

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

**Konzept für Standortmarketing, Akquisition und Bestandsentwicklung 2025**

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 Vermarktung des Wirtschaftsstandortes Bremerhaven ist eine zentrale Aufgabe der BIS Wirtschaftsförderung Bremerhaven. Seit dem Jahr 2000 konzentriert sich die BIS im Rahmen des Standortmarketings und der Akquisition auf **ausgewählte Schwerpunktbranchen und Themen** mit dem Ziel, Bremerhaven zu einem maritimen Kompetenzzentrum von europäischer Bedeutung zu entwickeln.

Die Arbeitslosigkeit bleibt überdurchschnittlich hoch, und der Wettbewerb mit anderen Standorten hat zugenommen. Der Image- und Strukturwandel erfordert kontinuierliche Kommunikation sowohl nach innen als auch nach außen. Besonders in wirtschaftlich schwierigen Zeiten müssen Erfolge und positive Entwicklungen beharrlich kommuniziert werden.

Inflation und wirtschaftlicher Abschwung, Sicherung der Lieferketten, beschleunigte digitale Transformation, steigende Energiekosten und Lieferengpässe belasten die Industrie weiterhin. Der anhaltende Ukraine-Krieg verschärft diese Probleme zusätzlich, und der Fachkräftemangel belastet die Wirtschaft zunehmend. Die aktuelle Lage wird laut einer Umfrage der Handelskammer Bremen aus dem Frühjahr 2024 von den Unternehmen in der Seestadt insgesamt als befriedigend eingestuft. Die Geschäftserwartungen für die kommenden zwölf Monate haben sich im Vergleich zum Frühjahr etwas aufgehellt, bleiben jedoch insgesamt noch negativ. Gestiegene Geschäftserwartungen im Produzierenden Gewerbe und eine Verbesserung des laufenden Geschäfts in den Dienstleistungen sorgen für eine positivere Stimmung.

Diese Stimmungsaufhellung führt bei den Unternehmen zu konstanten bis leichten rückläufigen Investitionsausgaben. In ihren Personalplanungen rechnen die Unternehmen allerdings erneut mit insgesamt rückläufigen Mitarbeiterzahlen. Die Schwierigkeiten bei der Besetzung von Stellen könnten ein Grund dafür sein, dass die Unternehmen mit weniger Beschäftigten planen. Rund zwei Drittel der Befragten sehen den Fachkräftemangel als eines der größten Geschäftsrisiken an. Zudem erschweren

steigende Arbeitskosten Neueinstellungen, was von 60 Prozent der Befragten als Risiko genannt wird. Weitere Risiken sind die Entwicklung der Energie- und Rohstoffpreise (71 Prozent) sowie die allgemeinen wirtschaftlichen Rahmenbedingungen (60 Prozent), wobei die ausufernde Bürokratie als besonders hinderlich betrachtet wird.

Zusammengefasst steigt der Konjunkturindikator für die Wirtschaft in Bremerhaven zum zweiten Mal in Folge um +8 auf 90 Punkte, liegt jedoch noch unter dem zehnjährigen Mittelwert von 96 Punkten.

Hier ist es Aufgabe der Wirtschaftsförderung, die Unternehmen im Rahmen der Möglichkeiten mit geeigneten Maßnahmen zu unterstützen.

Ziel des Standortmarketings ist es, die Standortentscheidungen von Unternehmen positiv zugunsten Bremerhavens zu beeinflussen. Das Marketing konzentriert sich dabei sowohl auf die Sicherung bestehender Betriebsstätten als auch auf die Gewinnung neuer Unternehmen. Es umfasst die Ausweisung und Vermarktung von Grundstücken sowie die Verbesserung der Stadtentwicklung, Infrastruktur, Verkehrsanbindung und Umweltbedingungen, um Bremerhaven für Unternehmen attraktiver zu machen. Darüber hinaus strebt das Standortmarketing an, Bremerhaven bei Unternehmen, Investoren, qualifizierten Arbeitskräften und Familien bekannter zu machen und das Image zu verbessern.

Dieser Prozess kann nur erfolgreich sein, wenn er durch gezieltes und kontinuierliches Standortmarketing intensiv begleitet wird.

Die Zusammenarbeit mit der WFB Wirtschaftsförderung Bremen, Erlebnis Bremerhaven, Fischereihafen-Betriebsgesellschaft und bremenports soll weiter intensiviert werden, um Synergien zu schaffen und, wo es sinnvoll ist, gemeinsam als Land bzw. Stadt aufzutreten. Bei regelmäßig wiederkehrenden Treffen erfolgt ein Austausch über strategische Zielsetzungen, Anfragen und operative Maßnahmen. Landesthemen, wie beispielsweise die Cluster Maritime Wirtschaft, Ernährungswirtschaft und Wasserstoff, werden in enger Zusammenarbeit mit den Kollegen:innen aus den jeweiligen Ressorts bearbeitet.

Wir setzen weiterhin auf bewährte Maßnahmen und werden diese kontinuierlich weiterentwickeln. Selbstverständlich arbeiten wir auch an neuen Formaten und testen vielversprechende Marketingaktivitäten. Den Bereich der digitalen Medien möchten wir zukünftig noch intensiver in unsere Kommunikation einbinden, um den Kontakt und die Netzwerkaktivitäten mit bestehenden und neuen Kunden zu intensivieren und gleichzeitig dem Nachhaltigkeitsgedanken durch die Reduzierung von Papierverbrauch gerecht zu werden.

## **Konzentration auf bisherige Schwerpunkte und neue Aufgabenstellungen**

### **Häfen, Logistik und hafennahe Industrieproduktion**

Die Bremischen Häfen sind der zweitgrößte deutsche und der viertgrößte europäische Seehafen nach Rotterdam, Antwerpen und Hamburg.

Gegenüber etablierten Logistikstandorten wie Hamburg hat Bremerhaven nicht nur eine gute Infrastruktur aufzuweisen, sondern auch noch einige, wenige Gewerbeflächen in direkter Nähe

zu den Kajen. Regelmäßig weltweit verkehrende Liniendienste, das maritime Cluster und eine funktionstüchtige Verkehrsinfrastruktur sind deutliche Vorteile. Durch die Inbetriebnahme des Hafentunnels und die Investitionen in die Hafeneisenbahn konnte die Anbindung des Containerhafens nochmals verbessert werden. 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, Logistics-Talks 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.

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 weiterhin zu verzeichnen.

Dieses Segment steht explizit im Fokus der Akquisitionsaktivitäten der BIS. Die Standortvorteile müssen in der Branche und durch gezielte Ansprachen weiter bekannt gemacht und immer wieder ins Bewusstsein gebracht werden. Zumal hier die Wertschöpfung in der Regel höher anzusetzen ist als im Bereich der Logistik.

Im Einzelnen sind geplant:

- Aktualisierung der Standortpräsentationen, Broschüren und Verzeichnisse für die den schweren Maschinen- und Anlagenbau. Hier sollen auch neue digitale Angebote geschaffen werden.
- Erstellung von individuellen Standortangeboten für 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 Inhalte auf unseren Websites.
- 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 Messestand der neuen Messe Envconnect Bremerhaven (organisiert von bremenports erstmals im Jahr 2023), die sich mit dem Thema nachhaltige Häfen beschäftigt
- Besuch mit Terminvereinbarungen auf der transport logistic in München
- Besuch der neuen Messe in Bremen zum Thema „LogisticsConnect“ die erstmals von M3B in Kooperation mit bremenports und der BHV durchgeführt wird (04./05.03.2025)

### **Fisch- und Lebensmittelwirtschaft**

Die Fisch- und Lebensmittelwirtschaft spielt in Bremerhaven eine bedeutende Rolle. Mehr als 3.000 Beschäftigte arbeiten in etwa 80 Unternehmen dieser Branche. Bremerhaven ist der größte Fischverarbeitungsstandort in Deutschland, wo jährlich über 200.000 Tonnen Fisch verarbeitet werden, was die Hälfte der gesamten deutschen Produktion ausmacht. Die Stadt bietet die komplette Wertschöpfungskette und zeichnet sich durch hohe Kompetenz im Umgang mit Lebensmitteln aus.

Darüber hinaus wurde eine zukunftsorientierte wissenschaftliche Infrastruktur etabliert. Zu den prominenten Einrichtungen zählen die Thünen-Institute für Fischereiökologie und Seefischerei, das Bremerhavener Institut für Lebensmitteltechnologie und Bioverfahrenstechnik (BILB), das Zentrum für Aquakulturforschung (ZAF) des AWI, das Technologietransferzentrum ttz

Bremerhaven und das Biotechnologiezentrum Bio Nord, das innovative Unternehmen aus den Bereichen Lebensmittelanalytik und Life Science beherbergt.

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 war und der Nachfolgefonds sich noch in der Umsetzung befand, konnten in den Jahren 2022/ 23 keine Lebensmittelforen durchgeführt werden. 2024 konnte erstmals wieder ein Lebensmittelforum unter dem Titel „Effizienz im Fokus - Gestaltung von Prozessen, Ressourcen und Produktentwicklung“ stattfinden. Mit dem 7. Bremerhavener Lebensmittelforum konnte aufgezeigt werden, wie viel Potenzial und innovative Energie in der Lebensmittelindustrie steckt. Die Resonanz mit knapp 100 Gästen aus ganz Deutschland zeigt deutlich, welchen Stellenwert der Standort Bremerhaven in der Branche hat. Der lebendige Austausch auf fachlicher und persönlicher Ebene führt zu weiteren Synergien und einer umfassenden Kompetenzsteigerung durch das gegenseitige Interesse. Das 8. Bremerhavener Lebensmittelforum findet am 24. Juni 2025 statt. Die Fach-Veranstaltung wird gefördert vom Europäischen Meeres-, Fischerei- und Aquakulturfonds.

Auch 2025 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 wie z.B. von Transgourmet Seafood.

Weiterhin wollen wir die Aktivitäten im Rahmen des Umbaus der Halle X und Interimsnutzung in Halle XIV im Fischereihafen zum „Food Hub“ intensiv begleiten um neue Unternehmen für den Standort Bremerhaven zu akquirieren und bestehenden weitere Angebote zu bieten. 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 Hub“ in Bremerhaven zu koordinieren. Auch im künftigen Gründungszentrum „to kamen tiet“ sehen wir Gründer:innen aus dem Lebensmittelbereich die durch gezieltes Marketing angesprochen werden sollen.

Folgende Maßnahmen sind 2025 geplant:

- Teilnahme an der Messe Anuga (04. – 08.10.2025) in Köln – Organisation eines Gemeinschaftsstandes des Bundeslandes Bremen –hier steht noch eine Entscheidung aus, welche Messepräsenz in Frage kommt

- Teilnahme an der Messe BioFach (11. – 14.02.2025) – wenn es einen Landesstand geben wird
- 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 Hub“ Bremerhaven  
Begleitende Marketing- und Akquisitionsmaßnahmen zum „Gründungszentrum to kamen tiet“ im LUNE DELTA Bremerhaven
- Enge Kooperation mit der M3B und ttz bzgl. des Food Hub Bremerhaven
- Mitarbeit zum Clusterthema Lebensmittelwirtschaft im Bundesland Bremen bei der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation
- Veranstaltung Lebensmittelforum Bremerhaven (24.06.2025) 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
- Besuch der neuen Messe in Bremen zum Thema „Projektlogistik/ Breakbulk“ die erstmals von M3B in Kooperation mit bremenports durchgeführt wird (04./05.03.2025)

### **Maritime Wirtschaft und Technologien**

Positive Konjunkturaussichten für Schifffahrt, Hafenwirtschaft und Schiffbau – Herausforderungen bleiben. Die Konjunktur der maritimen Wirtschaft in Norddeutschland liegt im Aufwärtstrend. Laut einer aktuellen Umfrage der IHK Nord, dem Zusammenschluss 13 norddeutscher Industrie- und Handelskammern, hat sich das Geschäftsklima im Frühjahr 2024 in den Teilbranchen Schifffahrt, Hafenwirtschaft und Schiffbau im Vergleich zum Herbst 2023 positiv entwickelt.

Der Schiffbau zeigt den größten Sprung im Konjunkturbarometer mit einem Plus von 61,8 Punkten. Die Mehrheit (81 Prozent) der befragten Unternehmen bewertet die aktuelle Geschäftslage als befriedigend. Auch in der Hafenwirtschaft legt der Geschäftsklimaindex um neun Punkte zu und verzeichnet eine ähnlich hohe Zufriedenheit (93,7 Prozent) mit Blick auf die derzeitige Situation. In der Schifffahrt steigt der Index um 36 Punkte, wobei mehr als drei Viertel der befragten Reeder:innen eine günstigere oder zumindest gleichbleibende Entwicklung der Geschäftslage erwarten.

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.

Auch die Lloyd-Werft ist wieder gut aufgestellt. Die nächste Ausschreibungsrunde für den Bau von Offshore-Konverterplattformen wird erst in ein paar Jahren sein, aber man muss dafür jetzt schon die Weichen stellen. Daran wird bei der Lloyd-Werft konkret gearbeitet. Positiv ist auch die Rückmeldung von der Politik aus Berlin, für solche Projekte entsprechende Bürgschaften zu ermöglichen. Bei einer Konverterplattform geht es locker um die Finanzierung von mehreren Milliarden Euro. Es gibt die Bereitschaft in der Politik, alles dafür zu tun, durch den Bau von Konverterplattformen an Standorten an der Nordsee und an der Ostsee Arbeit zu ermöglichen. Das ist ein positives Signal für den Standort Bremerhaven.

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 2025 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
- Teilnahme an Fachveranstaltungen
- Besuch der neuen Messe Envconnect Bremerhaven (organisiert von bremenports erstmals im Jahr 2023), die sich mit dem Thema nachhaltige Häfen beschäftigt
- Besuch der neuen Messe in Bremen zum Thema „LogisticsConnect“ die erstmals von M3B in Kooperation mit bremenports und der BHV durchgeführt wird (04./05.03.2025)
- 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. Im südlichen Fischereihafen verfügt das Land Bremen über ein 90 Hektar großes Areal, das freigeräumt ist und für das bereits entsprechendes Baurecht vorliegt. Dort könnte sofort gebaut werden, um optimale Möglichkeiten und Strukturen für Unternehmen zu schaffen, die Windkraftanlagen bauen und von hier aus in deutschen Gewässern installieren.

Im Energy Port könnte die gesamte Wertschöpfungskette abgebildet werden, von Produktion über Repowering bis hin zu Recycling, dadurch könnten mehr als 2500 Arbeitsplätze in einer strukturschwächeren Region entstehen. Hinzukommt, dass mit den vielen Forschungseinrichtungen vor Ort wie dem Alfred-Wegener-Institut für Polar- und Meeresforschung, dem Fraunhofer-Institut für Windenergiesysteme oder dem DLR-Institut für den Schutz maritimer Infrastruktur und vielen anderen ein enormes wissenschaftliches Know-how vor Ort ist, mit dem Unternehmen Technologien weiterentwickeln 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. Erstmals nach Jahren waren die vier Partner wieder auf der Messe Wind Energy im Jahr 2024 vertreten und haben den Offshore-Standort Bremerhaven gemeinsam vermarktet.

### Wasserstoff

Für den langfristigen Erfolg der Energiewende und für den Klimaschutz werden Alternativen zu fossilen Energieträgern gebraucht. Wasserstoff wird dabei als vielfältig einsetzbarer Energieträger eine Schlüsselrolle einnehmen. Für die Herstellung von grünem Wasserstoff

mittels Elektrolyse wird Strom aus erneuerbaren Energien wie Wind und Sonne verwendet. Die Herstellung von grünem Wasserstoff mittels Elektrolyse ist eine der Technologien zur Sektorenkopplung, durch die erneuerbarer Strom gespeichert und auch z. B. in den Bereichen Industrie, Verkehr und Gebäude, aber auch zur Rückverstromung, genutzt werden kann.

Alle Baumaßnahmen am Hydrogen Lab Bremerhaven (HLB) sind abgeschlossen, die Hauptkomponenten sind angeschlossen, Container mit Trafos und die Leitwarte sind aufgestellt. Elektrolyseure, Brennstoffzelle, Blockheizkraftwerk, Speicher, Kompressoren sind installiert. Durch die Anbindung an das Mittelspannungsnetz des Dynamic Nacelle Testing Laboratory (DyNaLab) in unmittelbarer Nähe, kann auch direkt die Verträglichkeit mit dem Stromnetz getestet werden. Der Probetrieb läuft. Mit der offiziellen Inbetriebnahme des HLB begann im Frühjahr 2024 am Fraunhofer IWES der reguläre Betrieb. Es gibt eine Vielzahl weltweiter Anfragen für gemeinsame Projekte beim IWES. Das Hydrogen Lab Bremerhaven setzt weltweit Maßstäbe.

Mit der Fertigstellung des HLB ist auch das Projekt »Grünes Gas für Bremerhaven« mit den Forschungspartnern Hochschule Bremerhaven, Technologie-Transfer-Zentrum (ttz) Bremerhaven und Fraunhofer IWES erfolgreich abgeschlossen. Das HLB wurde aus Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) sowie des Landes Bremen mit insgesamt 16 Mio. € gefördert. Mit den Forschungspartnern sind bereits Folgeprojekte zur Untersuchung konkreter Anwendungen in den Bereichen dezentrale Netze, alternative Kraftstoffe, Mobilität und Logistik, Offshore-Standorterkundung sowie Lebensmittelindustrie in Vorbereitung.

Bremerhaven verfolgt weiter 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.

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.

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 Bebung 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 2025 geplant:

- Beteiligung am Gemeinschaftsstand auf der Hydrogen Technology Expo in Hamburg, die im Oktober 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 2025
- Beteiligung an der Woche des Wasserstoffs

- Beteiligung am Energie- und Klimastadttag Bremerhaven
- Mitarbeit in den Initiativen Norddeutsche Wasserstoffstrategie (NDWSS) und Hy5
- Mitarbeit im Verein H2BX
- Mitarbeit Metropolregion Nordwest
- Mitarbeit in der Wasserstoff-Modellregion im Nordwesten Deutschlands „Hyways for Future“
- Individuelle Ansprachen von Ansiedlungsinteressenten
- Aufbau einer digitalen Vermarktungsstrategie
- Fachvorträge auf Netzwerkveranstaltungen und Messen

### **Erschließung der Luneplate zum nachhaltigen Gewerbegebiet LUNDELTA**

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.

Es ist vorgesehen, die Luneplate bzw. das künftige Gewerbegebiet Green Economy Lunedelta in mehreren Bauabschnitten bedarfsgerecht von Südosten und Nordosten zu erschließen. Im Südosten befindet sich mit dem Gründungszentrum Green Economy als Gebietsauftakt bereits ein Initialcluster in der Umsetzung. Baubeginn ist bereits erfolgt. In allen Erschließungsabschnitten sollen flexible Grundstücksgrößen (S-, M- und L-Parzellen und Commonsflächen) angeboten werden.

Das Gründungszentrum Green Economy soll exemplarisch zeigen, wie Gebäude zum Ressourcenerhalt beitragen und zudem als CO<sub>2</sub>-Speicher einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz leisten können. Das Gründungszentrum 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 Baubeginn ist im Jahr 2024 gestartet.

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

Folgende weitere Marketingmaßnahmen sind für 2025 geplant:

- Weiterentwicklung der neuen Website (LUNDELTA) 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 Gründungszentrums und LUNDELTA
- Führungen für die Bauwirtschaft während des Baus des Gründungszentrums
- 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
- Aufbau einer digitalen Vermarktungsstrategie
- Weitere Veranstaltungen zum Thema nachhaltiges und digitales Bauen, auch in Verbindung mit der Allianz 3 Schulen

### **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 sowie auch die aktive Wissenschaftslandschaft. 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 2024 wurden „Wissenschaftsclips“ erstellt, die neben der Vermittlung der hochwertigen wissenschaftlichen Einrichtungen am Standort auch das Ziel der Fachkräfte- und Einwohnergewinnung für Bremerhaven verfolgen. "Deine WissenschaftsHEIMATstadt" – unter diesem Motto hat die BIS Wirtschaftsförderung Bremerhaven in Kooperation mit dem Referat für Wirtschaft, Tourismus und Wissenschaft 11 Clips über verschiedene Social Media-Kanäle ausgespielt. Mit Erfolg, denn die kurzen, informativen filmischen Portraits von Bremerhavener Wissenschaftler:innen erzielten mehr als 1,3 Millionen Videowiedergaben.

Die Online-Kampagne zielt vor allem auf die Gruppe der 23- bis 35-Jährigen und naturwissenschaftlich affine Personen im gesamten deutschsprachigen Raum ab. Die Videos werden Studierenden oder Absolvent\*innen ausgewählter Fachrichtungen, die zu den Wissenschafts- und Forschungsschwerpunkten Bremerhavens passen, zugespielt.

Klar definierte demografische und sozioökonomische Parameter fokussieren die Kampagne darüber hinaus auf sogenannte Young Professionals mit Hochschul- oder Universitätsabschluss, die sich beruflich seit maximal fünf Jahren mit Geo-, Klima- und Naturwissenschaften, Fischerei, Aquakultur, Physik, Erneuerbaren Energien, Ökologie, Migration oder auch Wissenschaftskommunikation befassen. Im Jahr 2025 ist die Fortführung dieser Kampagne geplant.

Gemeinsam mit den Landkreisen Cuxhaven wird an einer 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. Erste Ansätze wurden erarbeitet und diese sollen Ende 2024 in die Umsetzung gebracht werden. Der Slogan der Kampagne lautet „Hier ankern“ und ist in erster Linie digital ausgerichtet.

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](http://www.fachkraefte-fuer-bremen.de) entwickelt. Diese Website steht für das Land Bremen und wurde durch die Domain [www.fachkraefte-fuer-bremerhaven.de](http://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. 2024 dann zum Thema Inklusion im timeport

Bremerhaven gemeinsam mit dem Netzwerk „Inklusives Bremerhaven. Weitere Stammtische in Bremerhaven sollen folgen.

Auch die Durchführung der Praktikumswoche Bremerhaven (freiwilliges Praktikum in den Sommerferien) in den Jahren 2022 bis 2024 war ein Angebot um jungen Menschen aus der Region den Arbeitsmarkt in der Stadt näher zu bringen und Unternehmen den Zugang zu potentiellen Auszubildenden oder dualen Studenten:innen zu ermöglichen. In den ersten Jahren fehlte es an Praktikanten:innen und im letzten Jahr haben nicht mehr so viele Unternehmen teilgenommen. Wir müssen noch mehr Unternehmen von den Möglichkeiten überzeugen, über Praktikanten: innen Auszubildende zu finden.

Im Jahr 2025 planen wir gemeinsam mit Hochschule Bremerhaven und der Handelskammer ein neues Veranstaltungsformat, eine „Courier-Tour“ an der Studenten:innen teilnehmen sollen und Unternehmen und bestenfalls „matcht“ es und beide finden im Rahmen von Bachelor- oder Masterarbeit, studentische Hilfskraft oder sogar Mitarbeiter:in zusammen.

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
- Etablierung eines Personaler Stammtisches in Bremerhaven in Kooperation mit der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation sowie der WFB
- Ggf. Erneute Durchführung einer Praktikumswoche Bremerhaven – Prüfung einer gemeinsamen Aktivität mit dem Landkreis Cuxhaven und der Wesermarsch – Alleine wird es die Stadt Bremerhaven nicht mehr machen
- Unterstützung des Berufs- und Studienorientierungstages an der Hochschule Bremerhaven
- Neue Format entwickeln um Unternehmen bei der Fachkräftegewinnung zu unterstützen
- Neues Veranstaltungsformat „Courier Tour“

### **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 2025 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. 2025 ist ein Event geplant, „Schotstek - Geestemünde und Werftquartier knoten zusammen“ welches die BIS mit den Beteiligten aus dem Werftquartier und Geestemünde gemeinsam umsetzen möchte. In 2024 kam dieses Format nicht zustande, da die Flächen nicht zugänglich waren. Ob das 2025 möglich ist – muss mit dem Eigentümer geklärt werden.

### **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
- Social-Media-Aktivitäten
- Bei auswärtigen Veranstaltungen zu diesen Themen berichten, IPA-Kongress, Partnerveranstaltungen – das Interesse ist groß

- Begleitende Pressearbeit
- Baufertigstellung/ Einweihung der Schulen
- Eigene Veranstaltungen zum Thema digitales Bauen um die heimische Wirtschaft zu sensibilisieren

### **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 Wesermarsch hat mitgeteilt aus dem Regionalforum Unterweser zum Ende des Jahres 2024 auszutreten und somit auch nicht mehr an einer gemeinsamen Gewerbeflächenvermarktung teilzunehmen. Hier sind nun die Entscheidungen der Stadt Bremerhaven und des Landkreises Cuxhaven abzuwarten, wie sich das Regionalforum weiter aufstellt und die künftigen Aktivitäten aussehen sollen.

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 2025 geplant – vorbehaltlich der abschließenden Entscheidung der Hauptverwaltungsbeamten aus der Stadt Bremerhaven und des Landkreises Cuxhaven:

- Attraktivierung der Website „Stark am Strom“ – oder Aufbau einer ergänzenden Präsenz auf der Fachkräfteseite der Nordsee-Zeitung
- Überprüfung ob der Slogan „Stark am Strom“ noch der richtige ist – ggf. Übernahme des Slogans der Fachkräftestrategie „Hier ankern“
- Gezielte PR-Arbeit zu Leuchtturmprojekten, innovativen Unternehmen, Stärken der Region mit dem Ziel, diese 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.

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 wurde, 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 wurde aufgezeigt, 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 wurden 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.

In enger Anbindung an die Auftraggeberin mündeten die gesammelten Erkenntnisse in ein Konzept, aus dem hervorgeht, wie zukünftig eine nachhaltige Sichtbarkeit der Kultur- und Kreativwirtschaft Bremerhavens erreicht werden kann 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 und auch Bremen dienen. Dieser Prozess ist weitestgehend abgeschlossen und wird nun gemeinsam mit der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation weiter konkretisiert.

### 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 Wirtschaftsministerin 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, CO<sub>2</sub>-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 und Glückswinkel 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 2025:

- 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
- 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. Aus diesem Grund haben wir 2023/ 2024 unsere Website komplett relauncht und barrierearm und suchmaschinenoptimiert aufgestellt. Hintergrund war insbesondere die Seite nutzerfreundlich und intuitiv bedienbar aufzustellen. Mit dem Ergebnis sind wir sehr zufrieden und auch unsere Kunden haben durchweg positives Feedback gegeben.

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, Pressemitteilungen, Veranstaltungshinweise, Ausschreibungen.

Zudem wollen wir verstärkt mit auf der Website integrierten Landingpages für gezielte Themen und Branchen gearbeitet werden. Dies ermöglicht eine zeitgemäße schnelle Aktualisierung, jederzeitigen Zugriff für Interessenten und ggf. auch individuelle Ausrichtung im Zuge von Mailing- und Social Mediaaktionen. Auch die digitale Bereitstellung der Angebote per individuellen Onepager (mit Zugang über Passwort) soll intensiviert werden. Unternehmer: innen sind immer häufiger mobil unterwegs, sodass diese Art der Kommunikation (an jedem Ort zu jeder Zeit) immer wichtiger wird.

Aus diesem Anlass wurde 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. Derzeit ist die Nutzung dieses Angebotes noch recht verhalten.

Für den Bereich LUNDELTA bereiten wir gerade eine neue Internetpräsenz vor, in der dann auch der Green Economy Blog aufgehen wird. Wenn das nachhaltige Gewerbegebiet LUNE DELTA mit einem eigenen Gebietsmanagement an den Start geht, wird die Seite entsprechend übergeben. Bis zu diesem Zeitpunkt bespielt die BIS im Auftrag der BEAN diese Seite und nimmt Kundenbeziehungen zu ansiedlungswilligen Unternehmen aus dem Bereich nachhaltiges Wirtschaften auf.

Der **E-Mail-Newsletter** soll auch 2025 wieder mit aktuellen Standortinformationen, Berichten über innovative Projekte und Unternehmen, Veranstaltungshinweisen etc. rund 12 mal im Jahr erscheinen, bei Bedarf auch häufiger. Er ist ein wesentlicher Bestandteil des **Content Marketings**. Die Artikel, die bisher aus dem Bereich Green Economy in einem eigenen Newsletter verbreitet wurden, gehen in den BIS-Newsletter über. 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 und sich die Zahl auch kontinuierlich erhöht.

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. Auch hier haben wir in der Vergangenheit vermehrt auf sogenannte Success Storys gesetzt. (Success Stories, Anwenderberichte, Case Studies oder auch Best Practices – all das sind Formate, die vom Erfolg erzählen und in der PR und im Marketing gerne als Content genutzt werden. Die Success Story ist eine klassische Erfolgsgeschichte, die von Unternehmen und auch öffentlichen Personen genutzt wird, um Transparenz darzustellen und gleichzeitig eine emotionale Bindung zum Kunden zu erzeugen.) Dadurch konnten wir vermehrt, bei unserer Zielgruppe Unternehmen auf den Standort Bremerhaven aufmerksam machen.

Hinsichtlich der Bedeutung der **Sozialen Medien** im „Business to Business“ Marketing und der Akquisition von Unternehmen gibt es weiterhin 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 weiterhin 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. Im Jahr 2024 haben wir einen kompletten Relaunch des Mediums durchgeführt. 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. Die Verteilung erfolgt über die Wissenschaftseinrichtungen sowie Institutionen von Politik und Verwaltung im Land Bremen sowie über einen bundesweiten Verteiler an ca. 1.500 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 2025 sind zwei Ausgaben geplant.

Im Herbst 2023 haben wir zu den BIS NEWS eine Umfrage zum Nutzerverhalten gestartet und somit die Inhalte optimiert und weitere Kundenwünsche umgesetzt. Bei dieser Umfrage kam auch heraus, dass die Verteilung der BIS NEWS über die Kammerzeitung eher nachrangig zu betrachten ist. Sodass wir daraufhin diesen Verteilkanal eingestellt haben und vermehrt auf eigene Kontakt und Veranstaltung setzen.

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

### **Messen**

Die Teilnahme an Wirtschaftsmessen ist auch 2025 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.

Allerdings sind die Messebeteiligungen stets zu hinterfragen ob diese Auftritte zur Erfüllung des Unternehmenszwecks sinnvoll sind und ob wir ein entsprechendes Produkt haben, welches wir vermarkten wollen. Eine Messe ist immer eine zeitliche und örtliche Beschränkung.

Wenn die Corona-Pandemie in der Gesellschaft eins geändert hat, dann ist es der Anspruch auf Flexibilität. Ob Homeoffice-Möglichkeiten oder die Teilnahme an virtuellen Events – die Zeit wird frei eingeteilt und der Besucher entscheidet, wann und wo er hinfährt. Auch das Thema ökologischer Fußabdruck ist in den Köpfen der Kunden angekommen. Wenn vor ein paar Jahren noch jährlich 5x zu Messen gereist wurde, macht man sich heute deutlich mehr Gedanken über den grünen Fußabdruck und überlegt sich zweimal, ob die Reise wirklich notwendig ist oder es nicht vielleicht auch eine Online-Alternative gibt. Aufgrund unseres knappen Gewerbeflächenangebotes, werden auch wir unsere Messeaktivitäten – welche einen eigenen Stand beinhalten kritisch hinterfragen. Den zur Kundenbindung und -anbahnungen reichen sicherlich auch häufig gut vorbereitete Messebesuche aus. Die bestenfalls effizienter, kostengünstiger und weniger personelle Ressourcen benötigen. Dies ist aber jeweils individuell zu prüfen, welcher Auftritt in den einzelnen Branchen am erfolgsversprechenden ist.

Geplant sind 2025 Beteiligungen an folgenden Messen:

- Anuga, 04. – 08. Oktober 2025 in Köln (hier wird es eine Bremen-Lounge geben)

- Teilnahme an der Messe BioFach (11. – 14.02.2025) – wenn es einen Landesstand geben wird - eher Begleitung mit BHV-Themen
- Real Estate Arena 14./15.05.2025 in Hannover (Bundesland Bremen-Stand)
- POLIS Convention 07./08.05.2025, Düsseldorf - nur als Besucher
- transport logistic, 02. – 05.06.2025, München – nur als Besucher
- „Projektlogistic/ Breakbulk“, neue Messe der Messe Bremen, 04./05.03.2025 – nur als Besucher
- HusumWind, vom 16. – 19. September 2025 in Husum – derzeit nur als Besucher geplant. Wenn der Messeauftritt bei der WindEnergy in HH im Jahr 2024 gemeinsam mit der BLG, Eurogate und bremenports ein Erfolg wird, kann sich hieraus auch ein Messestand ergeben
- Internationale Gewerbeimmobilienmesse EXPO REAL im Oktober 2025 in München, auf dem Bundesland Bremen Stand
- Envconnect, September 2025 in Bremerhaven – Teilnahme als Besucher ggf. mit dem LUNDELTA und Gründungszentrum in der begleitenden Ausstellung
- Beteiligung an der Wind Force Conference in Bremerhaven
- Hydrogen Technology Expo, im Oktober 2025 in Hamburg, auf dem Bundesland Bremen Stand

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
- Landingpages auf unserer Website

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 2025 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 2025 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 2025 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
- Veranstaltung zur Sail
- Woche des Wasserstoffs, Wasserstoffsymposium, VA Wasserstoff norddeutsch

- Info-Tag an der Hochschule Bremerhaven für Schüler: innen/Student: innen über Studienmöglichkeiten und Jobs in Bremerhaven
- Weitere Veranstaltung für die Zielgruppe Existenzgründung, Kunst- und Kreativwirtschaft wie z.B. Vorbereitung auf das Bankengespräch, Crowdfunding, Marketingaktivitäten etc.
- Schotstek - Geestemünde und Werftquartier kneten zusammen
- Beteiligung Wissenschaftsmeile im Rahmen der Sail
- Beteiligung am Energie- und Klimastadttag
- „Courier-Tour“
- Lebensmittelforum
- Wirtschaftsempfang auf der Alex
- Fachkräfteveranstaltung

### **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“ 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

## Anlage

Aktivitäten und Kosten Standortmarketing, Akquisition und Bestandsentwicklung  
- Gesamtübersicht für 2025 nach Mittelherkunft gegliedert –

| Aktivitäten  | Finanzierung durch das Land Bremen                     |
|--|--|
| Gemeinschaftsstand/ Bremen-Lounge auf der Messe Anuga, Köln und ggf. BioFach in Nürnberg   | aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)          |
| Besuch der Messe HusumWind   | aus Projektmitteln Innovationsprogramm (EFRE)          |
| Besuch der Messe transport logistic/ mit Terminvereinbarungen sowie der neuen Messe zum Thema Breakbulk/ Projektlogistic in Bremen   | 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 Real Estate Arena, Hannover   | Messeförderung (SWAH)                                  |
| Beteiligung an der Envconnect, Bremerhaven   | aus Projektmitteln LUNEDelta (EFRE)                    |
| Hydrogen Technology Expo, Hamburg  | 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<br>Innovationsprogramm (EFRE)              |
| BIS NEWS (1 Ausgabe)   | aus Projektmitteln<br>Innovationsprogramm (EFRE)              |
| Diverse Marketingmaßnahmen im Projekt „Green Economy/Nachhaltiges Gewerbegebiet und LUNEDelta“   | Aus Projektmitteln<br>(GRW, Land Bremen, Stadt Bremerhaven)   |
| Netzwerkarbeit wie z.B. Maritimes Cluster, WAB e.V.  | aus Projektmitteln<br>Innovationsprogramm (EFRE)              |
| Marketingmaßnahmen Kreativwirtschaft, Sozialunternehmertum   | aus Projektmitteln<br>Innovationsprogramm (EFRE)              |
| Begleitende Social Media Maßnahmen zu den Innovationsprojekten/<br>zielgenaue Kundenansprache  | aus Projektmitteln<br>Innovationsprogramm (EFRE)              |
| <b>Aktivitäten (Kosten inkl. Umsetzung)</b><br>Für die Umsetzung der Maßnahmen werden eigene Kosten der BIS in Höhe von 40 T€ kalkuliert   | <b>Finanzierung durch Stadt Bremerhaven Standortmarketing</b> |
| <b>Standortdarstellungen/ Akquisition</b><br>z.B.Exposés, Broschüren, Flyer, individualisierte Angebote und Mailingaktionen im Rahmen der Unternehmensakquisition  | 20.000  |
| <b>Pressearbeit/Anzeigen</b><br>in Fachzeitschriften zu den im Konzept genannten Schwerpunktthemen/Darstellung des Wirtschaftsstandortes Bremerhaven, Fotodatenbank, Pressedienst, Verteiler etc.                                    | 10.000  |
| <b>Digitale Medien</b><br>Internet/Microsites für Standortdarstellungen und Standortangebote (inkl. Pflege und laufende Kosten Websites), Pflege Unternehmensdatenbanken, Social Media etc.  | 45.000  |
| <b>Marketinganteil Messen</b><br>Unterstützende Maßnahmen im Bereich Messen, die nicht durch die Mittel des Landes Bremen vollumfänglich gedeckt werden können   | 10.000  |
| <b>Veranstaltungen</b><br>mit Bedeutung für den Wirtschaftsstandort Bremerhaven/<br>Akquisitionsmöglichkeiten, Netzwerkveranstaltungen, Informationsveranstaltungen, Delegationsreisen, Besucher etc. (digital, vor Ort oder hybrid) | 40.000  |

|   |                    |
|---|--------------------|
| <b>Aktivitäten Netzwerke wie z.B. „Stark am Strom“, Pier der Wissenschaft, Arbeitgeberstandortmarke etc.</b><br>anteilige Kosten für Website, PR-Arbeit, Veranstaltungen etc. | 15.000             |
| <b>Verschiedenes</b>  | 4.000              |
|   | <b>144.000,- €</b> |

**Messeplanung 2025 (mit Messestand)**

| <b>Messen</b>               | <b>Termin</b> | <b>Ort</b> | <b>Bemerkungen</b>                                 | <b>Finanzierung</b>                       |
|-----------------------------|---------------|------------|--|---|
| Anuga                       | 04. – 08 Okt. | Köln       | Gemeinschaftsstand/<br>Lounge Bundesland<br>Bremen | Messeförderung/<br>Innovationsprogramm    |
| Real Estate Arena           | 14./ 15. Mai  | Hannover   | Gemeinschaftsstand<br>Bundesland Bremen            | Messeförderung/<br>Standortmarketing      |
| Hydrogen<br>Technology Expo | Okt.          | Hamburg    | Gemeinschaftsstand<br>Bundesland Bremen            | Standortmarketing/<br>Innovationsprogramm |
| Expo Real                   | Okt.          | München    | Gemeinschaftsstand<br>Bundesland Bremen            | Messeförderung/<br>Standortmarketing      |