

# WFB News



BREMEN  
WAGEN UN WINNEN

Aktuelles aus der Wirtschaftsförderung Bremen ++ Ausgabe Nr. 68 ++ Dezember 2021 ++

Stadtmusikanten werden 2022 den Ton in Bremen angeben. Highlights das ganze Jahr über, mehr als 100 Veranstaltungen zum Träumen und Genießen. Unsere Vorschau zeigt, worauf sich Bremerinnen und Bremer und Besucher und Besucherinnen freuen können. →



kl<sup>o</sup>ngfrisch  
Bremen –  
Stadt der Musik 2022

→ **Es ist ähnlich wie mit dem Radfahren: Musik tut gut, macht Spaß und setzt Glückshormone frei. Was in diesem Jahr wegen Corona ausfiel, kommt nun in 2022 – ein ganzes Themenjahr mit außergewöhnlichen Musikangeboten, in äußerst anziehenden Formaten, aus Hoch- und Subkultur und mit allen Facetten dazwischen, eine echte Bremer Mischung eben. Das kreative Potenzial, aus dem die Hansestadt dabei schöpfen kann, ist riesig.**

Mit ihrem Auftakt zum Themenjahr „klangfrisch 2022. Bremen – Stadt der Musik“ im Juli dieses Jahres versetzten die Bremer Philharmoniker und die Musikwerkstatt Bremen ein fasziniertes Publikum auf dem Bremer Marktplatz sogleich in Schwingung. Diesen musikalischen Tag konnten alle, die es wollten, mit den Opernensembles „Gemeinsam ist es schöner noch“ der Hochschule für Künste und einer Open-Space-Operngala perfekt ausklingen lassen.

Vielfalt statt Einerlei ist das Motto, 2022 wird ein Jahr beliebter Veran-

staltungsreihen, Open-Air-Festivals mit überraschenden Klangwelten, spannenden Erlebnissen und Mitmachaktionen. Mit der Deutschen Kammerphilharmonie Bremen und den Bremer Philharmonikern zählen weit über die Grenzen Bremens bekannte Top-Ensembles zu den Aktiven, dazu zahlreiche weitere Akteure und Akteurinnen aus der vielfältigen Musik- und Kulturszene Bremens und Bremerhavens sowie etliche Musikerinnen, Veranstalter und Betreiberinnen der Spielstätten und Bühnen vor Ort. Sie alle ziehen an einem Strang, um im kommenden Jahr ein unvergessliches musikalisches Feuerwerk in Szene zu setzen. Mehr als 100 Veranstaltungen sind bei der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH vorgeplant, die die Events im Auftrag der Wirtschaftssenatorin koordiniert sowie für Marketing und Kommunikation verantwortlich ist. In den nachfolgenden Beiträgen zu „klangfrisch 2022“ erfahren Sie, wer die Regie bei den umfangreichen Vorbereitungen übernommen hat, was das Themenjahr bieten wird und warum die Musik 2022 im Fokus stehen soll. Zudem erinnern wir an die bisherigen Themenjahre und an den Auftakt zum neuen Schwerpunkt „klangfrisch 2022. Bremen – Stadt der Musik“. ←

## FRAGEN AN ...

1

→ **Musik und Wirtschaftsförderung – passt das zusammen? Und was bringt ein ganzes Themenjahr mit Klang und Rhythmus? Drei Fragen an die Organisatorin und an den Organisator bei der WFB: Kristina Brandstädter, Projektleiterin Marketing, und Frank Reimers, Abteilungsleiter Marketing und Prokurist.**

**Einige könnten sich fragen, was Musik mit Wirtschaftsförderung zu tun hat, was würden Sie antworten?**

Frank Reimers: Es ist die Aufgabe der Abteilung Marketing bei der WFB, die Attraktivität Bremens darzustellen. Bremen hat gerade in der Musik viele Botschafterinnen und Botschafter, die auch für den Wirtschaftsstandort Bekanntheit und ein positives Image schaffen. Wir freuen uns sehr darauf, viele von ihnen im nächsten Jahr in der Kommunikation besonders unterstützen und viele Menschen mit Musik-Events begeistern zu können.

**Musik kann ganz verschiedene Kräfte freisetzen, worauf zielt das Themenjahr „klangfrisch 2022“?**

Kristina Brandstädter: Es zielt darauf ab, genau diese Kräfte verstärkt zu vereinen und die Vielfalt und Kreativität der Musikszene Bremens als authentische Stärke Bremens zu kommunizieren, Synergien zu nutzen und großartige Highlights in Szene zu setzen.

**Es gibt viele Musikfestivals in Deutschland und anderswo, was könnte „klangfrisch 2022“ zu etwas Besonderem machen?**

Frank Reimers, Kristina Brandstädter: Es geht ja nicht um ein Festival, sondern darum, über einen längeren Zeitraum die Bandbreite und Klasse des musikalischen Angebots Bremens aufzuzeigen; von Klassik bis Jazz, mit zahlreichen Veranstaltungen, die das ganze Jahr zu einem Highlight machen. Bremens Musikportfolio kann viele Menschen ansprechen. Wir sind eben die Stadt der StadtMUSIKANTEN! ←



Regie bei „klangfrisch 2022“ führen Kristina Brandstädter und Frank Reimers (beide WFB).

**Sehr geehrte Leserinnen und Leser,**

im kommenden Jahr können Sie sich in Bremen auf mehr als einhundert musikalische Highlights freuen. Auf den folgenden Seiten geben wir Ihnen schon einmal einen kleinen Ausblick auf das Themenjahr „klangfrisch 2022. Bremen – Stadt der Musik“. Außerdem stellen wir Ihnen in dieser Ausgabe die Siegerinnen und Sieger unserer aktuellen Wettbewerbe vor, die mit frischen Konzepten für den Einzelhandel und die Gastronomie leerstehende Flächen in der Bremer Innenstadt beleben wollen. Auch das „Sozialunternehmen des Jahres“ haben wir in einem Wettbewerb gekürt und geben die Preisträgerinnen und Preisträger auf Seite 7 bekannt. Wie gewohnt haben wir außerdem interessante Immobilienprojekte für Sie zusammengestellt, berichten Neuigkeiten aus unserer türkischen Partnerstadt Izmir und lassen die Entwicklerinnen und Entwickler von innovativen Projekten zu Wort kommen. Besonders freue ich mich auch, dass mein Geschäftsführungskollege Oliver Rau in dieser Ausgabe einen Einblick in die Bremer Marken- und Tourismuswelt gibt.

Zum Ausklang dieses Jahres wünsche ich Ihnen und Ihren Angehörigen ein schönes Weihnachtsfest, erholsame Feiertage sowie ein glückliches und vor allem gesundes 2022!



Herzlichst  
Ihr *Andreas Heyer*

**Andreas Heyer**  
Vorsitzender der Geschäftsführung  
WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH

**THEMEN,  
DIE BEWEGEN** → „klangfrisch 2022. Bremen

– Stadt der Musik“ setzt zum vierten Mal einen Akzent in Gestalt eines „Themenjahres“. Noch in bester Erinnerung sind vielen Bremerinnen und Bremern sowie Besucherinnen und Besuchern die Schwerpunkte „Raumfahrt“ (2018), der Stadtmusikantensommer im Jahr 2019 und die zahlreichen spannenden Aktivitäten zu den Wissenswelten, die 2020 unter dem Label „Phänomenal“ präsentiert wurden. „Ziel der Themenjahre ist es immer, etwas typisch Bremisches zu wählen, das auch Überraschungen bietet, in jedem Fall aber viele Veranstaltungen bündelt und Formate inspiriert“, beschreibt Maïke Bialek, Leiterin Kommunikation, Marketing und Tourismus bei der WFB,



die Gesichtspunkte bei der Themenwahl. Dabei können äußere Anlässe den Ausschlag geben wie beispielsweise der Raumfahrtkongress im Jahr 2018 oder der Geburtstag der Stadtmusikanten 2019. „Die Entscheidung für ein Thema kann aber ebenso Themencluster berücksichtigen, die wir uns im Tourismus gegeben haben“, so Bialek. Die Weichen für die kommenden Jahre sind jedenfalls schon gestellt, verrät die Kommunikationsexpertin: 2023 wird das Thema „Fluss/Genuss“ im Vordergrund stehen, für 2024 fiel die Wahl auf ein weiteres urbremisches Thema: Alles wird sich um das Radfahren drehen. ←



**STADTMUSIKANTEN  
SOMMER 2019**

## DAS WAR DER AUFTAKT

3

→ Das Themenjahr „klangfrisch 2022. Bremen – Stadt der Musik“ hat eigentlich schon in diesem Jahr begonnen. Der Auftakt fand am 10. Juli auf dem Bremer Markt statt. Mit mehreren spannenden Programmpunkten unter freiem Himmel und mit kostenlosem Zutritt bot er einen Vorgeschmack auf das kommende Themenjahr 2022. Mit ihrem „Fensterkonzert“ – Bläserklängen aus Fenstern des Parlamentsgebäudes, vom Rathausbalkon und aus dem Gebäude von Beck's Bistro – sorgten die Musikerinnen und Musiker der Bremer Philharmoniker gleich zu Beginn für einen gut bevölkerten Bremer Markt. Generalmusik-

direktor Marko Letonja ließ Klassisches und Jazziges erklingen. Beim anschließenden Percussionsfeuerwerk der Musikwerkstatt Bremen wurde der gesamte Markt zur Bühne und das Publikum zum Sontanorchester. Dieses begeisternde Mitmachkonzert dürfte den Bremer Philharmonikern viele zusätzliche Sympathien eingetragen und vielen, die dabei waren, ein Lächeln ins Gesicht gezaubert haben. Wer wollte, konnte diesen musikalischen Tag mit einer Open-Space-Operngala ausklingen lassen, gestaltet von Studierenden und Alumni der Gesangsklassen der Hochschule für Künste. ←

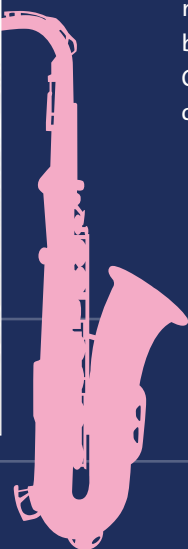


## WAS KOMMT ... → Mehr als 100 Veranstaltungen sind für das Themenjahr

„klangfrisch 2022. Bremen – Stadt der Musik“ schon angemeldet. Ob all das, was sich „in der Pipeline“ befindet, auch stattfinden wird, hängt – nicht zuletzt angesichts der großen Zahl der Mitwirkenden – von vielen Faktoren ab. Kristina Brandstädter, als Projektleiterin bei der WFB im Kernteam für Organisation und Marketing verantwortlich, sieht das entspannt. „So oder so wird es einen vollen Kalender geben. Neben den musikalischen Highlights und den beliebten Veranstaltungsreihen, Open-Air-Festivals, Konzerten, Musicals, Messen und unterschiedlichen

Klangwelten wird es eigens kreierte Science Shows, öffentliche Konzerte und Flashmobs, einen Symphonic Mob, Hofkonzerte und singende Balkone, Fahrradkonzerte, musikalische Spaziergänge und vieles mehr enthalten“, ist sich Brandstädter sicher. Profilierte Orchester und Ensembles, eine überaus lebendige Freie Szene, Bands, Gruppen und Initiativen, renommierte Veranstaltungshäuser, Konzertsäle und Locations, Festivals und Ausbildungsmöglichkeiten: Bremen überzeuge als Stadt der Musik durch ein besonderes und attraktives Angebot. Dazu gehörten mit der Breminale und dem Musikfest Bremen nicht nur zwei renommierte Veranstaltungen, sondern auch die Bremer Philharmoniker, das Universum Bremen, die Seebühne Bremen und die Musikschule Bremen. ←

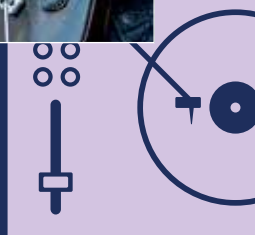
[www.bremen.de/kultur/klangfrisch-2022](http://www.bremen.de/kultur/klangfrisch-2022)



## DAS TEAM

→ Wohl mehr als 100 Veranstaltungen wird es im Themenjahr „klangfrisch 2022 geben. Bremen – Stadt der Musik“, darunter richtige „Brocken“ wie das Musikfest oder die „Breminale“. Wie lässt sich eine solche Mammutserie von Events planen und kommunizieren, ohne dass die Nerven schon vorher blank liegen? Mit Know-how, Erfahrung, Motivation und positiver Resonanz, wie Frank Reimers, Abteilungsleiter Marketing und Prokurist, und Kristina Brandstädter, Projektleiterin Marketing (beide WFB), bestätigen. Reimers und Brandstädter bilden das Kernteam für „klangfrisch 2022“, was 2022 unter diesem Titel singt und klingt in Bremen, wird sehr wahrscheinlich zuvor Gegenstand ihres

dienstlichen Schriftwechsels gewesen sein. Frank Reimers, bereits seit 20 Jahren im Bremen Marketing aktiv, hat schon frühere Themenjahre mit konzipiert. Projektleiterin Brandstädter ist seit Februar des Jahres bei der WFB tätig, sie will unter anderem mit neuen Ideen überzeugen. „Wir wollen alle Beteiligten in den unterschiedlichen musikalischen Szenen ‚abholen‘ und sie für das Themenjahr begeistern“, sagt Reimers. Das sei „ein tolles Projekt, mit dem wir viele spannende Menschen zusammenbringen“, findet Kristina Brandstädter. Viele sähen das geplante Themenjahr als Chance, ihre jeweilige Veranstaltung professioneller zu kommunizieren. Brandstädter: „Die meisten Akteure und Akteurinnen sind sehr positiv gestimmt und freuen sich über die Unterstützung der WFB.“ ←





Nachhaltigkeit – für Lisa Buschan ein Top-Thema.

## WFB RÜCKT NACHHALTIGKEIT IN DEN FOKUS

→ Nachhaltigkeit ist schon länger eine wichtige Zielsetzung bei der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH. Nun soll das Thema im Geschäftsmodell verankert werden. Drei Fragen an Lisa Buschan, die die neu geschaffene Position der Nachhaltigkeitsmanagerin bei der WFB angetreten hat:

### Frau Buschan, welche Aufgaben erwarten Sie im Bereich Nachhaltigkeitsmanagement?

Kernaufgabe dieses neuen Themenbereichs ist es, eine interne Nachhaltigkeitsstrategie für die WFB zu erarbeiten. Langfristig wollen wir das Thema Nachhaltigkeit im Geschäftsmodell verankern, um die Vorbildfunktion der WFB in diesem Bereich herauszuarbeiten und im späteren Verlauf neue Dienstleistungen und Angebote für die Bremer Unternehmen zum Thema nachhaltiges Wirtschaften zu entwickeln.

### Welche Herausforderungen sehen Sie in Ihrem neuen Aufgabenbereich?

Es gibt bei der WFB bereits viele Ansätze aus dem Bereich Nachhaltigkeit, die schon gelebt, aber noch nicht unter diesem Begriff gedacht werden. Dementsprechend wird es eine wichtige Aufgabe sein, all diese Themen zusammenzuführen, gemeinschaftlich weiterzudenken und in eine zukünftige Nachhaltigkeitsstrategie einzubinden.

### Warum sind Sie die Richtige für den Job als Nachhaltigkeitsmanagerin?

Mir liegen die Umwelt und die Menschen am Herzen, und ich habe den Wunsch, eine lebenswerte Zukunft für alle mitzugestalten. Diese intrinsische Motivation gepaart mit Eigeninitiative und Aufgeschlossenheit sind meiner Meinung nach essenzielle Voraussetzungen für die erfolgreiche Implementierung einer Nachhaltigkeitsstrategie. ←

## VIER GEWINNT

→ Sögestraße, Katharinenklosterhof, Knochenhauerstraße und Lloyd Passage – alles mitten in Bremens „guter Stube“. Genau hier werden Ideen gesucht, um die leerstehenden Flächen wiederzubeleben und mit neuen Angeboten zu überzeugen. Betreiberinnen und Betreiber konnten sich bis zum 6. Dezember 2021 mit ihren Einzelhandelskonzepten für einen Pop-up-Store bewerben und erhalten die Fläche für elf Monate mietfrei. Die WFB führt diesen vierten Wettbewerb im Rahmen des Zukunftsfonds Innenstadt durch. ←

Alle Details unter [www.popup-bremen.de](http://www.popup-bremen.de)

## FRISCH AUFGETISCHT

→ Frisch aufgetischt wird ab dem kommenden Frühjahr im Forum Am Wall (Wache 6) bei Sean Moxie und Allan Moelholm und ihrem Team. Sie haben den Wettbewerb „Pop-up-Store Gastro“ der WFB Wirtschaftsförderung Bremen gewonnen und können ihr Konzept ab dem 1. Januar 2022 für zwölf Monate mietfrei in der Bremer Innenstadt umsetzen. „Wir wollen der Bremer Gastroszene ein neues Highlight hinzufügen und zeigen, wie lecker nachhaltige und rein pflanzliche Ernährung sein kann“, erklärt Sean Moxie. Die WFB hat die Fläche im Rahmen des Zukunftsfonds Innenstadt für 50 Prozent der zuletzt gezahlten Kaltmiete angemietet und stellt diese vom 1. Januar bis zum 31. Dezember 2022 für das Gewinnerkonzept zur Verfügung. ←

[www.liwesi.de](http://www.liwesi.de) | [www.bremenwirdneu.de](http://www.bremenwirdneu.de)



Schlüsselübergabe für ein neues Angebot in Bremen (von links nach rechts): Annika Reineberg, Geschäftsführerin der Wallhaus GmbH, Wettbewerbsgewinner Sean Moxie und Andreas Heyer, Vorsitzender der Geschäftsführung der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH.



Freuen sich über die Umsetzung der neuen Ideen in der Bremer Innenstadt (v.l.n.r.): Andreas Heyer (WFB), Alexa Rempe (Buchhandlung Storm), Charlotte Hasenkamp, Julia Schulze-Windhoff und Stevie Schulze (Made in Bremen), Stefan Brockmann (BoConcept), Kristina Vogt (Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa), Viktoria Theoharova (Huddy) und Julia Hübötter (Schnittträume).

## EINZELHANDEL MIT NEUEN IDEEN

→ Mehr als nur Shoppen – das versprechen die Konzepte der Siegerinnen und Sieger im Wettbewerb „Neu gedacht – neu gemacht“. Fünf Geschäfte aus der Bremer City erhalten nun über das Bremer Aktionsprogramm Innenstadt finanziellen Rückenwind für die Umsetzung ihrer innovativen Ideen.

Erstplatziertes ist „Made in Bremen“ mit seinem Forum in der Stadtwaage, das um die erste Etage und um neue Angebote erweitert werden soll. Damit wird auch der Saal des historischen Gebäudes für Besucher und Besucherinnen geöffnet. Den zweiten Platz belegt die Buchhandlung Storm (Langenstraße), die ihren Innenraum zu einem zentralen Treffpunkt umbauen und so auch neue Zielgruppen gewinnen will. Über den dritten Platz kann sich BoConcept (Knochenhauerstraße) freuen. Das Geschäft für moderne Einrichtungen geht neue Wege, unter anderem mit einem mobilen Bezahlsystem, 3-D-Planungsprogrammen und digitalen Zonen zur Visualisierung neuer Stile. Als Viertplatzierte werden sich „Wolle“ und „Schnittträume“ (Am Wall) zu einer Hausgemeinschaft verbinden, auch um Raum für neue Aktivitäten zu schaffen. Über den fünften Platz freut sich eine Gemeinschaft von drei Start-ups (Bischofsnadel): Huddy (Pulloverunikate nach Maß), BLNKS (individuelle, handgefertigte Schuhe) und Flammkraft (hochwertige Outdoorgrills). ←

## WETTBEWERB NEWS

## SOZIALUNTERNEHMEN DES JAHRES GEKÜRT

→ Sozialunternehmen beschäftigen sich mit gesellschaftlichen, sozialen oder ökologischen Fragestellungen, entwickeln daraus Geschäftsmodelle und leisten so etwas für die Gesellschaft. Am 25. November 2021 kürte die WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH erstmalig das „Bremer Sozialunternehmen des Jahres“. Unter 25 Einsendungen wählte eine Fachjury die drei Gewinnerinnen und Gewinner aus. Den ersten Platz belegte die Joblinge gAG (12.000 Euro), den zweiten das Designstudio Weserholz (8.500 Euro), und der dritte Platz ging an die „Glückswinkel“ Bink Brinker GbR aus Bremerhaven (6.000 Euro).

„Als eine der ersten Wirtschaftsförderungsgesellschaften in Deutschland nimmt die WFB Sozialunternehmen in den Fokus. Mit dem Preis zeigen wir: Bremen ist der ideale Standort mit einem attraktiven Angebot und viel Raum zur Entwicklung“, so Andreas Heyer, Vorsitzender der WFB-Geschäftsführung. Der Wettbewerb fand im Rahmen des von der Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa geförderten Projekts „Förderung der Solidarischen Wirtschaft, Genossenschaften und Social Entrepreneurship“ statt. ←



Gute Laune sowohl bei denjenigen, die die drei Siegesprojekte der Joblinge gAG, des Designstudios Weserholz und der Glückswinkel Bink Brinker GbR repräsentieren, als auch bei denen, die die Auswahl bei der Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa und bei der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH begleiteten.

Die regelmäßigen Länderbriefe der WFB (USA, Türkei, Vietnam und China) im Abonnement unter: [wfb-bremen.de/laenderbriefe](http://wfb-bremen.de/laenderbriefe)



## BRIEF AUS DER TÜRKEI

→ Die Türkei und Bremen wachsen enger zusammen – neben einem Jubiläum ist auch die Eröffnung eines neuen Izmir-Büros in Bremen zu feiern. Direkt aus der Seehafenstadt Izmir berichtet Erol Tüfekçi, Direktor des dortigen Bremeninvest-Büros der Wirtschaftsförderung Bremen, für den Länderbrief im Herbst 2021:

„Die Deutsch-Türkische Industrie- und Handelskammer feierte im Oktober 2021 ihr zehnjähriges Bestehen. Das Datum markiert gleichzeitig das zehnte Jubiläum der Kooperation zwischen der AHK und Bremeninvest.

Trotz Corona ist das türkische Interesse am Wirtschaftsstandort Bremen groß. Allein in den vergangenen drei Monaten traf sich das Bremeninvest-Büro mit mehr als 20 Unternehmen zu Standortgesprächen, konnte ein Ansiedlungsprojekt abschließen und zahlreiche weitere Interessenten gewinnen.

Neben Ansiedlungsberatung ist auch der Vor-Ort-Service für international agierende Unternehmen in Izmir eine wichtige Aufgabe des Bremer Büros. Etwa, wenn deutsche Firmen Kontakt zu türkischen Produzenten suchen – oder

umgekehrt. Zuletzt stand auch die Kontakterweiterung im Inland an, etwa zu Manisa, der Nachbarstadt von Izmir mit immerhin 420.000 Einwohnenden und zahlreichen Industrieunternehmen.

Die Hafenstadt Izmir eröffnet nun in Bremen ein eigenes Büro. Dider – der „Verein der Weltstadt Izmir“ – möchte die internationalen Beziehungen der Metropole stärken, sowohl auf wirtschaftlicher, touristischer als auch auf politischer und kultureller Ebene. Die lokalen Büros, bisher gibt es fünf in Deutschland, dienen als direkte Ansprechpartner für Unternehmen. Sie unterstützen bei Delegationsreisen, arbeiten mit Kammern und Institutionen zusammen oder organisieren Veranstaltungen. Der Verein plant darüber hinaus Botschafterprogramme, einen Newsletter und unterhält Arbeitsgruppen zu Themen wie Diplomatie, Innovation oder Nachhaltigkeit. Künftig sollen weitere Büros in internationalen Städten folgen.“ ←

[www.dider.net/de](http://www.dider.net/de)

Alle Folgen zum Nachhören und als Download unter: [www.wfb-bremen.de/podcast](http://www.wfb-bremen.de/podcast)  
[www.handelskammer-bremen.de/podcast](http://www.handelskammer-bremen.de/podcast)

GO GLOBAL!



BREMEN BUSINESS TALKS

→ Um nachhaltige Lieferketten und Kreislaufwirtschaft in der Nahrungs- und Futtermittelindustrie ging es in der Folge 12 des Go Global! Bremen Business Talks-Podcast am 29. Oktober. Dazu hatte Host Boris Felgendreher als Gäste Dieter Meyer, Leiter Unternehmenskommunikation bei Vitakraft, einen der weltgrößten Markenunternehmen der Heimtierbranche mit Sitz in Bremen, und Norman Breitling, Mitgründer des Bremer Start-ups Farmcycle, eingeladen. Mit Blick auf die komplexe globale Verflechtung von Lieferketten und Absatzmärkten der Vitakraft stellte Meyer grundlegende Fragen, auf die der Konzern nachhaltige Antworten sucht: „Wir sind gefordert, unsere internationalen Aktivitäten auf ihren ökologischen Fußabdruck zu überprüfen. Gibt es logistische Alternativen und alternative Rohstoffquellen für unsere Futtermittel und Bedarfsartikel?“ Für Vitakraft interessant könnten Produkte von Farmcycle werden, die darauf abzielen, problematisch gewonnenes Soja, Fischmehl oder Reststoffe aus Lebensmitteln für die Tiernahrung durch nachhaltige Rohstoffe zu ersetzen. Breitling: „Wir könnten auf große Teile dieser Importe verzichten, indem wir eine regionale Proteinquelle herstellen.“ Das Bremer Start-up widmet sich unter anderem der Gewinnung von Protein aus Insekten durch Kreislaufprozesse. ←



## ZAHLREICHE PREISE FÜR BREMER SENDEFÄHIG GMBH

→ Für die „Y-Kollektiv“-Reportagen regnete es Auszeichnungen: Den Juliane-Bartel-Medienpreis gab es zum Beispiel für die Dokumentation „Frauen im Abseits – Sexismus im Fußball“, den Alternativen Medienpreis für „Bundeswehr – Skandal bei Eliteeinheit KSK“. Sendungen im Format „Rabiat“ für das ARD-Hauptprogramm waren unter anderem für den Grimme-Preis nominiert.

Geschäftsführer Christian Tipke produziert mit seiner Film- und Fernsehproduktionsfirma sendefähig GmbH mit Sitz in den Pusdorf Studios in Bremen-Woltmershausen Reportagen unter anderem für Youtube und für das öffentlich-rechtliche Fernsehen, darunter auch für Arte und das ZDF-Hauptprogramm. Die Beiträge gefallen nicht nur Fachleuten, sondern auch der Zielgruppe: Der Youtube-Kanal „Y-Kollektiv“ hat rund



Die Produktionen der sendefähig GmbH aus ihren Pusdorf Studios in Bremen-Woltmershausen gefallen nicht nur Fachleuten, sondern auch den Zielgruppen.



950.000 Abonnentinnen und Abonnenten. Auf rund 40 feste Mitarbeitende ist das Unternehmen – gegründet im Jahr 2016 – inzwischen gewachsen, dazu kommt ein Netzwerk aus vielen freien Kreativen. Neben dem Hauptsitz Bremen ist ein Standort in Berlin dazugekommen.

### ► Daraus entstand der CLUB 100 mit am Ende 40 Konzerten.“

Christian Tipke

#### Neue Projekte in der Coronazeit

Im Frühjahr 2020 kam die Corona-Pandemie. „Auf einen Schlag wurden alle Produktionen abgesagt“, erinnert sich Christian Tipke. Das Konzept für „Urlaub in Pusdorf“ entstand: Im Sommer 2020 wurden im Hof der Pusdorf Studios Konzerte, Lesungen und Kleinkunst unter Corona-Bedingungen veranstaltet, sendefähig streamte die Events live ins Internet. Gefördert wurde das Projekt durch die nordmedia und die Bremer Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa.

Nach diesem Erfolg kam der Clubverstärker, ein Verbund aus Musikspielstätten und Festivals aus Bremen und dem Umland, mit ins Boot. „Daraus entstand der CLUB 100 mit am Ende 40 Konzerten“, berichtet Tipke. Mitten im Lockdown gingen am 14. Januar 2021 in der Konzerthalle Pier 2 wieder die Lichter an. Die Konzerte wurden live gestreamt, die Tickets kosteten zehn Euro. Der CLUB 100, gefördert durch die Wirtschaftsministerin sowie die WFB, erfuhr bundesweit ein riesiges positives Medienecho, Kulturstaatsministerin Monika Grütters vergab den Sonder-Applaus-Preis. „Wir bleiben innovativ“, verspricht der Geschäftsführer. ←

[www.sendefaeig.com](http://www.sendefaeig.com)

### WETTBEWERB EINSENDESCHLUSS

## ZWEITE RUNDE ZUM 3-D-AWARD

→ Bremen ist ein europäisches Kompetenzzentrum für Additive Fertigung (3-D-Druck). Der zum zweiten Mal ausgelobte Bre3D-Award soll die ganze Bandbreite an industrieller Anwendung in Bremen zeigen und herausragende Anwendungsbeispiele küren. Gesucht werden außerordentliche Beispiele aus der Praxis sowie Innovationen und neue Ideen. Sowohl erfolgreiche Projekte als auch Entwürfe, Skizzen, Prototypen oder Modelle können eingereicht werden. Teilnehmen können Unternehmen, Start-ups, Personen, Institutionen sowie Kooperationen von Wissenschaft und Wirtschaft mit Sitz in Bremen. Anmeldeschluss ist der 28. Februar 2022. Der Bre3D-Award wird von der Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa ausgelobt und entsteht in Zusammenarbeit mit der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH. ←

Das Formular zur Bewerbung und alle weiteren Informationen finden sich auf: [www.ecomat-bremen.de/bre3d](http://www.ecomat-bremen.de/bre3d)



Hendrik Thamer (l.) and Co-Founder Claudio Uriarte (r.) mit ihrem spektakulären Celluveyor-Transportsystem.

## CELLUMATION: DIE LEGOSTEINE DER FÖRDERTECHNIK

→ Fließbänder transportieren Waren von A nach B, doch bei komplexeren Aufgaben wie Drehen oder Sortieren versagen sie. Der in Bremen entwickelte „celluveyor“ denkt Fördertechnik neu. Das internationale Interesse an dem Bremer Start-up ist groß.

Den Prototyp des „cellular conveyor“ (zelluläres Förderband), kurz celluveyor, bastelte der Maschinenbauer und Patentingenieur Claudio Uriarte (42), damals noch wissenschaftlicher Mitarbeiter am Bremer Institut für Produktion und Logistik (BIBA), nachdem er auf Youtube einem wendigen Fußballroboter zugeschaut hatte. Warum den Roboter nicht auf den Kopf stellen und die Technik der Räder nutzen,

um damit Gegenstände zu transportieren? Uriarte fertigte eine kleine sechseckige Fläche mit drei einzeln ansteuerbaren Rädern. Das Besondere dieser Konstruktion: Beliebige viele Zellen lassen sich zu beliebig großen Anlagen zusammensetzen. Sie können dann Objekte sortieren, sie in unterschiedlichen Geschwindigkeiten geradeaus oder um die Ecke transportieren, rotieren, Paletten bestücken – alles ist möglich, da sich jedes Rad einzeln steuern lässt. „Wir haben praktisch die

► **Wir haben praktisch die Legosteine der Fördertechnik entwickelt.“**

*Claudio Uriarte*

Legosteine der Fördertechnik entwickelt“, erläutert Uriarte. Ihm und seinem BIBA-Kollegen Hendrik Thamer war schnell klar: Die Erfindung kann die Welt der Förderanlagen revolutionieren. Die äußerst platzsparende Technologie wurde erfolgreich patentiert.

2017 wechselten die Wissenschaftler dann als Spin-off des BIBA in ihr eigenes Unternehmen cellumation. 65 Angestellte zählen sie heute, die Kundschaft kommt aus ganz Europa. Die Fördertechnik mit extrem einfacher Bedienbarkeit setzt inzwischen auf künstliche Intelligenz. cellumation produziert auch in Bremen. Kürzlich sicherte sich das Unternehmen, nominiert vom Starthaus Bremen & Bremerhaven, bei einem Wettbewerb der besten jungen Logistikunternehmen aus allen Bundesländern den ersten Platz. ←

[www.cellumation.com/de](http://www.cellumation.com/de)

## POSITIVES FAZIT ZUR GRÜNDUNGS- WOCHE

→ Mit mehr als 40 Veranstaltungen und über 300 Teilnehmerinnen und Teilnehmern ist die Gründungswoche 2021, die vom 8. bis zum 26. November stattfand, zu Ende gegangen. Gründungsinteressierte, Gründerinnen und Gründer sowie junge, wachsende Unternehmen erhielten einen Rundumblick zu gründungs- und wachstumsrelevanten Themen durch das Starthaus und die in der Starthaus-Initiative versammelten Kooperations- und Netzwerkpartner Bremen und Bremerhaven. „Sowohl die Online-Events als auch die diversen Veranstaltungen in unterschiedlichen Locations waren sehr gut besucht, mit unserem breiten Themenangebot und den abwechslungsreichen Veranstaltungsformaten konnten wir viele Gründe-

rinnen und Gründer abholen und ihnen neue Impulse geben“, sagt Mitorganisatorin und Starthelferin Vanessa Roth vom Starthaus-Team. Zu den Highlights zählten laut Roth die Veranstaltung „Social Food Start-ups – nur ein Trend oder die Zukunft?“ sowie die „Founder2Founder Academy“ mit zehn Workshops zu Themenschwerpunkten wie Unternehmens- und Organisationsent-

wicklung, Marketing, Vertrieb oder Programmierung. Auf eine besonders positive Resonanz stieß auch die „she starts: Co-Founder Matching Night“, ein speziell aus dem Frauenförderprogramm „Starthaus Women“ entwickeltes Projekt für Gründerinnen und diejenigen, die es werden wollen, um Gemeinsamkeiten auszuloten und zukünftig zusammen unternehmerische Wege zu gehen. ←

[www.gruendungswoche-bremen.de](http://www.gruendungswoche-bremen.de)

## STRASSENBAU AM GUSTAF-ERIKSON-UFER GESTARTET

→ Der Waller Sand in der Überseestadt ist ein beliebter Naherholungsort, er wurde bereits für den Deutschen Städtebaupreis nominiert und am 23. April dieses Jahres in Berlin mit einer Auszeichnung bedacht. Der Preis ist Projekten mit nachhaltigen und innovativen Beiträgen zur Stadtbaukultur gewidmet. Um die Verkehrsanbindung zu verbessern und mehr Platz zum Schlendern und Verweilen zu schaffen, haben nun die Arbeiten für den finalen Ausbau des Gustaf-Erikson-Ufers begonnen. Die Straße, die direkt an den Strandpark grenzt, soll bis Mitte 2022 fertiggestellt werden. Zudem werden die bisher

als Baustraßen genutzten Abschnitte der Hessensteinstraße und der Friesensteinstraße hergestellt. Die Baumaßnahme umfasst unter anderem die Pflasterung der Hessensteinstraße, des Gustaf-Erikson-Ufers sowie die Asphaltierung der Friesensteinstraße. Anschließend werden die drei Straßenzüge mit Bäumen bepflanzt, zudem werden neue Pflanzbeete angelegt. Im ersten Bauabschnitt sollen die Friesensteinstraße sowie der nördlichste Teil des Gustaf-Erikson-Ufers bis voraussichtlich April 2022 ausgebaut werden. Der zweite Bauabschnitt, der den südlichen Teil des Gustaf-Erikson-Ufers und die

Hessensteinstraße umfasst, startet im zweiten Quartal des kommenden Jahres, bis Spätsommer 2022 sollen diese Arbeiten abgeschlossen sein.

Für mehr Komfort und Sauberkeit sorgen schließlich vier weitere Holzbänke, 65 zusätzliche Fahrradbügel und neue Abfalleimer. Neben dem Ausbau des Gustaf-Erikson-Ufers ist für das erste Halbjahr 2022 zudem die Verlängerung der Überseepromenade sowie die Pflasterung des uferbegleitenden Weges am Waller Sand geplant. Parallel zum Weg wird eine kleine Sitzbank platziert.

Die WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH ist im Auftrag der Freien Hansestadt Bremen für die Entwicklung, Erschließung und Vermarktung der Überseestadt zuständig. ←



→ Über 100 Jahre lang wurden auf dem Gelände Güter verladen und international verschickt. Dann lag das Areal des einstigen Neustadtsgüterbahnhofs viele Jahre brach, bis der Bremer Projektentwickler Peper & Söhne es 2018 kaufte. Nach einer dreijährigen Phase des Aufräumens und der Vorbereitungen stellten Peper & Söhne am 4. November vor geladenen Gästen ihre Pläne für das rund 90.000 Quadratmeter große historische Areal vor. „Wir möchten den einstigen Schandfleck mit neuen Ideen wieder zum Leben erwecken“, sagte Christoph Peper, Geschäftsführender Gesellschafter bei Peper & Söhne. Der Projektentwickler sieht das Gelände als neues Bindeglied zwischen der Neustadt und Woltmershausen. Inzwischen sei alles so weit vorbereitet und baurechtlich genehmigt, dass mit der Bebauung begonnen werden könne. Bis etwa 2026 soll hier eine Mischung aus kleinen und größeren Unternehmen, Arbeitswelten, Gastronomie und beispielsweise Forschung entstehen. „Eine Kombination aus Co-Working, Gewerbe, Gastronomie, Showrooms und optional auch Manufakturflächen ist in dieser Form in der Hansestadt praktisch kaum bis gar nicht zu finden“, sagte Jens Lütjen

von der Robert C. Spies Unternehmensgruppe, die das Projekt berät und die Flächen vermittelt. Weitere Pluspunkte stellten ein umfassendes Nachhaltigkeitskonzept mit Wärme- und Kälterückgewinnung, Angebote für E-Mobilität, Photovoltaikanlagen, Gründachgestaltung und die Einhaltung des KfW/EG 55-Standards bei den Gebäuden dar. SPURWERK taufte die Initiatoren das Projekt – eine Anspielung auf Gleise, Spurweiten und Güterverkehr, aber auch auf „Fortschritt, Entwicklung, Produktion“, findet Christoph Peper. ←

[www.peperundsoehne.de](http://www.peperundsoehne.de)

## AUF HISTORISCHEN SPUREN IN DIE ZUKUNFT



*Reminiszenz an die Jahrzehnte, in denen auf dem Areal des einstigen Neustadtsgüterbahnhofs noch Waren in alle Welt versandt wurden.*

## „BREMEN HAT VIEL EINZIGARTIGES!“

→ Seit dem 1. Oktober ist Oliver Rau bei der WFB zuständig für Marketing und Tourismus und damit neues Mitglied der Geschäftsführung. Wie geht er seine Aufgaben bei der WFB an?

**Herr Rau, Sie sind nun zwei Monate in Ihrer neuen Position als neuer WFB-Geschäftsführer unterwegs. Welchen Themen widmen Sie sich? Gibt es schon eine Agenda?**

Das Onboarding ist bis jetzt wunderbar verlaufen. Ich darf mich mit vielen tollen Themen beschäftigen und habe schon jede Menge neue Kontakte knüpfen und alte Kontakte vertiefen können. Es begeistert mich bislang jeden Tag, wie vielfältig die Arbeit der WFB ist. Nun gilt es, die Themen zu priorisieren. Da stehen unter anderem die Weiterentwicklung und Umsetzung der Tourismusstrategie, die Außen- und Darstellung auf Messen und gemeinsam mit Andreas Heyer auf jeden Fall die (Weiter-)Entwicklung der WFB für die kommende Dekade.

**Stichwort „Marke Bremen“ – wie geht es mit diesem Thema voran?**

Das ist für uns, gemeinsam mit dem Wirtschaftsressort ein sehr wichtiges Thema. Wir müssen uns aber die grundsätzliche Frage stellen: Muss die Marke überhaupt geändert werden? Und wenn ja, wie umfassend? Bremen ist ja eine sehr stabile Marke in der Außenwirkung. Und eine Marke muss und darf sich nicht alle zwei Jahre verändern. Es geht darum, sie anzupassen. Und vor allem, sie nach außen und innen zu kommunizieren und zu leben. Wenn alle Beteiligten, Bürgerinnen und Bürger, Politik und Wirtschaft in der Markenkommunikation mehr mit einer Stimme sprechen würden, würden die positiven Themen aus Bremen um ein Vielfaches mehr Gehör finden.

**Nachhaltigkeit und Digitalisierung sind Themen aus dem Post-Corona-Update der Tourismusstrategie. Gibt es Projekte, an denen Sie arbeiten?**

Wir haben in der Corona-Krise schon ein paar digitale Dinge erfolgreich ausprobiert, wie ein Online-Portal, um Bremen virtuell zu erleben. Im Bereich Virtual Reality arbeiten wir



derzeit an Ideen, die direkt vor Ort in Bremen angeboten werden können, zum Beispiel eine virtuelle Zeitreise. Im nächsten Jahr werden wir außerdem unser touristisches Leitsystem neu aufstellen. Wir planen dazu neue Info-Stelen und eine App, die man mit diesen analogen Wegweisern digital kombinieren kann.

Zur Verstärkung des Themas Nachhaltigkeit haben wir eine neue Vollzeitstelle bei der WFB geschaffen. Diese wird durch Aktivitäten im touristischen Bereich unterstützt. Als nächstes Projekt möchten wir den Bereich der „Green Meetings“ angehen.

**Haben Sie die Erfahrung gemacht, dass es einen Unterschied gibt, wie Bremerinnen und Bremer ihre Stadt sehen und wie sie von außen wahrgenommen wird?**

Ich habe oft erlebt, dass die Menschen von außen der Stadt gegenüber meist positiver eingestellt sind als die Bremer und Bremerinnen selbst. Bremen hat viel Einzigartiges, weit mehr als Stadtmusikanten und UNESCO Welterbe. Es ist ja auch Teil meiner neuen Aufgabe, dass die Menschen, die hier leben, positiv über ihre Heimat sprechen. Für das Standortmarketing kommt der WFB hier eine wichtige Vermittler- und Treiberrolle zu. Hieran werden und müssen wir ebenfalls intensiv arbeiten. ←

### IMPRESSUM

#### WFB News

Newsletter, erscheint sechsmal jährlich

#### Herausgeberin

WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH

Kontorhaus am Markt, Langenstraße 2-4, 28195 Bremen  
 Telefon: (0421) 96 00-10, Telefax: (0421) 96 00-810  
 mail@wfb-bremen.de, www.wfb-bremen.de  
 Projektleitung (V. i. S. d. P.): Juliane Scholz  
 Redaktion: WFB, Reinhard Wirtz  
 wfbnews@wfb-bremen.de  
 Lektorat: Gudrun Knafla  
 Fotos: WFB, Frank Pusch (S. 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7), Jan Rathke (S. 7), Patrick Schulze (S. 9), Cellumation (S. 10)  
 Gestaltung: Gerd Jegelka (moltkedesign)  
 Druck: Müller Ditzten GmbH

#### DATENSCHUTZ:

Personenbezogene Daten werden in der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH auf der Basis der geltenden Datenschutzgesetze, insbesondere der EU-Datenschutzgrundverordnung (DSGVO) sowie dem Bundesdatenschutzgesetz (BDSG), erhoben und verarbeitet und zweckgebunden an Einrichtungen der bremischen Wirtschaftsförderung sowie an senatorische Dienststellen weitergeleitet. Sie erhalten unser Magazin aufgrund dieser Speicherung zur Information. Sollten Sie die WFB-News nicht erhalten wollen oder der Speicherung Ihrer personenbezogenen Daten nicht zustimmen, können Sie die Einwilligung jederzeit schriftlich oder mündlich per E-Mail an mail@wfb-bremen.de oder unter Telefon 0421-96 00 234 widerrufen.

Unsere Informationen zum Datenschutz nach Art. 13, Art. 14 und Art. 21 der EU-Datenschutzgrundverordnung können Sie auf unserer Internet-Seite unter [www.wfb-bremen.de](http://www.wfb-bremen.de) einsehen oder unter der Telefonnummer 0421-96 00 10 beziehungsweise über [mail@wfb-bremen.de](mailto:mail@wfb-bremen.de) anfordern.

