

Vorlage Nr. I/20/2009
für den Magistrat

Anzahl Anlagen: 1

Standortmarketing 2009 für den Wirtschaftsstandort Bremerhaven

A Problem

Aufgabe der BIS Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung mbH ist es u. a., überregionale Unternehmen und Investoren umfassend über die Möglichkeiten am Standort zu beraten und für ein Engagement in Bremerhaven zu gewinnen. Vor diesem Hintergrund wurde für den Wirtschaftsstandort Bremerhaven ein überregionales Standortmarketing sowie ein darauf aufbauendes, offensives und zielgerichtetes Konzept zur Ansprache von Unternehmen und Investoren entwickelt. Durch geeignete marketingorientierte Strategien und Maßnahmen sollen Mobilitäts- und Investitionsbedürfnisse von Unternehmen und potenziellen Investoren aufgespürt und auf den Standort Bremerhaven gelenkt werden. Die Ansiedlung von Unternehmen wird seitens der BIS gefördert, indem interessierte Unternehmen während der Investitionsentscheidungsphase mit Informationen, Beratung und aktiver Hilfestellung intensiv unterstützt und bis zur erfolgreichen Ansiedlung begleitet werden.

Die Stadtverordnetenversammlung hat in ihrer Sitzung vom 03.02.2000 den Magistrat aufgefordert, die BIS mit der Erarbeitung eines Standortmarketingkonzeptes zu beauftragen und dieses dem Finanz- und Wirtschaftsausschuss zur Beschlussfassung vorzulegen. In seiner Sitzung am 28.06.2000 nahm der Magistrat das Standortmarketingkonzept zustimmend zur Kenntnis und beschloss, zur Sicherstellung der Umsetzung der BIS jährlich insgesamt DM 300.000,00 (ca. 153.388,00 €) zur Verfügung zu stellen. Die entsprechenden Konzepte sind jährlich sowohl dem Magistrat als auch dem Finanz- und Wirtschaftsausschuss vorzulegen.

Aus diesen Mitteln wurden zahlreiche Aktivitäten für das Standortmarketing finanziert. Dabei ist es gelungen, Bremerhaven in überzeugender Weise als Wirtschaftsstandort mit ausgewiesenen Kompetenzen im maritimen Bereich zu positionieren und auch überregional zu vermarkten sowie bedeutende Unternehmen anzusiedeln. Die Fortführung dieser Marketingmaßnahmen in zumindest gleicher Intensität ist eine unabdingbare Voraussetzung für die marketinggerechte Begleitung des Strukturwandels, den die Stadt durchläuft, und für die Ansiedlung neuer Unternehmen. Sie dient letztendlich auch als ein wichtiger Beitrag zur Imageverbesserung.

B Lösung

Gemäß der Beschlussfassung des Magistrats vom 28.06. 2000 hat die BIS für das Jahr 2009 das anliegende Standortmarketing-Konzept erarbeitet. Wie dem Konzept zu entnehmen ist, werden für das Jahr 2009 Standortmarketingmaßnahmen auch aus anderen Projekten (Marketingmittel Biotechnologiezentrum, Messebudget, Projektmittel „European Enterprise Network“) mitfinanziert.

C Alternativen

Das Marketing für den Standort Bremerhaven wird aufgegeben.

D Finanzielle/Personalwirtschaftliche Auswirkungen

Die erforderlichen finanziellen Mittel in Höhe von 145.000 € p. a. werden aus den bei der BIS verwalteten Grundstückserlösen entnommen.

Für eine Gleichstellungsrelevanz gibt es keine Anhaltspunkte.

E Beteiligung/Abstimmung

BIS.

F Öffentlichkeitsarbeit/Veröffentlichung nach dem BremIFG

Geeignet.

G Beschlussvorschlag

Der Magistrat nimmt das Standortmarketingkonzept für das Jahr 2009 zur Kenntnis und stimmt der Finanzierung für die Jahre 2009 und 2010 in Höhe von jährlich 145.000 € aus Grundstückserlösen mit Ausnahme der Kooperation mit i2b Bremerhaven zu.

Die Finanzierung für das Jahr 2010 wird im Hinblick auf den langen Vorlauf bei den Messen schon zum jetzigen Zeitpunkt beschlossen.

Der Magistrat erwartet, dass die BIS das Standortmarketingkonzept für das Jahr 2010 zum Ende des Jahres 2009 vorlegt.

Der Magistrat bittet den Finanz- und Wirtschaftsausschuss, einen gleichlautenden Beschluss zu fassen.

Schulz
Oberbürgermeister

Anlage: BIS-Geschäftsbereich I: Konzept für Standortmarketing, Akquisition und Bedarfsentwicklung 2009“