftsförderung Bremen, Erlebnis Bremerhaven, Fischereihafen-Betriebsgesellschaft und bremenports soll intensiviert werden um auch hier Synergien zu generieren und wo es passt gemeinsam als Land bzw. Stadt aufzutreten. Auf

regelmäßig wiederkehrenden Terminen findet ein Austausch über die strategischen Zielsetzungen, Anfragen und operativen Maßnahmen statt. Landesthemen (wie z.B. die Cluster Maritime Wirtschaft, Ernährungswirtschaft, Wasserstoff etc.) werden in enger Zusammenarbeit mit den Kollegen: innen aus den Ressorts gemeinsam bearbeitet und auch Landesbroschüren erstellt.

Wir halten an den erfolgversprechenden Maßnahmen fest und werden diese kontinuierlich weiterentwickeln. Selbstverständlich arbeiten wir auch weiterhin an neuen Formaten und probieren erfolgversprechende Marketingaktivitäten aus. Auch den Bereich der digitalen Medien wollen wir künftig noch intensiver in die Kommunikation einbinden, um den Kontakt und Netzwerkaktivitäten mit unseren Kunden und neuen Kunden zu intensivieren und auch dem Nachhaltigkeitsgedanken (weniger Papier) Sorge zu tragen.

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. Die Leistungsfähigkeit und die Perspektiven der Häfen in Bremerhaven, ihre Standortvorteile, sollen durch ein zielgruppengerechtes Marketing verstärkt kommuniziert werden. Eine enge Zusammenarbeit mit bremenports wird in diesem Themenfeld weiter forciert. 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. Auch das Thema Energy Port wird intensiv gemeinsam mit dem Wirtschafts- und Häfen Ressorts sowie bremenports bearbeitet.

Im Rahmen 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 schwer lastiger 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. Vermehrte Anfragen im Rahmen der Großkomponentenherstellung, insbesondere im Bereich der Offshore Windenergie sind zu verzeichnen.

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 Microsites 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 2022/ 2023 ist die Produktion in Bremerhaven gestartet und es werden zunehmend neue Arbeitskräfte gesucht. 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.
- Überarbeitung der entsprechenden Websites wie z.B. Produktion am Hafen.
- Beteiligung (Präsentation des Wirtschaftsstandorts Bremerhaven) auf ausgewählten Logistic Talk-Veranstaltungen in Deutschland, von bremenports durchgeführt.
- Austausch mit hiesigen ausgewählten Unternehmen um Bedarfe und Trends zu diskutieren, insbesondere auch das Thema Fachkräfte-Rekrutierung
- Unterstützung des Vereins der Wirtschafts- und Transportwesen Ingenieure VdWT e.V. der Hochschule Bremerhaven
- Mitarbeit bei der bremischen Hafenvertretung in verschiedenen Arbeitskreisen und Besuch der Veranstaltungen
- Intensivierung des zielgruppengerechten digitalen Marketings
- Besuch und ggf. Messestand der neuen Messe Envconnect Bremerhaven (organisiert von bremenports erstmals im Jahr 2023), die sich mit dem Thema nachhaltige Häfen beschäftigt

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.

Seit 2015 wurde begonnen durch das Veranstaltungsformat „Lebensmittelforum Bremerhaven“ 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 und 2023 kein Lebensmittelforum durchgeführt werden. Für die neue Förderperiode beabsichtigt die BIS eine Neuauflage. Die Ausschreibung ist in der Vorbereitung und wir sind zuversichtlich, dass die örtliche Gruppe die Maßnahme bewilligt, sodass wir in den Jahren 2024 – 2027 jeweils wieder ein hochkarätiges Veranstaltungsformat am Standort Bremerhaven durchführen können.

Auch 2024 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 oder auch Haus-Messen von Transgourmet Seafood.

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 Europäischen Meeres- und Fischereifonds (EMFF) überlegen wir wie wir diese Informationen ab dem Jahr 2024 vermarkten können. Derzeit analysieren wir, ob eine digitale Ausspielung dieser Kompetenzen des Standortes nicht zielführender wäre und wir hier eine ganz neue Zielgruppe erreichen können, die wir durch ein gedrucktes Werk nicht erreichen würden.

Weiterhin wollen wir die Aktivitäten im Rahmen des Umbaus der Halle X im Fischereihafen zum „Food Start Up Hub“ intensiv begleiten um neue Unternehmen für den Standort Bremerhaven zu akquirieren. Hier besteht ein enger Austausch zur FBG, ttz dem Ressort und auch der Messe Bremen (M3B), um Aktivitäten der Hanse Kitchen in Bremen und dem „Food Start Up Hub“ in Bremerhaven zu koordinieren. Auch sind eng in die Marketingaktivitäten rund um das „Food Start Up Hub“ eingebunden. Auch im künftigen Gründerzentrum „to kamen tiet“ sehen wir Gründer: innen aus dem Lebensmittelbereich die durch gezieltes Marketing angesprochen werden sollen.

Folgende Maßnahmen sind 2024 geplant:

- Teilnahme an der Messe BioFach (13. – 16.02.24) 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 seinen Sitz in Bremerhaven hat

- Begleitende Marketing- und Akquisitionsmaßnahmen zum „Food Start Up Hub“
Bremerhaven Begleitende Marketing- und Akquisitionsmaßnahmen zum
„Gründerzentrum to kamen tiet“ im LUNE DELTA Bremerhaven
- Mitarbeit zum Clusterthema Lebensmittelwirtschaft im Bundesland Bremen bei der
Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation
- Planung einer neuen Veranstaltungsreihe (Lebensmittelforum Bremerhaven) 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
- Standortwerbung in Publikationen von Unternehmen wie z.B. Produktkatalog von
Transgourmet um gezielt Kunden von Unternehmen aus Bremerhaven anzusprechen
- Digitale Vermarktungsstrategie um anschaulich und konkret die gesamte
Wertschöpfungskette und Kompetenz der Fisch- und Lebensmittelwirtschaft in
Bremerhaven sowie die Vorteile des Standorts Fischereihafen an potenzielle neue
Unternehmen und Start Up's zu kommunizieren
- Ggf. Neuauflage „Appetizer“

Maritime Wirtschaft und Technologien

Die Lage der maritimen Wirtschaft in Deutschland hat sich im Frühjahr 2023 verbessert. Zu diesem Ergebnis kommt die aktuelle Branchenumfrage der Industrie- und Handelskammer Nord. Vor allem im Schiffbau ist die Stimmung laut der Branchenumfrage gut. In diesem Bereich legt das Konjunkturbarometer im Vergleich zum Herbst 2022 zu. Die Entwicklung der Geschäftslage schätzen mehr als 60 Prozent der befragten Unternehmen günstiger ein, ein kleinerer Teil gleichbleibend. Sorgen machen den Werften allerdings immer höhere Arbeitskosten und der Fachkräftemangel. Der ist auch bei den Reedern ganz großes Thema, ebenso wie die Entwicklung der Energiepreise und die Auslandsnachfrage.

Laut Industrie- und Handelskammer (IHK) haben sich die Konjunkturaussichten im Bereich Schifffahrt aber aufgehellt, wenn auch nur geringfügig. Auch die Hafenwirtschaft hat eher gedämpfte Erwartungen. Probleme sieht sie vor allem in den Energie- und Rohstoffpreisen sowie den gestiegenen Arbeitskosten. Rund 55 Prozent der Unternehmen sind unzufrieden mit den wirtschaftlichen Rahmenbedingungen.

Die heute in Bremerhaven tätigen Werften konzentrieren sich auf Schiffsreparatur, Schiffsumbauten und den Yacht Bau. Im Verbund verfügen die Unternehmen Lloyd Werft Bremerhaven GmbH und die BREDO Dry Docks GmbH über eine einmalige Infrastruktur an Schwimm- und Trockendocks.

Rund um die großen Schiffs-Neubau-, Umbau-, Reparatur- und Motorenspezialisten existiert ein dichtes und effizientes Netzwerk vieler hoch spezialisierter Zulieferer und Dienstleister.

Ein weiterer und sich erneut aufstellender Markt liegt für viele Unternehmen aus den maritimen Technologien in der Entwicklung der Offshore Windenergieindustrie. Aber auch im Bereich der Meerestechnik liegt ein Zukunftsmarkt, auf den sich neue, maritime Wissenschaftsdisziplinen und junge, technologieorientierte Unternehmen in Bremerhaven spezialisiert haben.

Mit einem breit aufgestellten Beratungs- und Betreuungsangebot sowie einer gezielten Innovationsförderung schafft die BIS Wirtschaftsförderung Bremerhaven Anreize für die Entwicklung neuer Produkte und Dienstleistungen für diesen Wachstumsmarkt, den es gilt in die Branche zu vermitteln.

Auch die Hochschule Bremerhaven ist ein wichtiger Impulsgeber, um das Entwicklungspotential der Wirtschaftsregion insbesondere in den Bereichen Meeresenergie/Windenergie/Meeresumweltschutz/Biotechnologie/Meereslogistik zu befördern.

Folgende Marketingmaßnahmen sind für 2024 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
- Mitarbeit zum Clusterthema maritime Wirtschaft im Bundesland Bremen bei der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation
- Organisation des Gemeinschaftsstandes des Bundeslandes Bremen auf der Schiffbaumesse SMM in Hamburg (03. – 06.09., 2024) inkl. Bremen-Abend
- Besuch der neuen Messe Envconnect Bremerhaven (organisiert von bremenports erstmals im Jahr 2023), die sich mit dem Thema nachhaltige Häfen beschäftigt
- Aufbau einer digitalen Vermarktungsstrategie

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 hat diese Lücke mit dem neuen großmaßstäblichen Rotorblatt-Prüfstand in Bremerhaven, der 2023 offiziell in Betrieb genommen wurde geschlossen. 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.

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 (Lüneplate) 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 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.

Die Planungen zum Energy Port Bremerhaven, zudem der Bremer Senat 4,2 Millionen Euro Planungsmittel bewilligt hat, sind als Ansiedlungsinfrastruktur von herausragender Bedeutung. In Bremerhaven könnten in dem neuen Hafen zum Beispiel Teile für Windparks verladen werden. Zudem besteht die berechtigte Chance, dass in Bremerhaven viele Hundert zusätzliche

Arbeitsplätze entstehen werden, wenn wir entsprechende Unternehmen aus dem Bereich der Offshore-Windenergie ansiedeln können.

Gemeinsam mit Eurogate, BLG und bremenports soll eine Vermarktungsstrategie für die Ansiedlung von Unternehmen aus dem Bereich der Offshore-Windenergie angegangen werden, um künftigen Interessenten ein Standort mit einer kompletten Wertschöpfungskette anbieten zu können.

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.

Die Arbeiten auf dem Elektrolyseurtestfeld (HLB) am Flughafen Luneort schreiten laut Fraunhofer IWES zügig voran. Die Trafocontainer sind schon aufgestellt, die meisten Fundamente fertig. Im Jahr 2023 wird noch die Wasserstoffproduktion beginnen. Parallel werden Anwendungen für Wasserstoff entwickelt.

Die Errichtung der 2-Megawatt-Wasserstoffproduktionsanlage am Grauwalling und der Bau der öffentlichen Tankstelle am Standort „Zur Hexenbrücke“ bilden wichtige Meilensteine in der Realisierung des regionalen grünen Wasserstoffprojektes in Bremerhaven, für dessen Umsetzung eigens die HY.City.Bremerhaven GmbH & Co. KG gegründet wurde. Mit dieser Pionierarbeit wird in Bremerhaven ein lokales Wasserstoff-Ökosystem entstehen und klimaneutraler Kraftstoff für den Verkehrssektor geliefert.

Hinter HY.City.Bremerhaven stehen GP Joule, das Startup GreenFuels, Verkehrsbetreiber Bremerhaven Bus, Baudienstleister Georg Grube und die UTG Tanklogistik.

Bremerhaven Bus ist mit Brennstoffzellenbussen in den emissionsfreien Nahverkehr gestartet.

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. Jüngst, bei der Woche des Wasserstoffs konnte dazu ein Austausch stattfinden.

Als Hafenstandort mit dem wirtschaftlichen Standbein maritime Wirtschaft wird der Bau von wasserstoff-betriebenen Schiffen, der Import und Export von Wasserstoff und die Bebungung 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 2024 geplant:

- Beteiligung am Gemeinschaftsstand auf der WindEnergy in Hamburg vom 24. – 27. September 2024
- Beteiligung am Gemeinschaftsstand auf der Hydrogen Technology Expo in Hamburg, die vom 22. – 24.10.2024 stattfinden soll
- Beteiligung an der Messe Envconnect (nachhaltige Häfen)
- Anzeigenschaltung in Fachzeitschriften (wie z.B. Neue Energie, Erneuerbare Energie, Sonne, Wind und Wärme) möglichst in Verbindung mit PR-Artikeln
- Durchführung von Netzwerkveranstaltungen und einem Wasserstoffsymposium
- Beteiligung an einer norddeutschen Wasserstofffachveranstaltung
- 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 2024
- 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
- Individuelle Ansprachen von Ansiedlungsinteressenten
- Aufbau einer digitalen Vermarktungsstrategie
- Fachvorträge auf Netzwerkveranstaltungen und Messen (z.B. Envconnect)
- Ausspielung der neuen Wissenschaftsclips die in der Erarbeitung sind

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.

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“. Der Bebauungsplan ist kurz vor der Umsetzung.

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. Der erste Spatenstich soll Ende 2023/ Anfang 2024 erfolgen.

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

Folgende weitere Marketingmaßnahmen sind für 2024 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)
- Weiterentwicklung der 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
- Planung einer Nachhaltigkeitsmesse in Bremerhaven
- Aufbau einer digitalen Vermarktungsstrategie

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 gemeinsam mit der Städtischen Wohnungsgesellschaft vermarktet. 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.

Im Jahr 2023 werden nun „Wissenschaftsclips“ erstellt, die neben der Vermittlung der hochwertigen wissenschaftlichen Einrichtungen am Standort auch das Ziel der Fachkräfte- und Einwohnergewinnung für Bremerhaven verfolgen. Eine digitale, Zielgruppen gerichtete Ausspielung ist in der Umsetzung.

Im Arbeitskreis 1a des Regionalforums Unterweser wird an einer gemeinsamen Marketing- und Fachkräftekampagne der Region gearbeitet. Einen ersten Vorschlag zu einem „Fachkräfteportal mit Kampagnenauspielung“ seitens der Nordsee-Zeitung wurde dem Oberbürgermeister und den Landräten aus den Landkreisen Cuxhaven und Wesermarsch vorgestellt. Sollte es hier zu einer Umsetzung kommen ist diese mit zusätzlichen finanziellen Mitteln zu hinterlegen.

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 wurde durch die Domain www.fachkraefte-fuer-bremerhaven.de erweitert und auch mit Inhalten aus BHV gefüllt werden. Im Jahr 2022 fand der erste Personaler Stammtisch in Bremerhaven, im Atlantic Hotel Sail City statt. 2023 planen wir einen Personaler Stammtisch bei der Agentur für Arbeit. Weitere Stammtische in Bremerhaven sollen folgen.

Auch die Durchführung der Praktikumswoche Bremerhaven (freiwilliges Praktikum in den Sommerferien) in den Jahren 2022 und 2023 war ein erster Erfolg um jungen Menschen aus der Region den Arbeitsmarkt in der Stadt näher zu bringen. Dieses Format gilt es weiter auszubauen. Wir müssen noch mehr Unternehmen von den Möglichkeiten überzeugen, über Praktikanten: innen Auszubildende zu finden.

Erstmals in der Saison 2023/ 2024 versuchen wir mit Fachkräfteclips die auswärtigen und natürlich auch einheimischen Fans der Fischtown Pinguins und Eisbären Bremerhaven vom Wirtschaftsstandort Bremerhaven zu überzeugen und haben entsprechende Werbeflächen gebucht und ansprechende Clips sind in der Erarbeitung.

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
- Ausspielung der neuen Wissenschaftsclips die auch auf das Thema Fachkräfte in Bremerhaven einzahlen
- Fachkräftewerbung bei Sportevents in Bremerhaven (Basketball und Eishockey)
- 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
- Gemeinsame Fachkräftestrategie im Rahmen des Regionalforums Unterweser
- Unterstützung des Berufs- und Studienorientierungstages an der Hochschule Bremerhaven
- Neue Format entwickeln um Unternehmen bei der Fachkräftegewinnung zu unterstützen

MICE – Meetings, Incentives, Conventions und Exhibitions

Gemeinsam mit dem Referat für Wirtschaft und der Erlebnis Bremerhaven wurden 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 wurden 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.

Folgende Marketingmaßnahmen sind für 2024 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 durch die BIS begleitet. Im Jahr 2022 durch Logoentwicklung, Broschüren Erstellung und Websiteumsetzung. In 2023 durch Erstellung von Anzeigenformaten, Bauzaunplakaten und PixLips. 2024 ist ein Event geplant, „Schotstek - Geestemünde und Werftquartier knoten zusammen“ welches die BIS mit den beteiligten aus dem Werftquartier und Geestemünde gemeinsam umsetzen möchte.

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:

- Baufortschritte dokumentieren/ Baukameras werden installiert
- Social-Media-Aktivitäten
- Bei auswärtigen Veranstaltungen zu diesen Themen berichten, wie kürzlich auf einem IPA-Kongress
- Veranstaltungsformate wie z.B. 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
- Begleitende Pressearbeit

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 2024 fortgesetzt werden. Die BIS ist aktiver Bestandteil dieser

Kooperation und bringt das vorhandene Know-how in die AG Marketing des AK 1a „Wirtschaft“ ein.

Folgende Marketingmaßnahmen sind in gemeinsamer Abstimmung mit den Mitgliedern der Arbeitsgruppe Wirtschaft für 2024 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
- Gemeinsame Fachkräftestrategie

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 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 EU-Förderperiode bis 2027 gefördert werden.

Kreativwirtschaft

Bremerhaven möchte sich weiterhin als attraktive und lebenswerte Stadt positionieren. Die Stadtgesellschaft von morgen benötigt eine handlungsfähige Organisationsstruktur um zwischen Unternehmen, Wissenschaft, Verwaltung, Kultur und Bevölkerung zu vermitteln und Aktivitäten ggf. zu vernetzen. Ein Ziel von Bremerhaven ist der Aufbau einer aktiven, innovativen und kreativen Stadtgesellschaft mit einer ökonomischen Perspektive für junge Menschen, Fachkräfte und deren Familien. Einen wichtigen Bestandteil dieser Entwicklung bildet die Kultur- und Kreativwirtschaft (KKW) Bremerhavens. Dabei werden Akteure der Kreativwirtschaft als „Innovationstreiber“ angesehen.

Wie andere Branchen ist auch die Bremerhavener Kultur- und Kreativwirtschaft weiterhin von Einschränkungen infolge der Corona-Pandemie betroffen. Insbesondere Klein- und Kleinstunternehmen bis hin zu den Solopreneuren (in der KKW weit verbreitete Erwerbsform), aber auch größere Unternehmen, Vereine, Initiativen und Projekte, deren Geschäftsmodell von der physischen Präsenz von Menschen abhängt, mussten und müssen weiterhin um ihre Existenz kämpfen. Bei der allseits geforderten Digitalisierung von Geschäftsprozessen, an die sich die kontinuierlich verändernden Geschäftsmodelle anpassen mussten, waren etliche Unternehmen wegen fehlendem Digitalisierungs-knowhow und /oder unzureichender Infrastruktur benachteiligt.

Da Unternehmen und Initiativen aus bisheriger Kenntnis Begleitung bei ihrer Neuausrichtung an sich, bei der Nutzung vom digitalen Raum und/oder bei der Entwicklung digitaler Angebote benötigen, sollen diese bei der Entwicklung neuer Geschäftsmodelle und ihrer digitalen Transformation unterstützt werden. Aus diesem Anlass hat die BIS im Jahr 2023 eine Ausschreibung gestartet, mit der zu den verschiedenen Branchensegmenten der Kultur- und Kreativwirtschaft Bremerhavens eine Übersicht erarbeitet wird, aus der hervorgeht, welche KKW-Akteure am Markt tätig sind, welche Angebote sie vorhalten und welche Entwicklungs- und Professionalisierungsbedarfe sie infolge der sich veränderten Rahmenbedingungen sehen. Darüber hinaus soll erarbeitet werden, wie eine Vernetzung innerhalb der KKW-Branchensegmente sowie in andere Branchen hinein aussehen könnte. Es ist das perspektivische Ziel, ein nachhaltiges „Netzwerk-Management“ für die Kultur- und Kreativwirtschaft in Bremerhaven aufzustellen. Dabei sollen bereits begonnene Netzwerkaktivitäten aus Bremerhaven und Bremen betrachtet und bewertet sowie ein Vorschlag für die Sichtbarmachung der KKW-Akteure mit ihren Profilen, Angeboten und Aktivitäten entwickelt werden. Ein solches Netzwerk kann z.B. auf digitalem Wege gebildet werden, muss aber durch persönliche Begegnungsformate ergänzt und flankiert werden. Die Gemeinschaft lebt von Beziehungspflege und persönlichem Austausch.

In enger Anbindung an die Auftraggeberin sollen die gesammelten Erkenntnisse in ein Konzept münden, aus dem hervorgeht, wie zukünftig eine nachhaltige Sichtbarkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft Bremerhavens erreicht werden könnte und welche Instrumente dafür als erforderlich angesehen werden.

Das Konzept soll als Grundlage für künftige Abstimmungs- und Entscheidungsprozesse für Verwaltung und Politik hinsichtlich einer Verstetigung eines KKW-Netzwerk- und Datenmanagements in Bremerhaven dienen.

Gemeinwohl/ Sozialunternehmen

Das Wohl von Menschen 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 2024:

- Netzwerk- und Informationsveranstaltungen
- Umsetzung der Innovationsstrategie des Landes Bremen in Bremerhaven
- 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 Hafenstraße/ 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
- Aufbau von Vernetzungsaktivitäten

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 umfangreich.

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. 2023 soll der komplette Relaunch der Seite abgeschlossen sein, sodass die BIS-Website in einem modernen, übersichtlichen, barrierearmen und suchmaschinenoptimierten Design erscheint.

Zudem soll weiter verstärkt mit Micro Sites bzw. auf der Website integrierten Landingpages 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 Mailing- und Social Mediaaktionen. Die bereits umgesetzte Seite www.produktion-am-hafen.de wurde vielfach für Mailingzwecke eingesetzt und wird auch im Hinblick auf die hoffentlich vermehrten Anfragen im Bereich der Offshore-Windenergie angepasst. Auch die digitale Bereitstellung der Angebote per individuellen Onepager wird im Jahr 2024 forciert. Unternehmer: innen sind immer häufiger mobil unterwegs, sodass diese Art der Kommunikation (an jedem Ort zu jeder Zeit) immer wichtiger wird.

Aus diesem Anlass haben wir auch die Kommunikation via WhatsApp Business gestartet um noch schneller für Kunden zur Verfügung zu stehen und eine möglichst unkomplizierte und schnelle Kontaktaufnahme zu ermöglichen. WhatsApp Business ist eine App, die kostenlos heruntergeladen werden kann. Sie steht für Android-Geräte und iPhones zur Verfügung und

wurde speziell für Eigentümer: innen von Unternehmen entwickelt. WhatsApp Business erleichtert die Kommunikation mit Kund: innen durch Funktionen zum Automatisieren, Ordnen und schnellen Beantworten von Nachrichten. Nachrichtentools ermöglichen eine schnelle und teilweise automatisierte Antwort an den Kunden.

Der **E-Mail-Newsletter** soll auch 2024 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. Seit 2023 versenden wir unseren Newsletter auch über unser LinkedIn Profil wodurch weitere Abonnent: innen gewonnen werden konnten.

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. Aber das Nutzerverhalten auch unserer Zielgruppe entwickelt sich weiterhin vermehrt zur digitaler Informationsbeschaffung.

Früher bestimmte oft der persönliche Kontakt bzw. die Website den Fluss von Erstinformationen und sorgte für die Verfügbarkeit im passenden Kontext. Im modernen, digitalen Vertrieb entscheidet der Interessent selbst, wann er welche Information haben möchte bzw. kann zielgruppengerecht anhand von Nutzerverhalten Informationen bereitgestellt werden. Mit der richtigen Aufbereitung, dem passenden Timing und einer agilen Bereitstellung der Angebotsinformationen können sich Unternehmen sowie auch Standorte im Wettbewerb profilieren. Deshalb rückt die Customer Journey als Modell zur durchgehenden Steuerung des Informationsangebotes in den Fokus. Dieser Herausforderung wollen wir uns im kommenden Jahr stellen und unsere Aktivitäten im digitalen marketing verstärken.

Auch sollte die Bedeutung der Sozialen Medien in Bezug auf die Imagebildung und -beeinflussung nicht unterschätzt werden. Im Vordergrund, stehen bei der BIS zielgruppenorientierte Kommunikationskanäle wie LinkedIn und Instagram.

Printmedien

Trotz wachsender Bedeutung der digitalen Medien greifen nach bisherigen Erfahrungen Führungskräfte in Unternehmen nach wie vor gerne noch 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. Sodass wir hier weiter auf einen guten Marketingmix setzen wollen, der natürlich auch den Nachhaltigkeitsgedanken berücksichtigt.

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 2024 sind zwei Ausgaben geplant.

Im Herbst 2023 starten wir eine Umfrage um auch hier das Nutzerverhalten abzufragen und uns im Bereich der BIS NEWS, was die Inhalte angeht zu optimieren und möglichst noch gezielter auf Kundenwünsche einzugehen.

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 und auch der Nachhaltigkeit Sorge zu tragen.

Messen

Die Teilnahme an Wirtschaftsmessen ist auch 2024 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. Durch eine erweiterte Mailing-, Social Media und Telefonakquise versuchen wir, 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.

Geplant sind 2024 Beteiligungen mit Messestand an folgenden Messen:

- BioFach, 13. – 16. Februar 2024 in Nürnberg
- POLIS Convention 24./25. April 2024, Düsseldorf
- Schiffbaumesse SMM, 03. – 06.09.2024, Hamburg
- WindEnergy, vom 24. – 27. September 2024 in Hamburg
- Internationale Gewerbeimmobilienmesse EXPO REAL vom 07. - 09. Oktober 2024 in München
- Beteiligung an der Wind Force Conference in Bremerhaven
- Hydrogen Technology Expo, 22. – 24.10.2024 in Hamburg

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

Die Messen werden begleitet durch Direktmarketingaktivitäten, wie

- Adressenrecherche, Identifikation von Ansprechpartnern
- Mailing- und Social Media Aktionen
- Durchführung der vereinbarten Gesprächstermine und Übersendung von Informationsmaterial
- Bereitstellung von Informationsmaterialien über einen digitalen Messekiosk
- Messeauswertung / Follow up's.

Zur Finanzierung der Teilnahme an den Messen wird bei der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation ein Messeförderantrag über einen Zuschuss in Höhe von 72.000 € gestellt. Zudem können auch aus Projektmitteln „Innovationspolitik“ der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation 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 2024 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 2024 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 2024 sind bislang folgende Veranstaltungen geplant:

- „Bremerhaven Talk“ (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
- Wirtschaftsdialog Bremerhaven
- Woche des Wasserstoffs und Wasserstoffsymposium
- Info-Tag an der Hochschule Bremerhaven für Schüler: innen/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.
- Schotstek - Geestemünde und Werftquartier kneten zusammen
- Beteiligung Wissenschaftsmeile im Rahmen der Maritimen Tage
- Beteiligung am Energie- und Klimastadttag
- Immobiliendialog 2024

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 „unglaublich. Bremerhaven“ gesetzt.

Anlage

Aktivitäten und Kosten Standortmarketing, Akquisition und Bestandsentwicklung
- Gesamtübersicht für 2024 nach Mittelherkunft gegliedert –

Aktivitäten	Finanzierung durch das Land Bremen
Gemeinschaftsstand auf der Messe BioFach, Nürnberg	aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)
Messestand auf der WindEnergy	aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)
Messestand auf der Schiffbaumesse SMM	Messeförderung (SWAH)
Gemeinschaftsstand auf der Gewerbeimmobilien Messe Expo Real, München	Messeförderung (SWAH)
Messestand Hydrogen Technologie Expo, Hamburg	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)
Begleitende Social Media Maßnahmen zu den Innovationsprojekten/ zielgenaue Kundenansprache	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	35.000
Pressearbeit/Anzeigen in Fachzeitschriften zu den im Konzept genannten Schwerpunktthemen/Darstellung des Wirtschaftsstandortes Bremerhaven, Fotodatenbank, Pressedienst, Verteiler etc.	10.000
Digitale Medien Internet/Microsites für Standortdarstellungen und Standortangebote (inkl. Pflege und laufende Kosten Websites), Pflege Unternehmensdatenbanken, Social Media etc.	35.000
Marketinganteil Messen Unterstützende Maßnahmen im Bereich Messen, die nicht durch die Mittel des Landes Bremen vollumfänglich gedeckt werden können	20.000
Veranstaltungen mit Bedeutung für den Wirtschaftsstandort Bremerhaven/ Akquisitionsmöglichkeiten, Netzwerkveranstaltungen, Informationsveranstaltungen, Delegationsreisen, Besucher etc. (digital, vor Ort oder hybrid)	25.000
Aktivitäten Netzwerke wie z.B. „Stark am Strom“, Pier der Wissenschaft, Arbeitgeberstandortmarke etc. anteilige Kosten für Website, PR-Arbeit, Veranstaltungen etc.	15.000

Verschiedenes	4.000
	144.000,- €

Messeplanung 2024

Messen	Termin	Ort	Bemerkungen	Finanzierung
BioFach	13. – 16 Febr.	Nürnberg	Gemeinschaftsstand Bundesland Bremen	Messeförderung/ Innovationsprogramm
Polis Convention	24./ 25. April	Düsseldorf	Gemeinschaftsstand Bundesland Bremen	Messeförderung/ Standortmarketing
Schiffbaumesse SMM	03. - 06. Sept.	Hamburg	Gemeinschaftsstand Bundesland Bremen	Messeförderung/ Innovationsprogramm
WindEnergy	24. – 27.Sept.	Hamburg	Gemeinschaftsstand WAB e.V.	Standortmarketing/ Innovationsprogramm
Hydrogen Technology Expo	22. – 24.Okt.	Hamburg	Gemeinschaftsstand Bundesland Bremen	Standortmarketing/ Innovationsprogramm
Expo Real	04. – 06. Okt.	München	Gemeinschaftsstand Bundesland Bremen	Messeförderung/ Standortmarketing