



## FACHKRÄFTE FÜR BREMEN



Ein erfolgreicher Wirtschaftsstandort braucht genügend Fachkräfte. Bremen hat begonnen, gemeinsam mit den Unternehmen Strategien zur langfristigen Sicherung des Fachkräftepotenzials umzusetzen. | →



# FACHKRÄFTE FÜR BREMEN

→ Ein rasanter technologischer Wandel stellt hohe Ansprüche an die Qualität und Flexibilität der Arbeitskräfte, der Ausbildungsinstitutionen und der Qualifizierungsstrategien in den Unternehmen. Zugleich ist angesichts demografischer Veränderungen in den kommenden Jahren von einem starken quantitativen sowie strukturellen Wandel des Fachkräfteangebots in Bremen auszugehen. Sicherzustellen, dass auch in Zukunft genügend Fachkräfte zur Verfügung stehen, ist damit zu einer

zentralen arbeitsmarktpolitischen Aufgabe geworden, die politisch nur ressortübergreifend angegangen werden kann. Vor diesem Hintergrund hat der Senat der Freien Hansestadt Bremen bereits 2015 die „Strategie zur langfristigen Sicherung des Fachkräfteangebots im Land Bremen“ beschlossen. Diese wurde nun mit der „Fachkräftestrategie für das Land Bremen 2019“ grundlegend überarbeitet und an die aktuellen Rahmenbedingungen angepasst. ←



→ Mit der „Fachkräftestrategie 2019“ liegt ein umfassendes Konzept vor, das darauf abzielt, heute und morgen ein passendes Fachkräfteangebot sicherzustellen. Es zeigt auf, wie der Senat und die Wirtschaft im engen Dialog neue Impulse setzen und mit langfristigen Strategien zukunftsweisend agieren wollen. Es bekennt sich dazu, den Dialog mit den Unternehmen zu stärken, Betriebe durch Beratung, Förderung und Information zu unterstützen, das Standortmarketing neu auszurichten, die Vereinbarkeit von Beruf und Familie sowie den Arbeits- und Gesundheitsschutz in den Unternehmen zu verbessern sowie Qualifizierung und Fortbildung weiterzuentwickeln. Den Wirtschaftsförderern wird darin unter anderem aufgegeben, „eine Standort- und Arbeitgebermarke als Basis eines aktiven Fachkräftemarketings zu entwickeln, um die Vorzüge Bremens als Lebens- und Arbeitsort noch stärker hervorzuheben“ sowie den Unternehmensservice Bremen als einheitliche Anlaufstelle für Fachkräfte auszubauen. ←

## DIE FACHKRÄFTE- STRATEGIE 2019 DES SENATS



→ Eine „Arbeitgebermarke Bremen“ – was ist das, was lässt sich damit bewirken? Drei Fragen an Kai Stührenberg, Referatsleiter für Innovation, Digitalisierung und neue Themen bei der Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa in Bremen.

**Bremen entwickelt eine eigene „Arbeitgebermarke“. Was ist darunter zu verstehen?**

**Kai Stührenberg:** Damit Unternehmen erfolgreich Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen anwerben können, müssen sie neben ihren eigenen Vorzügen und den Perspektiven der zu besetzenden

Positionen immer auch die besonderen Qualitäten ihres Standortes dokumentieren. Das ist heute wichtiger denn je. Die Arbeitgebermarke ist Teil des Bremen-Marketings und beinhaltet die Positionierung des Standortes für Fachkräfte. Sie soll helfen zu verdeutlichen, warum Bremen für Arbeitnehmer und Arbeitnehmerinnen erste Wahl ist. Es gilt also zum Beispiel aufzuzeigen, dass die Menschen attraktiven Wohnraum und gute Ausgangsbedingungen für ihre Kinder vor Ort finden, dass es hier viele Gleichgesinnte gibt, dass Bremen ein Standort mit hoher Innovationskraft ist, dass sich hier vielfältige Möglichkeiten der Freizeitgestaltung bieten und dass man sich in Bremen in einem Umfeld bewegt, das modern und neu

**Sehr geehrte Leserinnen und Leser,**

Bremen ist ein starker Wirtschaftsstandort. Wer hierherkommt, ist von den Vorzügen unserer Stadt schnell überzeugt. Die hohe Lebensqualität führt dazu, dass viele Menschen nie wieder weg wollen oder nach Jahren gern an die Weser zurückkehren. Trotzdem muss und will sich Bremen im Wettbewerb um Fachkräfte deutlicher positionieren, um seine Stärken sichtbarer zu machen. Dazu sind im Dialog mit Vertreterinnen und Vertretern aus der Bremer Wirtschaft in den vergangenen Monaten eine ganze Reihe von Maßnahmen entwickelt worden. Und die Bereitschaft, einen offenen Dialog miteinander zu führen, war groß. Für das Engagement der Unternehmen möchte ich mich bei allen, die uns unterstützt haben, herzlich bedanken. Lesen Sie in dieser Ausgabe, wie der Dialog nun fortgesetzt wird. Denn weitere Beteiligungen sind möglich und erwünscht.

Außerdem erzählen wir wieder spannende Geschichten und haben Nachrichten aus der Bremer Wirtschaft für Sie. Es geht unter anderem um neue Immobilienprojekte, erfolgreiche Unternehmen und die Herausforderungen der Digitalisierung.

Ich wünsche Ihnen eine spannende Lektüre!



Herzlichst

Ihr

**Andreas Heyer**

Vorsitzender der Geschäftsführung  
WFB Wirtschaftsförderung  
Bremen GmbH

ist, dass man hier einfach gerne lebt. Wir wollen den Fachkräften vermitteln: In Bremen arbeiten wir an Zukunftsthemen, und du kannst daran mitarbeiten. Das versuchen wir mit der Marke zu kommunizieren.

---

**Teilen die Unternehmen diese Überzeugungen?**

Der Prozess ist Teil des Standortmarketings für Bremen. Deshalb haben wir auf Dialog gesetzt und mit allen wirtschaftlichen Gruppen in vielen Workshops darüber geredet, um gemeinsam zu Aussagen über den Kern, über die Essenz der Bremen-DNA zu kommen.

---

**Wie lässt sich ein Konsens fruchtbar machen?**

Wir haben mit den Unternehmen etwas herausgearbeitet, das wir jetzt mit unserer Agentur, mit der Hochschule für Künste und mit verschiedenen Fachleuten zu einer Botschaft, einer Story, einer klaren Positionierung transformieren wollen. Noch testen und schärfen wir dieses Profil. Sobald wir Gewissheit haben, dass die Unternehmen sich damit wohlfühlen und es anwendbar ist und vor allem bei der Zielgruppe verfährt, wollen wir die

Ergebnisse in das allgemeine Standortmarketing integrieren. Daneben entwickeln wir eine Toolbox mit Materialien, die Unternehmen für diejenigen nutzen können, die schon hier angekommen sind. Außerdem bieten wir mit der WFB Serviceleistungen an, die es den Zielgruppen erleichtern, in Bremen Fuß zu fassen und sich hier wirklich wohlfühlen. ←

## DER PROZESS FACHKRÄFTE- MARKETING



*Kai Stührenberg, Referatsleiter für Innovation, Digitalisierung und neue Themen bei der Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa*

„Als global agierendes Unternehmen ist es uns wichtig, auch in Bremen stark aufgestellt zu sein. Um dem Fachkräftemangel entgegenzuwirken, muss man sich zusammenschließen. Gemeinsam mit der WFB geeignete Maßnahmen wie beispielsweise die Bremer Toolbox zu entwickeln ist dafür ein wichtiger Schritt. Bewerber informieren sich bei der Suche nach einem geeigneten Lebensmittelpunkt ebenso über das Unternehmen wie auch den Standort. Es hat uns gefreut, Gastgeber für den ersten Bremer Personaler-Stammtisch zu sein, um uns gemeinsam über aktuelle Themen im Recruitment auszutauschen.“



Michelle Rödding | Mondelez



## DAS SAGT DIE FACHWELT



Theresa Gröninger | Seghorn

„Um Menschen an unsere Unternehmen zu binden, müssen wir sie an Bremen binden. Unser gemeinsames Ziel muss sein, Bremens Strahlkraft zu entfalten und die Fachkräfte zu gewinnen, die unser Land braucht.“

„Stahl gehört zu Bremen. Bei ArcelorMittal Bremen arbeiten rund 3.100 Menschen, die sehr verbunden mit Bremen sind. Ein modernes und attraktives Land Bremen ist für uns die Grundlage, die Talente für die Zukunft zu gewinnen.“



Marion Müller-Achterberg | ArcelorMittal Bremen



## WILLKOMMENS- SERVICE

→ Ankommen – auspacken – loslegen: Wenn es mal so einfach wäre! Was schon für Einheimische zutrifft, gilt erst recht für ausländische Existenz- und Unternehmensgründende sowie für ausländische Fach- und Führungskräfte. Ein Standortwechsel ist oft mit bürokratischen Hürden verbunden, die noch höher werden können, wenn man sich am neuen Standort nicht auskennt und noch nicht über Kollegen, Freunde oder Bekannte verfügt, die helfen könnten. Dafür haben die Wirtschaftsförderer in Zusammenarbeit mit der Handelskammer und dem Förderprogramm IQ bereits 2015 den „Willkommensservice“ ins Leben gerufen, ein Dienstleistungs- und Orientierungsprojekt, das sich als Teil des umfassenden Unternehmensservice Bremen bei der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH versteht.

Von der Visumvergabe über Anmeldungen und Genehmigungen bis hin zum Alltag in Bremen – das Angebot soll die Hürden so weit wie möglich herabsetzen und ein Ankommen und Bleiben erleichtern. Der Service hilft darüber hinaus Bremer Unternehmen bei Fragen zur Einstellung

von ausländischen Fachkräften und berät insbesondere bei Aufenthalt, Arbeitsgenehmigung und Anerkennung von ausländischen Abschlüssen. Die Fachkräftestrategie 2019 der Landesregierung sieht eine Erweiterung des erfolgreichen Angebots des Unternehmens-

service Bremen als Anlaufstelle für Fachkräfte vor. Manuel Kühn, Projektmanager bei der WFB, hat schon Pläne für den Willkommensservice in der Schublade: „Wir werden eine Willkommens-tasche für ausländische Fachkräfte von Bremer Unternehmen entwickeln und planen außerdem einen Dual-Career-Service, um die Bindungen der Fachkräfte an Bremen und seine Unternehmen zu stärken.“ ←

### UNTERNEHMENSSERVICE BREMEN

Hinter dem Schütting 8  
28195 Bremen

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

INFORMATIONEN

→ Die Fachkräftestrategie der Landesregierung umzusetzen und eine „Arbeitgebermarke“ zu schaffen heißt, einen Prozess mit vielen Einzelschritten zu durchlaufen. Zahlreiche themen- und branchenspezifische Workshops mit vielen Beteiligten haben in den vergangenen Monaten dazu stattgefunden. Die Ergebnisse werden derzeit aufbereitet, um sie in weiteren Schritten präsentieren und abstimmen zu können. Der Auftakt zum neuen Stammtisch für Personalverantwortliche, einem Forum, um weiter über

aktuelle Themen im Gespräch zu bleiben, hat bereits im Juni des Jahres bei Mondelez stattgefunden, es wird auch in den kommenden Monaten weitergeführt. Das Bremer Fachkräfteportal präsentiert sich inzwischen mit einer Toolbox, die Personalverantwortlichen in Firmen und Organisationen Informationen sowie Materialien zur Verfügung stellt, die in der Personalakquise genutzt werden können. Zur Verfügung steht eine reiche Auswahl an Links, Filmen, Broschüren und Führungsangeboten. Die Toolbox wird laufend erweitert. ←

### FACHKRÄFTEPORTAL FÜR BREMEN MIT TOOLBOX:

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

Projektleiterin und  
Ansprechpartnerin für die  
Personalerstammtische:

**Nadja Niestädt (WFB),**  
Tel.: +49 (0) 421 9600-360,  
[nadja.niestaedt@wfb-bremen.de](mailto:nadja.niestaedt@wfb-bremen.de)

KONTAKT

## DAS ERGEBNIS DES PROZESSES



### ZUSTÄNDIGE ANSPRECHPARTNERIN BEI DER SENATORIN FÜR WIRTSCHAFT, ARBEIT UND HÄFEN DER FREIEN HANSESTADT BREMEN:

**Dr. Yvonne Bauer**  
Referentin für Arbeit 4.0  
und Fachkräfte  
Tel.: +49 (0) 421 361-330 36  
[yvonne.bauer@wah.bremen.de](mailto:yvonne.bauer@wah.bremen.de)

KONTAKT

→ Der Onlinehandel wächst weiter rasant, und davon profitiert jetzt auch Bremen. Voraussichtlich schon in diesem Herbst will Marktführer Amazon ein neues Verteilzentrum im Güterverkehrszentrum Bremen (GVZ) an den Start bringen. „Wir freuen uns sehr, ein Verteilzentrum in Bremen zu eröffnen, in dem mehr als 20 Jahre logistische

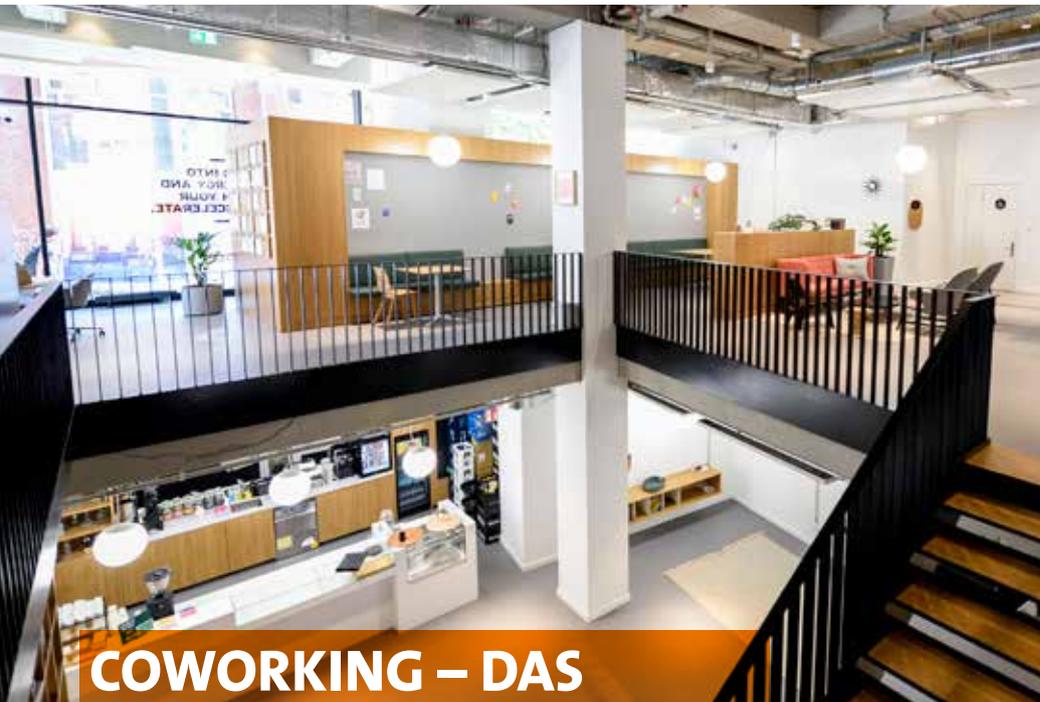
Kompetenz, technologischer Fortschritt und Investitionen in die Transportinfrastruktur stecken. So kann Amazon Kunden schnellere und flexiblere Lieferoptionen anbieten“, kommentierte Bernd Gschaider, Direktor von Amazon Logistics in Deutschland, kürzlich diese Entscheidung. Im ersten Schritt will Amazon circa 130 Arbeitsplätze

auf den 7.800 Quadratmetern des neuen Verteilzentrums schaffen. Für die Auslieferung der Pakete an die Kunden sollen mehr als 400 Fahrer bei lokalen Logistikpartnern zuständig sein. Die Regie bei Entwicklung und Bau des neuen Amazon-Distributionszentrums im GVZ führt Goodman, ein international aktiver Immobilienkonzern mit Börsennotierung in Australien, der weltweit in Industriegebiete, Lagerhallen und Verteilzentren investiert. Goodman zählt mit seinen bisherigen Ent-

wicklungsprojekten unter anderem für Daimler, die BLG, mdex und B+S Logistik seit Längerem zu den Keyplayern im GVZ Bremen. Das Areal, auf dem das Amazon-Zentrum errichtet wird, umfasst laut Goodman 38.000 Quadratmeter, 12.500 Quadratmeter davon seien für die eigentliche Logistikanlage vorgesehen, 1.200 Quadratmeter für Büroflächen. ←

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

## GOODMAN ENTWICKELT FÜR AMAZON IM GVZ



## COWORKING – DAS NEUE HOME OFFICE

→ Coworking boomt, die Zahl der flexiblen Büroarbeitsplätze nimmt stetig zu. Auch in Bremen haben mittlerweile zwölf Coworking Spaces eröffnet. Mit ihrer niederländischen Tochtergesellschaft „Spaces“ hat die International Workspace Group (IWG) ein neues, großes Angebot in der Hansestadt geschaffen. Es befindet sich zentral im Ansgarihaus am Hanseatenhof und bietet neben Büros und Business Club drei Besprechungsräume, 136 Parkplätze und ein Café mit Barista-Service. Auf fünf Etagen und etwa 3.000 Quadratmetern Fläche sind Büros verteilt, die angemietet werden können. Das Herzstück von Spaces bildet der

Business Club, der auf fast 300 Quadratmetern zum persönlichen Gespräch einlädt. Von hier aus ist man in zehn Minuten zu Fuß am Hauptbahnhof.

Spaces versteht sich als Anbieter einer Arbeitslocation zum Austausch und Miteinander. Über 200 Locations weltweit gehören mittlerweile dazu. Besonders spannend für internationale operierende Unternehmen: Als Mitglied erhält man automatisch Zugang zu allen Locations und profitiert von einer professionellen Ausstattung sowie einem weltweiten Netzwerk und Events. ←

[www.spacesworks.com/de/bremen](http://www.spacesworks.com/de/bremen)



## DIGITAL-LOTSE BEI DER WFB



Unternehmer Malte Breford ist Digital-Lotse bei der WFB

**Malte Breford hat eine eigene Firma, ein Einzelhandelsgeschäft im Bremer Steintor, und ein eigenes Textil-Label, das er auch über seinen Onlineshop und über Reseller in Norddeutschland vertreibt. Seit Kurzem ist er zusätzlich als Digital-Lotse der WFB unterwegs.**

→ Mit Malte Breford ins Gespräch zu kommen gelingt schnell. Mit seiner offenen und zupackenden Art kommt der quirlige Unternehmer aus dem Bremer Steintor rasch auf den Punkt – vielleicht neben seiner Berufserfahrung einer der ausschlaggebenden Gründe für die Wirtschaftsförderer, ihm die Aufgabe eines Digital-Lotsen anzuvertrauen. Das Ziel: Einzelhändler, Gastronomen und Anbieter von Tourismus-Dienstleistungen dabei zu unterstützen, zeitgemäße digitale Strategien für sich zu prüfen und – nach Möglichkeit – individuell auch zu realisieren.

„Im Kern suche ich den Austausch mit dem inhabergeführten, stationären Einzelhandel, also mit den Eigentümern der eher kleineren Geschäfte“, beschreibt Malte Breford den Schwerpunkt seiner neuen Tätigkeit. Er möchte seine Gesprächspartner sensibilisieren für Chancen und Möglichkeiten, die sich aus neuen digitalen Ansätzen ergeben können und sie dazu ermuntern, bei Bedarf auch Unterstützung von Experten bei den ersten Schritten auf zunächst ungewohntem Terrain in Anspruch zu nehmen.

Seit Wochen ist Breford in diversen Bremer Stadtteilen unterwegs, auch um sich selbst ein genaueres Bild zu verschaffen. Zu den Adressaten seiner Bestandsaufnahme gehören in erster Linie die Unternehmen, aber ebenso die vielen Stadtteilinitiativen, die sich in der Regel vor Ort bestens auskennen und über gute Kon-

takte verfügen. Häufig geht es für die Unternehmen zunächst um niedrigschwellige Fragen: Ist ein Online-Brancheneintrag für mich beziehungsweise für meine Kunden wichtig? Was bringt eine eigene Website? Wie kann ich meine Daten absichern und vor rechtlichen Komplikationen schützen? Lohnt sich ein Engagement über Social Media?

Malte Breford sieht sich als Vermittler und Schnittstelle zwischen seinen Gesprächspartnern und den Fachleuten, die bei Bedarf weiterhelfen können, beispielsweise den Experten des Mittelstand 4.0-Kompetenzzentrums Bremen. Auf seiner Agenda steht eine Projekt-Homepage für den Austausch zwischen Interessierten und für Ankündigungen zum Thema – etwa für die Auftaktveranstaltung am 5. September oder zu der kommenden Workshop-Serie, mit der das Thema „Digitale Strategien im Einzelhandel“ weiter vertieft werden soll.

Das Projekt wurde von den Arbeitskreisen der Werbe- und Interessengemeinschaften der Handelskammer Bremen, der CityInitiative Bremen Werbung e. V., der Erlebnis Bremerhaven GmbH, der Handelskammer Bremen, dem Handelsverband Nordwest e. V. und der Marketinginitiative Bremerhavener Quartiere initiiert. Die WFB ist Projektträgerin der von der Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa finanzierten Initiative. ←

## DIGITAL HUB INDUSTRY

→ Die Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa, das Industrieunternehmen Lenze SE mit seiner Bremer Tochter encoway GmbH sowie die Universität Bremen kooperieren beim Aufbau des Digital Hub Industry, einer zukunftsweisenden neuen Infrastruktur für Bremen. In einem Neubau der Lenze SE an der Konrad-Zuse-Straße im Technologiepark Universität Bremen werden künftig etablierte Unternehmen, Experten der Universität und der Hochschulen sowie Start-ups Möglichkeiten erhalten, gemeinsam an digitalen Innovationen und neuen Geschäftsmodellen zu arbeiten. Als Ideen-, Experimentier- und Kollaborationsraum mit industriellem Schwerpunkt ist der Digital Hub Industry auf Entwicklung und Transfer ausgerichtet. Zur Infrastruktur gehören deshalb neben Büroflächen ein Veranstaltungszentrum, Innovationslabore sowie Coworking- und „Makerspaces“, in denen neue Projektideen gemeinsam entwickelt und umgesetzt werden können. Der Digital Hub Industry wird eng mit vorhandenen regionalen Gründerstrukturen wie etwa mit dem Starthaus und dem Hochschulgründungsnetzwerk BRIDGE verzahnt. ←

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

## LINHORN GRUPPE MIT EINZIGEM EUROPASITZ IN BREMEN

*Einkaufsmanager Song Xing bei der Linhorn-Gruppe in Bremen*

**Zur weltweit operierenden chinesischen Linhorn Gruppe mit Hauptsitz in Schanghai gehören sieben Tochterunternehmen. Das Einzige in Europa – die Linhorn Industrietechnik GmbH – befindet sich seit 2015 in Bremen.**

→ Einkaufsmanager Song Xing bezieht von seinen europäischen Lieferanten Industrieprodukte, darunter Komponenten für den Maschinenbau, Werkzeuge, Armaturen, Sensoren oder Ventile für die gesamte Linhorn Gruppe. Bevor die Einkäufe an die chinesische Linhorn-Zentrale gehen, werden sie in Bremen einer Qualitätskontrolle unterzogen.

„Jedes Teil, das wir für Linhorn bestellen, wird erst bei uns geprüft, bevor wir es weiter nach China schicken“, sagt Song Xing. Hochwertige Kleinteile gehen per Luftfracht raus, große im Container per Seefracht. Entsprechend groß und flexibel muss der Lagerbereich mit Anlieferung sein – im Justus Grosse Büroпарк in Wolt-

mershausen hat Linhorn mit tatkräftiger Unterstützung der WFB ideale Bedingungen vorgefunden, zudem ist das Güterverkehrszentrum GVZ ganz in der Nähe.

Bei vielen Lieferanten sei es vor allem der persönliche Kontakt, der zähle, berichtet Song Xing. Es gebe viele kleinere Unternehmen, die genau das produzierten, was Linhorn und die Kunden in China brauchten, aber sie seien von China aus oft schwer zu finden. Xing setzt auf langfristige Kundenbeziehungen. „Wir wollen mehr sein als nur ein Handelsunternehmen. Wir besprechen Fragen und Probleme direkt mit unseren Lieferanten vor Ort.“ ←

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

## NEU: WFB-LÄNDERBRIEFE

→ Wer mitspielen will, muss sich auskennen und die Spielregeln beherrschen. Die Globalisierung öffnet den Start-ups und etablierten Unternehmen besondere Chancen, die relevante Netzwerke fokussieren, offen für Neues sind und die Potenziale innovativer Märkte frühzeitig abschätzen können. Effiziente Unterstützung bietet Bremeninvest, die internationale Marke der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH, jetzt auch mit ihren neuen Länderbriefen, die monatlich aktuelle Informationen, Hintergrundwissen und Know-how zu den WFB-Schwerpunktländern liefern. Die erstklassigen Insider-Informationen stammen aus erster Hand. Denn über die Bremeninvest-Büros in den Schwerpunktländern China, Vietnam und Türkei werben Repräsentanten und Repräsen-

tantinnen vor Ort aktiv für den Standort Bremen und unterstützen Kooperationen mit bremischen Unternehmen. Schwerpunkte liegen dabei in den Clustern Luft- und Raumfahrt, Maritime Wirtschaft und Logistik sowie Automotive und Windkraft/Erneuerbare Energien.

Als einzigartig kann dabei der Output des Northern German Innovation Office (NGIO) in den USA gelten, einer gemeinsamen Initiative der Bundesländer Bremen, Schleswig-Holstein und Hamburg, die Norddeutschland mit dem Silicon Valley verbindet. Aufgabe des NGIO ist es, Trends und neue Technologien zu erkennen sowie Kontakte zwischen Unternehmen beider Länder zu knüpfen. Aktuelle Updates aus dem Ursprungsort neuer Technologien mit wichtigen Trends aus den Bereichen Digitalisierung, künstliche Intelligenz, Robotik, Big Data und anderes, für die es zahlreiche Anknüpfungspunkte und Überschneidungen in Bremen gibt, finden sich ebenfalls in den Länderbriefen. ←

Anmeldung für den Länderbrief unter: [www.wfb-bremen.de/laenderbriefe](http://www.wfb-bremen.de/laenderbriefe)



## IM BREMER DIGITAL LAB VON ARCELORMITTAL

→ 3.100 Beschäftigte, ein Ausstoß von rund 3,5 Millionen Tonnen Stahl pro Jahr und ein Gelände von sieben Quadratkilometern – größer als die Bremer Innenstadt: Das Bremer Stahlwerk beeindruckt schon durch seine Größe und bietet einen ausgedehnten Aktionsradius für jeden, der sich dort mit Digitalisierung beschäftigt. Genau dafür hat das Unternehmen ein eigenes Team eingesetzt, dessen Aufgabe es ist, neue Digitaltechnologien einzuführen. Inzwischen wurde zudem ein eigenes Digital Lab eingerichtet.

### Digilabs – lokale Expertise nutzen

Digitalisierungsteams gibt es an vielen Standorten des internationalen Stahlproduzenten. Statt eines zentralen Innovationsmanagements für neue Technologien gibt es in jedem Arcelor-Werk einen „Digital Officer“, der unter anderem Erkenntnisse mit anderen Standorten teilt und so für den Wissensaustausch sorgt. In Bremen wird zusätzlich der Ansatz des Digital Labs verfolgt.

Als Beispiel nennt Dr. Jens Ehm, der Leiter des Digital Labs in Bremen, die Erprobung von RFID-Tags im Warmwalzwerk, einem kilometerlangen Gebäude, in dem Stahlblöcke zu Bändern gewalzt werden. Die kleinen Sender können Objekte berührungslos identifizieren. Sie werden bei Arcelor an den Walzen angebracht, die den Stahl umformen und die regelmäßig gewartet werden müssen. „Bisher werden die Walzen per Hand beschriftet und doku-

mentiert. Mit den RFID-Sendern können wir den Weg der Walzen drahtlos und automatisiert verfolgen“, so Ehm. Das spare Zeit, Arbeitsaufwand und vermeide Verwechslungen.

### Eigene Struktur für Experimente schaffen

Wie kommt so ein Projekt zustande? Da spielt das Digital Lab eine zentrale Rolle. Das rund 85 Quadratmeter große Büro ist mit einer Meetingecke, einer Workshopfläche, mehreren Arbeitsplätzen und neuen Technologien ausgestattet. Regelmäßig beschäftigen sich hier Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter verschiedener Abteilungen mit Digitalthemen. Sie können sich hier weiterbilden, experimentieren und kreativ werden. Aus vielversprechenden Ideen entstehen dabei Machbarkeitsstudien („Proof of Concept“).

Das Digitalisierungsteam entwickelt entweder gemeinsam mit Kolleginnen und Kollegen oder mit externen Partnern die Idee und baut erste Prototypen. Funktioniert der Ansatz, wird das Projekt an die Fachabteilung übergeben, die es dann weiter verfolgt. Das Digitalisierungsteam hat ein eigenes Budget, um Raum für Experimente zu schaffen. Rund 30 solcher Projekte sind bei ArcelorMittal in Bremen derzeit in Arbeit. Diese „Digitalisierung von unten“ führt dazu, dass Lösungen tatsächlich angewandt werden, da sie direkt aus der Praxis kommen. ←

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

## WERKSCHAU PRÄSENTIERT NEUEN STADTTEIL „ÜBERSEEINSEL“

→ Mit den Planungen für ein neues Stadtquartier auf dem einstigen Kellogg-Gelände in der Bremer Überseestadt geht es zügig voran. Investor Dr. Klaus Meier hat sich vorgenommen, auf einer Fläche von 15 Hektar des insgesamt 41 Hektar umfassenden Geländes („Überseeinsel“) einen modernen Mix aus Wohnen, Arbeiten

und Freizeit – insbesondere für Familien – zu realisieren, mit großzügigen Grünflächen, Kitas, Schulen, Versorgungseinrichtungen, einer nachhaltigen Energieversorgung sowie einem innovativen Verkehrs- und Mobilitätskonzept.

Im August vergangenen Jahres wurden in einer öffentlichen Veranstaltung die Ergebnisse

der Vorstudien präsentiert, die Besucher konnten ihre Ideen und Wünsche einbringen. Nach einer Onlinebefragung sowie nach einer „Gläsernen Werkstatt“ im Februar des Jahres, die einen Zwischenstand präsentierte, wollen nun am 30. August die Projektentwickler den fertigen Rahmenplan für das neue Stadtquartier mit einer Werk-

schau und einer Podiumsdiskussion allen Interessierten vorstellen. Die Veranstaltung beginnt um 16 Uhr im Produktionsgebäude 25 auf dem ehemaligen Kellogg-Areal an der Stephankirchenweide (Auf der Muggenburg 30). Der Eingang ist vor Ort ausgeschildert. Die Teilnahme ist kostenfrei, eine Anmeldung nicht erforderlich. ←



## ALTER TABAKSPEICHER ERWACHT ZU NEUEM LEBEN

→ Mit dem Tabakquartier entsteht im vorderen Woltmershausen auf einem Areal von mehr als 20 Hektar eines der größten neuen städtischen Entwicklungsgebiete in Bremen. Geplant sind hier diverse Büro- und Dienstleistungsangebote und vielfältige Wohnformen. Bis zum Herbst 2020 will die Justus Grosse Real Estate GmbH unter anderem im historischen Tabaklager („Alter Tabakspeicher“) 170 individuelle Bürolofts mit besonderem Ambiente und großzügiger Ausstattung herrichten. Inzwischen liegt

die Teilbaugenehmigung für die ersten Projektschritte vor, sodass mit dem Bau des Loftgebäudes begonnen werden kann. Mit den Projekten Alter Tabakspeicher und DIE FABRIK werden bereits jetzt erste große Bauvorhaben als zwei der historischen Grundpfeiler des Gesamtprojekts Tabakquartier umgesetzt. Insgesamt wird Justus Grosse in das Tabakquartier über 450 Millionen Euro investieren. ←

[www.alter-tabakspeicher.com](http://www.alter-tabakspeicher.com) | [www.tabakquartier.com](http://www.tabakquartier.com)

**2018**  
Ein Überblick

**8.332** **ARBEITSPLÄTZE**  
konnte die BAB mit ihren gewerblichen Förderprogrammen sichern.

**507** **NEUE ARBEITSPLÄTZE**  
sind durch diese Programme geschaffen worden.

**1.275** **ENERGETISCHE SANIERUNGEN**  
wurden im Wohnbereich bis 2018 angeschoben.

**3,1** **MIO. EURO FÜR 42 PROJEKTE**  
hat die Bank über ihre Programme für Innovations- sowie Luft- und Raumfahrtförderung bewilligt.

**156** **CROWDFUNDING-VORHABEN**  
haben seit 2015 den „Schotterweg“ gewählt.

**35,8** **MIO. EURO FÜR WOHNRAUMFÖRDERUNG**  
hat die BAB insgesamt in 610 neue bezahlbare Mietwohnungen investiert.

## ENERGIEVERBRAUCH UND KOSTEN SENKEN

→ Der Klimawandel setzt sich fort. Maßnahmen, die dazu dienen, Energie effizienter einzusetzen, um so Emissionen zu senken und Ressourcen zu schonen, werden zunehmend dringlicher. Für Unternehmen bedeutet das: Bevor der Energieverbrauch und die Kosten gesenkt werden können, muss oft zunächst investiert werden. Mit ihrem BAB-Energieeffizienz-kredit will die Bremer Aufbau-Bank Unternehmen, Freiberuflern oder auch Vereinen helfen, diese Hürde zu überwinden.

Mit dem BAB-Energieeffizienz-kredit können bis zu 100 Prozent der Investitionskosten für gewerbliche Investitionen in Anlagen oder Gebäude finanziert werden. Vergeben werden Darlehen zwischen 50.000 und

500.000 Euro, auch kleinere Projekte können dabei unter Umständen berücksichtigt werden. Bereits Energieeinsparungen ab zehn Prozent, gemessen an üblichen oder bisherigen Standards im Unternehmen, lassen sich über die BAB-Darlehen realisieren, sofern dabei gesetzliche Vorgaben zum Energieeinsatz unterschritten werden. Zum Nachweis reicht beispielsweise eine Bestätigung des Lieferanten.

„Unternehmen können so laufende Kosten mit Maßnahmen einsparen, die über unseren Förderkredit zu einem Einheitszinssatz von aktuell 0,25 Prozent sehr günstig zu finanzieren sind“, unterstreicht Ansgar Wilhelm, Leiter Firmen- und Geschäftskunden in der BAB, den doppelten Nutzeffekt des

## BAB LEGT POSITIVE BILANZ 2018 VOR

→ Die BAB – Förderbank für Bremen und Bremerhaven hat eine positive Bilanz für ihr Geschäftsjahr 2018 gezogen. Demnach wurden ihre Fördermittel erneut stark nachgefragt. Durch die Fördermaßnahmen der Bremer Aufbau-Bank wurden mehr als 8.300 Arbeitsplätze gesichert, gut 500 neue geschaffen und Investitionen von rund 305 Millionen Euro ausgelöst. Zudem ist die Starthaus-Initiative, mit der die BAB Gründungsinteressierte und junge Unternehmen unterstützt, offenbar gut angekommen. Mit ihren 136 Veranstaltungen und mittlerweile 80 Netzwerkpartnern hat sie viele wertvolle Impulse geben können. Auch in der Wohnraumförderung konnte die BAB mit der Förderung von 610 Mietwohnungen und 1.275 energetischen Sanierungen punkten. ←

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

Kreditprogramms. Wichtig sei, dass Anträge bei der BAB gestellt würden, bevor mit einem Projekt begonnen werde. Mit einer Laufzeit bis zu 20 Jahren, einem niedrigen Einheitszinssatz und – sofern gewünscht – einer tilgungsfreien Anlaufzeit sei ein niedrigschwelliger Ein-

stieg in eine breite Palette von Projekten möglich. ←

**Bremer Aufbau-Bank GmbH,**  
Kontorhaus am Markt,  
Langenstr. 2–4, 28195 Bremen,  
Tel.: 0421 9600-415,  
mail@bab-bremen.de  
[www.bab-bremen.de](http://www.bab-bremen.de)

## NEUES FINANZIERUNGSANGEBOT FÜR START-UPS

→ Mit MikroCrowd Bremen stellt das Starthaus Bremen und Bremerhaven ein neues Finanzierungsangebot für Start-ups bereit. Start-ups und freiberuflich Tätige, die im Land Bremen einen Betrieb gründen, übernehmen oder fortführen möch-

ten, können sich zunächst beim Starthaus mit ihrer Geschäftsidee bewerben. Der Finanzierungsbedarf des Vorhabens kann maximal 20.000 Euro betragen und wird hälftig durch Crowdfunding und den Mikrokredit begleitet.

Nach positiver Entscheidung durch das Starthaus erstellendie Bewerber eine eigene Crowdfunding-Kampagne über die „Schotterweg“-Plattform.

Nach dem erfolgreichen Abschluss der Kampagne (Erreichung des Fundingziels mit

mindestens 25 Unterstützerinnen und Unterstützern) ist die Voraussetzung für die Auszahlung des Mikrokredits gegeben. ←

[www.starthaus-bremen.de](http://www.starthaus-bremen.de)  
[www.schotterweg-crowdfunding.de](http://www.schotterweg-crowdfunding.de)

## SUCHE NACH DER BREMEN-DNA

→ Welche Überzeugungen bestimmen das Bild der Bremerinnen und Bremer von ihrer Stadt? Peter Siemering, Geschäftsführer Marketing und Tourismus bei der WFB, will es herausfinden.

**Herr Siemering, Sie wollen die „Bremen-DNA“ ausfindig machen, was verstehen Sie darunter?**

**Peter Siemering:** Wir haben schon jede Menge Gästebefragungen gemacht, Marketingstudien und eine groß angelegte Studie für Deutschland und Europa ausgewertet, Bachelor- und Diplomarbeiten studiert, wir wissen viel von unseren Besuchern, Gästen und Meinungsführern. Aber es fehlt bisher die Stimme der Bremer Bevölkerung. Wir werden also Bremer und Bremerinnen fragen, was das wahre Wesen Bremens ausmacht, aus welchen Molekülen Bremen sich zusammensetzt.

**Warum ist Ihnen das wichtig?**

Wir suchen nach Alleinstellungsmerkmalen, und zwar nicht nur unter den sogenannten harten Faktoren. Wichtig ist uns, die Gefühle darüber herauszufinden, was Bremen eigentlich ist, wofür Bremen steht, was Bremen ausmacht und

was Bremen von anderen Städten unterscheidet. Das sind entscheidende Faktoren für diejenigen, die hier Arbeit suchen, die aber vielleicht über Bremen noch nicht so viel wissen, und für die Fachkräfte, die wir hier gern in der Stadt haben wollen. Wir haben genau diese Fragen auch mit Arbeitgebenden in Bremen diskutiert. Diese Ergebnisse wollen wir abgleichen mit dem, was die Bremer Bevölkerung denkt. Wir werden dafür sorgen, dass die zentralen Aspekte daraus in unseren Marketingansatz integriert werden. Der Schlüssel für unsere Arbeit liegt bei der Bremer Bevölkerung.

**Wie werden Sie weiter vorgehen?**

Auf einer neuen Website werden wir vier einfache Fragen stellen – vier in Anspielung auf die vier Bremer Stadtmusikanten und die vier Basen, aus denen die DNA besteht –, und wir rechnen damit, dass sich innerhalb weniger Wochen daraus eine Vielzahl von Antworten ergibt, die wir auswerten können. Und das wird keineswegs ein nüchterner Fragebogen sein, sondern auch spannend werden und Spaß machen. Wir werden auch auf Veranstaltungen mit einem eigenen Stand vertreten sein, Flyer verteilen und die Möglichkeit bieten, uns eine Postkarte zu schicken. Und wir werden das über Social Media kommunizieren, beispielsweise über Facebook und Instagram. ←

[www.bremen.de/dna](http://www.bremen.de/dna)

## „MACH' MAL BLAU“

→ Mit der Unterweser, ihren beschaulichen Nebenflüssen Lesum, Hamme, Wümme, Ochtum und Hunte sowie dem Grambker Sportparksee ist der Bremer Norden ein Eldorado für Wassersportler. Über alle Gewässer, Häfen, Paddelmöglichkeiten, Fahrten mit den Traditionsschiffen und vieles mehr informiert jetzt das neue Wassersportverzeichnis „Mach' mal blau“ der WFB. In einer praktischen Übersichtskarte sind neben Wassersportmöglichkeiten auch 30 Vereine, Wohnmobilstellplätze, Gastronomien, Sanitäranlagen, Badestellen und naturnahe Übernachtungsmöglichkeiten verzeichnet. Das Wassersportverzeichnis liegt bei großen Veranstaltungen im Bremer Norden und am Info-Point im KITO sowie in den Tourist-Informationen in der Böttcherstraße und am Hauptbahnhof aus. Diese und weitere Broschüren zum Bremer Norden gibt es auch zum Download unter [www.der-bremer-norden.de](http://www.der-bremer-norden.de). ←

*Das neue Wassersportverzeichnis ist ein wertvoller Wegbegleiter.*



### 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, Reinhard Wirtz  
wfbnews@wfb-bremen.de  
Lektorat: Gudrun Knafka  
Fotos: WFB, Frank Pusch (S. 3, 4, 6, 7, 8, 10),  
ArcelorMittal (S. 9), Maïke Bialek (S. 12)  
Gestaltung u. Illustrationen: Gerd Jegelka (moltkdesign)  
Druck: Stürken Albrecht GmbH & Co. KG

#### 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 anfordern.

