



Aktuelles aus der Wirtschaftsförderung Bremen ++ Ausgabe Nr. 40 ++ Februar 2017 ++

STANDORT BREMEN IM AUFWIND



Der Rückblick auf das Jahr 2016:

Starke Unternehmen, starker Arbeitsmarkt – im vergangenen Jahr haben Firmen in Bremen erneut für einen kräftigen Schub und eine Standortstärkung gesorgt. Zahlreiche Neuansiedlungen, Gründungen und Expansionen legen die Basis für weiteres Wachstum. →



Sehr geehrte Leserinnen und Leser,

für die bremische Wirtschaft ist das Jahr 2016 ausgesprochen erfolgreich verlaufen. Es gab fast 7.900 neue sozialversicherungspflichtige Arbeitsplätze im Land. Die wirtschaftliche Leistungskraft stieg stärker als im Bundesdurchschnitt. Trotz einiger Probleme in der Nahrungs- und Genussmittelbranche lässt sich sagen: Gerade im Bereich der Industrie ist die Wirtschaft hervorragend gewachsen.

Dazu kommen Standortentscheidungen zum Beispiel von Mercedes-Benz und Borgward, die sich erst in der weiteren Zukunft in ihrer ganzen positiven Tragweite erschließen werden.

Zu all dem hat die Wirtschaftsförderung einen zentralen Beitrag geleistet: Sei es bei der Erschließung neuer Flächen, bei der Unternehmensakquise, in der Standortwerbung oder bei Messen und Veranstaltungen. Die Wirtschaftsförderung trägt ihren großen Anteil dazu bei, Bremen als wirtschaftlich prosperierende Stadt zu entwickeln.

Mit der jetzt vorgelegten Jahresbilanz 2016 wird deutlich, dass sich die Wirtschaft in Bremen auf einem guten Weg befindet. Bremen ist eine lebenswerte Stadt, in der jedes Jahr Tausende neue Arbeitsplätze entstehen. Die Wirtschaftsförderung wird sich auch weiterhin mit ganzer Kraft dieser Aufgabe widmen.

Herzlichst

Ihr

Martin Günthner

Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen

EDITORIAL

JAHRESRÜCKBLICK DER WFB 2016

1. ARBEITSPLATZ-EFFEKT

Das A und O eines vitalen Wirtschaftsstandortes ist ein funktionierender Arbeitsmarkt mit zukunftssträchtigen Berufsfeldern. Das kleinste

Bundesland ist auf einem anhaltend stabilen Weg. Der Jobmotor in Bremen läuft ohne Unterlass rund. Durch die Aktivitäten der Wirtschaftsförderung und Investitionen der Unternehmen am Standort konnten im vergangenen Jahr mehr als 6.000 Arbeitsplätze abgesichert oder neu geschaffen werden. Im abgelaufenen Geschäftsjahr wurden 4.093 Arbeitsplätze an der Weser gesichert. Die gesteckte Planzahl von gut 2.400 Arbeitsplätzen konnte damit weit übertroffen werden. Hinzu kamen 2.061 neu geschaffene Arbeitsplätze. Auch hier waren die Planzahlen mit 757 weiteren Arbeitsplätzen weitaus niedriger angesetzt.

Grund für die steigenden Zahlen ist in erster Linie die anhaltende erfolgreiche Vermarktung von Gewerbeflächen bei Expansionen oder Firmenumzügen innerhalb der Stadt oder nach Bremen. Allein durch die Vermarktung von Gewerbeflächen konnten 2.626 Arbeitsplätze gesichert und 1.283 Arbeitsplätze neu geschaffen werden. Auch die Technologie- und Gründerzentren bleiben ein wirkungsvolles Element: Knapp 1.000 Arbeitsplätze wurden so gesichert und rund 70 geschaffen. Auf die Wirksamkeit von Förderprogrammen entfallen zudem 542 Arbeitsplätze; auf gezielte Akquisition von Unternehmen weitere 680. ←

4.093
GESICHETERTE
ARBEITSPLÄTZE

2.061
NEU GESCHAFFENE
ARBEITSPLÄTZE



6.154
ARBEITSPLÄTZE

2.

FÖRDERMITTEL UND DARLEHEN

Gelder für Investitionen – für Unternehmen so bedeutsam wie die richtige Firmenstrategie.

Ob bei der Gründung, bei der Planung und Entwicklung von Innovationen oder aber wenn es um neue Anlagen und Maschinen geht, den Unternehmern in Bremen steht eine Vielzahl an Förderprogrammen zur Verfügung, um das eigene Wachstum auf Kurs zu bringen. Die WFB und deren Tochter BAB – Die Förderbank für Bremen und Bremerhaven – haben im Geschäftsjahr 2016 gemeinsam ein Projektvolumen von rund 35,4 Millionen Euro an Fördermitteln und Darlehen bewilligt. Insgesamt konnten 87 Unternehmensanträge positiv beschieden werden, darunter neun Existenzgründer. Die Wirtschaftsförderung und die Förderbank haben 375 Beratungsgespräche im abgelaufenen Geschäftsjahr durchgeführt, um gemeinsam Möglichkeiten der finanziellen Unterstützung auszuloten. Die erteilten Zuschüsse entfallen insbesondere auf die vier Felder Investitionsförderung, Existenzgründungsförderung sowie Technologie-/Innovationsförderung. ←

5.515 TEURO
BEWILLIGTE
FÖRDERMITTEL

3.682 TEURO
NEU BEWILLIGTE
DARLEHEN



Andreas Heyer, Vorsitzender
der Geschäftsführung der WFB

Kurzinterview mit Andreas Heyer, Vorsitzender der Geschäftsführung WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH:

→ **Der Baubeginn des EcoMaT, die Erweiterung der Hansalinie, der Ausbau von Kooperationen im Bereich Automotive – 2016 war ein ereignisreiches Jahr für die Wirtschaftsförderung. Sind Sie zufrieden mit dem Erreichten?**

Ja, unsere Ergebnisse liegen über dem Plan. Wir haben dazu beigetragen, über 6.000 Arbeitsplätze abzusichern oder neu zu schaffen. 21 Hektar Gewerbeflächen wurden durch uns vermarktet. Das sind 32 Millionen Euro Verkaufserlöse für Bremen.

Wenn Sie das Jahr Revue passieren lassen, welche Erfolge kann die WFB verbuchen?

Unsere Arbeit war 2016 stark auf die Automobilindustrie ausgerichtet. Die positiven Nachrichten aus dem Vorjahr sprechen für sich. Mercedes-Benz hat ein starkes Bekenntnis zum Produktionsstandort Bremen abgegeben, wird hier in großem Umfang weiter investieren und Elektrofahrzeuge bauen. Auch die Ansiedlung von Borgward, an der wir gemeinsam mit der BIS Bremerhaven gearbeitet haben, war ein Erfolg und wird unser Kompetenzfeld E-Mobilität stärken.

Neues Jahr, neuer Fokus? Welche Themen werden Sie 2017 vorantreiben?

Wir bereiten den internationalen Raumfahrtkongress IAC vor, der 2018 in Bremen stattfindet. Und auch sonst wird die Luft- und Raumfahrtbranche eine zentrale Rolle spielen. Wichtig ist für uns auch die Entwicklung neuer Gewerbeflächen. Hier geht es um die Weichenstellung, damit die Bremer Unternehmen auch in Zukunft gute Wachstumsbedingungen haben. Darüber hinaus wollen wir unsere Auslandsaktivitäten neu justieren und schauen, in welchen Ländern wir gute Chancen für die internationale Akquisition sehen. ←



Rundum zufrieden am neuen Standort: Axel Buschmann, Thomas Bargfrede, Thomas von Massenbach und Thomas Heuermann (v. l. n. r.) von der Capricorn Consultig GmbH.

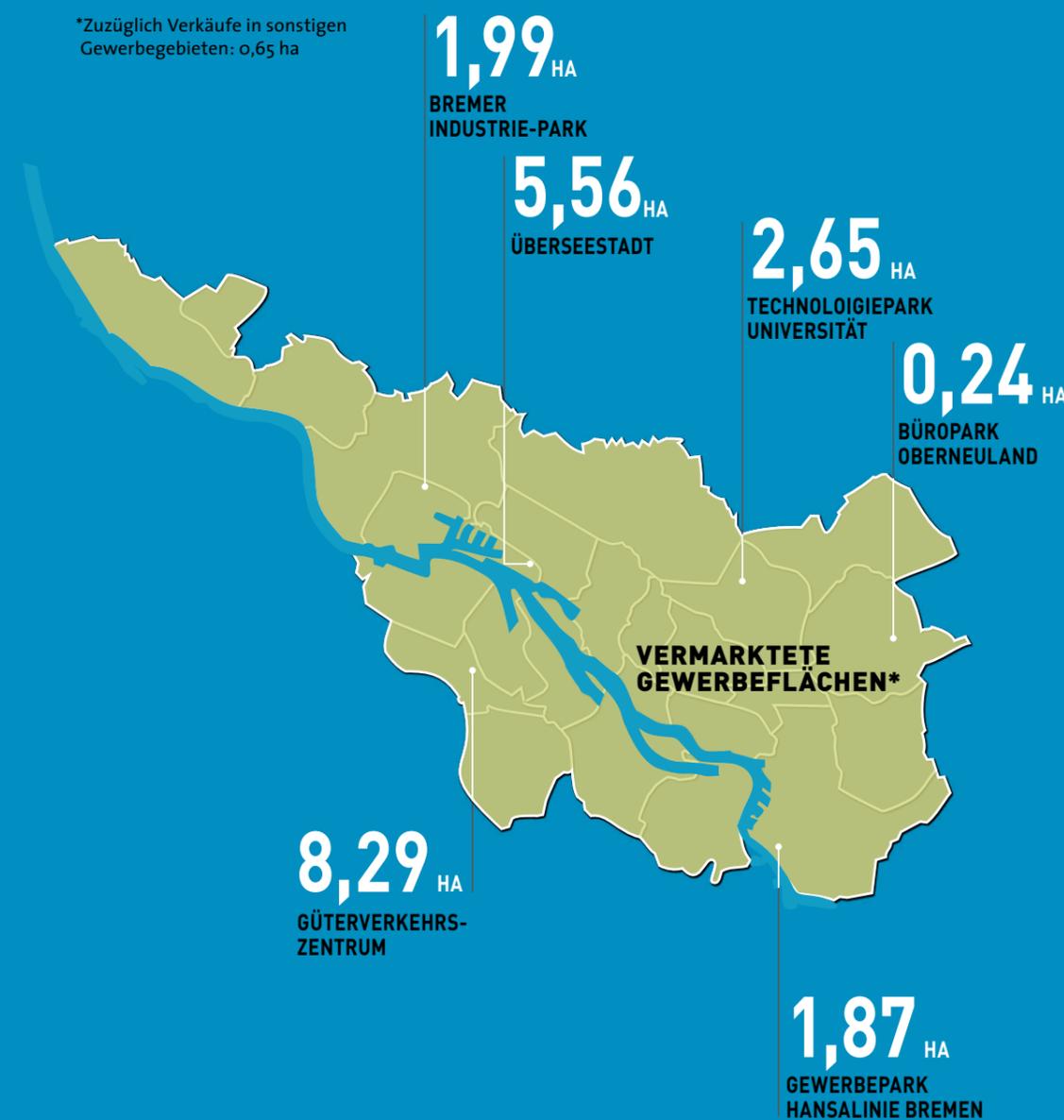
3.



**ANSIEDLUNGEN
INSGESAMT**

Starke Branchen wie Automotive oder Luft- und Raumfahrt, eine optimale geografische Lage im Nordwesten und eine überzeugende Infrastruktur: Bremen punktet weiterhin mit diesen Vorzügen. Im Jahr 2016 haben sich in Bremen mithilfe der Wirtschaftsförderung 34 Unternehmen – sowohl 17 inländische und 17 ausländische – neu angesiedelt. Mit einem Plus von zehn Unternehmen konnte das Ergebnis aus dem Vorjahr gesteigert und Firmenchefs vom Standort an der Weser überzeugt werden. Insbesondere kleine Firmen entschieden sich 2016 für ihr weiteres Wachstum für einen Unternehmenssitz in der Hansestadt. Die Unternehmen planen mit ihren Ansiedlungen gut 680 neue Arbeitsplätze zu schaffen und rund 29 Millionen Euro in Bremen zu investieren. Die unterzeichneten Verträge sind die Sahnehäubchen der Ansiedlungsarbeit. Das Interesse am Standort ist nach wie vor groß. Allein 790 Ansiedlungsgespräche wurden im vergangenen Jahr mit Unternehmen geführt, darunter 542 Gespräche mit ausländischen Firmen. Hinzu kommen weitere 555 Standortberatungen seitens der Wirtschaftsförderung. ←

*Zuzüglich Verkäufe in sonstigen Gewerbegebieten: 0,65 ha



4.

GEWERBEFLÄCHEN

Ein Wirtschaftsstandort braucht attraktive Gewerbeflächen, die Raum für Expansion und optimale Firmenausrichtung geben. Auch im vergangenen Geschäftsjahr hat die Wirtschaftsförderung mit Hochdruck daran gearbeitet, Flächen zu veräußern und neue Flächen zu erschließen. Der Gewerbepark Hansalinie, die Überseestadt, das Güterverkehrszentrum GVZ, der Bremer Industrie-Park oder das Bremer-Wollkämmerei-Gelände in Bremen-Nord bleiben Schwerpunkte. Insgesamt vermarktete die Wirtschaftsförderung 21 Hektar Gewerbeflächen an Unternehmen und Investoren und erwirtschaftete dadurch 32 Millionen Euro an Verkaufserlösen für Bremen. Bei den Verkäufen handelt es sich im Wesentlichen um die Umsetzung von Erweiterungsprojekten ansässiger Unternehmen im Bremer Industrie-Park, GVZ und Technologiepark sowie um einen Grundstücksverkauf für eine KITA im Wohn- und Büropark Oberneuland. Rund 6,3 Hektar an Flächen sind im abgelaufenen Jahr zudem neu erschlossen worden – und läuten wie im Gewerbepark Hansalinie mit einem weiteren Bauabschnitt die Zukunft ein. ←

WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG WIRKT NACH

PROGNOS-STUDIE „WIRTSCHAFTLICHE EFFEKTE DER WFB 2015 | GESCHÄFTSBEREICH WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG“

Arbeitsplätze, Bruttowertschöpfung, Einwohnereffekte sowie Steuereinnahmen – die Arbeit der Wirtschaftsförderung führt zu messbaren regionalwirtschaftlichen Effekten. Zu diesem Ergebnis kommt das soeben vorgelegte Gutachten „Wirtschaftliche Effekte der WFB – Geschäftsbereich Wirtschaftsförderung“ der Prognos AG – Europäisches Zentrum für Wirtschaftsforschung und Strategieberatung. Die Experten erwarten, dass sich bis 2025 die Wertschöpfungskette auf rund drei Milliarden Euro kumuliert. Sie rechnen mit jährlichen Beschäftigungseffekten von 4.650 bis 6.250 Arbeitsplätzen, die mit Unterstützung der WFB in Bremen entstehen. Die fiskalischen Effekte durch zusätzliches Steueraufkommen werden mit 390 Millionen Euro in der kommenden Dekade geschätzt. ←

DIREKTE EFFEKTE

900 NEUE ARBEITSPLÄTZE

ARBEITSPLÄTZE

2.858 GESICHERTE ARBEITSPLÄTZE

INVESTITIONEN

132,9 MIO. EURO ZUGESAGTE INVESTITIONEN DER UNTERNEHMEN

INDIREKTE EFFEKTE

(resultierend aus Aufträgen an Zulieferer für Produkte und Dienstleistungen)

2.700 ZUSÄTZLICHE EINWOHNER

EINWOHNER

FISKALISCHE* EFFEKTE

40,8 MIO. EURO STEUERN (NACH LÄNDERFINANZAUSGLEICH)

0,52 MIO. EURO HAUSHALTS-ENTLASTUNGEN

FISKALISCHE EFFEKTE INSGESAM

WIRTSCHAFTL. EFFEKTE INSGESAM

304 MIO. EURO WERTSCHÖPFUNG

5.670 ARBEITSPLÄTZE

WIRTSCHAFTLICHE* EFFEKTE

*inklusive temporärer, indirekter und induzierter Effekte
Quelle: Prognos AG, Dez. 2016



Das Fundament für EcoMaT ist gelegt, nun geht's weiter. Sonja Stagge, Mitarbeiterin der WFB-Immobilienabteilung, und Holger Speckmann, CEO der Testia GmbH, besprechen die Pläne. Testia, ein Unternehmen für zerstörungsfreie Materialprüfungen mit 60 Mitarbeitern, wird als zweitgrößter Mieter in den EcoMaT-Neubau einziehen.

IMMOBILIEN: VON DER AUSSCHREIBUNG BIS ZUM VERTRAG

Ob Neubau EcoMaT oder Ausschreibung Lloydhof, ob Verkauf der Getreideverkehrsanlage oder Verwaltung der Technologie- und Gründerzentren: In der Abteilung Immobilien der WFB haben die knapp 25 Mitarbeiter jede Menge zu tun. Zum Kerngeschäft zählt das Facility-Management: Die WFB verwaltet 54 Gebäude aus dem Immobilien-Eigenvermögen und rund 250 Objekte im Sondervermögen sowie fast 900 Miet- und Pachtverträge. Dazu kommen Ausschreibungen, Projektentwicklungen, Grundstücksan- und -verkäufe sowie Vertragsabwicklungen. Im Jahr 2016 war zum Beispiel der Verkauf der Getreideverkehrsanlage in der Überseestadt ein herausragendes, aber auch zeitintensives Projekt, das einen hohen Arbeitseinsatz der Immobilienabteilung forderte und auch 2017 noch fordern wird: Die WFB hatte das 40 Meter hohe und rund 400 Meter lange Gebäude im Sommer 2016 zum Verkauf ausgeschrieben, im Oktober 2016 wurde der Verkauf an die J. Müller AG beschlossen. Jetzt laufen die Endverhandlungen bis zur Vertragsunterzeichnung. ←



Dr.-Ing. Bernd Haustein, Abteilungsleiter Immobilien bei der WFB

Immobilien-Management im Auftrag der Stadt Bremen: Dr.-Ing. Bernd Haustein, Abteilungsleiter Immobilien bei der WFB, über vergangene, aktuelle und künftige Herausforderungen.

→ Welche Immobilien und Grundstücke haben Sie im Jahr 2016 besonders beschäftigt?

Außer der Ausschreibung der Getreideverkehrsanlage war der Verkauf des 4.300 Quadratmeter großen 4. Baufelds in der Überseestadt, westlich des Schuppens 3, ein Schwerpunkt. Es war das letzte noch freie wasserseitige Grundstück direkt am Europahafen. Im September 2016 wurde zudem der Verkauf des Schuppens 3 beurkundet, ebenfalls ein schöner Erfolg.

Haben sich durch das Sofortprogramm Wohnungsbau Prioritäten in Ihrer Abteilung verschoben?

Ja, denn zur Beschleunigung des Wohnungsbaus im Rahmen des Sofortprogramms waren einige Grundstücke aus dem Verantwortungsbereich der WFB betroffen und somit musste ihr Direktverkauf vorbereitet werden. Wir haben das Grundstück Hafenspassage 1 vertraglich verhandelt und im Januar 2017 an die Investorengemeinschaft Justus Grosse/Gewoba verkauft. Und wir haben das Grundstück Hohentorsplatz mit der Gewoba verhandelt und stehen kurz vor dem Abschluss. Parallel wurde mit der Vorbereitung der Ausschreibung des Kaf-

feequartiers in der Überseestadt aufgrund der hohen Priorität für Bremen begonnen.

Welche Schwerpunkte wird es 2017 geben?

Das ist zunächst die sehr komplexe Ausschreibung für den Verkauf des Lloydhofs, diese soll im Frühjahr erfolgen. Nach der Grundsteinlegung für unser interdisziplinäres Technologiehochleistungszentrum EcoMaT Ende 2016 laufen nun die Ausschreibungen für weitere Leistungspakete. Der Rohbau soll vor dem kommenden Winter möglichst fertig sein, damit wir dann mit dem Ausbau beginnen können und auch müssen, um unseren Zeitplan einzuhalten. ←

BERATEN, BEGLEITEN, BEGRÜSSEN

Die freien Flächen sind in Bremen begrenzt. Die Gewerbegebiete bieten für Um- und Neuansiedlungen noch Raum, aber für Unternehmen mit Expansionsplänen am bestehenden Standort wird es oftmals schon eng. Knappe Flächen und entsprechend komplexer werdende Lösungen – damit hatte die Abteilung Unternehmensservice und Vertrieb im vergangenen Jahr zu kämpfen. Mit Erfolg: Im Jahr 2016 haben sich 34 Unternehmen mit Unterstützung der WFB in Bremen angesiedelt, zahlreiche bestehende Unternehmen haben Erweiterungen auf den Weg gebracht oder umgesetzt.

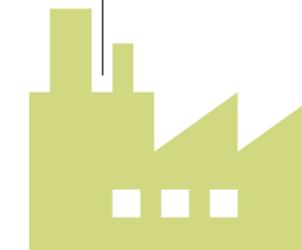
Zum Beispiel ersetzt das Speditions- und Logistikunternehmen Kühne + Nagel seinen Stammsitz an der Ecke Martinistraße/Wilhelm-Kaisen-Brücke durch einen Neubau mit rund 11.500 Quadratmetern auf elf Etagen. Dafür musste der Verkauf eines kleinen angrenzenden Grundstücks geregelt werden, auf dem sich bis dato die Rechtsabbiegerspur in Richtung Wilhelm-Kaisen-Brücke befand. Die WFB hat hier die erforderlichen Abstimmungen mit den zuständigen Behörden, unter anderem mit dem Amt für Straßen und Verkehr und mit der Stadtplanung, intensiv begleitet.

Im Bremer Industrie-Park hat GTF Freese, ein Unternehmen für Fußbodentechnik und Schiffsdecksbeläge, erweitert, im Technologiepark hat die WFB ebenfalls den Weg frei gemacht für einen Erweiterungsbau der BEGO Bremer Goldschlägerei Wilh. Herbst GmbH & Co. KG. Spannend war der Flächenkauf der Georg Schünemann GmbH: Das Unternehmen für Spezialarmaturen, Filter und Filtrationsanlagen

hat das letzte freie Grundstück im Gewerbepark Huckelriede erworben. Und auch sonst sind Grundstücke für kleinere Unternehmen und das Handwerk quasi im gesamten Bremer Süden äußerst knapp. Für die Abteilung Unternehmensservice und Vertrieb ist das längst nicht alles, die Liste lässt sich quer durch alle Bremer Gewerbegebiete so weiterführen. Dazu kommen Ansiedlungsprojekte der anderen und vielmehr innovativen Art: Im Lloydhof hat die WFB mit dem „citylab“ ein spannendes Zwischennutzungskonzept entwickelt und umgesetzt. Noch bis mindestens Ende 2017 wird dort Start-ups, Existenzgründern, Pop-up-Stores sowie bestehenden Angeboten ein attraktiver Raum geboten, wo sie sich im Einzelhandel mitten in der City ausprobieren können. ←

21,25 HA

VERMARKTETE/VERKAUFTE GEWERBEFLÄCHEN



hat das letzte freie Grundstück im Gewerbepark Huckelriede erworben. Und auch sonst sind Grundstücke für kleinere Unternehmen und das Handwerk quasi im gesamten Bremer Süden äußerst knapp. Für die Abteilung Unternehmensservice und Vertrieb ist das längst nicht alles, die Liste lässt sich quer durch alle Bremer Gewerbegebiete so weiterführen. Dazu kommen Ansiedlungsprojekte der anderen und vielmehr innovativen Art: Im Lloydhof hat die WFB mit dem „citylab“ ein spannendes Zwischennutzungskonzept entwickelt und umgesetzt. Noch bis mindestens Ende 2017 wird dort Start-ups, Existenzgründern, Pop-up-Stores sowie bestehenden Angeboten ein attraktiver Raum geboten, wo sie sich im Einzelhandel mitten in der City ausprobieren können. ←

DIE NEUEN ANSIEDLUNGEN IN BREMEN (2016)

Ohne Logo: Schlosserei Renken | Stentists | Fuji Instax | House of Indonesia | HYD Technology Group | Philoro Edelmetalle GmbH | Lin Horn Industrietechnik GmbH | Winit GmbH | Best Trading GmbH | Sunny Life GmbH | Deno GmbH | CYTS GmbH | SouthField International GmbH | Chief Logistics (Europe) GmbH | DEME Group und weitere



„Walter Lang schwärmt für Honig“: So heißt eine Honigmarke der Sonnentracht GmbH, die Geschäftsführerin Karin Lang (Mitte) im Labor testet. WFB-Mitarbeiter F.-W. Nennecke (links), Projektleiter Region Bremen Süd, hat das Unternehmen besucht und bei der aktuellen Expansion begleitet.

UNTERNEHMENSSERVICE BREMEN

Anfang 2011 hat der Unternehmensservice Bremen mitten in der Bremer City erstmals seine Türen geöffnet – ein einmaliges Beratungs- und Dienstleistungsangebot rund um Existenzgründung und Förderung. Zentrales Angebot ist der Einheitliche Ansprechpartner zur Erleichterung

behördlicher Genehmigungsverfahren. Nach nunmehr sechs Jahren hat sich der Unternehmensservice weiter etabliert, genau wie seit Februar 2015 auch der Willkommensservice zur Beratung und Unterstützung ausländischer Unternehmensgründer sowie Fach- und Führungskräfte.

Im Jahr 2016 wurden im Unternehmensservice 971 Kontakte gezählt, etwa drei Viertel von ihnen sind Gewerbemeldungen, Tendenz weiter steigend. Seit der Schließung der Annahmestellen für Gewerbeanzeigen in Bremen-Mitte und Vegesack hat sich der Unternehmensservice Bremen als zentrale Anlaufstelle für Erstberatung und Gewerbeanzeigen bewährt. Seit Oktober 2016 leitet der Unternehmensservice Bremen die Gewerbemeldung nicht nur weiter, sondern darf sie auch gleich mit einem Stempel versehen, somit ist die Anmeldung gleich als Gewerbeschein gültig. ←



Iris Gerber, Abteilungsleiterin Unternehmensservice und Vertrieb bei der WFB

Lösungen bieten, wo Flächen knapp werden: Iris Gerber, Abteilungsleiterin Unternehmensservice und Vertrieb, über die besonderen Herausforderungen bei der Betreuung von bestehenden und neuen Unternehmen.

→ Was waren im Unternehmensservice die Besonderheiten im Jahr 2016?

Wir haben im vergangenen Jahr unser Ziel beim Flächenverkauf nahezu erfüllt, 2016 war insbesondere geprägt durch sehr betreuungsintensive Expansionen bestehender Unternehmen. Wir freuen uns, dass wir zum Beispiel gemeinsam mit allen Beteiligten eine Lösung für Kühne + Nagel gefunden haben und damit der Stand-

ort und rund 650 Arbeitsplätze in Bremen erhalten bleiben.

Weniger Masse in der Fläche, sondern aufwendige Lösungen und Qualität in der Betreuung – ist das der Trend für die kommende Zeit?

Ja und nein. Wir sind nach wie vor in der Lage, neuen wie bestehenden Unternehmen attraktive Flächen anzubieten – insbesondere im Gewerbepark Hansalinie, wo sich immer mehr Automobilzulieferer ansiedeln. Auch im Bremer Industrie-Park und im GVZ tut sich viel. Gleichzeitig müssen wir aber auch bei den Expansionswünschen bestehender Unternehmen vermehrt bereit sein, neu zu denken, alle Beteiligten früh-

zeitig ins Boot zu holen und somit auch dort Lösungen zu schaffen, wo keine grüne Wiese ist.

Wie wollen Sie diesen Herausforderungen im Jahr 2017 begegnen?

Für uns steht eine noch engere Zusammenarbeit mit der Abteilung Erschließung/Hochbau an oberster Stelle. Wir müssen insgesamt schneller werden und das geht nur, wenn wir als Tandem zusammenarbeiten. Das Gleiche gilt für die Abteilung Immobilien. Wir können gemeinsam viel bewegen und auch mit den beteiligten Behörden Lösungen finden. Aber wir dürfen vor allem das Vertrauen nicht enttäuschen, das die Kunden in uns als WFB setzen. ←



92

VERANSTALTUNGEN

INNOVATIONSFÖRDERUNG IM ZEICHEN DER DIGITALISIERUNG

Innovationen werden bei der WFB nicht nach dem Prinzip Gießkanne gefördert. Im Gegenteil: Im Jahr 2016 haben die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der Abteilung Innovationsförderung ganz bewusst ausgewählte Pflanzen und Pflänzchen gegossen. Mit Erfolg! Ob Start-ups in der Raumfahrt, Projekte in der Robotik oder die Produktion von E-Autos: Der Innovationsstandort Bremen hat sich inzwischen auch international einen Namen gemacht. Vernetzung und Digitalisierung sind zwei wesentliche Erfolgsfaktoren.

Was 2015 mit Europas erstem Start-up Weekend Space in Bremen begann, wurde Anfang April 2016 mit dem „Disrupt Space Summit“ fortgesetzt. Zwei Tage lang haben mehr als 200 Teilnehmer im Bremer GOP Variété-Theater Ideen laut gedacht, diskutiert, verworfen und weiter entwickelt. Das Event brachte die nächste Generation von Raumfahrtunternehmern mit Entscheidungsträgern und Investoren zusammen, gemeinsam gingen sie auf die Suche nach Lösungen für aktuelle Aufgabenstellungen großer Raumfahrtunternehmen. Der „Disrupt Space Summit“ wurde von drei jungen Akteuren organisiert und von der WFB unterstützt.

2.150
TEILNEHMER

180

INNOVATIONS-
BERATUNGEN

Innovation bei der Schulz Systemtechnik: Geschäftsführer Ralf Soltwedel erklärt Kai Stührenberg, stellvertretender Abteilungsleiter Innovation bei der WFB, wie die am Industrieroboter betriebene vollautomatische 6-fach-Schraubereinheit funktioniert.

Das Ziel der WFB ist es, dass Ideen nicht nur entwickelt, sondern auch umgesetzt werden. „Unsere Delegationsreise in die USA im August 2016 hat gezeigt, dass Bremen einen sehr guten Ruf in der Raumfahrtbranche hat“, sagt WFB-Abteilungsleiter Hans-Georg Tschupke. „Diesen müssen wir weiter ausbauen und Start-ups noch gezielter mit Investoren zusammenbringen.“ Das gelte für alle Branchen, es gebe in Bremen bereits mehrere Initiativen, zum Beispiel in den Bereichen IT und Energie. „Gemeinsam wollen wir eine neue, lebendige Start-up-Landschaft in Bremen erstellen.“

Automotive: Netzwerken und Netzteile

Eine ganze Branche hat 2016 buchstäblich Vollgas gegeben: Nach dem Startschuss im November 2015 hat sich Automotive als viertes Innovationscluster im Land Bremen etabliert. Elektromobilität ist das beherrschende Thema: Mercedes-Benz hat im Oktober angekündigt, E-Modelle in Bremen zu bauen, auch Borgward will sein E-Auto, den Borgward BX7, in Bremen produzieren. Auf der Konferenz „AutoDigital“ des Weser-Kuriers, die die WFB ebenfalls unterstützt hat, wurde deutlich, wie wichtig die Themen E-Mobilität und Digitalisierung für den Standort Bremen sind. Rund 200 hochkarätige Gäste aus Wirtschaft, Politik und Wissenschaft diskutierten über Digitalisierung, Vernetzung und Wertschöpfung im aktuellen Automobilbau.

Die WFB richtet den Blick nach vorn: Um zum Beispiel Produktionstechniken in Zeiten der Digitalisierung weiter zu entwickeln, bringt die WFB Wirtschaft und Wissenschaft große und kleine Unternehmen zusammen. Auch der 3-D-Druck als neue Fertigungstechnologie birgt viel Potenzial nicht nur für die Industrie.

Veranstaltungen mit klarem Fokus

Um Akteure gezielt zu vernetzen, verzichtet die WFB auch bei ihren Veranstaltungen auf das Prinzip Gießkanne und hat das Angebot auf Themen aus den vier Innovationsclustern sowie rund um Digitalisierung fokussiert. Klare Bezüge, klarer Fokus – in rund 90 Veranstaltungen wie zum Beispiel Innovationsforen und -werkstätten im Jahr 2016 hat die WFB Start-ups, Unternehmen, Investoren und andere Akteure zusammengebracht. So ging es beispielsweise um Smart Materials im Schiffbau oder den Arbeitsplatz der Zukunft. Als Kooperationspartner hat die WFB auch sechs izb meet ups begleitet, unter anderem zum Thema Instandhaltung von Offshore-Windenergieanlagen. ←



Hans-Georg Tschupke, Abteilungsleiter Innovationsförderung bei der WFB

Hans-Georg Tschupke, Abteilungsleiter Innovationsförderung bei der WFB, über Erfolge, Erstaunliches und Erkenntnisse für 2017.

→ Inwiefern hat die WFB 2016 insbesondere die Start-ups in der Raumfahrt gefördert?

Wir haben zum Beispiel die Gewinner des „Disrupt Space Summit“ mit auf unsere Delegationsreise in die USA genommen, sie stellten knapp die Hälfte der insgesamt rund 40 Teilnehmer. Dieser Mix aus Jung und Alt war sehr spannend und eine echte Bereicherung. Ein Teilnehmer, der eine Software zur Dokumentation in der Raumfahrt entwickelt

hat, hat sich inzwischen selbstständig gemacht und seinen ersten Auftrag bekommen. Ein toller Erfolg!

Die Digitalisierung verändert Arbeitsprozesse, ermöglicht ganz neue Abläufe. Welches Projekt fasziniert Sie besonders?

Ich finde die Cobots besonders spannend, die zum Beispiel in der Automobilproduktion oder im Flugzeugbau eingesetzt werden können. Das sind kooperative Roboter, die dafür konstruiert werden, gemeinsam mit Menschen zu arbeiten und nicht nur für sie. Cobots können etwa Bauteile an menschliche Kollegen weiterreichen. Airbus und das

DFKI zum Beispiel arbeiten bereits gemeinsam daran.

Welche Schwerpunkte sehen Sie für die Innovationsförderung 2017?

Wir werden auch künftig Start-ups fördern und die Digitalisierung in den Unternehmen begleiten, mit gezielten Veranstaltungen werden wir das innovative Klima in unseren Clustern weiter stärken. Zusätzlich möchten wir den Innovationsgedanken nicht nur bei Start-ups fördern, sondern in alle Unternehmen tragen, zum Beispiel auch in Familien-, Industrie- und Dienstleistungsunternehmen. ←

29

GEFÖRDERTE VERANSTALTUNGEN
(DAVON 20 KULTUR- UND
9 SPORTVERANSTALTUNGEN)1,1 MIO.
VERANSTALTUNGS-
BESUCHER

14

MESSEAUFTRITTE

53

MITAUSSTELLER
AUF MESSEN374 MIO.
WERBEKONTAKTE

BREMEN-MARKETING

Menschen begeistern, Unternehmen überzeugen, die Bekanntheit Bremens erhöhen und das Image der Stadt stärken – die Abteilung Bremen-Marketing entwickelt, kreiert und realisiert die passenden Tools für ein zeitgemäßes und erfolgreiches Stadt- und Standortmarketing. Sei es der neue Markenauftritt für alle bremischen Gesellschaften und senatorischen Dienststellen, freche Clips auf einem eigenen YouTube-Kanal, frische Konzepte wie einen Pop-up-Store zum Standort Bremen in der Groninger Innenstadt oder aber effektive Werbung auf Plakaten, in Printmedien oder bei Messeauftritten – Marketing für Bremen war auch im abgelaufenen Geschäftsjahr vielfältig. Gut 374 Millionen Werbekontakte in der Außen- und Printwerbung kann Bremen für das Jahr 2016 verbuchen.



Frank Reimers, Abteilungsleiter
Bremen Marketing bei der WFB

Drei Fragen an Frank Reimers, Abteilungsleiter und Prokurist Bremen Marketing bei der WFB Wirtschaftsförderung Bremen.

→ Was war Ihr Highlight im abgelaufenen Geschäftsjahr?

Ein Höhepunkt unserer Arbeit war im vergangenen Jahr ganz sicherlich, eine neue Markenstruktur für Bremen zu entwickeln und umzusetzen. Mit dem neuen Corporate Design hat die Stadt einen frischen, modernen Auftritt bekommen. Wir haben hier beispielsweise neue Logos für Bremen und Bremerhaven kreiert.

Welche Herausforderungen sind auf Sie zugekommen?

Bremen Marketing, das war über

Jahrzehnte mit Dr. Klaus Sondergeld als Geschäftsführer eng verbunden. Mit seinem Abschied in den Ruhestand im Sommer 2016 hat sich unsere Arbeit strukturell neu geordnet. Wir gehören jetzt direkt dem Geschäftsbereich Wirtschaftsförderung an. Herausforderung und Ziel gleichermaßen ist es, die Zusammenarbeit zwischen allen WFB-Abteilungen zu intensivieren und ein integriertes Marketing zu verfolgen.

Was steht in diesem Jahr auf der Agenda?

Neben dem täglichen Geschäft der Bremen-Kommunikation schauen wir, wie wir das Bundesland weiterhin als Wirtschaftsstandort präsentieren können. Für

die Messeformate wünschen wir uns beispielsweise, einen neuen Messestand gestalten lassen zu können. Gern würden wir uns mit einem überarbeiteten Auftritt auf der Münchner Expo Real im Herbst präsentieren. Zudem arbeiten wir an der Konzeption von Pop-up-Stores, mit denen wir in anderen Städten für Bremen werben können. Und nicht zuletzt wirft auch das kommende Jahr bereits seine Schatten voraus. Zum Internationalen Raumfahrtkongress „IAC 2018“ wollen wir Raumfahrt in die Stadt bringen. Hier beginnen bereits in diesem Jahr die Vorbereitungen. ←



Gemeinsame Werbung für den Standort Bremen: Zur Expo Real präsentierten sich 24 Mitaussteller auf dem Messestand in München.

Besucher für Bremen gewinnen, das gelingt nachhaltig mit einem guten, ausgewogenen Kultur- und Veranstaltungsmarketing. Das Open-Air-Musikfestival „Breminal“ oder der „Samba-Karneval“ ziehen längst nicht mehr nur Bremer Besucher an. Zwei Veranstaltungen, die Bremen-Marketing im abgelaufenen Geschäftsjahr gefördert hat. Insgesamt wurden 29 Veranstaltungen finanziell unterstützt, darunter 20 Kultur- und 9 Sportveranstaltungen. Und das mit Erfolg: Rund 1,1 Millionen Besucher wurden bei den Events gezählt. Mit gut 909.000 Besuchern bleiben Konzerte, Ausstellungen und Festivals ein Magnet für Bremen und Bremerhaven.

Werbung für Bremen, das steht auch dafür, (selbst-)bewusst in die Welt hinauszuziehen. Mit Messeauftritten betreibt Bremen effektive Öffentlichkeitsarbeit und präsentiert sich und seine Stärken. Die großen Leitmesse der Branchen wie die „ILA Berlin Air Show“ für die Luft- und Raumfahrt oder die „Expo Real“, die Internationale Fachmesse für Immobilien und Investitionen, gehören fest zum Repertoire. Auch im vergangenen Jahr stellte sich der Standort in Berlin und München vor. Bremen auf der internationalen Agenda platzieren, wertvolle Kontakte gewinnen und Kooperationsmöglichkeiten ausloten steht dabei im Vordergrund. Insgesamt wurden 14 Messeauftritte realisiert. Nicht nur mit einem neuen Markenbild, Messeauftritten und Veranstaltungen wirbt Bremen für sich. Über die neue Initiative „Bremen Bike it“ ist es gelungen, den alltäglichen Radverkehr zum Marketingtool zu machen. Im vergangenen Jahr konnte die noch junge Idee mit Serviceleistungen und Veranstaltungen verfestigt und Bremen und Bremerhaven auch für Einheimische zur Entdeckungsreise werden. Mit „Bike it“ war Bremen-Marketing auch auf der ITB in Berlin präsent. ←

BREMEN.ONLINE: DAS TEAM FÜR STADTPORTAL UND SOCIAL MEDIA

Museen, Messen oder Marktplatz: Auf www.bremen.de finden Bürger, Touristen und Unternehmen sämtliche Informationen und Wissenswertes über Bremen. Das offizielle Stadtportal der Freien Hansestadt Bremen besteht seit mehr als 20 Jahren und wurde seit 2003 von der bremen.online GmbH betreut. Die Servicegesellschaft ist seit 2015 als Abteilung in die WFB integriert und zeigt Bremens schönste Seiten auch in sozialen Netzwerken.

2016 wurden fast 11 Millionen Besucher auf www.bremen.de gezählt. Die Abteilung bremen.online der WFB betreut das Stadtportal und kümmert sich darum, dass die Besucher auf den Seiten auch das finden, was sie suchen. 18 Mitarbeiter und 8 studentische Hilfskräfte entwickeln, betreuen und vermarkten das Stadtportal. „Die meisten Besucher zählen wir beim Schwarzen Brett“, sagt Abteilungsleiter Henning Sklorz. „Besonders beliebt sind auch Informationen zu Veranstaltungen wie Freimarkt oder verkaufsoffene Sonntage. Auch die Visitenkarten von Firmen und Vereinen haben konstant hohe Zugriffe.“

Die Auswertungen der Zugriffszahlen und Suchanfragen sind wichtige Impulsgeber. „Wir gucken nicht nur, welche Seiten häufig aufgerufen werden, sondern auch zu welchen Suchworten noch keine oder nur wenige Infos vorhanden sind. So entstehen immer wieder neue Schwerpunkte“, sagt Sklorz. Im Juni 2016 gab es einen Relaunch der Seite, unter anderem wurde die Navigationsstruktur neu aufgeteilt. Nachdem zunächst das Design geändert und zum Beispiel „Wissenschaft“ auf die oberste Navigationsebene gehoben wurde, wird jetzt die 2. Stufe des Relaunchs umgesetzt. Dazu wird www.bremen.de von Grund auf neu programmiert, auf eine aktuelle Software-Architektur gebracht, und die zahlreichen Inhalte werden in das neue System übertragen.

Mehr als 400 eigene Beiträge, über 3.200 Abonnenten: Der Instagram-Account @bremermoment zeigt schöne Bilder aus der Hansestadt. Mit dem Hashtag #bremermoment sind schon mehr als 24.000 Bremen-Fotos von Bremerinnen und Bremer oder Touristen verknüpft worden.



10,8 MIO.
BESUCHE

72,4 MIO.
SEITENAUFRUFE

97.000
FOLLOWER IN
SOZIALEN NETZWERKEN

WWW.BREMEN.DE



Das bremen.online-Team, das seinen Sitz in der Faulenstraße hat, kümmert sich auch intensiv um die sozialen Netzwerke. Bremen auf Facebook, Twitter oder Instagram – für die bislang rund 97.000 Follower und Fans denkt sich bremen.online immer wieder etwas Neues aus. So wird das Instagram-Profil „meinbremen“ beispielsweise temporär in die Hände anderer Instagrammer gegeben, die dann eine Woche lang Fotos hinzufügen können und so ihr Bild auf die Stadt Bremen zeigen. „Partizipatives Stadtmarketing“ heißt das und es funktioniert.

Des Weiteren unterstützt bremen.online die Vertriebsaktivitäten der WFB im Onlinebereich, dokumentiert und analysiert die Zugriffszahlen. Ein aktuelles Projekt ist, die Immobilienseiten der WFB-Website bekannter zu machen. Auch als Agentur für die Verwaltung ist bremen.online aktiv und hat zum Beispiel im Auftrag der Senatorin für Wissenschaft die Website für das MINT-Forum Bremen entwickelt und am 1. Februar 2017 online gestellt. ←



Henning Sklorz, Abteilungsleiter bremen.online bei der WFB

Henning Sklorz, Abteilungsleiter bremen.online bei der WFB, über Trends und Herausforderungen für Bremens Stadtportal und Social Media.

→ Mit welchen Projekten waren Sie 2016 besonders erfolgreich?

Wir haben zwei InstaWalks in Kooperation mit der BTZ organisiert: Instagrammer sind in einer kleinen Gruppe durch die Innenstadt bzw. das Viertel gelaufen und haben Fotos gemacht. Dadurch vernetzen wir uns enger mit den Bremern und sehen die Stadt immer wieder aus neuen Blickwinkeln. Außerdem haben wir für die WFB die Website www.citylab-bremen.de erstellt, die Seiten der Bremer Aufbau-Bank angepasst und die Website zum „Bremer Norden“ in www.bremen.de integriert.

Welche Herausforderungen stehen für 2017 an?

In diesem Jahr werden wir den Relaunch von www.bremen.de abschließen und das Stadtportal auch technisch auf neue Beine stellen. Neben diesem Mammut-Projekt werden wir mehrere Webseiten für verschiedene Themen umsetzen und die Social-Media-Kanäle der Stadt pflegen. bremen.online wird sich auch ganz neuen Techniken widmen und beispielsweise Erfahrungen mit Spracher-

kennungssystemen wie Amazon Echo sammeln.

Gibt es Veränderungen im Verhalten der Nutzer, auf die Sie reagieren müssen?

Die Kommunikation im Netz wird zum einen kürzer und zum anderen wird stärker mit Bildern oder Videos gearbeitet. Auf www.bremen.de komprimieren wir deshalb schon seit längerer Zeit die Texte, um z.B. bei Veranstaltungen die Fragen nach dem Wann und Wo schnell auffindbar zu präsentieren. Damit kommen wir auch den Nutzern mit mobilen Endgeräten näher, die auf dem kleineren Display nicht lange scrollen wollen. ←

PLATZ FÜR NEUES

Planen, begleiten und umsetzen: Die Abteilung Erschließung und Hochbau ist ein wichtiger Baustein in der Wirtschaftsförderung, wenn es beispielsweise darum geht, neue Flächen für Unternehmen zu schaffen. Auch 2016 wurden erfolgreich neue Projekte auf den Weg gebracht oder bereits abgeschlossen.



Das Gewerbegebiet Hansalinie an der Autobahn A1 bleibt ein Magnet für Unternehmen. Seit Ende der 90er-Jahre boomt das nur wenige Kilometer vom Mercedes-Benz Werk entfernte Areal. Insbesondere die Automotive-Branche zieht es an den Standort. Mit Hochdruck arbeitet die Wirtschaftsförderung an einer Erweiterung der Hansalinie. Der gut 90 Hektar große Gewerbepark wächst um rund 55 Hektar. Ein Projekt mit Herausforderungen, das nach präziser Planung und großem Gerät fragt. Der Einbau von Eisenbahnbrücken, die Erschließung neuer Flächen, Kanal- und Straßenbauten haben das Team aus der Abteilung Erschließung und Hochbau im abgelaufenen Jahr beschäftigt – und werden es auch in diesem Jahr. Auch das geplante Erholungs- und Freizeitgebiet Weiche Kante am Wendebecken in der Überseestadt ist 2016 auf den Weg gebracht worden. Die Besonderheit: Hier soll nicht nur die Aufenthaltsqualität am Wasser stimmen, die Weiche Kante ist zugleich ein wichtiger Bestandteil des Hochwasserschutzes. Im vergangenen Jahr konnte die Entwurfsplanung für das Areal abgeschlossen werden – im Übrigen in engem Dialog mit Bürgern, Anrainern und Investoren. Der Antrag zum wasserrechtlichen Plangenehmigungsverfahren ist gestellt und in diesem Jahr soll es an die Umsetzung gehen. Im Bereich Hochbau wurden unter anderem der zeitgerechte Umbau der Anbiethalle samt Umzug realisiert sowie mit der Planung für den Umbau des Gebäudes 43/44 auf dem Bremer Wollkämmerei-Gelände begonnen. ←



Hans-Peter Czellnik, Abteilungsleiter Erschließung/Hochbau bei der WFB

Drei Fragen an Hans-Peter Czellnik, Abteilungsleiter Erschließung / Hochbau bei der WFB Wirtschaftsförderung Bremen.

→ Was waren die wichtigsten Projekte im Jahr 2016?

Ein zentrales Projekt war die weitere Erschließung im Gewerbepark Hansalinie. Hier konnten zum einen die vor fünf Jahren terminierten Sperrpausen für den Einbau der Eisenbahnbrücken im Gewerbepark Hansalinie eingehalten werden und auch die Erdarbeiten liefen und laufen sowohl im Zeit- als auch im Kostenrahmen. Wir werden die Grundstücke wie zugesagt bereit-

stellen können. Zudem haben wir das Projekt Weiche Kante in der Überseestadt erfolgreich auf den Weg gebracht. Und auch der zeitgerechte Umbau der Bahnmeisterei inklusive Umzug der Anbiethalle war ein großes Thema. Die freigewordene Fläche des ehemaligen Standortes konnten wir fristgerecht an den Investor übergeben.

Über welches Ergebnis freuen Sie sich ganz besonders?

Das ist eindeutig die hohe Bereitschaft aller, die an der Planung, Mittelbereitstellung und Plangenehmigung für den Hochwasserschutz im Wendebecken in der Überseestadt beteiligt waren. Nur so konnten wir den extrem knappen Zeitplan einhalten.

Wie geht es in diesem Jahr weiter? Kommen neue Erschließungs- und Hochbauprojekte auf Sie zu?

Im Jahr 2017 soll mit der Planung der 3. Erweiterungsstufe Gewerbepark Hansalinie begonnen werden. Parallel wird eine weitere Anbindung an die Autobahn A1 geprüft. Für die Überseestadt soll ein städtebauliches Konzept für die Südseite Europahafen erarbeitet werden. Und im Bereich Hochbau steht die Entwurfsplanung für die Sanierung der ehemaligen Wollsortierung (Gebäude 43/44) auf dem Bremer Wollkämmerei Gelände im Fokus. ←

IMPRESSUM

WFB News

Newsletter, erscheint sechsmal jährlich

Herausgeberin

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, Corinna Laubach, Nina Svensson
 wfbnews@wfb-bremen.de
 Fotos: WFB, Frank Pusch
 Gestaltung: Gerd Jegelka (moltkedesign)
 Druck: FPM Consult UG

DATENSCHUTZ: Liebe Leserinnen und Leser, personenbezogene Daten werden in der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH gemäß Datenschutzgesetz gespeichert, verarbeitet und zweckgebunden an Einrichtungen der bremsischen Wirtschaftsförderung sowie an senatorische Dienststellen weitergeleitet. Sie erhalten unser Magazin auf Grundlage dieser Speicherung zur Information. Sollten Sie die WFB News nicht erhalten wollen oder der Speicherung Ihrer personenbezogenen Daten nicht zustimmen, können Sie jederzeit schriftlich per E-Mail an mail@wfb-bremen.de oder mündlich unter Telefon (0421) 96 00-234 widerrufen.

