



BREMEN
MOIN ZUKUNFT!

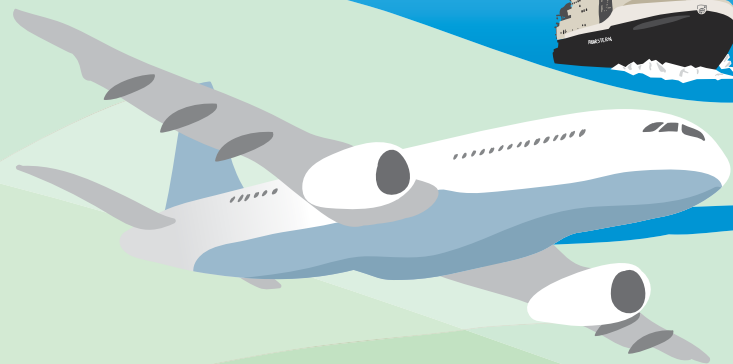
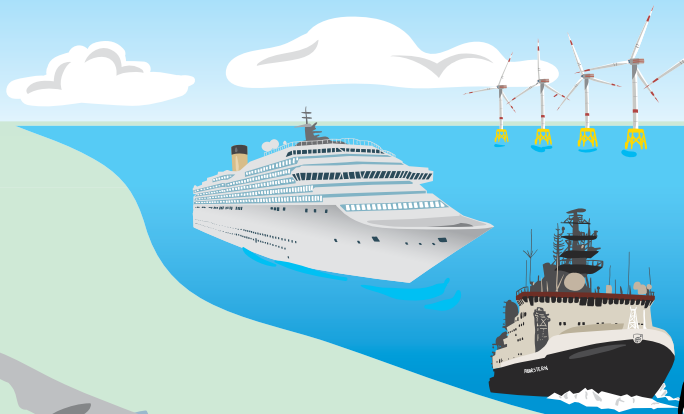
DAS JAHR 2019
EIN RÜCKBLICK DER WFB
WIRTSCHAFTSFÖRDERUNG
BREMEN GMBH

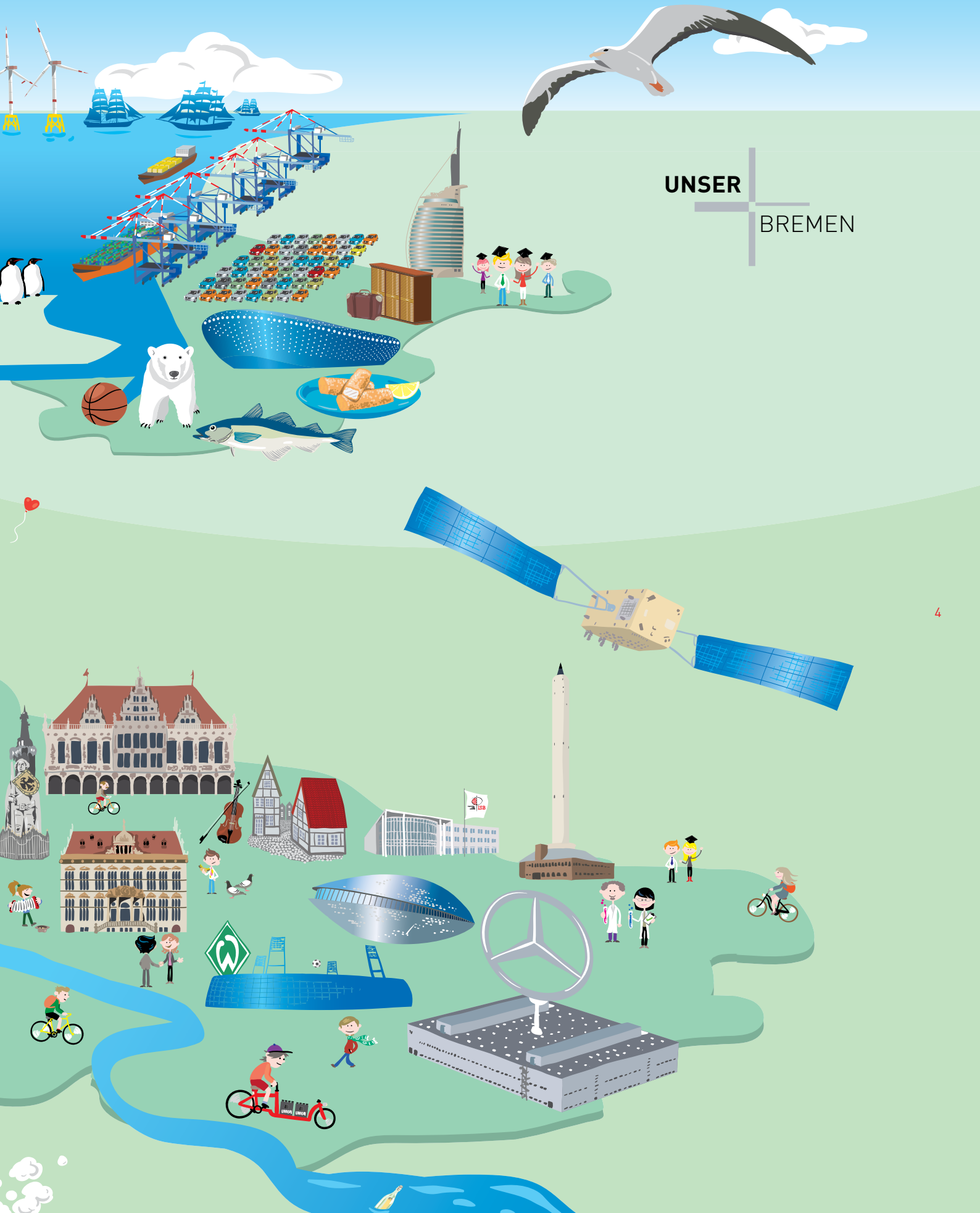
WFB Wirtschaftsförderung
Bremen GmbH
Wir schaffen Perspektiven ✓



DER INHALT

5	INTERVIEW MIT DER GESCHÄFTSFÜHRUNG
7	ÜBER UNS
9	INTERVIEW MIT WIRTSCHAFTSSENATORIN KRISTINA VOGT
11	UNSER SERVICE UNSERE LEISTUNG
13	WIR INVESTIEREN NATIONAL UND INTERNATIONAL
15	BREMER IMMOBILIEN
17	ÜBERSEESTADT IM WANDEL
19	ZAHLEN + FAKTEN + DATEN
21	UNSERE MESSEN
23	UNSERE BROSCHÜREN
24	DIE MARKE STÄRKEN
25	BREMEN ONLINE
27	BREMEN TOURISTIK
29	BREMEN MARKETING
31	DER AUSBlick
32	UNSERE ANSPRECHPERSONEN
33	IMPRESSUM





UNSER

BREMEN

DAS INTERVIEW

ANDREAS HEYER

Andreas Heyer ist seit 2009 Vorsitzender der Geschäftsführung der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH und verantwortet außerdem den Geschäftsbereich Wirtschaftsförderung & Kaufmännische Dienste.



Lässt sich das Leistungsspektrum der WFB in einem Satz beschreiben – was gehört überhaupt alles dazu?

AH_ Wir entwickeln, stärken und vermarkten Bremen als Wirtschafts- und Erlebnisstandort im Auftrag des Senats. Dazu gehören die Erschließung und der Verkauf von Gewerbegrundstücken, die Betreuung der hiesigen Wirtschaft, die Ansiedlung neuer Unternehmen, aber auch Immobilienprojekte, die touristische Vermarktung Bremens, das Standortmarketing, der Auftritt unserer Hansestadt im Internet und in den sozialen Medien, das Organisieren von Messteilnahmen und noch vieles mehr.

Und weil das Spektrum der „Bremer Wirtschaftsförderung“ vielen gar nicht umfänglich bekannt ist – wie präsentieren Sie es?

AH_ Wir sorgen in erster Linie dafür, dass die Marke Bremen bekannt ist und eine gute Performance zeigt. Auch findet ein großer Teil unserer Arbeit außerhalb von Bremen statt und wird hier daher nicht so stark wahrgenommen. Die Arbeit und das Leistungsspektrum der WFB vermitteln wir über unsere Internetauftritte, Social Media, Newsletter, Broschüren und Veranstaltungen, aber auch im direkten Kontakt mit Politik, Verwaltung und unseren Kundinnen und Kunden.

Mit welchen Zielgruppen haben Sie hauptsächlich zu tun, also wer sind denn Ihre Kundinnen und Kunden eigentlich?

AH_ Das sind alle Unternehmen in Bremen, außerdem ansiedlungsinteressierte Betriebe aus dem In- und Ausland. Wir arbeiten für die Bürgerinnen und Bürger dieser Stadt und für alle, die Bremen besuchen wollen oder mit ihren touristischen Angeboten dazu beitragen, Bremens Anziehungskraft zu steigern.

Welchen Beitrag leistet die WFB für die Entwicklung Bremens? In welchen Bereichen „lohnt sich“ Wirtschaftsförderung?

AH_ Wir sorgen in ganz unterschiedlichen Bereichen dafür, dass es der Wirtschaft in Bremen gut geht. So werden durch unsere Aktivitäten Tausende Arbeitsplätze gesichert und viele Hundert neue geschaffen, was zu höheren Steuereinnahmen für unsere Hansestadt führt und in der Folge neue Investitionen in Bremens gewerbliche Infrastruktur und touristische Attraktivität ermöglicht. Kurz gesagt: Geht es der bremischen Wirtschaft gut, geht es Bremen gut. Dafür engagieren wir uns mit ganzer Kraft.



Peter Siemering war von 2018 bis Ende März 2020 Geschäftsführer der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH und zuständig für den Geschäftsbereich Marketing und Tourismus. Von 1997 bis 2018 war er Geschäftsführer der Bremer Touristik-Zentrale GmbH bis zu deren Verschmelzung mit der WFB.

PETER SIEMERING

Welche internen und welche externen Auswirkungen hat die vollzogene Verschmelzung von WFB und Bremer Touristik-Zentrale (BTZ) mit sich gebracht?

PS_ Durch die Verschmelzung der BTZ mit der WFB ist die Wirtschaftsförderung Bremen als zentraler Akteur mit der ganzheitlichen Zuständigkeit für das Stadt- und Standortmarketing ausgestattet worden und bündelt so ihre Kräfte. Das touristische Marketing, das Standortmarketing und auch die Abteilung „Online“ des neuen Geschäftsbereichs haben zahlreiche thematische Berührungspunkte und verstärken sich hervorragend gegenseitig.

Herr Siemering, was waren für Sie, rückblickend, die Höhepunkte in Ihrem letzten vollen Geschäftsjahr? Und auf welche Herausforderungen kann sich Ihre Nachfolge besonders freuen?

PS_ Bei dieser Frage steht natürlich die Verschmelzung der Gesellschaften ganz oben auf der Liste. Das war ein großer Kraftakt, der sich aber absolut gelohnt hat. Ansonsten wird mir für 2019 auf jeden Fall der Stadtmusikantensommer in Erinnerung bleiben, der mit rund 200 Veranstaltungen für große Aufmerksamkeit gesorgt hat. Meinem Nachfolger – oder meiner Nachfolgerin! – wünsche ich viel Erfolg mit der Entwicklung der Marke „Bremen“, gemeinsam mit dem Wirtschaftsressort. Das ist ein Projekt, von dem alle in der Stadt profitieren werden.

ÜBER UNS

DIE WFB

BERATEN, VERMARKTEN, LÖSUNGEN FINDEN – WAS MACHT EIGENTLICH DIE WFB?

Die WFB ist im Auftrag des Senats der Freien Hansestadt Bremen für die Entwicklung, Stärkung und Vermarktung des Wirtschafts- und Erlebnisstandorts Bremen zuständig. Sie betreut Unternehmen bei Gewerbeansiedlungen, berät und unterstützt sie in allen Fragen rund um die unternehmerische Entwicklung und zum Standort. Die WFB entwickelt und vermarktet Gewerbeflächen, vermittelt und verwaltet Immobilien, schafft Netzwerke, moderiert Entwicklungsprozesse und stellt die richtigen Kontakte her, wenn es um behördliche Genehmigungsverfahren oder die Suche nach Kooperationspartnern geht. Als überzeugte Bremen-Botschafterin in Bezug auf die Lebensqualität und wirtschaftliche Attraktivität unterstützt die WFB die touristische Vermarktung Bremens und kümmert sich um die erfolgreiche Positionierung der Hansestadt im Standortwettbewerb.

www.wfb-bremen.de

WFB

DIE WFB ALS ARBEITGEBERIN UND AUSBILDUNGSBETRIEB

Die solide Ausbildung der Fachkräfte von morgen ist ein wichtiger wirtschaftlicher und gesellschaftlicher Grundpfeiler. Die WFB engagiert sich daher seit vielen Jahren als Ausbildungsbetrieb. 2019 hat die Wirtschaftsförderung Bremen 13 Menschen eine Ausbildung oder einen dualen Studiengang in fünf verschiedenen Berufsrichtungen geboten. In der WFB arbeiten insgesamt 234 Beschäftigte. Auf Vollzeitstellen hochgerechnet entspricht dies 205 Mitarbeitenden. Die Frauenquote liegt im Unternehmen bei über 57 Prozent.



GESAMT 234 BESCHÄFTIGTE

FRAUENQUOTE 57 %

SCHON GEWUSST

dass die Wirtschaftsförderung Bremen thematisch sehr breit aufgestellt ist und deutschlandweit das umfangreichste Servicepaket aus einer Hand bietet? Sie ist daher die umsatzstärkste Wirtschaftsförderung in Deutschland.



BERUF & FAMILIE ZERTIFIZIERT

Der Wirtschaftsförderung Bremen ist es ein wichtiges Anliegen, ihre Beschäftigten bestmöglich dabei zu unterstützen, die Herausforderungen von Beruf und Familie gut unter einen Hut zu bekommen. Deshalb gehören flexible Arbeitszeitregelungen, Teilzeitarbeit, Homeoffice und Seminare zu den vielen Angeboten des Unternehmens für seine Mitarbeitenden. Für diese familienfreundliche Haltung wird die WFB seit 2008 regelmäßig mit dem Zertifikat **berufundfamilie** ausgezeichnet.



UP TO DATE & ZUKUNFTSORIENTIERT – WFBETA, IDEASLAB UND COWORKING SPACES

Design Thinking, Co-Creation, virtuelle Realität, 3-D-Druck oder der Einsatz von Kameradrohnen – viele Ausprägungen neuer Arbeits- und Lebenswelten lassen sich bei der WFB im Kontorhaus am Markt in der Bremer Innenstadt erleben. Die WFB betreibt mit dem WFBeta ein Kreativlabor, in dem die eigenen Mitarbeitenden und andere Landesgesellschaften sich mit neuen Technologien vertraut machen können. Das Kontorhaus beherbergt außerdem den Coworking-Arbeitsraum Work15, der außer seinen Arbeitsbereichen mit dem IdeasLab auch eine Laborsituation zum Ausprobieren von Arbeitsweisen für die Zukunft bietet. Darüber hinaus finden Sie die Ansprechpersonen des Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Bremen und den Digital-Lotsen der WFB in der Kontorhaus-Passage.



DIE WFB ALS HOLDING FÜR TOCHTERGESELLSCHAFTEN

Aus strukturpolitischen und strategischen Interessen Bremens gehören mehrere Tochtergesellschaften und Beteiligungen zur WFB, ebenso die treuhänderische Gesellschafterfunktion bei Gesellschaften des Landes Bremen.

Tochtergesellschaften und Beteiligungen

100%	Förderbank BAB (Bremer Aufbau-Bank GmbH)
50%	Bremer Weser-Stadion GmbH
48,01%	Bremerhavener Innovations- und Gründerzentrum (BRIG) GmbH
26,47%	GVZ Entwicklungs-Gesellschaft Bremen GmbH u. a. m.

BAB .
Die Förderbank

BAB – DIE FÖRDERBANK FÜR BREMEN UND BREMERHAVEN

Die BAB (Bremer Aufbau-Bank GmbH) ist die Förderbank für Bremen und Bremerhaven und eine 100%-ige Tochtergesellschaft der WFB. Sie unterstützt das Land Bremen in der Landesentwicklungs-, Struktur- und Wirtschaftspolitik und begleitet Unternehmen in allen Phasen der Entwicklung. In Partnerschaft mit den örtlichen Banken und Sparkassen hat die BAB wirtschaftliche Aktivitäten im Fokus, die im Interesse des Bundeslandes Bremen liegen. Weitere Themenschwerpunkte der BAB sind die Wohnraumförderung und das Starthaus, die zentrale Anlaufstelle im Bremer Gründungsökosystem.

www.bab-bremen.de



FRAGEN AN

KRISTINA VOGT

SENATORIN FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND EUROPA

9

Frau Senatorin Vogt, wie schwer treffen die Auswirkungen der Corona-Krise die Bremer Wirtschaft?

Wie in der ganzen Welt, treffen die Auswirkungen der Krise auch Bremer Unternehmen hart – auch wenn wir für zahlreiche Branchen und Bereiche bereits Lockerungen vornehmen konnten. Vor allem die vielen kleinen Unternehmen in der Eventwirtschaft, Hotellerie und Gastronomie sowie im Tourismus haben keine oder kaum Umsätze und wünschen sich verständlicherweise einen schnellen Weg zurück in die Normalität.

Der Senat hat beschlossen, einen Bremen-Fonds aufzulegen, der mit 1,2 Milliarden Euro die Wirtschaft neu starten soll. Wie sollen die Maßnahmen im Detail aussehen?

Unser oberstes Ziel ist es, einer langfristigen Rezession, steigender Arbeitslosigkeit und dauerhaften sozialen Notlagen entgegenzutreten. Mit dem Bremen-Fonds schaffen wir Anreize, die durch Bundeskonjunkturprogramme flankiert werden. Dieser Rettungsschirm wird Maßnahmen enthalten wie Liquiditätshilfen, konjunkturelle Impulse, öffentliche Investitionen bis hin zur öffentlichen Beteiligung an privaten Unternehmen. Wir sehen dabei auch langfristiges Potential im Bereich der Digitalisierung, bei der nachhaltigen Technologie-, Forschungs- und Innovationsförderung und im sozial-ökologischen Umbau der Wirtschaften. Aber wir müssen auch die Bremer Gesellschaften unterstützen: Messe, Glocke oder BSAG, um nur drei Beispiele zu nennen, sind wichtig für Bremen.

Der Senat hat bereits vor dem Rettungsschirm Maßnahmen aufgesetzt – wie haben die bisher der Wirtschaft geholfen?

Mit Maßnahmen wie dem ersten Landesprogramm für Kleinbetriebe, Freiberufler und Soloselbstständige, der Förderung von Liefergemeinschaften, Stundung von Gebühren wie der Citytax oder den Landessofoforthilfen für Unternehmen mit mehr als zehn Beschäftigten konnten wir erste Impulse setzen. Ich finde es sehr wichtig und bin dankbar dafür, dass in der Krise Senat, Behörden, Handels- und Handwerkskammern, die Messe, Förderbank BAB und die WFB an einem Strang ziehen.

Als Vorsitzende der Wirtschaftsminister*innenkonferenz setzen Sie sich auf Bundesebene für eine gemeinsame Linie der Länder ein – welche Themen liegen Ihnen da am Herzen?

Wir setzen uns beim Bund für Erleichterungen für Beschäftigte wie auch Unternehmen ein und haben bereits Erfolge erzielt. Dazu gehört etwa die Aufstockung des Kurzarbeitergelds auf 80 Prozent. Wir haben uns zudem gemeinsam für Öffnung des Hotel- und Gaststättengewerbes eingesetzt. Die Abstimmung mit den Ländern liegt mir sehr am Herzen, einen Flickenteppich darf es nicht geben. Deswegen ist es wichtig, dass die Länder gemeinsam mit dem Bund über künftige Konjunkturprogramme und auch Rettungsschirme für die besonders betroffenen Betriebe und ihre Beschäftigten sprechen. Denn insbesondere für die Branchen, für die es keine aufholende Entwicklung geben wird, brauchen wir den Bund – ein Hotelbett lässt sich nun mal in der Zukunft nicht zweimal belegen.

Welche Perspektiven sehen Sie für die Bremer Wirtschaft in den kommenden Monaten und Jahren?

Am Ende der Krise steht ein neuer Anfang. Wir tun alles, um Folgen abzumildern und neu starten zu können, aber es ist klar: Das wirtschaftliche Leben kommt erst langsam wieder in den Tritt. Es ist mir ein Anliegen, dass wir den Neustart nutzen, um die ökologische Krise zu bewältigen, den sozialen Zusammenhalt zu stärken, soziale Ungleichheit zu bekämpfen, für mehr Geschlechtergerechtigkeit zu sorgen. Wir wollen neue Rahmenbedingungen für die gute ökonomische Entwicklung des Landes schaffen und den Digitalisierungsgrad in der Bremer Wirtschaft erhöhen. Eine nachhaltige Stabilisierung von Wirtschaft und Gesellschaft kann nur gelingen, wenn sie digital gut aufgestellt und klima- und sozialverträglich ist. Davon bin ich überzeugt.

UNSER SERVICE

UNSERE LEISTUNG

ERLÖSE AUS GRUNDSTÜCKSVKÄUFEN

Ein Highlight in der Verkaufsbilanz der WFB war 2019 die Vermarktung des Güterverkehrszentrums Bremen (GVZ) mit abgeschlossenen Verträgen über rund 17,7 Hektar Flächen. Es wurde ein Investitionsvolumen von circa 38,7 Millionen Euro generiert, und um die 200 neue Arbeitsplätze sind entstanden. Der australische Entwickler Goodman hat beispielsweise ein neues Verteilzentrum für den Versandhändler Amazon im GVZ errichtet.

ENGAGIERT FÜR UNTERNEHMEN IN BREMEN

Die WFB unterstützt bremische Unternehmen durch ihre Beratung und Betreuung und ist für die systematische Erstansprache von Neukundinnen und Neukunden zuständig. Sie bietet Kundengespräche, Informationsveranstaltungen und Workshops an. Im Bereich der regionalen Unternehmensbetreuung hat die WFB 2019 mit 1.946 Beratungen eine hohe Anzahl an Gesprächen geführt. Dabei ging es vor allem um Standortberatungen, den Behördenlotsen und unterschiedliche Fragestellungen im Rahmen der allgemeinen Bestandsbetreuung.



11



UNTERNEHMENSSERVICE UND WILLKOMMENSERVICE

Der **UNTERNEHMENSSERVICE BREMEN** ist eine Kooperationsgemeinschaft aus WFB, Handelskammer, Handwerkskammer, RKW und Förderbank BAB mit einem umfangreichen Leistungskatalog. Er unterstützt bei Gewerbemeldeangelegenheiten, bei der Einstellung von internationalen Fach- und Führungskräften, allgemeinen Fragen zum Wirtschaftsstandort und der Identifikation der richtigen Ansprechperson. Die WFB konnte 2019 über dieses Angebot 1.740 Kundenkontakte bedienen, darunter allein 1.031 betreute Gewerbemeldeverfahren. Das entspricht einer Steigerung zum Vorjahr um etwa 70 Prozent. Zusätzlich wurde die Gewerbemeldestelle der Wirtschaftsbehörde unterstützt, dies war 2.711 Mal der Fall. www.unternehmensservice-bremen.de

Dazu gehört auch der **EINHEITLICHE ANSPRECHPARTNER**, die zentrale Kontakt- und Servicestelle der Wirtschaft, der die Beratungsleistungen 2019 mit 1.417 Beratungen ebenfalls steigerte und damit ein unverzichtbarer Bestandteil der wirtschaftsfördernden Angebote in Bremen ist. www.einheitlicher-ansprechpartner.bremen.de

Der **WILLKOMMENSERVICE BREMEN** hat sich als Anlaufstelle etabliert, wenn es um Aufenthaltstitel, die Anerkennung von ausländischen Berufsabschlüssen sowie Arbeitsgenehmigungen geht. Im Jahr 2019 kam über die Hälfte der 466 Anfragen von ratsuchenden ausländischen Fachkräften und Unternehmen. Allein bei Fragen zur Anerkennung von ausländischen Berufsabschlüssen konnte die WFB 193 Mal helfen. www.unternehmensservice-bremen.de/willkommensservice-bremen

DIGITAL-LOTSE

Im Mai 2019 hat der Digital-Lotse seine Arbeit aufgenommen. Er begleitet und berät Unternehmen aus Einzelhandel, Gastronomie und Hotellerie und zeigt Möglichkeiten zur Nutzung digitaler Instrumente wie Onlineshop oder Social Media auf, um digitale Kompetenzen nachhaltig zu stärken. Der Digital-Lotse hat viel Lob eingeheimst und 2019 bereits 66 Kundinnen und Kunden in Bremen und Bremerhaven erreicht. Neben Workshops hat er den „Digitalen Dienstag“ als monatlichen Sprechtag etabliert, der guten Anklang findet.
www.digitallotsen-bremen.de



MITTELSTAND 4.0-KOMPETENZZENTRUM BREMEN

Das Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrum Bremen wird von der WFB geleitet und bietet mittelständischen Unternehmen Unterstützung bei der Steigerung ihrer Digitalisierungskompetenzen. Einfach, schnell und unkompliziert weiterhelfen, lautet die Aufgabe des Kompetenzzentrums. Es unterstützt Betriebe bei den ersten Schritten in die Digitalisierung, denn gerade dem Mittelstand fehlt es oft an Zeit, Ressourcen und Wissen, Projekte von sich aus anzugehen. In Workshops, Schulungen oder bei Unternehmensbesuchen wird verständlich, kostenfrei und neutral in aktuelle Technologien und digitale Themen eingeführt.
www.kompetenzzentrum-bremen.digital



Mittelstand 4.0
Kompetenzzentrum
Bremen

HANDWERKERLOTSE

Mehr als 30.000 Beschäftigte arbeiten in 5.000 Bremer Handwerksbetrieben, das entspricht zehn Prozent aller Bremer Beschäftigten. Bei Fragen rund um Flächen, Förderung und Genehmigungen hilft ihnen der neu eingeführte Handwerkerlotse bei der WFB. Er unterstützt auch bei behördlichen Genehmigungsverfahren und beim Umsetzen baulicher Maßnahmen. Außerdem können sich Interessierte über Förderangebote für Handwerker und kleinteilige Gewerbe informieren.

www.wfb-bremen.de/de/page/beratung-und-foerderung/service-fuer-unternehmen/handwerker-lotse

12

INVESTIEREN

NATIONAL UND INTERNATIONAL

SCHON GEWUSST

dass die touristischen Ankünfte sowie die Übernachtungszahlen in Bremen 2019 um circa 6 Prozent gestiegen sind? Aus diesem Grund hat die WFB eine Hotelmarkt-Broschüre aufgelegt, aus der Investoren Marktdaten für potenzielle neue Hotelangebote entnehmen können.

LEISTUNGSSTARK, KOMPETENT UND AUF WACHSTUMSKURS – DER WIRTSCHAFTSSTANDORT BREMEN

In Bremen leben rund 685.000 Menschen, in der Metropolregion sogar 2,7 Millionen. Für Nordwestdeutschland bietet Bremen heute über 300.000 Arbeitsplätze in vielen wachsenden Branchen und hat sich zusammen mit Bremerhaven in hanseatischer Tradition zu einem starken Wirtschaftsstandort mit hoher technologischer Kompetenz und großer Innovationskraft entwickelt. Bremen präsentiert sich daher für Unternehmen auf der Suche nach einer neuen Niederlassung als ideale Standortwahl. Mit einer Ansiedlung in Bremen profitieren Unternehmen von einem der stärksten deutschen Wirtschaftsräume sowie von den Dienstleistungen und dem Service der WFB.

13

DIE WFB-AUSLANDSMARKE BREMENINVEST

Unter der Marke BREMENINVEST wirbt die WFB im Ausland um Ansiedlungen und Investitionen für das ganze Land Bremen. 2019 beteiligte sich Bremeninvest am „Northern Germany Innovation Office“ San Francisco, einer Kooperation mit den Bundesländern Schleswig-Holstein, Hamburg und Partnern aus der Wirtschaft. Ab Januar 2019 wurden schwerpunktmäßig Dienstleistungen in den Bereichen Innovationsscouting und Digitalisierung vorangetrieben und der Bremer Wirtschaft Angebote zu diesen Themen gemacht. Neben den USA ist die WFB mit Bremeninvest-Auslandsbüros in China, Vietnam und der Türkei vertreten, um den Standort Bremen zu vermarkten und ansiedlungsinteressierte Unternehmen beim Aufbau von Niederlassungen in Bremen zu unterstützen.

www.bremen-invest.com



Bremeninvest



Büro in **IZMIR**



Büro in **SHANGHAI**



Büro in **HO-CHI-MINH-STADT**



Beteiligung am norddeutschen Gemeinschaftsbüro
in **SAN FRANCISCO**



ANSIEDLUNG INTERNATIONAL

Ein erfolgreiches Beispiel für die Ansiedlung eines internationalen Unternehmens 2019 in Bremen ist der Online-Möbelhändler Yurudesign, der den europäischen Möbelmarkt von Bremen aus erobern möchte. In der Türkei haben die drei jungen Gründer von Yurudesign bereits den Möbelmarkt aufgemischt und sich nun in Bremen niedergelassen.

14



ANSIEDLUNG NATIONAL

Die Prologis Germany Management GmbH aus der Projektentwicklungsbranche kam nach einem Erstkontakt auf der Immobilienfachmesse Expo Real (München) zu vertiefenden Gesprächen nach Bremen. Schlussendlich hat Prologis ein 31.500 Quadratmeter großes Grundstück im Bremer Industrie-Park gekauft und beabsichtigt dort eine Logistikhalle zu erstellen. Auf diese Weise werden circa 85 neue Arbeitsplätze durch den Betreiber entstehen. In dem Neubau Prologis Bremen DC3 sollen ab Oktober 2020 zwei Einheiten mit insgesamt rund 17.000 Quadratmetern hochwertiger, multifunktionaler Logistikfläche verfügbar sein.

ERSCHLIESSUNG, VERKAUF UND VERWALTUNG VON IMMOBILIEN

Die Wirtschaftsförderung verwaltet Immobilien und die Gewerbeflächen für Bremen. Sie wickelt den gesamten Grundstücksverkehr ab, führt zum Teil aufwendige und mehrstufige Grundstücksausschreibungen, An- und Verkäufe durch und ist für die Projektentwicklung zuständig. Dazu kommt die kaufmännische und technische Projektsteuerung von Erschließungsmaßnahmen in den Gewerbegebieten sowie bei Hochbauprojekten.

**ERSCHLIESSUNG**

2019 wurden insgesamt 21,5 Hektar neue Gewerbeflächen erschlossen, von denen der Löwenanteil auf den Gewerbepark Hansalinie fiel, wo Zulieferer und Produzenten der Automotivebranche ihren Sitz haben.

VERKAUF

Erlöse in Höhe von 31,33 Millionen Euro hat die WFB für Bremen aus Gewerbeflächenverkäufen erzielt. So wurde 2019 beispielsweise das Erbbaurecht für das Lankenauer Höft erfolgreich ausgeschrieben. Den Zuschlag erhielt eine Bietergemeinschaft. Dem städtischen Grundstück zwischen dem Neustädter Hafen und der Weser steht nun eine städtebauliche Aufwertung mit hohem Naherholungswert und Freizeitangeboten für die angrenzenden Stadtteile bevor.

SCHON GEWUSST

dass die WFB für die Verwaltung von 300 Immobilien zuständig ist? Zum Beispiel für die Bremer Landesvertretungen in Berlin und Brüssel und das World Trade Center am Flughafen.

VORZEIGEOBJEKT ECOMAT – FORSCHUNG IN DER SCHLÜSSELTECHNOLOGIE LEICHTBAU

In der Airport-Stadt Bremen ist 2019 das Forschungs- und Technologiezentrum ECOMAT eröffnet worden. Es bündelt die in Bremen vorhandenen Kompetenzen von Wirtschaft und Wissenschaft im Bereich Leichtbau. ECOMAT steht für Center for Eco-efficient Materials & Technologies und liegt in direkter Nachbarschaft zum Bremer Flughafen und zu wichtigen industriellen Unternehmen. Unter einem Dach forschen rund 500 Menschen an der Spitzentechnologie Leichtbau. ECOMAT ist ein Projekt der Freien Hansestadt Bremen zusammen mit Airbus und weiteren Partnern. Bauherrin ist die H.A.G.E. Grundstücksverwaltungsgesellschaft mbH, eine Tochter der WFB. www.ecomat-bremen.de

 **ECOMAT**



ÜBERSEESTADT

IM WANDEL

SCHON GEWUSST

dass die Überseestadt mit dem renommierten Branchenpreis Immobilienmanager-Award 2020 in der Kategorie Stadtentwicklung ausgezeichnet wurde?

DIE ÜBERSEESTADT BREMEN

Wo früher große Frachter aus Übersee anlegten, beladen und gelöscht wurden, mussten Ende der 1980er Jahre Europa-hafen und Überseehafen den modernen Entwicklungen der Containerschifffahrt Tribut zollen: Rund um die Hafenbecken gab es massiven Leerstand. So beschlossen Senat und Bürgerschaft im Jahr 2000 eine Entwicklungskonzeption zur Umstrukturierung der Alten Hafenreviere. Der 2003 verabschiedete Masterplan sah vor, das Gebiet für städtisches Leben und Gewerbe zurückzugewinnen und einen neuen Stadtteil entstehen zu lassen: die Überseestadt. Bis heute gründen alle Entwicklungen auf diesem Masterplan. Die WFB ist im Auftrag des Senats für die Entwicklung, Erschließung und Vermarktung der Überseestadt zuständig. www.ueberseestadt.de

REVITALISIERUNG IM GROSSEN STIL

Heute ist die Überseestadt eines der größten städtebaulichen Projekte Europas. Alte Hafenreviere werden mit neuen Wohn- und Büroimmobilien revitalisiert. Nach Jahren der Brache ist wieder eine Vielfalt neuen Lebens eingekehrt. Die Überseestadt ist heute ein hoch attraktives Quartier, nur zwei Kilometer von der Stadtmitte entfernt. Ein bunter Mix aus Gewerbe, Dienstleistung und Gastronomie ist entstanden – und eine optimale Lage für citynahes Wohnen. Hier sitzt ambitionierte Architektur neben erhaltenen Hafenbauwerken. Im restaurierten Speicher XI logieren die Hochschule für Künste und das Hafenmuseum. Auf dem weiten Areal der Überseestadt entstehen fortlaufend neue Wohnimmobilien für künftige Bewohnerinnen und Bewohner. Mit dem Strandpark Waller Sand ist 2019 ein Freizeit-Highlight eröffnet, mit dem BlauHaus ein inklusives Wohnprojekt für 170 Menschen erstmalig bezogen worden. Doch die Entwicklung ist noch nicht abgeschlossen, sondern setzt sich mit der **Überseeinsel** fort.

Auf dem ehemaligen **Kellogg-Areal** entsteht mit der Überseeinsel ein neuer Ortsteil, der lebendig und ökologisch sein soll. Aus einer Hand geplant, entsteht eine urbane, vielfältige Städtebaustruktur: Neben verschiedenen Wohnangeboten, gerade auch für Familien, werden sich Büro- und Gewerbeflächen, Schulen, Kitas, Freizeitangebote sowie öffentliche Plätze finden. Moderne ökologische Mobilitäts- und Energiekonzepte und anspruchsvolle Architektur sollen das Bild des Quartiers bestimmen. Das Gesamtareal umfasst 41,5 Hektar Fläche, wovon der erste Bauabschnitt auf dem 15 Hektar großen Areal liegt, auf dem Kellogg früher produziert hat. Investor und Projektentwickler für diesen Teil ist die Überseeinsel GmbH. Projektverantwortlich für die weiteren 26,5 Hektar Fläche ist die WFB. Im August 2019 konnte die finale Rahmenplanung erstmals der Öffentlichkeit präsentiert werden.



Der Strandpark **Waller Sand** am anderen Ende der Überseestadt ist ein weiteres städtebauliches Projekt der WFB, das mehrere Zwecke erfüllt: Zum einen erhöht die Baumaßnahme den hier wichtigen Hochwasserschutz und setzt den Generalplan Küstenschutz um. Zum anderen wird hier gleichzeitig ein attraktiver Freizeit- und Naherholungsort für die Bevölkerung geschaffen. So entsteht ein sanfter Übergang zwischen Land und Wasser mit Holzbohlenwegen und Bepflanzungen. Im Mai 2019 wurde der Strandpark Waller Sand teileröffnet.

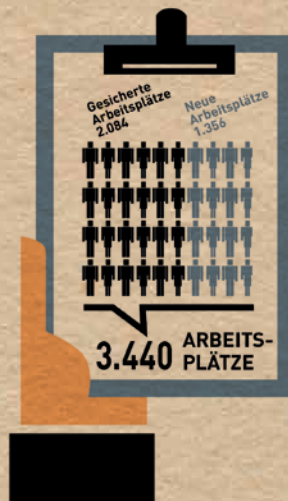


Am Kopfe des Europahafenbeckens begannen 2019 die Bauarbeiten für das Projekt **Europahafenkopf** der Zech Group GmbH, das auf 83.000 Quadratmetern Gesamtfläche vier Baukörper mit einer Mischnutzung aus Büro und Wohnen, Freizeit und Mobilität vorsieht. Ein zentrales Bürohaus mit 18 Geschossen wird von zwei Lofthäusern flankiert. Es entstehen 31.000 Quadratmeter Wohnfläche, wovon 7.000 öffentlich gefördert sind, mehr als 1.000 Parkmöglichkeiten gehören zum Konzept.

Vis-à-vis im **Kaffee-Quartier** hat die WFB Grund verkauft, damit hier die Entwicklung eines durchmischten und identitätsstiftenden Wohnquartiers beginnen kann. Geplant ist eine Wohnbebauung mit drei- oder viergeschossigen gereihten Stadthäusern in geschlossener Bauweise. Differenzierte Gebäudehöhen oder Dächer sollen das starre Volumen auflockern. Unter der Maßgabe, einen Architekturwettbewerb durchzuführen, sind zwölf ausgewählte norddeutsche Architekturbüros in die Planung eingestiegen.



GESCHÄFTSJAHR 2019



ZAHLEN

FAKTEN + DATEN

UNTERNEHMENSSERVICE + GEWERBEFLÄCHEN



19

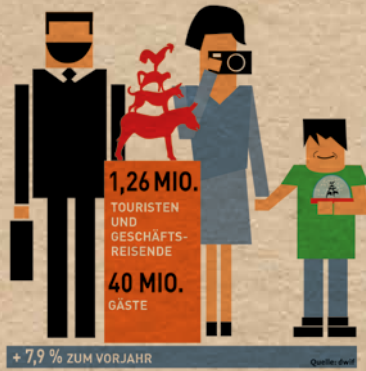
AKQUISITION + PROJEKTE



IMMOBILIEN + BAU



TOURISTIK



BREMEN MARKETING + BREMEN.ONLINE

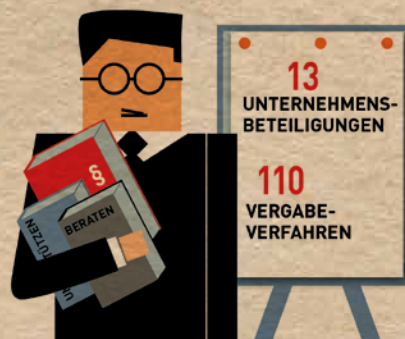


20

KAUFMÄNNISCHE DIENSTE



RECHT + BETEILIGUNGEN



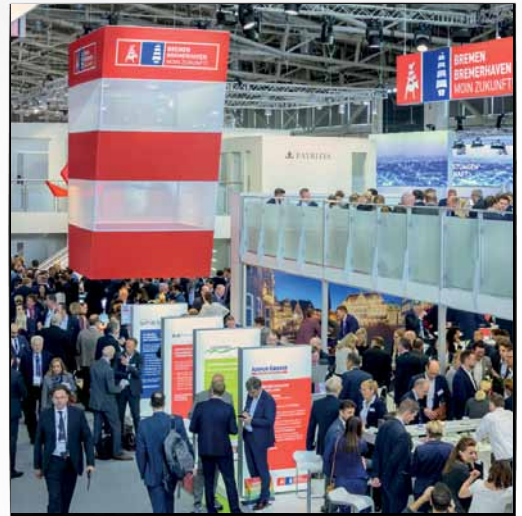
UNSERE

MESSEN



Verkehrsverein der Freien Hansestadt Bremen e.V.

TOURISMUSFORUM IN BREMEN



Immobilienfachmesse in München

EXPO REAL



Weltgrößte Tourismusmesse in Berlin

INTERNATIONALE TOURISMUS BÖRSE (ITB)



Fachmesse in Köln

BUSWORKSHOP RDA



Raumfahrtmesse in Bremen
SPACE TECH EXPO EUROPE

MESSESTÄNDE, ORGANISIERT VON DER WFB

Ein wichtiges Instrument zur Vermarktung des Wirtschaftsstandorts Bremen ist die Beteiligung an nationalen und internationalen Messen. Die WFB übernimmt diese Aufgabe für die Freie Hansestadt, sodass sich Unternehmen aus Bremen und Bremerhaven an den von der WFB organisierten Gemeinschaftsständen beteiligen können. Insgesamt wurden 2019 15 Messeauftritte und diverse größere und kleinere Veranstaltungen im In- und Ausland organisiert.



Immobilienfachveranstaltung
POLIS KEYNOTES BREMEN



Raumfahrtkonferenz in Washington/USA
INTERNATIONAL ASTRONAUTICAL CONGRESS (IAC)



Ländermeile in Kiel
TAG DER DEUTSCHEN EINHEIT

UNSERE BROSCHÜREN



Bremens beste Seiten



Immobilienmarktreport



Imagebroschüre



Bremeninvest



WFB News



Güterverkehrszentrum



Technologiepark



Automotive



Windenergie



Luft- und Raumfahrt



Parks im Bremer Norden



Reisekatalog



Tourismusstrategie



Erlebnismagazin



Überseestadt

Weitere Broschüren:
www.wfb-bremen.de
Presse unter Downloads

Die obigen Broschüren wurden in der WFB-Abteilung **Marketing** konzipiert, umgesetzt und produziert. Die WFB News realisiert die **Unternehmenskommunikation**.

DIE MARKE

STÄRKEN

DIE MARKE BREMEN

Bremen befindet sich in einem Markenentwicklungsprozess für die Stadt. Aus vorhandenen Untersuchungen entwickelt das Wirtschaftsressort gemeinsam mit dem Geschäftsbereich Marketing und Tourismus der WFB derzeit eine Gesamtmarkenstrategie, die verschiedene Zielgruppen berücksichtigt. Dabei geht es nicht einfach um die Entwicklung eines Slogans, mit dem fortan geworben werden soll, sondern um einen komplexen strategischen Prozess, um eine flexible Marke aufzubauen. Die Gesamtmarkenstrategie wird Grundlage für die Kommunikation der kommenden Jahre sein.

Einen der maßgeblichen Schwerpunkte bildet die **Fachkräftestrategie**. Um Fachkräfte für Bremen zu gewinnen und zu halten, ist der Dialog mit den Unternehmen wichtig. In einer Workshopserie von November 2018 bis April 2019 wurden gemeinsam Ideen entwickelt. Insgesamt 130 Personalverantwortliche hatten sich beteiligt, darunter Vertreterinnen und Vertreter von Airbus, OHB, Mercedes-Benz, Mondelez, swb, BLG, BSAG, Vitakraft, saturn petcare, ArcelorMittal, Melchers und der Sparkasse.

Seit Mai 2019 sind zunächst zwei Maßnahmen in der Umsetzung: Zur Fortsetzung des Dialogs wurden für alle offene **Stammtische** installiert, die vierteljährlich stattfinden. Eine zweite Maßnahme ist die Bereitstellung einer Online-Toolbox mit Materialien für Personalabteilungen, um Bremen als attraktive Stadt und Standort kommunizieren zu können. Die eigens eingerichtete Internetseite www.fachkraefte-fuer-bremen.de bündelt alle wichtigen Informationen.

24



BÜRGERBEFRAGUNG ZU BREMENS DNA

Wirtschaftsressort und WFB haben im September 2019 unter dem Motto *Bremens DNA gesucht* der Frage nachgespürt, was eigentlich die Hansestadt Bremen besonders liebens- und lebenswert macht, um die Ergebnisse in den Markenentwicklungsprozess einfließen zu lassen. Die Bürgerinnen und Bürger waren aufgerufen, sich zu beteiligen. 3.016 Menschen nannten insgesamt 11.135 Eigenarten, die die Hansestadt ihrer Meinung nach auszeichnen. Die am häufigsten genannten Adjektive fallen unter die Kategorie weltoffen. Dazu gehörten auch Begriffe wie vielfältig, bunt, tolerant und offen. An zweiter Stelle folgten Weser, Stadt am Fluss und Wasser. Den dritten Rang nehmen die Begriffe grün, ökologisch und Natur ein.

BREMENS
DNA
GESUCHT!

SCHON GEWUSST

dass das Corporate Design der Stadt Bremen für alle Ressorts und bremischen GmbHs verbindlich und nutzbar ist. Der Markenbaukasten hält Logos und Vorlagen kostenfrei zum Download bereit. www.wfb-bremen.de/de/page/marketing/marketing-planung-service



Dienstleisterin für digitale Lösungen und Marketing

Die Abteilung bremen.online betreibt das Portal www.bremen.de mit dem Kleinanzeigenmarkt *Schwarzes Brett* sowie Webseiten wie bremen-innovativ.de oder das kompetenzzentrum-bremen.digital zum Thema Mittelstand 4.0.



2019 war für bremen.online geprägt durch einen umfangreichen Relaunch der Website bremen.de. Das neue Design ist noch stärker für mobile Endgeräte optimiert, die stetig mehr Anteil an den Seitenaufrufen verbuchen. Auch der barrierefreie Stadtführer hat eine Neuerung erfahren und ist modernisiert worden. Die Inhalte der Bremer Tourismus-Zentrale www.bremen-tourismus.de sind auf bremen.de/tourismus umgezogen, damit bremen-tourismus.de nun als Buchungsseite für Angebote fungieren kann. Auf bremen.de und weiteren Seiten ist der Datenschutz verbessert worden, indem ein datensparsameres Tool (Matomo) eingesetzt wird, um die Zugriffe zu erfassen.

Bürgerschaftswahl und Europawahl stellten ihre eigenen Aufgaben: Es wurden Informationsseiten und selbst produzierte (Sketchnotes-) Videos zur Bürgerschaftswahl allgemein, zur Suche von Wahlhelferinnen und -helfern und zur Europawahl erstellt, außerdem redaktionelle Beiträge zum Thema auf bremen.de eingepflegt.

Das **Schwarze Brett** konnte auch 2019 hohe Zugriffe verzeichnen. Die damit verbundenen Anzeigenbuchungen für gewerbliche Kunden stellen eine wichtige Einnahmequelle dar. Dazu addieren sich Premiumbrancheneinträge sowie die Vermarktung von Werbeflächen.

Die Dienstleistung **Social-Media-Monitoring** begleitet die Kanäle der WFB außerhalb der üblichen Bürozeiten und überwacht auch die Profile zahlender Kunden aus Verwaltung und bremischen Gesellschaften, für die darüber hinaus auch Social-Media- sowie Suchmaschinen-Kampagnen realisiert wurden.





3-D-DRUCK

Erstmals wurde mit dem 3-D-Modell des geplanten Stadtteils Überseeinsel ein großer 3-D-Druckauftrag mit einer Bearbeitungszeit von 17 Tagen im Kreativlabor WFBeta umgesetzt und im Rahmen der Veranstaltung Werksschau- und Rahmenplanung auf dem ehemaligen Kellogg-Gelände präsentiert.



VIDEOPRODUKTION

bremen.online hat 2019 Video-Kurzfilme für Auftraggebende wie bremenports, die M3B GmbH oder die Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa produziert. Dazu gab es Produktionen für die eigenen Internetaktivitäten, um die Welt auf Bremen und bremische Themen in den sozialen Netzwerken Facebook, Twitter, Instagram und Pinterest aufmerksam zu machen.

KREATIVLABOR WFBETA

Das von bremen.online geführte Kreativlabor WFBeta fördert die Nutzung von neuen Kreativitätstechniken und Arbeitsmethoden. Im März 2019 eröffnet, bietet es der WFB sowie Bremer Unternehmen, Initiativen und Behörden die Möglichkeit, in einem kreativen und technologisch fortgeschrittenen Umfeld neue Projekte für Bremen umzusetzen und einen Wissenstransfer zu gewährleisten.



PODCAST-LAND BREMEN

Um die Protagonisten der stetig wachsenden Podcast-Szene besser zu vernetzen, fand das Podland-Meetup auf Einladung der Abteilung bremen.online im WFBeta statt. Die Teilnehmenden bekundeten großes Interesse an einem regelmäßigen Termin, um sich in Technik- oder Vermarktungsfragen untereinander austauschen zu können.



SCHON GEWUSST

dass der Bremer YouTube-Kanal eine bunte Mischung an informativen und unterhaltsamen Filmen bereithält? www.youtube.com/user/BREMENbewegt



Tourismusförderung für die Stadt Bremen

Die **Abteilung Touristik** betreibt Tourismusförderung und wirbt in Deutschland, Europa und weltweit für Bremen. Dazu gehören Servicedienstleistungen für Tages- und Übernachtungsgäste, für Teilnehmer an Tagungen, Kongressen durch das Bremen Convention Bureau sowie der Service für Firmen, Verbände und Touristikunternehmen. Die Abteilung stellt existierende Pauschalreisen, Gästeführungen und einen Reisekatalog zusammen und beschäftigt 75 freiberufliche Gästeführerinnen und Gästeführer. Zudem betreut sie den Verkehrsverein mit 500 touristischen Leistungsträgern.

27

2019 wurde Bremen in die Riege der **Magic Cities** aufgenommen. Neben Frankfurt, Hamburg, München, Nürnberg, Köln, Dresden, Leipzig, Stuttgart und Düsseldorf gehört nun auch die Hansestadt zu dieser weltweit erfolgreichen Marketinggemeinschaft.

Germany
Magic Cities





**BREMEN
CONVENTION
BUREAU**

Das Bremen **Convention Bureau** (BCB) steht als erfahrener Partner für die Planung, Organisation und Durchführung von Tagungen, Kongressen oder Firmenevents zur Verfügung. Langjährige Erfahrung und die enge Zusammenarbeit mit der Messe Bremen, dem Congress Centrum Bremen, der ortansässigen Hotellerie und Gastronomie sowie allen touristischen Leistungsträgern gewährleisten eine optimale Veranstaltungsvorbereitung und Durchführung. Zum Leistungsangebot gehören die Beratung, Planung, Angebotseinholung, Umsetzung von individuellen Veranstaltungskonzepten bis hin zur kompletten Abwicklung einer Tagung oder eines Kongresses. Je nach Kundenwunsch übernimmt das BCB die Budgetplanung, die Beschaffung von Räumlichkeiten, die Teilnehmerregistrierung mit einer professionellen Kongress-Software sowie die Organisation von passenden Rahmenprogrammen bis hin zu einer Vermittlung von Servicepersonal und Dolmetscherdiensten und der Erstellung einer Endabrechnung inklusive statistischer Daten.



Die Abteilung Touristik wirbt weltweit für Attraktionen in der Hansestadt – in Anzeigen und Newslettern, via Pressearbeit, Kontakten auf Messen, mit Reiseveranstaltern und Influencern sowie diversen Sonderaktionen. Auf Großveranstaltungen in Bremen machte sie beispielsweise mit einer beklebten Straßenbahn in Hannover aufmerksam.



28

SCHON GEWUSST

dass Bremen weltweit für seine Qualitäten als **Tourismus-Destination** wirbt? Ein großer Teil des Marketings läuft in Kooperationen mit der Deutschen Zentrale für Tourismus, mit dem Deutschen Küstenland, mit dem UNESCO-Welterbeverein und der Deutschen Märchenstraße. Gemeinsam sind wir auf über 30 Messen und Workshops weltweit vertreten.

Bremerinnen und Bremer erleben Bremen

Im Rahmen der Breminale können sich Bremerinnen und Bremer in Hotelzimmern der Stadt für zehn Euro pro Hotelstern & Nacht einmieten. Weil Empfehlungen für Reisen größtenteils von privat an privat gegeben werden, möchte diese außergewöhnliche Aktion die Mundpropaganda für die Hotels der Stadt anregen.



Die Abteilung **Marketing** kümmert sich um das Marketing für Bremen als Erlebnis-, Wissenschafts- und Wirtschaftsstandort. Sie fördert Kultur- und Sportveranstaltungen und setzt die radtouristische Vermarktung Bremens um. Weiterhin ist sie in einer Querschnittsfunktion für andere Geschäftsbereiche und für Tochterunternehmen der WFB als Dienstleisterin und als Konzept- und Werbeagentur für die Senatsressorts tätig. Als interne Agentur unterstützt sie die Geschäftsbereiche und die Förderbank BAB bei der Vermarktung ihrer Produkte und Dienstleistungen. Ein weiteres Aufgabenfeld ist die Steuerung und Abwicklung der Printproduktion sowie der Eigenwerbung Bremens auf öffentlichen Werbeflächen.



Jahresthema Bremer Stadtmusikantensommer

Themenjahre sind wichtig, um Bremen mit bestimmten Ereignissen zu assoziieren und vor allem in der Bevölkerung das Bewusstsein für besondere Themen zu wecken und zu stärken. 2019 lautete das Jahresthema Bremer Stadtmusikantensommer. Anlass war das 200-jährige Jubiläum des Märchens der Bremer Stadtmusikanten. Die Abteilung war für die Gesamtorganisation des Projekts, die Koordination der Partner, die Medienpartnerschaften sowie für alle damit verbundenen Marketingmaßnahmen verantwortlich, inklusive der Produktion und Verteilung der dazugehörigen Werbemittel und Give-aways. Mit dem 66. Jahrestag des Denkmals der Bremer Stadtmusikanten endete im September der Stadtmusikantensommer.

Förderung der Stadtteile in Bremen-Nord – Umsetzung des Freizeit- und Naherholungskonzepts FUNK

Im Rahmen der Umsetzung des Freizeit- und Naherholungskonzepts FUNK koordiniert die WFB verschiedene Veranstaltungsformate und setzt Marketingmaßnahmen um. Im Mai 2019 koordinierte die WFB zum dritten Mal die Zusammenarbeit der Nordbremer Akteure zur Langen Nacht der Bremer Museen. Zum 25sten Geburtstag von La Strada wurden die drei Nordbremer Stadtteile ebenfalls bespielt, um die Marke **Der Bremer Norden. Stadt Land Fluss** auf dem Gelände der Baumwollkämmerei, an der Maritimen Meile und in Knoop's Park erlebbar zu machen. Ebenfalls gut besucht war das GartenKultur-Musikfestival, auf dem neben Haus Kränholm, Schloss Schönebeck und der Lesumer Kirche auch der Garten von Burg Blomendal bespielt wurde. Weiterhin war die Entwicklung von Basismedien ein Thema, darunter auch das Wassersportverzeichnis *Mach mal blau*. www.der-bremer-norden.de

Von den Fischtown Pinguins bis zur Breminale

Bremen ist deutschlandweit die einzige Stadt, die eine strategische Veranstaltungsförderung für Kultur- und Sportprojekte betreibt. Das Förderinteresse gilt insbesondere Veranstaltungen, die Besuchentscheidungen für Bremen auslösen oder unterstützen. Darüber hinaus sind Veranstaltungen förderfähig, die eine deutliche und überregionale mediale Aufmerksamkeit finden sowie das Image Bremens positiv beeinflussen. Für das Jahr 2019 standen Mittel in Höhe von 1,1 Millionen Euro für eine bunte Mischung von Tischtennis German Open bis hin zum Bremer Karneval zur Verfügung.



Bike it! – Fahrradstadt Bremen

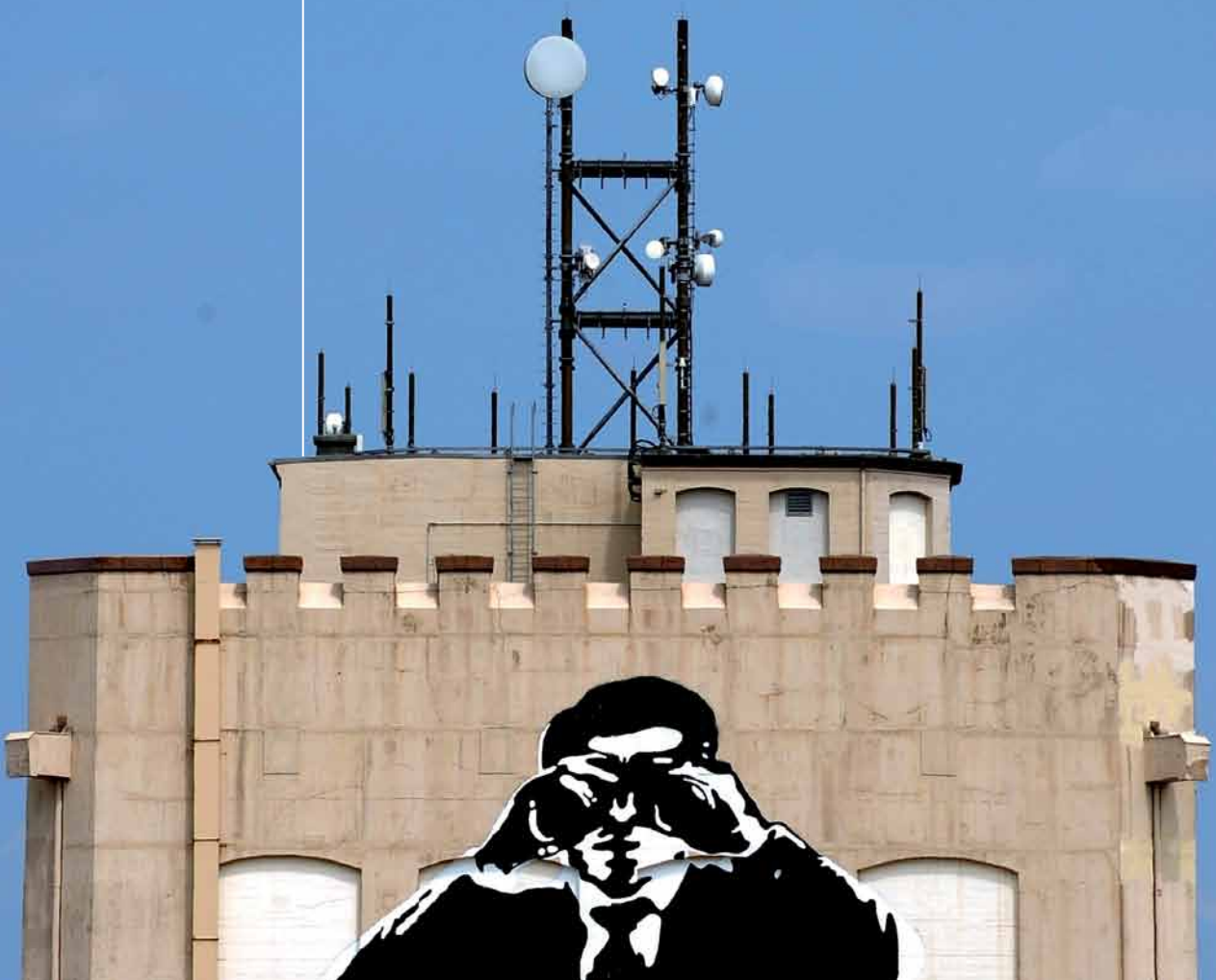
Ein Team der Abteilung Marketing kümmert sich schwerpunktmäßig um die Fahrradstadt Bremen, entwickelt Radrouten, konzipiert begleitende Flyer und koordiniert das Radverkehrskommunikationsprojekt Bike it! Im Sommer wurde ein umfangreiches Programm an Kooperationen, touristischen Angeboten und Veranstaltungen umgesetzt. Zusätzlich zu den vorhandenen sechs Radrunden wurden zwei neue längere Touren entwickelt und in der App digital veröffentlicht. Bike it! hat sieben Film Night Rides zu unterschiedlichen Themen durchgeführt, unter anderem in Bremerhaven und Vegesack. Im Durchschnitt nehmen etwa 70 Personen an den nächtlichen cineastischen Stadtführungen teil. Beim Cargobike-Festival (Juni 2019) bot Bike it! bremischen Dienstleistern und Unternehmen eine Präsentationsplattform. Das 6. Lastenradrennen fand im August im Rahmen des Sommersounds-Festivals statt. Erstmals gab es am Rande der Rennstrecke eine in Kooperation mit der swb organisierte Mobilitätsarena. In Kooperation mit der Handelskammer und den Logistik-Lotsen organisierte Bike it! eine Informationsveranstaltung zum Thema *Letzte Meile* für Innenstadt-Einzelhändler. Und für Schulklassen wurde das Format *Bike it for Future* entwickelt, bei dem Jugendliche mit dem Rad Start-ups besuchen, die wegweisend arbeiten.

30

SCHON GEWUSST

dass die kostenlose Bike Citizens App für iOS und Android ein Fahrrad-Navi mit Sprachausgabe für Bremen und die Region ist, mit der man immer weiß, wo es langgeht?





WIR SIND FÜR SIE DA

UNTERNEHMENSSERVICE + STANDORTENTWICKLUNG

Iris Geber iris.geber@wfb-bremen.de

IMMOBILIEN + BAU

Dr. Bernd Haustein bernd.haustein@wfb-bremen.de

RECHT + BETEILIGUNGEN

Ines vom Kolken ines.vomkolken@wfb-bremen.de

BREMEN-MARKETING

Frank Reimers frank.reimers@wfb-bremen.de

KAUFMÄNNISCHE DIENSTE

Dr. Stephan Schleef stephan.schleef@wfb-bremen.de

UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

Juliane Scholz juliane.scholz@wfb-bremen.de

BREMEN.ONLINE

Henning Sklorz henning.sklorz@wfb-bremen.de

AKQUISITION + PROJEKTE

Thorsten Tendahl thorsten.tendahl@wfb-bremen.de

BREMEN-TOURISTIK

Martina Ziesing martina.ziesing@wfb-bremen.de



Schöne GröÙe aus Bremen

Projektleitung

Nadja Niestädt

Redaktionsleitung

Juliane Scholz + Maike Bialek

Design

Martina Kegel

Text

Hilmar Bender

Lektorat

Gudrun Knafla

Illustrationen

Gerd Jegelka, Landkarte: Hagen Schulze

Produktion Christina Lolk

Druck Müller Ditzten GmbH



FOTOS

Florian Arp
Michael Bahlo
Andrea Bischoff
COBE A/S
Delugan Meissl Associated Architects
Meike Gerster
WFB/Jonas Ginter
Bianka Hanssen
iStock
Martina Kegel
Frank Thomas Koch
Jens Lehmkuhler
Nadja Niestädt
Frank Thomas Koch
Jan Rathke
Frank Reimers
Caspar Sessler
WFB/intern
WFB/Frank Pusch
Christian Ring
WFB/Ingo Wagner

Die Fotos sind
ausschließlich
vor der Corona-Zeit
entstanden.

Besuchen Sie uns auf:



WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH



<http://twitter.com/WFBBremen>



Herausgeberin

WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH
Langenstraße 2-4
28195 Bremen
www.wfb-bremen.de