Ausgabe 1, März 2019, Wirtschaftszeitung

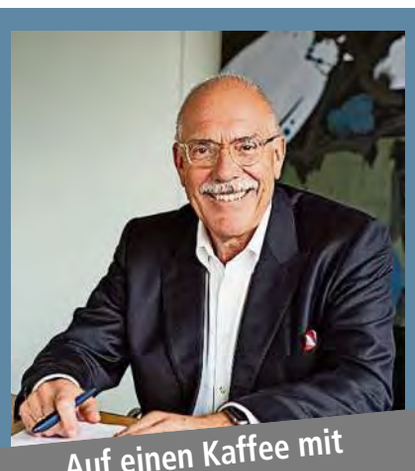
BUSINESS & PEOPLE

DIE WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DIE WESER-ELBE-REGION

Bestnoten aus der Wirtschaft

Sie versorgt Betriebe und Schiffe mit Strom und Wasser schafft die notwendige Infrastruktur, vermietet und verpachtet Gebäude und Gewerbeflächen und managt das 450 Hektar große Gewerbegebiet des Fischereihafens mit Kompetenzen, die sonst nur eine Kommunalverwaltung hat. Aber nicht nur deshalb ist die FBG Bremerhaven einzigartig. In der Standortbefragung der Handelskammer Bremen bezeichneten die Unternehmen im Fischereihafen den Standort als überdurchschnittlich gut. 78 Prozent der von der FBG betreuten Firmen würden den Standort uneingeschränkt weiterempfehlen.

Foto: FBG/Heiko Sandelmann



Auf einen Kaffee mit Dr. Walter Schmel

Europa ist im Alltag allgegenwärtig. Aber nicht jede Regelung der EU-Kommission ist für den Nicht-Fachmann ohne Weiteres verständlich. Das trifft mit dem Thema Erben und Vererben, das viele vermutlich klar als national geregelte Angelegenheit betrachten würden. Beim Treffen auf einen Kaffee macht der Bremerhavener Rechtsanwalt, Notar und Fachanwalt für Erbrecht Dr. Walter Schmel aber schnell deutlich, dass insbesondere Unternehmer sich rechtzeitig juristischen Rat durch versierte Fachanwälte holen sollten.

Fischwirtschaft fürchtet Schiffbruch beim Brexit

Der Ausstieg Großbritanniens aus der Europäischen Union kann unter Umständen schwerwiegende Folgen für die deutsche Fischwirtschaft haben. Im Falle eines ungeregelten Brexits „gehen uns möglicherweise wertvolle Fanggründe rund um die Britischen Inseln verloren", warnt der Geschäftsführer der Doggerbank Seefischerei GmbH, Dr. Uwe Richter.

45 000 Tonnen Heringe pro Jahr

Innerhalb der britischen 200-Meilen-Zone fängt das größte deutsche Hochseefischerei-Unternehmen unter anderem mehr als 45 000 Tonnen Hering pro Jahr und damit etwa 90 Prozent der Kapazität der reederei-eigenen Heringsverarbeitung auf Rügen. Richter fürchtet aber nicht nur die Folgen für die eigene Firma, sondern weist auch auf negative Auswirkungen für die nachhaltige und schonende Fischerei hin: „Niemand weiß, wie in einem solchen Fall die Fangquoten geregelt werden." Die Auswirkungen bekommen nach Überzeugung des Fachmanns nicht nur die Beschäftigten der verarbeitenden Betriebe zu spüren – die Verbraucher müssten sich auf steigende Preise oder sogar Versorgungsengpässe gefasst machen: „Zu den Fanggründen rund um Großbritannien gibt es für uns keine Alternativen."

Ins eigene Fleisch geschnitten

Die mögliche Situation in der Fischerei zeigt aus einem weiteren Blickwinkel die Problematik des Brexit-Gerangels. Wie zum Beispiel in ihrem Nationalgericht Fish 'n' Chips essen die Briten nur weißes Fischfleisch, also Kabeljau, den müssen sie jedoch importieren. Seelachs aus den eigenen Gewässern verschmähen sie dagegen. Einerseits werden sie den Fisch nicht mehr bekommen, den sie mögen. „Andererseits bleiben sie auf Fisch sitzen, den sie bei uns nicht mehr verkaufen können", sagt Frosta-Vorstand Felix Ahlers, dessen Unternehmen Nordsee-Seelachs zu Frikadellen und Schlemmerfilets verarbeitet. Das Absurde: Die Brexit-Bewegung ging in Großbritannien ursprünglich von den Fischern aus, die ihre Fanggründe für sich selbst behalten wollten.

Appell der Unternehmen

Immer mehr Firmen appellieren an ihre Beschäftigten, bei der Europawahl am 26. Mai die Stimme abzugeben. In Oldenburg starteten einige Unternehmen sogar einen gemeinsamen Brief an die Belegschaften.

Von Wolfgang Heumer

Dass sich Unternehmer gegenüber ihren Belegschaften zu grundsatzpolitischen Fragen äußern, ist eher selten. Doch die aktuelle Situation in Europa, die endlose Diskussion um den Brexit und die Spalt-Tendenzen in einigen süd- und osteuropäischen Mitgliedsstaaten scheinen einen Paradigmenwechsel ausgelöst zu haben. Allein in Oldenburg haben sich die Chefetagen aus sechs namhaften Unternehmen an ihre Beschäftigten gewandt und sie dringend gebeten, ihr Stimmrecht bei der Europawahl wahrzunehmen: „Wir als Unternehmen profitieren vom gemeinsamen Wirtschaftsraum, der Binnenmarkt sichert unmittelbar Arbeitsplätze", heißt es in dem Brief, den unter anderem die Vorstände des Fotodienstleisters Cewe Color, der EWE und der Oldenburgischen Landesbank unterschrieben haben.

„Unternehmen arbeiten schon seit langem über alle politischen Grenzen hinweg und wissen, dass wir in Europa nicht ohne die Gemeinschaft sein können", sagt der CDU-Europaabgeordnete und frühere niedersächsische Ministerpräsident David McAllister. Und fast wie ein Stoßgebet fügt er hinzu: „Hätte die britische Wirtschaft bloß vor der Volksabstimmung über den Brexit auch einen solchen Brief an ihre Belegschaften geschrieben."

Wie dem Christdemokraten aus Niedersachsen ist auch dem Bremer SPD-Europaabgeordneten Joachim Schuster der Frust über den politischen Schleuderkurs rund um den Brexit in Großbritannien anzumerken. In Brüssel und Straßburg haben sie sich viele Monate mit dem Hin und Her aus London herumgeschlagen. Nun holt Schuster die von den Briten salonfähig gemachte EU-Kritik auch an den Infoständen im Wahlkampf ein. „Überall wird einem die EU-Verordnung zur Gurkenkrümmung um die Ohren geschlagen", stöhnt er, „dabei wurde die schon 2008 gestrichen." Gegen den populistischen Europa-Skeptizismus sieht er nur ein Mittel im Straßenwahlkampf: „Erklären, erklären, erklären."

. . . und der SPD-Politiker Joachim Schuster, der das Land Bremen in Straßburg und Brüssel vertritt.

Fotos: Heumer

Einig für den europäischen Zusammenhalt: Der CDU-Europaabgeordnete und frühere niedersächsische Ministerpräsident David McAllister . . .

Vertrauensverlust

Für die europäischen Christ- und Sozialdemokraten werden erfolgreiche Erklärungen an den Wahlkampfständen zur politischen Notwendigkeit. Die jüngsten Umfragen bestätigen den Trend, dass sie künftig auf einen Partner zum Erhalt der bestimmenden Mehrheit im Europaparlament angewiesen sind. Und für die Sozialdemokraten ist es zudem noch die Frage, ob die Rechtsextremen möglicherweise doch noch stärker werden als sie selbst. Joachim Schuster erkennt politische Fehler der deutschen Sozialdemokraten als Ursache für den Vertrauensverlust für seine Partei: Dass sie einst die Globalisierung der Wirtschaft aktiv unterstützt habe, „hat bei unseren klassischen Wählern viele Ängste ausgelöst und sie von uns weggetrieben". Schuster erklärt damit den strikteren Abgrenzungskurs der SPD gegenüber der CDU in bundespolitischen Wirtschafts- und Sozialfragen; in der Europapolitik fällt dagegen auf, wie einig sich McAllister und Schuster in vielen Fragen sind.

Übereinstimmend glauben sie zum Beispiel, dass der Brexit neben unüberschaubar vielen negativen Seiten auch sein Gutes hat: „Er hat erkennbar viele Menschen motiviert, für Europa einzutreten", berichten beide Abgeordneten. „Schritt für Schritt entsteht eine europäische politische Öffentlichkeit", freut sich McAllister: „Das muss nur noch in Brüssel ankommen."

Kennen Sie sie auch? Diese Musik im Ohr, die Sie einfach nicht mehr los werden? Die Erkennungsmelodie eines einst staatlichen Telefondienstleisters gehört dazu. Sie nervt spätestens dann, wenn man vier Tage vergebens versucht, mit Hilfe des Call Centers ein technisches Problem zu lösen. „Kann nicht sein“, „wissen wir auch nicht“, „Entschuldigung, das haben wir vergessen“, probieren Sie doch mal“, die Liste der wenig hilfreichen Antworten ist lang. Und dazwischen immer wieder das Glockenläuten. Furchtbar. Aus den Erfahrungen mit Behörden und Ämtern können Unternehmer ähnliches berichten – nicht ohne Grund steht auf den Stellungnahmen der Wirtschaftsverbände bei Wahlen wie jetzt in Bremen immer wieder ganz oben auf der Agenda. Bemerkenswert ist es vor diesem Hintergrund, wenn Institutionen des öffentlichen Dienstes die ausgesprochene Anerkennung der Unternehmer bekommen. So geschehen bei der jüngsten Standortanalyse der Handelskammer Bremen, in der die FBG Bremerhaven höchstes Lob erfuhr. Auch die BIS Bremerhaven bekam in einer weiteren Umfrage Bestnoten. Alles richtig gemacht, kann man da nur sagen. Herzlichen Glückwunsch. Bei beiden Einrichtungen ist das Erfolgsprinzip leicht zu erkennen: Es ist die Kombination aus einer funktionierenden Organisation und engagierten Menschen, die in dieser Organisation arbeiten. Welches Engagement Unternehmer zeigen und wo Engagement in der Elbe-Weser-Region erforderlich ist, gehört zu den Themen dieser Ausgabe. Ich wünsche Ihnen eine angenehme Lektüre.

Ihr Wolfgang Heumer

Im Gespräch

03
Auf einen Kaffee mit …
Unser Gesprächspartner heute: Dr. jur. Walter Schmel, Rechtsanwalt und Notar in Bremerhaven. Als Fachanwalt für Erbrecht ist er der Spezialist auch für Fragen rund um die richtige Nachfolgeregelung in Familienunternehmen. Natürlich ist das auch eines der zentralen Themen beim Treffen auf einen Kaffee.

06
Befriedigend
Zwei von drei Unternehmern im Land Bremen würden Bremen und Bremerhaven ansiedlungswilligen Firmen empfehlen. Aber mit Blick auf die Standortqualitäten für die Wirtschaft sehen sie teilweise großen Handlungsbedarf. Das zeigt die aktuelle Standortumfrage der Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven.

07
Dauerlauf mit PUMA
BLG Logistics beweist Ausdauer, Fitness und Spurtkraft: Die Bremer Logistikspezialisten werden ab 2020 das neue Distributionscenter des Sportartikelherstellers PUMA im unterfränkischen Geiselwind betreiben.

09
Wegweiser zu Innovationen
Mitten in der Stadt und mitten im Geschehen: Die Hochschule Bremerhaven stärkt ihr praxisnahes Angebot für die Wirtschaft in der Region – und hat mit Benjamin Küther (39) jetzt einen direkten Ansprechpartner für Unternehmen, die in der Hochschule einen Kooperationspartner suchen.

Zukunft

10
Bremerhaven: Maritim tagen am Fluss der Zeit
Mit einem Service aus einer Hand will Bremerhaven das Tagungs- und Eventgeschäft ankurbeln und damit gleichzeitig aktiv Wirtschaftsförderung betreiben.

12–13
Sahnestück statt Cornflakes
Kindergärten, Schule, Parks und Reihenhäuser: In den Plänen ist schon jede Menge Leben auf dem einstigen, 15 Hektar fassenden „Kellogg“-Gelände in der Bremer Überseestadt eingezogen. Ab 2021 soll mit der Bebauung begonnen werden. Jedoch schließt Investor Dr. Klaus Meier nicht aus, dass das Quartier „Überseeinsel“ schon früher zum Anlaufpunkt wird.

15
Mit Leidenschaft
Sich Ziele zu setzen, ist eine wichtige Basis für den beruflichen Erfolg. Bei Marc Burkhardt kommen zwei entscheidende Faktoren hinzu: „Ich habe einfach Spaß an der Arbeit“, sagt der Inhaber der Behrens Raumausstattung in Bremerhaven. Und er hat ein engagiertes Team: „Wir sind wie eine große Familie von Experten.“

Handwerk

17
Auf die Zukunft vorbereiten
Die Arbeitsagentur fördert verstärkt Beschäftigte in ungekündigten Arbeitsverhältnissen. Das „Qualifizierungschancengesetz“ nützt auch Arbeitgebern.

18
„Seaports“ sind optimistisch
Der Containerterminal Wilhelmshaven entwickelt unter den neun niedersächsischen Seehäfen starkes Wachstumspotenzial.

20–21
Wenn Maschinen wie „bei Muttern“ kochen
Zusatzstoffe in Lebensmitteln gehören zum Dauerstreitthema zwischen Industrie und Verbraucherschützern. Der Bremerhavener Tiefkühlkosthersteller Frosta hat vollständig darauf verzichtet.

Spezial

25
Special Tourismus
In diesem Jahr feiert das fantastische Quartett seinen 200. Geburtstag. Und der wird in Bremen mit dem „Stadtmusikantensommer“ gefeiert.

IMPRESSUM

Business & People – Die Wirtschaftszeitung für die Weser-Elbe-Region.
Ausgabe März 2019

Herausgeber:
Nordwestdeutsche Verlagsgesellschaft mbH
Hafenstraße 142
27576 Bremerhaven

Anzeigen- und Objektleitung:
Markus Djürken

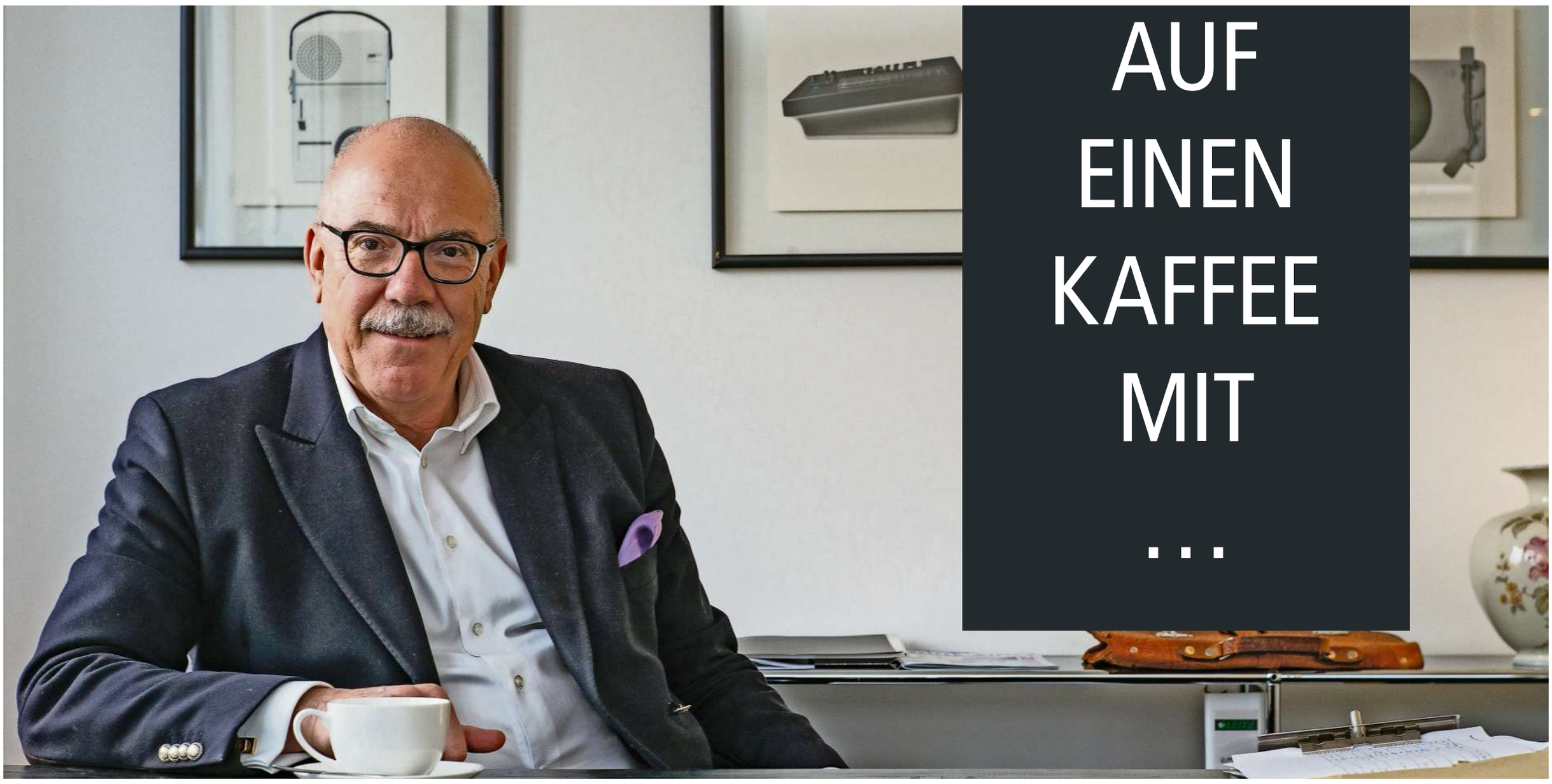
Redaktion:
Wolfgang Heumer

Layout:
Sonderthemenredaktion der NORDSEE-ZEITUNG

E-Mail:
magazine@nwd-verlag.de

Telefon: (04 71) 59 18-1 33

Druck: Druckzentrum Nordsee der NORDSEE-ZEITUNG GmbH, Bremerhaven



AUF EINEN KAFFEE MIT ...

Unser Gesprächspartner heute: Dr. jur. Walter Schmel, Rechtsanwalt und Notar in Bremerhaven. Als Fachanwalt für Erbrecht ist er der Spezialist auch für Fragen rund um die richtige Nachfolgeregelung in Familienunternehmen. Natürlich ist das auch eines der zentralen Themen beim Treffen auf einen Kaffee.

Reicht die Zeit für einen Kaffee heutzutage überhaupt noch aus für einen Exkurs in juristische Themen? Das Recht wird auch durch die Regelungen der EU immer komplizierter…

In der Tat haben wir inzwischen starke Einflüsse der EU selbst auf Rechtsnormen, die mit Europa nichts zu tun haben. Das Erbrecht beispielsweise wird seit 2012 anders geregelt als früher. Wenn früher jemand verstarb, war seine Staatsangehörigkeit dafür entscheidend, welches Erbrecht galt. Das war einleuchtend: Auch wenn ein Deutscher im Ausland verstirbt, sollte für ihn das deutsche Erbrecht gelten. Doch die EU hat das geändert: Seit 2014 richtet sich das Erbrecht nach dem Land, in dem man lebt. Das bringt zum einen die Frage, wie lange man sich in einem Land aufhalten muss, um zu sagen: Der lebt in Spanien. Für Deutsche, die auf Mallorca leben, kann das zur Konsequenz haben, dass spanisches Erbrecht gilt. Eines der Probleme: Jede spanische Provinz hat ein anderes Erbrecht.

Wie behält man da den Überblick?

Eigentlich gar nicht. Deswegen empfehlen wir in unseren Erbfolge-Beratungen, eine Rechtswahl zu treffen. Sie können festlegen, dass Sie ausdrücklich deutsches Erbrecht wählen. Aber auch das ist nicht ganz ohne juristische Herausforderungen: Unter Umständen wäre es günstiger gewesen, ein ausländisches Erbrecht zu wählen. Das ist aber sehr aufwendig zu klären, zumal nicht immer abzusehen ist, in welchem Land jemand später wohnen wird. Das ist ein Beispiel dafür, wie massiv das EU-Recht in den Alltag von Unternehmern hinein wirkt.

Das kann extreme Auswirkung haben . . .

Ja, in der Tat. Dazu kommt noch, dass die Behörden und Gerichte in den einzelnen europäischen Staaten höchst unterschiedlich arbeiten. In vielen europäischen Ländern sind zudem schon allein die Anwaltskosten erheblich höher als bei uns. Eigentlich braucht jeder Unternehmer einen Juristen, der ihn ständig begleitet. Auch ein Jurist benötigt sehr viele Spezialkenntnisse, die der einzelne Unternehmer gar nicht haben kann. Das ist einer der Gründe für mich, eine größere Kanzlei zu führen, die dieses breite Spektrum an Recht fachlich abbilden kann. Einerseits hat jeder Anwalt hier den direkten persönlichen Kontakt zu seinen Mandanten, der sehr wichtig ist. Andererseits kann er jederzeit den spezialisierten Fachanwalt für das jeweilige Thema hinzuziehen. Wenn ich beispielsweise mit jemandem über das Thema der Unternehmensnachfolge spreche, kommt vielleicht der Fachkollege hinzu, der sich auf die das Arbeitsrecht betreffenden Aspekte spezialisiert hat. Zu einem Anwalt, der glaubt, alle rechtlichen Probleme zu beherrschen, würde ich persönlich nicht gehen.

Wie hält man sich auf der Höhe der Zeit? Die Sammlung von Bundesgesetzblättern hier im Büro lässt ahnen, wie umfangreich das Recht ist.

Das geht nur durch ständige Fortbildungen auf jedem Fachgebiet, auf das man sich spezialisiert hat. Bei mir zum Beispiel sind das vier Rechtsgebiete: das Erbrecht, das Notariat, das Verwaltungsrecht und die Mediation. Pro Rechtsgebiet hat man die Pflicht zu mindestens 15 Fortbildungsstunden pro Jahr. Das reicht allerdings nicht, um alles zu erfassen. Eigentlich sind Sie in einem permanenten Fortbildungsmodus. Natürlich muss man nicht alles akribisch auswendig lernen und verinnerlichen. Man muss erkennen, wo die Probleme sind. Und man muss wissen, wer die Lösungen bietet. So würde ich nie eine Beratung zu einem Unternehmertestament geben, ohne den Steuerberater mit einzubinden. Der steckt viel tiefer in dem Unternehmen, als ich selbst es jemals leisten könnte. Umgekehrt gilt das natürlich auch. In Erbrechtsfragen kann ein Steuerberater nicht so tiefgreifendes Wissen haben wie ein spezialisierter Fachanwalt.

Ein Unternehmer, der solchen Themen allein gegenüber steht, scheint schnell verloren zu sein . . .

Für die meisten Themen haben mittelständische Unternehmer normalerweise vernünftige Berater. Aber leider haben sie nur selten ihre Unternehmensnachfolge geregelt. Das ist natürlich ein Bereich, in den neben dem Juristischen viel Menschliches einfließt. Der Patriarch hat das Unternehmen aufgebaut, nun muss er bereit sein, es an die nächste Generation abzugeben. Leider meint der Senior häufig, es besser zu wissen als der Junior. Da ist die Aufgabe des Beraters, psychologisch vorzugehen. Ich höre das regelmäßig: „Wir wollten ja schon längst zu Ihnen kommen.“ Manchmal ist es plötzlich zu spät. Häufig ist es so, dass jemand schwer erkrankt. Dann mag man dem nicht sagen: Nun mach mal dein Testament. Das sind Situationen, die zu schweren Problemen in dem Unternehmen oder auch in der Familie führen können. Im Grunde sind es zwei Dinge, die ein Unternehmer beachten muss: er muss zum einen die Person bestimmen, die sein Werk fortführen soll. Und er muss diese Person schon zu Lebzeiten entsprechend ausstatten, dass er das auch wirklich kann.

Ist das ein goldener Mittelweg, loszulassen und doch noch festzuhalten?

Nein, das ist und kann nur eine Zwischenlösung sein. Es muss schon frühzeitig geregelt sein, wer der Erbe und Nachfolger wird. Jede Bank erwartet bei Ihrem Rating, dass Sie die erbrechtlichen Regelungen getroffen haben. Das kann ein Unternehmen in den Ruin stürzen, wenn man das nicht geregelt hat und glaubt, mir passiert das nicht. Da ist es wichtig, dass man auch als Berater ein gewisses Alter erreicht hat und erkennbar die Erfahrung mitbringt.

Wird es Ihnen schwerfallen, Ihre Kanzlei irgendwann einmal abzugeben?

Ich habe junge Kollegen im Haus, die das übernehmen werden. Aber auch mir fällt das natürlich nicht leicht. Deswegen habe ich durchaus Verständnis dafür, wenn jemand als Unternehmer zögert. Für mich ist das schon seit mehr als 20 Jahren ein wesentliches Thema. Wir sind praktisch die einzigen Fachanwälte für dieses Thema im nördlichen Weser-Elbe-Dreieck.

„Besonders großer Handlungsbedarf“

Die zentralen politischen Themen, die die Wirtschaft im Land Bremen beschäftigen, sind vor wenigen Wochen in der Standortumfrage der Handelskammer unterstrichen worden.

Von Wolfgang Heumer

Ein insgesamt befriedigendes Urteil ist aber auch kein gutes Urteil“, lautet der Schluss der Kammer aus dem eher zur „3“ tendierenden Zeugnis für den Ist-Zustand im Zwei-Städte-Staat. Zu den „Feldern mit besonders großem Handlungsbedarf“ zählen: Bildung, Wohnungsmarkt, Stadtentwicklung und speziell die Innenstadtentwicklung sowie der Ausbau der Infrastruktur.

Der Überblick

Bildung: Seit den Pisa-Studien über das Niveau bremischer Schulen steht das Thema Bildung ganz oben auf der Agenda der Wirtschaft. Mittlerweile empfinden 71 Prozent der Unternehmen im Land laut Kammer „den Fachkräftemangel als eines der größten Geschäftsrisiken“. Ende 2018 warnte der damalige Präses Harald Emigholz deshalb: „Der Fachkräftemangel schadet der Entwicklung der bremischen Wirtschaft. Wir müssen dafür sorgen, dass die Jugendlichen im Land Bremen mit den bestmöglichen Voraussetzungen für ein erfolgreiches Erwerbsleben aus den Schulen entlassen werden.“

Wohnungsmarkt: Die Entwicklung des Wohnungsmarktes ist wichtig bei der Suche nach Fachkräften. Bremen und Bremerhaven müssen qualifizierte Beschäftigte aus der gesamten Bundesrepublik an die Weser holen. Eine der Voraussetzungen dafür ist angemessener Wohnraum. „Die Städte Bremen und Bremerhaven sollten sich überdies intensiv darum bemühen, überregional als attraktiver Wohnort wahrgenommen zu werden“, betonte die Kammer vor der Landespressekonferenz.

Stadtentwicklung: Eines der zentralen Themen ist die künftige Entwicklung des Landes, zu der der Senat die Zukunftskommission eingerichtet hatte. Doch in dem dazu in vielen Diskussionsrunden entwickelten Papier „Zukunft Bremen 2035“ vermisst die Handelskammer Konkretes. Die Kammer hatte dazu schon Monate zuvor ein eigenes Papier herausgebracht. Eine der expliziten Forderungen darin, für die Stadt Bremen sei eine Dispositionsreserve an Gewerbeflächen von 150 Hektar und 2500 Wohnneubauten pro Jahr notwendig. „Diese messbaren Ziele hatte die Handelskammer gezielt in die Arbeitsrunden der Zukunftskommission eingebracht; sie wurden aber nicht aufgenommen“, kritisiert die Kammer.

Innenstadtentwicklung: Zu den neuralgischen Punkten in der Politik zählt die Innenstadtentwicklung. Auch dabei stieß die Kammer im Papier der Zukunftskommission auf Alarmierendes: Das Ziel, „den Individual- und Lieferverkehr zu reduzieren, widerspricht unserer Vorstellung von wachsenden Städten. Vielmehr ist eine intelligente, IT-gestützte Verbesserung der Verkehrsabläufe aller Verkehrsarten nötig“, heißt es in einer Stellungnahme. Die Innenstadtentwicklung beschäftigte auch den jüngsten Gästeabend des Handelsverbandes. „Neben attraktiven Angeboten und erkennbaren Wegebeziehungen innerhalb der Stadt ist vor allem die gute Erreichbarkeit der Innenstadt von außerhalb mit allen Verkehrsträgern besonders wichtig“, betonte dort Janina Marahrens-Hashagen, Präses der Handelskammer Bremen. Ein Jahr zuvor war beim Gästeabend bereits die „Bremer Erklärung“ gemeinsam mit der City Initiative Bremen, dem Dehoga Bremen und der Architektenkammer unterzeichnet worden. Darin stehen Kriterien für eine nachhaltige Stärkung des Standortes: Verlässliche Bedingungen für Investoren, eine abgestimmte Verkehrspolitik, Investitionen in die Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raumes.

Infrastruktur: Die Stellungnahme zur Innenstadtentwicklung – sie gilt sinngemäß auch für Bremerhaven – findet ihre Ergänzung in der Haltung zu Fragen der Infrastruktur. Aktuell sind es nicht nur die Einschränkungen auf der Autobahn A27 und die Probleme für den Güterkraftverkehr, die der Wirtschaftsvertretung Sorge bereiten. Immer wieder klagen die Gewerbetreibenden in der Bremer Innenstadt, erheblich unter Baustellen und der eingeschränkten Erreichbarkeit für Kunden zu leiden. Die Befürchtung der Kammer, Bremen könne der Rolle als Oberzentrum der Region angesichts der Infrastrukturprobleme nicht mehr gerecht werden, gilt dabei auch für Bremerhaven. Einen besseren Verkehrsfluss erwartet die Wirtschaft aber nicht nur auf den Straßen, sondern auch auf den Daten-Autobahnen. Die Forderung nach einem schnellen Ausbau des Breitbandnetzes gehört zu den Dauerthemen in den Unternehmen.

Orientierungshilfe zur Wahl

Wer die Wahl hat, hat die Qual. Wirklich? Zumindest für die Entscheidung über die künftige Zusammensetzung der Bremischen Bürgerschaft und der Stadtverordnetenversammlung in Bremerhaven trifft die Volksweisheit nicht zu. Denn Politik findet nicht nur am Wahltag, dem 26. Mai, statt, sondern tagtäglich eine ganze Legislaturperiode lang (und darüber hinaus). Natürlich sind Orientierungshilfen kurz vor dem Urnengang immer nützlich. Die Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven will deshalb Anfang April ein detailliertes Positionspapier zu den Erwartungen der Wirtschaft an die Politik in Bremen und Bremerhaven veröffentlichen. Welche Themen den Unternehmen im Land Bremen und seinen beiden Städten auf den Nägeln brennen, ist Dauerthema in der Interessensvertretung der Wirtschaft im Zwei-Städte-Staat. Ein Blick auf die Veröffentlichungen aus Sitzungen und Konferenzen der Handelskammer-Gremien der vergangenen vier Jahre lässt die wesentlichen Anforderungen an die Politik erkennen. Business & People hat sie auf diesen beiden Seiten einer Zusammenfassung der wirtschaftspolitischen Themen in den Wahlprogrammen von SPD, CDU, Bündnis 90/Die Grünen, FDP und Die Linke gegenübergestellt.

SPD

Der tiefgreifende Strukturwandel im Land Bremen der vergangenen Jahrzehnte ist für die SPD Vorbild für ihre künftige Wirtschaftspolitik.

Für die Sozialdemokraten haben sich aus den Krisen der jüngeren Vergangenheit neue industrielle Kerne unter anderem in der Automobilindustrie, der Nahrungsmittelbranche, der Luft- und Raumfahrt sowie ein weiterer Schwerpunkt im Dienstleistungsbereich herausgebildet. Auch wenn sie in ihrem Wahlprogramm die Erfolge der Vergangenheit feiert, sieht die SPD bereits den Beginn eines neuen Strukturwandels. Die fortschreitende Digitalisierung von Technik, Arbeit und Wirtschaft offensiv als Chance für den Wirtschaftsstandort Bremen zu nutzen, ist in der Überzeugung der Sozialdemokraten „die große und übergreifende Aufgabe für die nächsten Jahre“.

Als einzige große Partei hat die SPD ihr Wahlprogramm nicht nach wirtschaftspolitischen Zielsetzungen, sondern nach den großen Wirtschaftszweigen geordnet.

In der Industriepolitik will die SPD die Stärken Bremens als sechstgrößter Industriestandort in Deutschland stärken. Neben konkreten Perspektiven für neue Industrieflächen setzen die Sozialdemokraten auf die Entwicklung neuer Handlungsfelder wie beispielsweise die E-Mobilität.

Das lokale und regionale Handwerk ist für die SPD mit seiner großen Anzahl von Arbeitsplätzen ein wichtiger Akteur auf dem Ausbildungsmarkt. Mit einem Masterplan Handwerk sollen die Betriebe sowohl durch geeignete Gewerbeflächen als auch bei Ausbildungs- und Qualifizierungsthemen und eine gezielte Förderung bei der öffentlichen Auftragsvergabe unterstützt werden.

Im wachsenden Dienstleistungssektor setzt die SPD insbesondere auf den Bereich der wissensbasierten Dienstleistungen. Gute Entwicklungschancen und einen entsprechenden Förderbedarf sieht die Partei vor allem in den Bereichen IT, produktionsorientierter Forschung, Medizintechnik und Logistik.

Die Häfen sind für die SPD die Lebensadern von Bremen und Bremerhaven. Nachdrücklich plädieren sie für die Vertiefung von Außen- und Unterweser. Dem Neustädter Hafen in Bremen geben sie eine besondere Perspektive im Bereich Schwergut- und Projektladung. Ebenso halten sie am Offshore-Terminal Bremerhaven mit der expliziten Nutzung für die Windkraftindustrie fest. Neben der Erneuerung der alternden Hafeninfrastruktur spricht sich die SPD für eine Weiterentwicklung der Häfen und eine Erweiterungsoption für den Fischereihafen in Bremerhaven aus.

Innovation ist ein Thema über alle Wirtschaftszweige hinweg. Ein Augenmerk der SPD ruht darauf, die infrastrukturellen Voraussetzungen für die weitere Digitalisierung zu schaffen

CDU

Ein „schnelles und nachhaltiges wirtschaftliches Wachstum in Bremen und Bremerhaven“ steht für die CDU im Mittelpunkt des Wahlprogramms.

Neben den traditionellen Clustern Handel, Häfen und Schifffahrt setzen die Christdemokraten auf moderne Wirtschaftszweige wie Luft- und Raumfahrt, Windenergie, Logistik und Automotive. Eine wachsende Bedeutung sollen Life Science, Künstliche Intelligenz und „innovative Materialien“ bekommen. Einen Wirtschaftszweig mit Zukunft sehen die Christdemokraten in der Hotellerie und Gastronomie sowie im Tourismus. „Besonders am Herzen liegt uns das Handwerk in Bremen und Bremerhaven“, heißt es in dem Programm. Für Bremerhaven sieht die CDU „auch zukünftig einen überproportionalen Anteil öffentlicher Investitionen in Bremerhaven auf der Grundlage einer verlässlichen Investitions- und Sanierungsvereinbarung“ als notwendig an. Zu den Eckpfeilern des CDU-Wirtschaftsprogramms zählen:

▷ **eine vorausschauende Flächenpolitik** mit einer verbesserten Abstimmung zwischen Bremen und Bremerhaven, mindestens 40 Hektar pro Jahr in der Stadt Bremen neu zu erschließen. Kleinteilige Gewerbegebiete sollen vor allem dem Handwerk angeboten werden.

▷ **eine Infrastruktur** mit einer intelligenten Verkehrsführung. Diese gilt insbesondere der guten Erreichbarkeit der Häfen in Bremen und Bremerhaven. Ein besonderes Augenmerk widmet die CDU dem Flughafen Bremen, dessen Attraktivität für Flugreisende und Fluggesellschaften ausgebaut werden soll.

▷ **steuerliche Rahmenbedingungen**, die Unternehmen nicht schlechter stellt als im niedersächsischen Umland. Dies gilt insbesondere für die Höhe der Gewerbesteuer.

▷ **eine wirtschaftsnahe Wissenschaftsstruktur**, die mit den Unternehmen insbesondere bei technologischen Innovationen eng kooperiert. Dazu gehören hochschulnahe Gründerzentren, ein Bremer Start-up-Fonds, an dem sich Banken, Versicherungen und Bürger beteiligen können.

▷ **eine wirtschaftsfreundliche Kultur,** die in der Verwaltung Gründergeist fördert: „Es gilt der Grundatz „Privat vor Staat“ sowie das Ziel, die Planung und Realisierung von Infrastrukturprojekten durch ÖPP (Öffentlich-Private-Partnerschaft) zu beschleunigen.

▷ **die Häfen** als Dreh- und Angelpunkt einer Wirtschaft, die vom Export abhängig ist und größte Bedeutung für alle entscheidenden Branchen in ganz Deutschland hat. Dabei sprechen sich die Christdemokraten für eine intensivere Kooperation der norddeutschen Standorte aus. Ausdrücklich unterstreicht die CDU ihr Festhalten am Offshore-Terminal Bremerhaven und will parallel dazu ein neues Planfeststellungsverfahren für ein allgemeines Schwerlastterminal auf den Weg bringen.

BÜNDNIS 90 / DIE GRÜNEN

Positionen zu Umwelt-, Natur- und Klimaschutz prägen das Wahlprogramm der Grünen im Land Bremen und darin auch das Thema Wirtschaft

In ihrem Positionspapier beschreibt die Partei ihre Vorstellungen vom Land und seinen beiden Städten in der Zukunft. Die Visionen orientieren sich dabei an Maßstäben, die die Lebensqualität in beiden Kommunen sowie den Erhalt der Lebensgrundlagen in den Vordergrund rücken. In jedem Kapitel benennen die Grünen drei konkrete Projekte, die sie nach der Wahl umsetzen wollen. Bereits in der Präambel betonen die Grünen, dass ab 2020 ein Paradigmenwechsel in der Politik stattfinden kann. Nachdem in den vergangenen zwölf Jahren unter der Ägide der Grünen ein harter Sparkurs gesteuert und die Neuverschuldung Bremens auf Null gebracht worden sei, sehen die Grünen Spielraum für Investitionen. Ab 2020 bekommt das Land jährlich eine Zuweisung von 400 Millionen Euro von Bund und Ländern.

Das Wahlprogramm enthält an vielen Stellen programmatische Forderungen mit potenziellen Auswirkungen auf einzelne Wirtschaftszweige wie beispielsweise das Thema einer autofreien Innenstadt. Im Kapitel Wirtschaft kündigen die Grünen an, den ökonomischen Erfolg des Landes an den Bedürfnissen von Menschen und Umwelt zu messen. Der Fokus liege auf einer Modernisierung der Wirtschaft. Neue Technologien zählen für die Grünen ebenso dazu wie die erneuerbaren Energien, für deren Industrie sie einen Schwerpunkt in Bremerhaven sehen. Gleichzeitig betonen sie, ab 2020 die befristet erhöhte Gewerbesteuer abzusenken.

Konkret benennen die Grünen folgende Projekte:

▷ **Grüne Wirtschaft:** die Grünen wollen den Einsatz von Umwelttechnologien und erneuerbaren Energien in der Wirtschaft beschleunigen und unterstützen innovative Ideen zu Ressourceneffizienz und Kreislaufwirtschaft. Nachhaltigkeit und Orientierung am Gemeinwohl sollen Grundpfeiler der Wirtschaft im Land Bremen werden. Bremen soll sich europaweit zu einem der wichtigsten Zentren der emissionsfreien Mobilität entwickeln.

▷ **Zwei neue Fördercluster:** die Partei will die bestehenden Wirtschaftsförderprogramme nutzen, um nachhaltige Unternehmensgründungen im Bereich der wissensbasierten Dienstleistungen und der forschungsintensiven Unternehmen zu stärken. Auch die Gesundheitswirtschaft soll entsprechend gefördert werden.

▷ **Gründer und Gründerinnen für einen Unternehmensstart gewinnen:** Die Grünen wollen die Start-up-Landschaft in Bremen und Bremerhaven beleben und die Mikrokreditförderung von Gründern und Gründerinnen erleichtern. Das START-Haus soll zentrale Anlaufstelle werden. Ein Fokus liegt auf der Förderung sozial verantwortlicher Unternehmen.

Freie Demokraten FDP

Mit ihrer Wirtschaftspolitik will die FDP, dass Bremen „in den Bereichen Wachstum und Beschäftigung zu den Bundesländern aufschließt“.

Eine wichtige Voraussetzung dafür sehen die Freien Demokraten im Bürokratieabbau und einer Effizienzsteigerung in der öffentlichen Verwaltung. Digitale Schnittstellen in der Kommunikation zwischen Wirtschaft und Verwaltung „statt einer wilhelminischen Papieradministration verbessern die Leistung und Qualität und würden Bremen in den Ratings und Vergleichsstudien sofort besser stellen“, heißt es im Wahlprogramm. Die FDP verknüpft ihre wirtschaftspolitischen Zielsetzungen eng mit den Themen Arbeitsmarktpolitik und Armutsbekämpfung. Ein ausreichendes Angebot zur Kinderbetreuung berufstätiger Eltern zählen für die Liberalen zu einer umfassenden Arbeitsmarkt- und Anti-Armutspolitik wie gezielte Bildungsprogramme im Bereich neuer Berufsbilder sowie eine Lockerung des Arbeitsverbotes für Flüchtlinge.

Zu den Kernpunkten des FDP-Wahlprogramms gehören:

▷ **eine bedarfsgerechte Bereitstellung von Gewerbeflächen,** insbesondere für die mittelständische Wirtschaft. Der Bedarf der Wirtschaft ist laut FDP derzeit doppelt so hoch wie die Leistungsfähigkeit der Verwaltung, neue Flächen zu schaffen.

▷ **der Bürokratieabbau,** den die Liberalen als wesentlich für eine Stärkung der Wirtschaft ansehen. „Die öffentlichen Verwaltungen müssen Schritt halten mit der Innovationsdynamik der Unternehmen“, heißt es im Programm. Digitale Schnittstellen „sparen bei der Wirtschaft und der Verwaltung viele Ressourcen und Kapital ein, das an anderer Stelle besser genutzt werden kann“.

▷ **eine Unterstützung des Generationswechsel in den Unternehmen.** Über eine Beratung der Unternehmer hinaus „ ist der Blick auf die Finanzierung zu richten. Wenn ein starkes Signal an Nachfolge-Interessenten gesendet werden soll, müssen zwingend gleiche Voraussetzungen bei der Zuschussgewährung geschaffen werden“. Unter Umständen müsse das Land auch Mitarbeiterbeteiligungen an Unternehmen finanziell fördern.

▷ **mehr verkaufsoffene Sonntage** und längere Öffnungszeiten bei Sonderveranstaltungen. Wenn der stationäre Einzelhandel selbst über Sonntagsöffnungen entscheiden kann, gewinnt er für die FDP die Chance, dem Online-Handel Paroli zu bieten. Längere Öffnungszeiten bei bestimmten Großveranstaltungen könnten dem Handel zusätzlich nutzen.

▷ **bessere Verkehrsanbindungen** der Häfen auf dem Wasser, der Straße und der Schiene. Dazu zählt die FDP den Ausbau der Mittelweser und der Außenweser. Die Freien Demokraten wollen außerdem verstärkt in den Ausbau und Erhalt der Hafeninfrastruktur investieren.

DIE LINKE.

Wirtschaftspolitik ist für die LINKE vor allem ein Bereich, den sie mit dem Blick auf Arbeitnehmer-Einkommen und Entlohnung betrachtet.

Im Ökonomie-Teil ihres Wahlprogramms hat sie Themen wie die Forderung nach einer Erhöhung eines Landes-Mindestlohns als wesentlichen Beitrag zur Armutsbekämpfung gerückt. Außerdem schlägt sie ein Landes-Tarifbindungsgesetz vor, das die Vergabe von öffentlichen Aufträgen in allen Bereichen an eine grundsätzliche Tariftreue des Auftragnehmers koppelt. Außerdem soll die öffentliche Hand im Land Bremen grundsätzlich auf Leiharbeit verzichten. In einem weiteren Punkt fordert die Linke, dass die Aufsicht und Kontrolle von Unternehmen verstärkt wird. Zudem soll die Arbeit im öffentlichen Dienst so bezahlt werden und unbefristet sein, dass sie mit den Rahmenbedingungen in der Privatwirtschaft konkurrieren könne.

Zu den weiteren Schwerpunkten der Wirtschaftspolitik zählt die Linke:

▷ **eine Ausweitung** der Programme für öffentlich geförderte Beschäftigung. Insbesondere geht es dabei um die Beschäftigung von Personen, die erfolgreich an Förderprogrammen teilgenommen und trotzdem keinen Arbeitsplatz gefunden haben.

ein Recht auf Ausbildung: Nach Ansicht der Linken entziehen sich viele Bremer Unternehmen der Verantwortung, Nachwuchskräfte auszubilden. Dies versperre jungen Menschen die berufliche Perspektive und verstärke den Fachkräftemangel. Pro Jahr müssten 2200 neue Ausbildungsplätze geschaffen werden; für die Finanzierung will die Linke eine Landesausbildungsumlage von der Wirtschaft erheben.

▷ **eine aktive Gestaltung des Strukturwandels** in beiden Städten: trotz einiger Bemühungen ist die Wirtschaftsförderung im Land für die Linke noch zu sehr vom Blick auf die industriellen Branchen dominiert. Um die Bandbreite zu erhöhen sollen die Ernährungs- und die Gesundheitswirtschaft in die Clusterstrategie des Landes aufgenommen werden. Neben einem Masterplan Industrie sei auch ein Masterplan Dienstleistungen erforderlich.

▷ **ein Masterplan Innovation:** Die Linke will die öffentlichen und privaten Ausgaben für Innovation und Forschung erhöhen, damit Bremen auf das Niveau anderer Städte komme. In dem Plan „müssen die Stärken eines Stadtstaats eine wichtige Rolle spielen, etwa das Potenzial des öffentlichen Sektors und der öffentlichen Unternehmen, Vorreiter für Innovationsgeschehen zu sein“, heißt es im Programm.

▷ **Rekommunalisierung** der öffentlichen Daseinsvorsorge: Wasserversorgung, Stadtreinigung und Müllabfuhr sollen Kommunalunternehmen übertragen werden. Unter dem Stichwort „solidarische Ökonomie“ fordert die Linke die Bildung von Genossenschaften und eine Gesetzesinitiative für ein Vorkaufsrecht der Belegschaften bei Unternehmensverkäufen.

Befriedigend

Zwei von drei Unternehmern im Land Bremen würden Bremen und Bremerhaven ansiedlungswilligen Firmen empfehlen. Aber mit Blick auf die Standortqualitäten für die Wirtschaft sehen sie teilweise großen Handlungsbedarf. Das zeigt die aktuelle Standortumfrage der Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven.

In der Schule würden die Noten problemfrei für eine Versetzung reichen. Doch für einen anspruchsvollen Wirtschaftsstandort wie das Land Bremen sind die Beurteilungen der dort ansässigen Unternehmer mal gerade ausreichend, auch wenn der Wert von 2,9 dem schulischen „befriedigend“ entspreche. Zu dieser Bewertung kamen rund 800 Unternehmer mit mehr als 46 000 Beschäftigten, als sie in der Umfrage der Handelskammer die Situation in Bremen und Bremerhaven anhand von 40 einzelnen Faktoren benoteten. Bremerhavener Unternehmen sind laut der Befragung etwas zufriedener und bewerten ihren Unternehmensstandort mit einer 2,7. In der Seestadt zeigen sich vor allem die Umfrageteilnehmer mit Sitz im Fischereihafen zufrieden.

Nach Angaben der Handelskammer sehen die Unternehmen besonders großen Handlungsbedarf in der Sicherheit und öffentlichen Ordnung sowie bei den Schulen des Landes. „Der Bildungsqualität von der Kindertagesstätte bis zur Berufsausbildung müssen wir in Bremen eine hohe Priorität einräumen. Das ist gerade auch als Maßnahme gegen den Fachkräftemangel sehr wichtig“, sagt Janina Marahrens-Hashagen, Präses der Handelskammer Bremen. „Bremen hat sehr gute öffentliche und private Universitäten und Hochschulen, ein großer Vorteil bei der Gewinnung von hochqualifizierten Fachkräften, den wir stärken und nach außen kommunizieren müssen“, so Präses Marahrens-Hashagen.

Internet ist wenig zufriedenstellend

Die Standortumfrage offenbart ebenfalls Mängel in der Versorgung mit einem schnellen Internet. Dies wird aktuell als wenig zufriedenstellend, aber gleichzeitig sehr wichtig für den Standort bewertet.

Auch in der Verwaltung erkennen die Befragten noch Luft nach oben: „Die Leistungsfähigkeit der öffentlichen Verwaltung gerade auch bei Genehmigungen und Anträgen ist ein wichtiger Erfolgsfaktor für bremische Unternehmen. Hier müssen wir als Stadtstaat schneller werden“, betont Dr. Matthias Fonger, Hauptgeschäftsführer der Handelskammer Bremen.

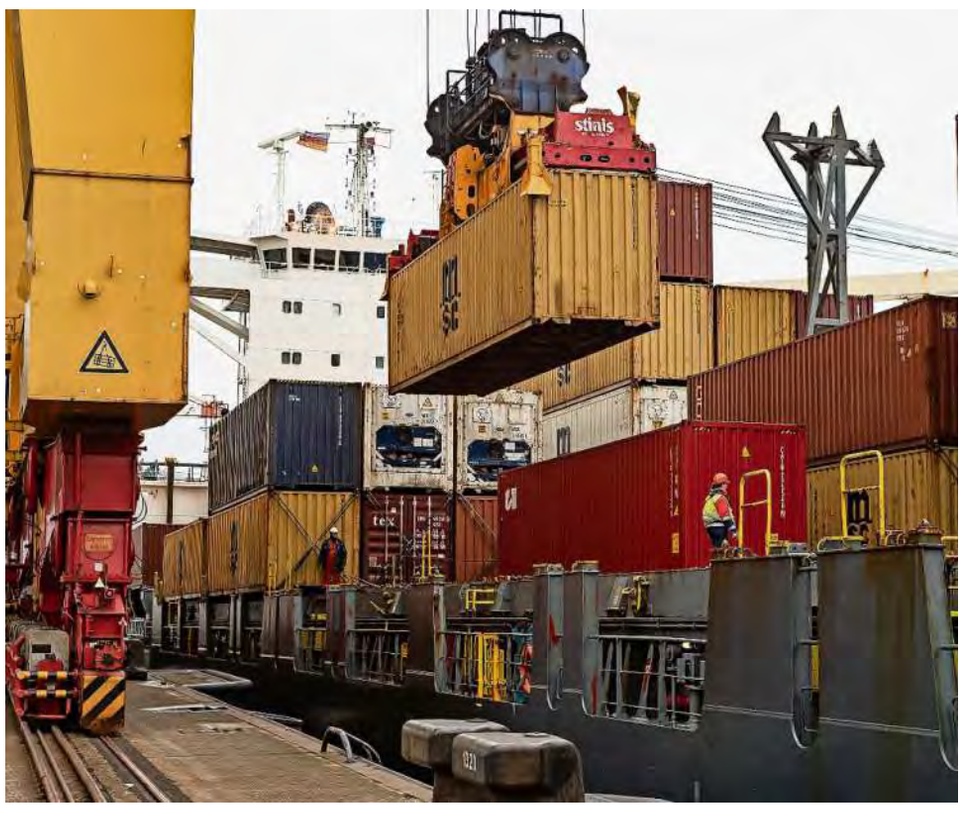
Guter Standort: Die Häfen in Bremen und Bremerhaven bekamen bei der Kammer-Umfrage die besten Noten.

Gute Noten in den Häfen

Die 204 Bremerhavener Unternehmen, die an der Handelskammer-Umfrage teilnahmen, beurteilen ihren Unternehmensstandort mit der Note 2,7 insgesamt etwas positiver als die stadtbremischen Unternehmen ihren Standort (2,9). Die Bremerhavener würden ihren Standort auch häufiger an befreundete Unternehmer weiterempfehlen als die Befragten in der Hansestadt (Bremerhaven: 71 Prozent; Bremen: 62 Prozent). Die insgesamt etwas bessere Gesamtbewertung des Unternehmensstandortes Bremerhaven zeigt sich auch in der meist etwas weniger kritischen Betrachtung der einzelnen Standortfaktoren. Dazu zählt insbesondere der Zustand des Straßennetzes und der öffentlichen Verwaltung.

Auffallend ist, dass die Beurteilungen bei Unternehmen in beiden großen Hafengebieten positiv ausfallen. Vor allem die Unternehmen im Fischereihafen beurteilen ihren Standort überdurchschnittlich gut (2,5). 78 Prozent der dort ansässigen Beteiligten würden Bremerhaven an befreundete Unternehmen als Standort weiterempfehlen.

Im Stadtbremischen Überseehafengebiet und den direkt angrenzenden Bereichen würden dies noch 73 Prozent der Befragten tun. Die durchschnittliche Gesamtnote für den Unternehmensstandort liegt dort bei 2,7. Im übrigen Stadtgebiet von Bremerhaven würden nur 60 Prozent derzeit eine positive Empfehlung aussprechen.



Leichte Schwäche: In einem insgesamt guten Jahr ging der Export am Ende leicht zurück.

Auf stabilem Niveau

Unterm Strich war 2018 ein gutes Jahr, auch wenn es in der zweiten Hälfte zu schwächeln begann. Das zeigt der Jahresbericht der Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven.

Eine robuste Binnennachfrage und in der zweiten Jahreshälfte ein weniger stark steigender Export haben in 2018 die Situation der bremischen Wirtschaft geprägt. In der Folge habe sich die wirtschaftliche Entwicklung verlangsamt, sei aber auf stabilem Niveau geblieben, stellt die Handelskammer im Jahresbericht fest. In naher Zukunft wird sich dieser Trend fortsetzen: „Die Unternehmen müssen sich auf schwächere Impulse in der Auslandsnachfrage einstellen“, sagte Präses Janina Marahrens-Hashagen,

Das aktuelle Thema „Brexit“ sowie die drohenden Erosionsprozesse am politischen Rand der Europäischen Union bergen weitere Risiken. Die Einheit Europas und der offene Verkehr von Gütern, Dienstleistungen, Menschen und Kapital seien für das vom Export lebende Bundesland Bremen besonders wichtig. „Europa ist eine Erfolgsgeschichte. Die Einheit in Europa ist maßgeblich für unseren wirtschaftlichen Erfolg“, sagte die Handelskammer-Präses. Gleichzeitig warb sie für ein geschlossenes Auftreten der EU, um in Zeiten drohender Handelskriege auf Augenhöhe agieren zu können. Neben den Unsicherheiten, die der Welthandel 2018 mit sich brachte, sorgten sich bremische Unternehmen besonders um den Nachwuchs an qualifizierten Fachkräften. „In den stetig steigenden Arbeits- und Akquisekosten auf dem in manchen Branchen nahezu leergefegten Fachkräftemarkt sehen die Unternehmen eines ihrer größten Geschäftsrisiken“, sagte die Handelskammer-Präses. Um diesem Mangel zu begegnen, müsse die Stadt Bremen verstärkt in die Infrastruktur und „weiche Standortfaktoren“ investieren.

Kritik aus der Logistikbranche

Die Branchen im Land Bremen beurteilen ihren Standort unterschiedlich

Die Verkehrs- und Logistikdienstleister sehen besonders großen Handlungsbedarf in Bezug auf das lokale Straßennetz und die Anbindung an das Fernstraßennetz. Auch die Anbindung an die Häfen und den Flugverkehr wird in der Branche vergleichsweise kritisch betrachtet, wenn auch nicht mit allerhöchster Priorität. Zum Zustand des Straßennetzes vor allem in der Stadt Bremen meldete auch der Groß- und Außenhandel hohen Handlungsbedarf an.

Ein vielfach angesprochenes Thema ist die Breitbandversorgung im Land Bremen. Die freiberuflichen, wissenschaftlichen und technischen Dienstleister und auch die Verkehrs- und Logistikdienstleister erkennen einen noch etwas höheren Handlungsbedarf als die gesamte Wirtschaft im Durchschnitt.

Vor allem die Industrie, aber auch Informations- und Kommunikationsdienstleister beklagen eine zu geringe Verfügbarkeit an Fachkräften. Einen Mangel an Auszubildenden sehen insbesondere Hoteliers und Gastronomen als Problem. Insbesondere aus den Bereichen „Baugewerbe“, „Verkehrs- und Logistikdienstleistungen“ sowie „Finanz- und Versicherungsdienstleistungen, Grundstücks- und Wohnungswesen“ kommen Klagen über eine große Lücke zwischen Anspruch und Realität in der öffentlichen Verwaltung. Besonders groß ist der Verbesserungsbedarf bei der Bearbeitungsdauer von Genehmigungen und Anträgen.

Zu den weiteren Themen zählen

Das Niveau kommunaler Steuern, Gebühren und Abgaben: Dieser Kostenfaktor wird insbesondere von den Unternehmen im Groß- und Außenhandel als problematisch angesehen.

Die Schulen: Den größten Verbesserungsbedarf bei der schulischen Bildung sehen die Befragten der Bereiche „Finanz- und Versicherungsdienstleistungen, Grundstücks- und Wohnungswesen“ und „Freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleistungen“.

Lohnkosten vor Ort: Das Niveau der Lohnkosten wird in den meisten Branchen nicht in besonders starkem Maße als standortspezifischer Nachteil betrachtet. Aus Hotellerie und Gastronomie wird ein vergleichsweise hoher Handlungsdruck vermeldet.

Kultur- und Freizeitangebot: Hoteliers und Gastronomen signalisieren hier deutlichen Verbesserungsbedarf. In den übrigen Branchen wird dieser Bereich nicht als prioritär angesehen.

Insgesamt weisen die Umfrageergebnisse nur wenige signifikante Unterschiede bei der Betrachtung verschiedener Unternehmensgrößen auf. In der Gesamtbetrachtung fällt auf, dass Beteiligte aus Unternehmen mit 4 bis 9 Mitarbeitern relativ selten eine Empfehlung an befreundete Unternehmer aussprechen würden. Umgekehrt zeigen Unternehmen aus „Information und Kommunikation“ sowie „Freiberufliche, wissenschaftliche und technische Dienstleister“ eine besondere Empfehlungsbereitschaft.

Verbesserungsbedürftig: Der Zustand des Straßennetzes insbesondere in der Stadt Bremen ärgert vor allem (aber nicht nur) die Verkehrs- und Logistikbranche.

Fotos: Heumer

Dauerlauf mit PUMA

BLG Logistics beweist Ausdauer, Fitness und Spurtkraft: Die Bremer Logistikspezialisten werden ab 2020 das neue Distributionscenter des Sportartikelherstellers PUMA im unterfränkischen Geiselwind betreiben.

Der „schnellste Sportartikelhersteller der Welt“ – so bezeichnet sich PUMA selbst – will im weltweiten Vertrieb seiner Produkte noch an Geschwindigkeit zulegen. Auf einer Fläche von circa 12 Hektar entsteht derzeit in Geiselwind (Landkreis Kitzingen) eine hochkomplexe Multichannel-Anlage mit hohem Automatisierungsgrad, zukunftsweisender Shuttletechnologie und Ware-zum-Mensch-Arbeitsplätzen.

Die Zusammenarbeit von Puma und BLG Logistics begann bereits 2017. Die BLG-Gruppe setzte sich in einer Ausschreibung durch, um anschließend die Logistikanlage zu konzipieren und ab 2020 dann auch zu betreiben. Neben dem zukünftigen Betrieb obliegt der BLG auch die Gesamtprojektleitung im Rahmen der Realisierung. Frank Dreeke, Vorstandsvorsitzender der BLG Logistics Group AG & Co. KG: „Es ist eine sehr schöne Bestätigung für uns, dass wir unsere Erfahrung unserem Kunden PUMA auf Basis einer langfristig angelegten Partnerschaft zur Verfügung stellen können.“

Über die Jahre Know-how gesammelt

In den Bereichen E-Commerce und Fashionlogistik hat die BLG-Gruppe über die Jahre umfangreiche Erfahrungen und Know-how gesammelt und dieses Wissen kontinuierlich auf eine steigende Anzahl an Kunden und Standorten ausgeweitet. In der Kontraktlogistik ist BLG Logistics in Logistikzentren und Spezialanlagen an über 40 Standorten in Europa und Übersee tätig. In der neuen Multichannel-Anlage werden über 22 Kilometer Fördertechnik installiert. Dort werden die über 120 000 Artikel mit 480 Shuttlefahrzeugen bewegt. „Wir sind uns bewusst, dass dieses Projekt für unseren Kunden PUMA von großer Bedeutung ist, weil es einen Meilenstein für seine zukünftige Entwicklung darstellt“, betont Jens Wollesen, der für Kontraktlogistik verantwortliche Vorstand der BLG Logistics. „Wir freuen uns darum sehr, dass wir dieses Projekt von Anfang an begleiten und die Konzeptphase gemeinsam mit PUMA aktiv gestalten durften.“

> **„Wir freuen uns darum sehr, dass wir dieses Projekt von Anfang an begleiten und die Konzeptphase gemeinsam mit PUMA aktiv gestalten durften.“**
>
> Jens Wollesen, Vorstand der BLG Logistics

Spatenstich für das neue PUMA-Logistikcenter (von links): Ernst Nickel (Bürgermeister der Gemeinde Geiselwind), Tamara Bischof (Landrätin des Landkreises Kitzingen), Michael Lämmermann (Finanzvorstand PUMA SE), Dr. Wolfgang Dietz (Vorstandsvorsitzender der DIETZ AG), Frank Dreeke (Vorsitzender des Vorstands BLG Logistics Group AG & Co. KG), Thomas Berndorfer (CFO Central Europe TGW Systems Integration) und Torsten Schuff (Vorstand Bremer AG).

BLG Logistics betreibt bereits seit Herbst 2018 das derzeitige PUMA-Logistikcenter in Schlüsselfeld. Die dort beschäftigten Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter werden in die neue Anlage im benachbarten Geiselwind übernommen. Insgesamt werden dort rund 300 Arbeitsplätze entstehen. Partner bei der Realisierung der Anlage sind das eigentümergeführte Immobilienunternehmen Dietz AG, der international führende Anbieter von Intralogistik-Lösungen TGW sowie der Software-Spezialist Inconso.

Mit der Erweiterung der Zusammenarbeit mit dem Großkunden Puma setzt die BLG ihre Erfolgsgeschichte aus dem vergangenen Jahr konsequent fort. „2018 war für die BLG-Gruppe ein insgesamt erfolgreiches Geschäftsjahr – sicherlich mit einigen Herausforderungen, aber auch vielen guten Nachrichten“, betonte Frank Dreeke bei der Vorstellung der vorläufigen Umschlagsstatistik vor der Landespressekonferenz Bremen.

Im vergangenen Jahr hat der BLG-Geschäftsbereich Automobile in seinem Netzwerk 6,5 Millionen Fahrzeuge umgeschlagen, transportiert und technisch bearbeitet, davon etwa 2,2 Millionen Autos in Bremerhaven. Durch die Vertragsverlängerung mit dem Kunden Tchibo konnte BLG Logistics am Standort Bremen insgesamt rund 3000 Arbeitsplätze in der Kontraktlogistik für mehrere Jahre sichern. Im Geschäftsbereich Container (Eurogate) hat sich die Situation 2018 insgesamt gesehen im Vergleich zum Vorjahr leicht verbessert.

Gefragter Dienstleister: Am Standort Neustädter Hafen betreibt die BLG ein riesiges Logistikzentrum mit rund 3000 Arbeitsplätzen. Fotos: BLG

600 Mitarbeiter

Im Sommer vergangenen Jahres hatte BLG Logistics den Vertrag mit dem Großkunden Tchibo verlängert unterzeichnet. Aktuell sind 600 BLG-Mitarbeiterinnen und -Mitarbeiter in den Bereichen Zentrallager, Multi-Channel-Kommissionieranlage, Retoure und Export für Tchibo im Einsatz. Allein im Weihnachtsgeschäft wurden täglich bis zu 60 000 Pakete an die Endkonsumenten verschickt. Zu den BLG-Großkunden in der Warenlogistik zählt auch Ikea. Die Bremer betreiben das Distributionszentrum des schwedischen Möbelhauses im niedersächsischen Elsdorf für die Niederlassungen und den Online-Handel.

Zusammen mit den 2017 verlängerten Verträgen mit der Daimler AG hat die BLG-Gruppe damit in ihrem Geschäftsbereich Contract rund 3000 Arbeitsplätze in Bremen für mehrere Jahre gesichert.

In der Autoteilelogistik im LC Bremen haben sich die Mengen so gut entwickelt, dass die Stammbelegschaft weiterhin aufgestockt wird; in den letzten Monaten wurden 400 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eingestellt.

Im vergangenen Jahr hat der BLG-Geschäftsbereich Automobile in seinem Netzwerk 6,5 Millionen Fahrzeuge umgeschlagen, transportiert und technisch bearbeitet, davon etwa 2,2 Millionen Autos in Bremerhaven. Im Bereich Hig and Heavy bewegte BLG 1,35 Millionen Tonnen Schwergut in Bremerhaven und 1,37 Millionen Tonnen im Neustädter Hafen in Bremen.

„Budni“ expandiert

Der Lebensmittelhändler Edeka expandiert auf dem Markt für Drogerieprodukte. In Bremerhaven hat die Genossenschaft den ersten gemeinsamen Drogeriefachmarkt mit dem Hamburger Kette „Budni“ eröffnet. Das Familienunternehmen Budnikowsky betreibt in Hamburg und dem Umland sowie in Berlin insgesamt 182 „Budni“-Drogeriegeschäfte. Gemeinsam mit Edeka gründete Budnikowsky jetzt eine neue Vertriebsschiene, an der die Lebensmittelhändler 25 Prozent halten. Dem Bremerhavener Vorbild folgend, sollen nun weitere „Budni“-Geschäfte an den Edeka-Standorten in Norddeutschland entstehen. In welchem Zeitraum und an wie vielen der 1600 Edeka-Märkte künftig die Pläne umgesetzt werden sollen, ließen die Unternehmen zunächst offen. Die Bremerhavener Budni-Filiale zog neben den Edeka-Markt an der Schiffdorfer Chaussee im Stadtteil Geestemünde. Auf der 750 Quadratmeter großen Verkaufsfläche war bislang ein Aldi-Markt untergebracht; der Discounter hatte den Standort aber bereits 2018 aufgegeben. Das Gemeinschaftsunternehmen von Edeka und Budni investierte 600 000 Euro in den Umbau und eine neue Ladeneinrichtung und schuf 14 neue Arbeitsplätze.

Der Markt für Drogerie-Artikel gilt bundesweit als hart umkämpft, was nicht zuletzt durch die spektakuläre Schlecker-Pleite sichtbar wurde. Dennoch scheinen Edeka und Budni die Branchenriesen Rossmann und DM nicht zu fürchten. In Bremerhaven wollen sie mit Naturkosmetik und Bio-Lebensmitteln einen eigenen Schwerpunkt setzen. In dem neuen Markt werden insgesamt rund 14 000 Artikel angeboten.

Netzwerk zwischen Tauwerk: Der Abendtörn zum Wirtschaftsdialog ist beliebt.

Erfolgreich rekrutieren

Netzwerken gehört für Unternehmerinnen und Unternehmer zur Pflicht. Eine besonders gute Gelegenheit dazu bietet der Bremerhavener Wirtschaftsdialog am 24. und 25. Mai. Im Mittelpunkt stehen Informationen und Expertenwissen für die erfolgreiche Fachkräfte-Akquise.

Die Atmosphäre ist entspannt, die Vorträge sind hochkarätig besetzt. Beides gehört zweifelsfrei zu den Gründen, warum sich der „Bremerhavener Wirtschaftsdialog“ binnen kurzer Zeit zu einem beliebten Treffpunkt für Unternehmerinnen und Unternehmer aus dem Nordwesten entwickelt hat. Parallel zum großen Seestadtfest laden die Stadt, die Wirtschaftsförderung BIS Bremerhaven sowie die Handelskammer Bremen – IHK für Bremerhaven und Bremen zu dieser besonderen Mischung aus Fachveranstaltung und lockerem Netzwerken in angenehmer Atmosphäre ein.

Unter den fachlichen Aspekten steht in diesem Jahr am 24. und 25. Mai das brandheiße Thema Fachkräftemangel im Mittelpunkt. Exzellente Berater und erfahrene Praktiker geben Informationen und Ratschläge zu den Themen „Employer Branding“, „Erfolgreiches Rekrutieren“, „Talent-Akquise“ und dem Weg, mit ungewöhnlichen und frischen Ideen Fachkräfte anzulocken.

Die Veranstaltung bietet jede Menge Gelegenheit zum Netzwerken – insbesondere beim abendlichen Törn mit dem Segelschulschiff „Mir“ auf der Weser zum Höhenfeuerwerk, das das Seestadtfest krönt. Zugleich sind die Begleitveranstaltungen eine gute Gelegenheit, Bremerhaven als spannende und schöne Stadt zu erleben. Verschiedene Exkursionen unter anderem in das einzigartige Kunstmuseum oder in das wiederentdeckte, charmante Goethe-Quartier geben unerwartet schöne Einblicke in die Stadt.

Unternehmen, die den Wirtschaftsdialog als Partner unterstützen, können dieses außergewöhnliche Event auch für eigene Gäste nutzen. Die BIS Bremerhaven entwickelt für Interessenten individuelle Präsentations- und Sponsoring-Möglichkeiten.

Kontakt

Insa Rabbel, Telefon (04 71) 9 46 46-9 26
rabbel@bis-bremerhaven.de
www.wirtschaftsdialog-bremerhaven.de

» Tarmstedt

Schaufenster der Region

Die „Tarmstedter Ausstellung“ ist das norddeutsche Schaufenster für Landwirtschaft und Landtechnik. Vom 12. bis 15. Juli werden wieder mehr als 110 000 Besucher erwartet.

Auch in diesem Jahr werden sich wieder rund 750 Aussteller auf dem 18 Hektar großen Gelände mit ihren Produkten und Dienstleistungen präsentieren. Im Mittelpunkt stehen die typischen Themen Norddeutschlands: Landwirtschaft, Landtechnik, Garten- und Landschaftspflege, erneuerbare Energien und Tierzucht. Verschiedene Fachforen (Tarmstedter Gespräche) mit kompetenten Referenten geben darüber hinaus auf der Tarmstedter Ausstellung in Vorträgen und Podiumsdiskussionen Einblicke in Technologien wie Biogas, Photovoltaik, Bürgerwindparks und Heizen mit Holz.

Mit den ebenfalls klassischen Themen Hobby, Haus und Garten schlägt die Tarmstedter Ausstellung wieder einmal die Brücke zwischen professionellen Landwirten und Dienstleistern, Hobbytierhaltern und Familien. „Ihr macht das toll, bewahrt euch trotz aller Professionalität auch den persönlichen Charakter“, lobte Niedersachsens Landwirtschaftsministerin Barbara Otte-Kinast die Veranstalter im vergangenen Jahr.

Landausflug: Die Tarmstedter Ausstellung schlägt die Brücke zwischen professionellen Landwirten und Dienstleistern, Hobbytierhaltern und Familien.

Auch wenn es mittlerweile die 71. Ausstellung seit 1949 ist, ist die Tarmstedter Schau jung geblieben. Denn die Themen sind aktuell. Die Aussteller von moderner Landtechnik zeigen unter anderem, wie sehr Elektronik und digitale Lösungen die Arbeit der Landwirte erleichtern – von der Saat bis zur Verarbeitung. Der „digitale Stall“ mit Lösungen zum Datenmanagement in der Tierhaltung bis hin zur Automatisierung im Stall ist in Tarmstedt längst Alltag. Für die Landwirtschaft im Nordwesten ist die Ausstellung ein Muss. Von Jahr zu Jahr baut sie ihre Bedeutung als Treffpunkt aus, auf dem Erzeuger und Verarbeiter von landwirtschaftlichen Produkten sowie Maschinenhersteller und -käufer ihre Geschäfte anbahnen. Die viertägige Ausstellung lebt nicht nur von der Präsentation der neuen Maschinen und anderer Produkte. Auch die vollbesetzten Zuschauerränge beim Showprogramm auf Spitzenniveau und die Tierschauen wie der Jungzüchterwettbewerb, der Niedersachsen-Cup der niedersächsischen Rindviehzuchtvereine, die Landesfleischrinderschau, das Fohlenchampionat, die Zentrale Stutenschau und der Tag der Trakehner begeistern Züchter wie Zuschauer.

„Auch viele Nichtfachleute waren an den Vorführungen interessiert und nutzen die Gelegenheit, Kühe und Pferde aus nächster Nähe in Augenschein zu nehmen“, resümierte der Leiter des Tierschaugeländes, Frank Löwentat. Damit sei die Ausstellung ihrem Anspruch gerecht geworden, den Verbrauchern moderne Landwirtschaft zu erklären.

Termine

25. April, 10 bis 11.30 Uhr, Mietanpassungen – rechtliche Möglichkeiten und praktische Anwendungen: Vortrag Rechtsanwältin Martina Maiwald, Haus & Grund Bremen e.V., Handelskammer Bremen

7.und 8. Mai, Zukunft Personal Nord: Die Messe Zukunft Personal Nord ist die führende Veranstaltung für Personalmanagement in Norddeutschland. Die Leistungsshow zeigt zukunftsweisende Trends für die Arbeitswelt von morgen.

Perfekte Logistik: Alle Key Player und Innovationen vor Ort

Alle zwei Jahre wird München zum Drehkreuz der internationalen Logistikbranche. In 2019 ist es wieder soweit: Vom 4. bis 7. Juni findet in der bayerischen Landeshauptstadt mit der „transport logistic“ die weltweite Leitmesse für Logistik, Mobilität, IT und Supply Chain Management statt. Die Messe und das begleitende Konferenzprogramm soll die richtigen Lösungen für jeden Bedarf präsentieren. Die „transport logistic“ vereint innovative Produkte, Technologien und Systeme mit geballtem Expertenwissen und hoher Abschlussorientierung. Die Messe findet seit 1978 in München statt. Teil der „transport logistic“ ist die „air cargo Europe“, sie ist der Branchentreff der internationalen Luftfrachtindustrie. Vor zwei Jahren, in 2017, kamen 2162 Aussteller aus 62 Ländern sowie 607 726 Besucher aus 123 Nationen nach München. Die Messeveranstalter gehen davon aus, diesen bisherigen Rekord in diesem Jahr noch zu übertreffen.

Eine Messe von Gewicht

Vom 21. bis 23. Mai wird Bremen wieder Treffpunkt einer gewichtigen Branche. Mehr als 10 000 Fachbesucher werden zur „Breakbulk 2019“ erwartet. Die größte europäische Messe für Schwer-, Stück- und Massengut findet zum zweiten Mal in der Messe Bremen statt.

Vom 21. bis 23. Mai wird Bremen wieder Treffpunkt einer gewichtigen Branche. Mehr als 10 000 Fachbesucher werden zur „Breakbulk 2019“ erwartet. Die größte europäische Messe für Schwer-, Stück- und Massengut findet zum zweiten Mal in der Messe Bremen statt.

Bislang war Antwerpen das Zentrum der Breakbulk-Branche, doch mit der Premiere in 2018 haben Bremen und Bremerhaven punkten können. Vom 21. bis 23. Mai 2019 kommt die Fachwelt zum zweiten Mal in die Hansestadt, viele Zeichen deuten darauf hin, dass die Messe damit eine feste Einrichtung an der Weser wird. „Wir rollen den roten Teppich für die Teilnehmer aus“, verspricht Robert Howe, Chef der Hafenmanagement-Gesellschaft Bremenports, die die „Breakbulk“ nach Bremen geholt hat.

Die Fachausstellung und Tagung nimmt in der Bremenports-Strategie eine Schlüsselstellung ein. Auch wenn Bremerhaven in der Öffentlichkeit in erster Linie für den Container- und Automobilumschlag bekannt ist, haben sich die beiden Häfen des Zwei-Städte-Staates leise, aber wirkungsvoll in Europas Spitzengruppe für den Umschlag von Stück- und Massengut emporgearbeitet. Ganz oben auf dem Treppchen stehen zwar weiterhin Antwerpen und Rotterdam – aus einem einfachen Grund: Sie sind sowohl aus dem Ruhrgebiet als auch aus den Industriezentren Belgiens und der Niederlande schneller als die Häfen an der Wesermündung zu erreichen.

Bremen und Bremerhaven haben sich aber auf bestimmte Segmente der Breakbulk-Fracht spezialisiert. In Bremerhaven werden vor allem Spezialfahrzeuge, große Maschinen und Anlagen sowie ganze Eisenbahnzüge und andere Ladung der Kategorie „High and Heavy“ verladen. Der Neustädter Hafen in Bremen ist auf Massenstückgut ausgerichtet, das auch einzeln nicht in Container passt. Beispielsweise werden in Bremen im großen Stil Stahlrohre, Holz und Rotorblätter für Windkraftanlagen verladen. Beide Häfen punkten unter anderem auch mit Projektladung wie ganzen Reaktoren und anderen Bauteilen für Fabriken der petrochemischen Industrie.

Spezialist für schwere Fälle: Bremen und Bremerhaven zählen zu den größten Breakbulk-Häfen in Europa. Foto: Heumer

Netzwerktreffen rund um Lebensmittel

Lebensmittel stehen im Mittelpunkt der Industrie in Bremerhaven. Das bedeutet eine besondere Verantwortung für die Wissenschaft im Life-Sciences-Bereich, aktuelle Fragestellungen im Austausch anzugehen.

Vor diesem Hintergrund hat die Hochschule Bremerhaven aktuelle Themenstellungen aus der Lebensmittelindustrie in den Mittelpunkt ihrer nächsten Veranstaltung „Science meets Business" am 25. April ab 18 Uhr im Haus T der Hochschule gerückt.

Reger Austausch zwischen Experten

Nachhaltige und gesunde Lösungen im Herstellungs- und Verpackungsbereich sind die Themenfelder der Zukunft und werden anhand einer Verpackungslösung aus Makroalgen und Reformulierungsstrategien zur Zuckerreduktion an der Hochschule diskutiert. Der rege Austausch zwischen Expertinnen und Experten aus Wissenschaft, Wirtschaft und Gesellschaft ist elementarer Bestandteil der Veranstaltung, der damit auch weitere Potenziale für die Lebensmittelbranche in Bremerhaven und Bremen eröffnen soll.

Eines der Netzwerkprojekte der Hochschule gehört zu den zentralen Themen der Veranstaltung am 25. April. Die Cluster-Beauftragte für den Life-Science-Bereich der Hochschule, Prof. Frederike Reinhold, und Dietmar Hoffmann, Leiter Qualitäts- und Nachhaltigkeitsmanagement der Restaurantkette Nordsee, werden über ein gemeinsames Verpackungsprojekt berichten. Wissenschaftler und Unternehmensexperten arbeiten an der Entwicklung einer nachhaltigen Verpackungsschale für den Außer-Haus-Verzehr, deren Material aus Makroalgen hergestellt wird.

Science meets Business

Über die Netzwerkveranstaltung „Science meets Business" werden an zwei Abenden im Jahr die wissenschaftlichen Schwerpunkte der Hochschule Bremerhaven einem großen Interessentenkreis nähergebracht. Der Gedankenaustausch zwischen Wirtschaft und Wissenschaft soll zu weiteren möglichen Kooperationen anregen. Schirmherr ist Bremens Wirtschaftssenator Martin Günthner.

Wegweiser zu Innovationen

Mitten in der Stadt und mitten im Geschehen: Die Hochschule Bremerhaven stärkt ihr praxisnahes Angebot für die Wirtschaft in der Region. Und hat mit Benjamin Küther (39) jetzt einen direkten Ansprechpartner für Unternehmen, die in der Hochschule einen Kooperationspartner suchen.

Von Wolfgang Heumer

Er hat an der Hochschule Bremerhaven mit Auslandssemestern in Spanien und Frankreich Betriebswirtschaft studiert und in Berlin um ein Masterstudium Wissenschaftsmarketing ergänzt. Als Student arbeitete er bereits für Projekte des Technologie-Transfer-Zentrums (ttz) Bremerhaven, für das er dann – nach Zwischenstationen in Australien und in der Privatwirtschaft in Hannover – elf Jahre lang Kooperationsprojekte zwischen Wirtschaft und Wissenschaft managte. Jetzt ist Benjamin Küther mit seiner ganzen Erfahrung im Gepäck zu den Wurzeln zurückgekehrt: Als Ansprechpartner für Transferkooperationen der Hochschule Bremerhaven ist er das Scharnier zwischen Lehre, Forschung und Praxis: „Insbesondere kleine und mittlere Unternehmen haben häufig nicht die Kapazitäten für eigene Forschungs- und Entwicklungsaktivitäten, sind aber genauso wie große Unternehmen auf Innovationen angewiesen", weiß Küther aus Erfahrung, „die Hochschule kann dort sehr viel Know-how von der Bachelorarbeit bis zum gemeinsamen Forschungsprojekt bieten." Küther wird beide Seiten miteinander verbinden.

Regionale Wirtschaftsstrukturen

Der Wissensaustausch zwischen Wirtschaft und Wissenschaft gehört zu den Kernargumenten, warum Städte wie Bremerhaven eine eigene, an den Kernthemen der regionalen Wirtschaftsstruktur orientierte Hochschule benötigen. Gerade Fachhochschulen gelten als besonders praxisnah – zum einen kommen die Lehrenden aus der Wirtschaft, zum anderen finden die Studierenden durch Betriebspraktika und Bachelorarbeiten schnell den direkten Zugang zu den alltäglichen Anforderungen in den Unternehmen. Doch das Potenzial der Hochschule Bremerhaven für eine enge Kooperation beschränkt sich nicht auf diese klassischen Verbindungen zwischen Wirtschaft und Wissenschaft oder die ebenso klassischen, aus den unterschiedlichen öffentlichen Töpfen geförderten Forschungsprojekte. „Die Bandbreite der Möglichkeiten ist vielfältig", betont Küther: „Es kann sein, dass einer unserer Lehrenden Wissen und Lösungen zu einem konkreten Problem im Unternehmen beitragen kann. Oder dass ein Unternehmensthema zum Stoff für studentische Arbeiten wird. Oder dass wir den aktuellen Stand der Wissenschaft zu einem bestimmten Thema an die Unternehmen weiterleiten können." Die Hochschule ist eine komplexe Einrichtung.: „Deshalb ist es für Außenstehende ohne direkten Kontakt zur Hochschule nicht offensichtlich, das tatsächliche Potenzial einer Kooperation mit uns als Wissenschaftseinrichtung zu erkennen." Jetzt können sie sich direkt an Küther wenden: „Ich schaue dann innerhalb der Hochschule, ob und was wir dazu beitragen können."

> **Als Hochschule tragen wir dazu bei, dass Unternehmen Wettbewerbsvorteile entwickeln und sich sichern können.**
>
> **Bernd Küther, Hochschule Bremerhaven**

Der Faktor „Innovationsfähigkeit" wird im Zeitalter der „Industrie 4.0" für die Wirtschaft immer wichtiger. Einerseits werden die Erneuerungszyklen von Produkten, Verfahren und Dienstleistungen immer kürzer, andererseits stehen vor allem kleinen und mittleren Unternehmen immer seltener die zeitlichen und finanziellen Ressourcen für den notwendigen Erneuerungsprozess zur Verfügung. „Wir können als Hochschule mit den hier generierten wissenschaftlichen Erkenntnissen dazu beitragen, dass Unternehmen in ihrer Innovationstätigkeit unterstützt werden", ist Küther überzeugt.

Seine Kontaktdaten in der Hochschule: Telefon (04 71) 48 23-3 67; E-Mail: bkuether@hs-bremerhaven.de

Orientierungshilfe: Benjamin Küther ebnet Unternehmen den Weg zum Know-how der Hochschule Bremerhaven. Foto: Heumer

Die Unternehmer aus der Hochschule

Können Studenten gleichzeitig Unternehmer sein? Ja. Im bundesweit einmaligen Studiengang „Gründung – Innovation – Führung" der Hochschule Bremerhaven entwickeln sie gleich in den ersten Semestern gezielt Ideen und Modelle für Start-ups.

Vom klassischen Bild einer Firmenzentrale sind die Büros im alten Bremerhavener Fährhaus weit entfernt; selbst im Vergleich zu einer dem Mitgliederkapital verpflichteten Genossenschaft sind die Räume sparsam ausgestattet. Und doch sind die Arbeitsplätze von Laura Nienstädt, Jannik Meissner und Tim Lehner eine Art Chefetage. Die drei gehören zu den 51 Studierenden des Studiengangs „Gründung – Innovation – Führung" (GIF) der Hochschule Bremerhaven. Wer dort lernt, muss zu Beginn des ersten Semesters Unternehmer werden. Nicht nur das macht den Studiengang einmalig – GIF ist das erste Studienangebot in Deutschland, das nach dem Vorbild der finnischen „Team-Academy" ohne festen Lehrplan auskommt. „Das ist so super, dass ich nun in Bremerhaven statt in Wien studiere", sagt Jannik Meissner.

„Luova", „bluebird" und „Startdocks" heißen die drei Genossenschaften, die die Studierenden zu Beginn des ersten Semesters gegründet haben. Neben dem symbolischen Gründungskapital von einem Euro haben die „Genossen" Dutzende von Geschäftsideen mitgebracht, die sie in den kommenden Semestern des Bachelorstudiengangs realisieren werden. Mit echten Gewinnerzielungsabsichten: „Wir werden tatsächlich mit unseren Ideen Geld erwirtschaften und es dann wieder in unsere Ideen investieren", versichert Tim Lehner. Die Konstruktion der Genossenschaften ist der gesellschaftsrechtliche Rahmen; die Hochschule ist eine Art ideeller Holding, die den eigenverantwortlichen Studenten Rückhalt gibt.

Unternehmerdasein

Erst eine Firma gründen und dann lernen? Klassischerweise wäre der umgekehrte Weg zu erwarten. Doch das GIF-Modell entspricht dem Prinzip der in Deutschland noch unbekannten Team Academy. Für die Teams von jeweils zwei bis sechs Leuten entstehen im Rahmen ihres Unternehmerdaseins Fragen und Thematiken, zu denen sie Informationen benötigen. Zur Seite stehen ihnen Coaches und die Lehrenden der Hochschule, die ihnen zu Antworten und Input verhelfen. Das Prinzip des selbstständigen und selbstverantwortlichen Lernens ist es, dass den Studiengang so attraktiv macht. „Stur nach Lehrplan zu lernen, wäre nicht mein Ding gewesen", sagen Jannik Meissner und Tim Lehner übereinstimmend. Beide verfolgten schon vor dem Studium Geschäftsideen, selbstständiges Denken und Handeln wollen sie nicht aufgeben und gegen einen Stunden- und Fächerplan tauschen.

Punkte müssen die GIF-Studierenden dennoch sammeln, aber sie erreichen sie nicht durch Abfrage von gespeichertem Wissen: „Wesentlicher Maßstab ist, ob wir unseren für die Selbstständigkeit erforderlichen Wissensbedarf erkannt und wie wir ihn gelöst haben", erläutert Jannik Meissner. Diese ungewöhnliche und selbstbestimmte Form des Lernens erfordert ein hohes Maß an Disziplin und Motivation. Laura Nienstädt hat dies überhaupt zu dem Studiengang geführt: „Ich bin in einem Familienunternehmen groß geworden. Das hat mich geprägt, ich will Unternehmerin werden. Und dieser Studiengang fördert genau das, was ich dafür brauche – Selbstständigkeit, Wissen, Ideen und Zielstrebigkeit."

Die studierenden Jungunternehmer haben das erste Semester absolviert und befinden sich bei ihrer Unternehmensidee noch in der Startphase. Dass sie das Ziel verpassen könnten, ist keine Variante, mit der sie sich beschäftigen. Mancher von ihnen hat – wie Tim Lehner und Jannik Meissner – schon vorher selbstständig oder freiberuflich gearbeitet und seine eigene Idee umgesetzt. „Wir wissen, dass es geht und holen uns jetzt noch mehr Kenntnisse", so Jannik Meissner.

Studenten und Unternehmer: Jannik Meissner, Tim Lehner und Laura Nienstädt gehören zu den ersten Studenten des bundesweit einmaligen Studiengangs „Gründung – Innovation – Führung" an der Hochschule Bremerhaven.

Vier Schwerpunkte

Die Hochschule Bremerhaven hat ihre Arbeit deshalb in vier Forschungsclustern zusammengefasst, in denen die verschiedenen Institute und Fachbereiche eng miteinander kooperieren. Diese Cluster orientieren sich an den wirtschaftlichen Kernthemen der Region. Die Cluster im Überblick:

Energie- & Meerestechnik

Dem maritimen Profil entsprechend liegt ein deutlicher Schwerpunkt der Forschungsaktivitäten auf dem Gebiet Energie- und Meerestechnik. Dabei resultiert ein Großteil der FuE-Leistungen aus den Aktivitäten des Instituts für Windenergie (fk-wind:), das vor allem innovative Ideen und Konzepte für die Windenergiebranche entwickelt.

Life Science

Forschungsaktivitäten im Bereich Life Sciences bauen weitgehend auf den Kompetenzen der Studiengänge Lebensmitteltechnologie, Biotechnologie und Medizintechnik auf. Mit dem Alfred-Wegener-Institut für Polar- und Meeresforschung (AWI) und in Zusammenarbeit mit dem ttz Bremerhaven werden unter anderem die Themen Meereschemie, Bioanalytik und -informatik, Bäckerei- und Getreidetechnologie und Fleisch- und Fischtechnologie, Verpackungstechnik und Nebenprodukte- / Reststromverarbeitung abgedeckt.

Logistik und Dienstleistungen

In der Verknüpfung der Disziplinen „Logistik" und „Informationssysteme" zu einem Forschungscluster konzentriert sich die Hochschule darauf, Potentiale für die Logistik und angrenzende Bereiche identifizieren, bewerten und realisieren zu können.

Tourismus und Management

Im Zentrum stehen international sichtbare Forschungsaktivitäten im Kreuzfahrttourismus sowie Forschungsarbeiten in der Betriebswirtschaftslehre über mittelständische Unternehmen. Zudem arbeitet das Cluster an Lösungen zur Steigerung von Softwaresystemen und multimedialen Anwendungen.

Bremerhaven: Maritim tagen am Fluss der Zeit

Mit einem Service aus einer Hand will Bremerhaven das Tagungs- und Eventgeschäft ankurbeln und damit gleichzeitig aktiv Wirtschaftsförderung betreiben.

Bei der Wahl einer Destination für Events, Konferenzen oder Meetings entscheiden sich Eventplaner häufig für Großstädte. Aufgrund von steigenden Mietpreisen für Räumlichkeiten sowie höhere Kosten für Kost, Logis und Personal erscheinen kleinere Städte zunehmend auf dem Radar der Veranstalter.
Die Wirtschafts- und Tourismusförderer in Bremerhaven wollen sich diesen Trend zum Nutzen machen und mit lokalem Charme, innovativen Rahmenprogrammen, modernen Tagungsräumen und außergewöhnlichen Locations am Wasser punkten. Individuelle Beratung, exzellenter Service und eine hervorragende MICE-Infrastruktur – größtenteils barrierefrei – lassen Veranstaltungen für bis zu 1700 Personen in Bremerhaven zu Erlebnissen mit maritimem Flair werden.

Wettbewerbsvorteil in Bremerhaven

In diesem Segment baut Bremerhaven sich derzeit einen Wettbewerbsvorteil auf. Neben der hohen Dichte an ungewöhnlichen Tagungsorten und Schauplätzen für das Rahmenprogramm, setzen die BIS Wirtschaftsförderung Bremerhaven, die Erlebnis Bremerhaven und das Referat für Wirtschaft des Magistrates als MICE-Arbeitsgemeinschaft (MICE-AG) auf einen besonderen Service, den andere Standorte so nicht bieten können. Mit einem Service aus einer Hand werden Veranstalter bei allen relevanten Fragen individuell unterstützt.

Motivationsveranstaltungen

MICE ist derzeit ein gängiges Stichwort sowohl im Tagungsgeschäft als auch im Städtetourismus. Die Abkürzung steht nicht allein für „Meetings, Incentives, Conferences, Events“, sondern symbolisiert auch, dass rund um Tagungen, Motivationsveranstaltungen, Kongresse und Ausstellungen ein ganzer Wirtschaftszweig entstanden ist. Dessen Betätigungsfeld besteht längst nicht mehr allein darin, Kongress- und Tagungsveranstaltern die notwendigen Räumlichkeiten und technischen Geräte zur Verfügung zu stellen. Egal ob die Veranstaltungen für die eigenen Beschäftigten, für Geschäftspartner oder für Branchen- und Verbands-Treffen gedacht sind, umfassen sie mittlerweile längst mehr als die Organisation des reinen Informationsaustausches. Die richtige Location sowie das Rahmenprogramm sind für Teilnehmer mindestens genauso wichtig wie die Inhalte, mit denen sie sich beschäftigen. Bremerhaven hat da eine Menge zu bieten. Die Reise um die Welt durch das Klimahaus gehört genauso dazu, wie das berührende Erlebnis eines Besuches im Deutschen Auswandererhaus, eine Hafenrundfahrt oder ein kulinarischer Ausflug in den Fischereihafen.
Mit ihren MICE-Aktivitäten wollen Wirtschafts- und Tourismusförderer aber nicht einfach als ein weiterer Anbieter unter Dutzenden Mitbewerbern bundesweit antreten. Gezielt setzt das Konzept an den Standortstärken an – mit der Lebensmittel- und Fischwirtschaft, der Windkraftbranche, dem Maschinen- und Anlagenbau sowie der gesamten maritimen Industrie hat Bremerhaven ein breites Spektrum und kann Veranstaltern aus diesen Branchen einen Mehrwert für ihre Veranstaltungen bieten. Neben einem unterhaltsamen Abendprogramm kann auch ein hochkarätiges Rahmenprogramm mit Betriebsbesichtigungen und Fachvorträgen organisiert werden.
Dadurch, dass Verbände, Vereine, Unternehmen und Institutionen in Bremerhaven tagen, lernen Sie die Stadt kennen und die Wirtschaftsförderer haben perfekte Möglichkeiten, den Standort im Rahmen von Begrüßung, Vortrag oder gezielter Stadtrundfahrt vorzustellen und in das persönliche Gespräch zu kommen.
Die Stadt versteht das als Angebot an die regionalen Unternehmen und wissenschaftlichen Einrichtungen. Dabei geht es nicht nur um deren Veranstaltung: Sowohl Firmen als auch Institute oder ihre Beschäftigte besuchen Kongresse und ähnliche Veranstaltungen ihrer Berufs- und Branchenverbände oder Fachtagungen. Solche Veranstaltungen können auch in Bremerhaven stattfinden. Für Hinweise ist die MICE-AG dankbar.
Bei der Erlebnis Bremerhaven steht jetzt mit Rieke Nagel eine MICE-Koordinatorin bereit, die potenziellen Ausrichtern von Tagungen und Kongressen bei allen notwendigen Schritten von der Wahl der Location bis zum Rahmenprogramm und der Suche nach Hotelkapazitäten unterstützt.

Kontakt
MICE-Lotsin Rieke Nagel
Telefon: (04 71) 80 93 61 70
E-Mail: .mice@erlebnis-bremerhaven.de

Treffpunkt für die Wirtschaft: Bremerhaven will Tagungs- und Kongressort werden. Foto: ATLANTIC Hotel Sail City/ Antje Schimanke

Gute Noten für BIS und Standort

Die Wirtschaft in Bremerhaven sieht gute Perspektiven für ihren Standort. Das hat eine Umfrage ergeben, die die Studentin Luise Wollesen im Rahmen eines Semesterpraktikums bei der BIS durchführte. Mehr als die Hälfte der Teilnehmer beurteilt die Entwicklung des Wirtschaftsstandortes Bremerhaven mit „aufwärts“ (20 Prozent) oder „eher aufwärts“ (34 Prozent). Nur 13 Prozent äußerten sich mit „eher abwärts“ oder „abwärts“ negativ. Mit der Befragung knüpfte die Studentin der Business School Potsdam – Campus Hamburg an ein Städteranking der Wirtschaftswoche an, bei dem Bremerhaven 2010 auf Platz 1 gekommen war. Wollesen schrieb 536 Unternehmen an. „Die Rücklaufquote von 22,5 Prozent ist für eine schriftliche Befragung überdurchschnittlich“, stellte sie fest. Die Suche nach Fachkräften ist für 78 Prozent der Teilnehmer derzeit das wichtigste Thema, ähnlich hoch ist die Bedeutung der Digitalisierung (68 Prozent). Zu den weiteren Spitzenthemen der Bremerhavener Wirtschaft zählen Produktinnovationen, Nachhaltigkeitsstrategie sowie der Energie- und Ressourcenverbrauch. Gute Noten bekam die Wirtschaftsförderungsgesellschaft BIS Bremerhaven in der Befragung. Rund 53 Prozent der Unternehmer äußerten sich „sehr zufrieden“ über die Arbeit der BIS und 39 Prozent sind „zufrieden“. Die Kompetenz der Wirtschaftsförderer wurde mit 96 Prozent allgemeiner Zufriedenheit noch besser bewertet. Der Hinweis auf die Bedeutung von Themen wie Fachkräftemangel und Digitalisierung ist für die BIS ein Hinweis, verstärkt Angebote in diesem Bereich zu entwickeln. Strategien für die Fachkräftesuche stehen beim Wirtschaftsdialog im Rahmen des Seestadtfestes am 23. und 24. Mai unter dem Stichwort „Employer Branding“ im Mittelpunkt.

Ehemaliger Airport bald startklar für Firmen

Der frühere Flugplatz Luneort im Süden Bremerhavens kann bald neuer Standort für Industrie und Gewerbe werden. Die BIS Bremerhaven lässt das Areal derzeit im Auftrag der FBG entsprechend aufbereiten.

Im südlichen Bereich des Geländes werden derzeit rund 200 000 Kubikmeter an Erdreich und Sand bewegt. Der Kampfmittelräumdienst sondiert die Flächen südlich der ehemaligen Querlandebahn, damit im Anschluss die Flächen aufgesandet und für eine Gewerbeansiedlung vorbereitet werden können. Die Aufsandung ist zur Bodenverdichtung erforderlich und damit Voraussetzung für die spätere Bebauung. Im Schnitt dauert eine solche Vorbelastung etwa sechs Monate. Die Arbeiten werden voraussichtlich Mitte des Jahres 2019 abgeschlossen sein. Im September 2018 erfolgte bereits der „Lückenschluss“ zwischen der Schwerlasttrasse parallel zur Straße Am Luneort und der ehemaligen Start-und-Lande-Bahn. Neben Sand wurden hochverdichtete Schotterschichten eingebaut, und abschließend noch eine 30 Zentimeter starke Asphaltschicht aufgetragen. Die 15 Meter breite Trasse ist nun für eine Belastung von bis zu sieben Tonnen Gewicht pro Quadratmeter ausgelegt. Zudem soll die ehemalige Start- und-Lande-Bahn auch als Zuliefertrasse für den künftigen Offshore-Terminal Bremerhaven genutzt werden.

Eimflugschneise für Arbeitsplätze: Auf dem ehemaligen Flugplatz Luneort lässt die BIS Bremerhaven Gewerbe- und Industrieflächen herrichten. Die frühere Start-und-Lande-Bahn wird zur Schwerlasttrasse. Foto: BIS Bremerhaven/Scheer

Zukünftige Gewerbeansiedlungen

Mit der Erschließung von rund 100 Hektar auf dem ehemaligen Flugplatzgelände sichert sich Bremerhaven den Raum für zukünftige Gewerbe- und Industrieansiedlungen. Eine ausreichend große Zahl baureifer Gewerbeflächen ist für die Wirtschaftsförderung unverzichtbar, damit Unternehmen ihre Expansionspläne kurzfristig in die Tat umsetzen können. „Wir können nicht erst mit der Erschließung beginnen, wenn die ersten Anfragen vorliegen“, ist Martin Günthner, Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen des Landes Bremen, überzeugt.
Für die BIS Bremerhaven sind solche Gewerbeflächen ein wichtiges Instrument, um den Standort Bremerhaven mittelfristig konkurrenzfähig zu halten. Die Wirtschaftsförderer wollen Flächenengpässen sowohl für kleine und mittlere Unternehmen entgegensteuern und Ansiedlungsinteressenten großflächig Platz für Gewerbe und Industrie anbieten. Voraussetzung ist die zeitnahe Erschließung der Flächen.

BLG LOGISTICS

WIR SIND VIELSEITIG. DAMIT IHRE LOGISTIK AUS EINER HAND KOMMT.

Von der Produktion über werksinterne Tätigkeiten bis hin zur Distribution:
Wir übernehmen die Abwicklung Ihrer gesamten Supply Chain – zuverlässig und flexibel.

Mehr gute Gründe für BLG LOGISTICS unter

5

GUTE GRÜNDE
FÜR BLG LOGISTICS

www.blg.de/5gruende

Auf dem 15 Hektar großen Kellogg-Werksgelände in der Bremer Überseestadt wurden bis Ende 2017 Cornflakes produziert.

Foto: © WFB/Jan Rathke

Das Luftbild von 2016 zeigt die Landzunge, auf dem sich das Kellogg-Gelände befindet und die Überseeinsel entstehen wird.

Foto: © WFB/Studio B

Sahnestück statt Cornflakes

Kindergärten, Schule, Parks und Reihenhäuser: In den Plänen ist schon jede Menge Leben auf dem einstigen, 15 Hektar fassenden „Kellogg"-Gelände in der Bremer Überseestadt eingezogen. Ab 2021 soll mit der Bebauung begonnen werden. Jedoch schließt Investor Dr. Klaus Meier nicht aus, dass das Quartier „Überseeinsel" schon früher zum Anlaufpunkt wird.

Von Corinna Laubach

Klaus Meier ist in Bremen kein Unbekannter. Er ist Gründer und Aufsichtsratschef der wpd AG, die auf der ganzen Welt Windparks plant, entwickelt und betreibt. Dass sich der 53-Jährige jetzt auch der Stadtentwicklung annimmt, ist hingegen neu. „Wir haben Spaß an dem Thema Projektentwicklung und Bau. Da kann man ja auch mal was anderes machen als immer nur Windkraft", erklärt der promovierte Jurist sein Engagement mit einem Augenzwinkern. Konkret hat er den Bau eines neuen Stadtviertels in Bremen ins Visier genommen – und zwar dort, wo früher Kellogg Deutschland Cornflakes produziert hat.

Ganz wie die Jungfrau zum Kinde kam der Bremer Unternehmer aber nicht zu dem Gelände und der Idee. Meiers wpd hatte ein Vorkaufsrecht für einen Teil der Fläche. „Als Kellogg 2016 dann öffentlich gemacht hat, dass die Produktion geschlossen wird und die Diskussion um die Nachnutzung begann, haben wir den Finger gehoben."

Im November 2017 hatte der US-Konzern nach über 50 Jahren die Zerealien-Produktion bei Kellogg Deutschland an der Weser gestoppt. Seit Juli 2018 gehört Klaus Meier nun das 15 Hektar fassende einstige Produktionsgelände des amerikanischen Frühstücksflockenherstellers in der Bremer Überseestadt. Es ist Teil des insgesamt 41,5 Hektar großen Areals, das als letztes Sahnestück in der Gestaltung der Überseestadt gilt. Hier, auf einer Art Halbinsel, soll das neue Stadtquartier „Überseeinsel" entstehen. Es sind 15 Hektar in bester bremischer Lage: Direkt an der Weser, keine zwei Kilometer vom Marktplatz, dem Roland und den Stadtmusikanten entfernt. Das Grundstück hat eine gut erschlossene Infrastruktur und ein modernes Ambiente. „Es ist ein toller Standort", schwärmt Meier. Über den Kaufpreis für das Grundstück wurde Stillschweigen vereinbart. Gemeinsam mit der Stadt Bremen soll das Gesamtareal entwickelt werden. Fest steht: Es wird einen Mix aus Arbeiten, Wohnen und Freizeit geben – zukunftsgerichtet und nachhaltig, wie Meier sagt.

Zentralisierte Mobiliät

Und an dieser Stelle schließt sich der Kreis zu dem Experten für regenerative Energien, der für die Entwicklung des Gebiets die Überseeinsel GmbH gegründet hat: „Eine zentrale Frage der Zukunft wird sein: Wie werden die Sektoren Wärme und Verkehr erneuerbar? Und dabei insbesondere, wie bekommen wir den Windstrom in die Häuser und Autos? Darum kümmern wir uns exemplarisch", erläutert Klaus Meier. Er denkt dabei beispielsweise daran, über Quartiersgaragen die Mobilität zu zentralisieren. Dort könnten auch Batterien von Elektroautos aufgeladen und Car-Sharing-Systeme installiert werden. Meier schwebt eine Lebensweise vor, die insbesondere Familien als künftige Bewohner des Quartiers ansprechen soll.

Sechs Büros aus Berlin, Kopenhagen, Rotterdam, Bremen und Wien waren damit beauftragt, sich in Vorstudien mit dem Areal zu beschäftigen. Durchgesetzt hat sich das Berliner Büro SMAQ für Städtebau und Architektur mit seinem Gesamtkonzept. „Aber auch Ideen aus den Plänen der Bremer Architektenteams OMP und COBE Architects aus Kopenhagen werden in die weiteren Überlegungen mit einfließen", sagt Meier und ergänzt: „Wir wollen ein Quartier für Menschen gestalten. Lebendig, gesund, sicher und ökologisch."

In einem ersten Schritt werden jetzt die Bestandsimmobilien auf dem Gelände unter die Lupe genommen und wenn möglich erhalten. Das betrifft auch ein weißes Getreidesilo, das weithin sichtbar ist. Andernorts habe er bereits tolle zeitgemäße Verwendungen für solche Industriedenkmale sehen können – beispielsweise als Restaurant, betont Meier. Aber auch ein Museum oder ein Hotel seien denkbar. Ab etwa 2021 will Meier mit Neubauaktivitäten auf dem Kellogg-Gelände beginnen. Geplant sind 1200 Wohneinheiten, auch Arbeitsplätze für bis zu 3000 Menschen sollen im Zuge der Neugestaltung entstehen. Eine Grund- und Oberschule sowie drei Kindergärten gehören ebenfalls zur Planung. Von den Kitaplätzen könnten auch die Beschäftigten der wpd-Firmenzentrale profitieren, die nur einen Steinwurf entfernt von der „Überseeinsel" ansässig ist. Die Kitaplätze sind neben Schulen aber vor allem ein unerlässliches Element, um Familien in die Überseestadt zu locken, weiß Meier. Deshalb sollen auch viele Grünflächen, Bolz- und Spielplätze entstehen – oder schlicht „Platz zum Toben", wie Meier, selbst Vater von vier Kindern, sagt. Dazu: Ein Bio- und Regionalmarkt, viele Einzelhändler und sehr viele gastronomische Angebote. „2040 ist es das Quartier in Bremen, wo man sein will. Jung und Alt, Singles und Familien", ist der Geschäftsführer der Überseeinsel GmbH überzeugt.

Dr. Klaus Meier ist Geschäftsführer der Überseeinsel GmbH, geschäftsführender Gesellschafter der wpd windmanager GmbH & Co. KG und seit 24. Mai 2018 Aufsichtsratsvorsitzender der BLG AG (Bremer Lagerhausgesellschaft).

Foto: © WFB/Frank Pusch

Entstehung mit Industrie kompatibel

Neben Wohnen bleibt das Gewerbe ein fester Bestandteil in der Weiterentwicklung der Bremer Überseestadt – so auch auf der „Überseeinsel". „Auf den Grundstücksbereichen in der Nähe zu den Industriebetrieben kann natürlich nur etwas entstehen, das auch mit der Industrie kompatibel ist", nimmt Klaus Meier mögliche Bedenken vorweg. In enger Absprache mit der Stadt und den Industrieanrainern werde hier geplant.

> **„Auf den Grundstücksbereichen in der Nähe zu den Industriebetrieben kann natürlich nur etwas entstehen, das auch mit der Industrie kompatibel ist"**
>
> Klaus Meier, Gründer und Aufsichtsratschef der wpd AG

In etwa zehn Jahren soll die „Überseeinsel" frühestens komplett fertig entwickelt und bebaut sein. Sie ist ein weiterer Meilenstein in der Gesamtentwicklung des Europa- und Überseehafens. Seit nunmehr gut 18 Jahren entsteht mit der Bremer Überseestadt auf 300 Hektar Fläche eines der größten städtebaulichen Revitalisierungsprojekte in Europa. Das einstige Hafenquartier hat sich zum Vorzeigeobjekt entwickelt, darüber sind sich nicht nur Experten einig: Die Wohnimmobilien sind rege nachgefragt, weitere Wohnprojekte sind in der Umsetzung, darunter auch Angebote im sozialen Wohnungsbau. Rund 16000 Beschäftigte arbeiten heute in den zahlreichen Büros in der Überseestadt. Wohnen und arbeiten direkt am Wasser liegen wie in anderen Städten mit vergleichbaren Umnutzungen auch in Bremen hoch im Kurs. Davon wird die „Überseeinsel" profitieren, ist sich Meier sicher.

Mit Leidenschaft

Sich Ziele zu setzen, ist eine wichtige Basis für den beruflichen Erfolg. Bei Marc Burkhardt kommen zwei entscheidende Faktoren hinzu: „Ich habe einfach Spaß an der Arbeit", sagt der Inhaber der Behrens Raumausstattung in Bremerhaven. Und er hat ein engagiertes Team: „Wir sind wie eine große Familie von Experten."

Das Geschäft mit Heimtextilien, Bodenbelägen und Sonnenschutzsystemen liegt Marc Burkhardt im Blut. Die große Zahl der Hersteller, Materialien sowie Qualitäten überblickt er wie nur wenige andere. „Zu wissen, was gut ist und zu spüren, was unsere Kunden sich individuell wünschen, ist der Schlüssel zu unserem Erfolg", sagt Burkhardt. Hinzu kommt noch die notwendige und sensible Unterstützung des Kunden bei dessen Entscheidung, neuesten Trends zu folgen oder eher Traditionelles zu bevorzugen. Viel Know-how ist hier gefragt. Marc Burkardt hat vor diesem Hintergrund schon vor langer Zeit eine klare Entscheidung getroffen: „Wenn Sie den Kunden einen fundierten Service bieten wollen, brauchen Sie gute Berater", betont er.

Marc Burkhardt: Ich habe einfach Spaß an der Arbeit.

Fachliche Qualifikation

Alle Beschäftigten bei Behrens Raumausstattung sind vom Fach und gelernte Raumausstatter/Innen. Doch die fachliche Qualifikation allein reicht dem 45-Jährigen nicht aus: „Die Stimmung im Team muss gut sein", sagt er, „dann macht die Arbeit Spaß. Und das merkt der Kunde." Dass dem Unternehmer die Arbeit selbst Spaß macht, ist dabei nicht zu übersehen – sonst würde er nicht sechs Tage in der Woche im Betrieb sein. „Und das tue ich mit ungebrochener Begeisterung", sagt er über sich selbst.

Die Firma Behrens Raumausstattung gehört zu den wenigen noch verbliebenen alteingesessenen Familienbetrieben in Bremerhaven. In zwei Schritten übernahm Burkhardt das Unternehmen 2000 und 2010 von seinem Vater. Vor knapp fünf Jahren zog er mit der 1905 als Teppichhaus Behrens gegründeten Firma von der Hafenstraße im Stadtteil Lehe an die Schiffdorfer Chaussee in Geestemünde. Die modernen Ausstellungs- und Verkaufsräume sind aber nur eine Momentaufnahme in der Firmengeschichte. Aktuell ist Burkhardt dabei, die Zentrale komplett umzugestalten – unter anderem kommt ein großer Outdoor-Ausstellungsbereich hinzu. Gerade hat der Unternehmer ein Zentrallager im Gewerbegebiet Am Grollhamm errichtet; von dort wird künftig nicht nur das Bremerhavener Hauptgeschäft, sondern auch die neue Filiale in Cuxhaven beliefert.

> **„Die Stimmung im Team muss gut sein. Dann macht die Arbeit Spaß. Und das merkt der Kunde."**
>
> Marc Burkhardt, Teppichhaus Behrens

Der Expansionskurs ist kein Selbstzweck: „In unserer Branche haben nur kleine und mittelständische Unternehmen dauerhaften Erfolg." Dass Burkhardts Unternehmen nicht zu den Kleinen der Branche gehören würde, war ihm schon lange klar. Er bedient seit vielen Jahren nicht nur Privathaushalte von Bremen bis Cuxhaven mit individuellen Lösungen. Auch im gewerblichen Bereich ist er eine „große Nummer": Für Bauträger, Entwickler und Architekten bestückt er komplette Gebäude mit Bodenbelägen, Gardinen und Sonnenschutzlösungen.

Fachleute: Alle Berater bei Behrens-Raumausstattung sind gelernte Raumausstatter.

Wenn sich der Raumausstattermeister ein Ziel gesetzt hat, erreicht er es auch. Das war schon so, als er sich ohne vorherige langwierige Ausbildung direkt zur Gesellenprüfung anmeldete – und sie bestand. Und das änderte sich auch nicht an der Meisterschule in Oldenburg, von der er abends trotz der langen Strecke immer pünktlich zum Fußballtraining fuhr.

Burkhardt ist kein Einzelkämpfer. „Auch die großen Entscheidungen werden im Team mit den beteiligten Mitarbeitern besprochen und gemeinsam entschieden", betont der Unternehmer. Neben einem guten Gehalt ist für ihn das Teilen der Verantwortung ein wichtiges Motivationsmittel für seine Beschäftigten. Aber auch der Spaß kommt nicht zu kurz: „Wir machen viel außerhalb der Firma gemeinsam", betont Burkhardt. Ein ungeschriebenes Gesetz dabei: „Wir reden nicht über die Arbeit." Das Ergebnis: „Wir haben eine geringe Fluktuation."

Für die Kunden bedeutet dies: „Sie bekommen immer eine fachkundige Beratung sowie eine saubere handwerkliche Leistung." Auch das gehört zur Marktstrategie: Etwa 13 Prozent seiner rund 7000 Stammkunden haben zwischendurch der Versuchung nicht widerstehen können, in einem Baumarkt einzukaufen: „Sie sind alle zurückgekommen." Eine Rolle spielte dabei auch die Kombination aus Preis und Leistung: „Fachhandel ist nicht gleich teuer", betont der Inhaber. Und in der Liga der Großen mitzuspielen, bedeutet für Burkhardt nicht, dass er sich nur für Großkunden interessiert: „Egal, ob wir eine Markise liefern und anbringen oder an einem Bürogebäude 1000 Außenjalousien montieren: Die Qualität und unser Engagement sind immer gleich", versichert Burkhardt. Nicht umsonst lautet das Credo des Unternehmens: „Wir können nur gut, denn wir wollen nur gut."

Rückzug vom Mittelmeer

Was wird aus dem Bremerhavener Einkaufszentrum Mediterraneo? Die Eigentümer planen ein Outlet. Viele Einzelhändler fürchten einen Wettbewerb, in dem sie mit regulärer Ware nicht mithalten können.

Knapp elf Jahre nach seiner Eröffnung steht das Einkaufszentrum Mediterraneo vor einem Paradigmenwechsel. Die Hamburger AVW Immobilien AG will ihr Center neben dem Klimahaus Bremerhaven in ein „Fashion Outlet" verwandeln. Anstelle der bislang dort ansässigen Einzelhändler sollen noch nicht näher bezeichnete Markenhersteller dort ihre Produkte zu Sonderpreisen anbieten. Solche Unternehmen kämen sonst nicht in die Stadt, argumentierte AVW-Vorstand Michael Mertmann gegenüber der NORDSEE-ZEITUNG, die als erste über die Pläne berichtete: Die Rahmendaten Bremerhavens erschweren demzufolge eine Nachvermietung, weil der „mittel- bis hochwertige klassische Einzelhandel nicht nach Bremerhaven kommen wolle. In dem im mediterranen Baustil dekorierten Zentrum hatte es seit der Eröffnung zahlreiche Mieterwechsel und häufiger auch Leerstände gegeben.

Outlet-Pläne im Mediterraneo

Die Reaktionen auf die Pläne sind gespalten. Der Bremerhavener Einzelhandel hat seit Jahren Probleme mit der vergleichsweise geringen Kaufkraft aus der eigenen Stadt. Anfang 2019 standen allein in der Fußgängerzone und den angrenzenden Straßen 15 Ladenlokale leer. Händler wie der Bremer Harm Hesterberg (der jetzt mit seinem Geschäft Sail Harbour das Mediterraneo verlässt) bezeichneten die Outlet-Pläne in der NORDSEE-ZEITUNG als „großen Fehler". Sinnvoller sei es, etwas zu Bremerhaven passendes zu entwickeln und Trendthemen zu besetzen. Vor allem auswärtige Handelsfachleute wie der Wiesbadener Unternehmensberater Dr. Joachim Will sehen in dem Projekt große Chancen für Bremerhaven. Will sieht Outlet-Center im Trend, in Deutschland werde es irgendwann 23 bis 30 solcher Zentren geben. Will verweist darauf, dass beispielsweise in Bad Münstereifel die nahezu verwaiste Innenstadt neu belebt habe. Bis zu 500 Beschäftigte könnten im Mediterraneo entstehen, ist Will überzeugt.

Mit einem Outlet-Center könnten im Mediterraneo bis zu 500 Arbeitsplätze entstehen. Foto: Hartmann

Die Einzelhandelsgeschäfte fanden in der Waterfront erst viel später Interessenten, als die irische LNC Property Group das Areal 2008 übernahm. Foto: Archiv

Frequenzbringer

Zurück zu den Wurzeln? Ein Outlet war schon in den ersten Ideen für ein eigenes Tourismusressort am Bremerhavener Weserdeich geplant. Doch die Ocean-Park-Pläne scheiterten.

Seit Anbeginn der Planungen für die Bebauung der damaligen Brachlandschaft am Alten Hafen galt der Einzelhandel als Frequenzbringer für die gewünschten touristischen Attraktionen. Als der Wiesbadener Projektentwickler Jürg E. Köllmann die Ocean-Park-Pläne für das Gelände am Deich präsentierte, saß neben dem amerikanischen Architekten Peter Chermayeff auch die amerikanische Mills Cooporation mit im Boot. „Mills" entwickelte seinerzeit in den USA eine Kette riesiger Einkaufs- und Outlet-Center und wollte über Bremerhaven in den europäischen Markt einsteigen. Dass die Köllmann-Pläne nicht realisiert wurden, gilt heute als Glücksfall. Ein ähnliches Projekt des Wiesbadeners – der Space Park in Bremen – war wenige Monate nach der Eröffnung im Desaster geendet. Der Erlebnisteil des Parks zum Thema Raumfahrt wurde nach wenigen Monaten geschlossen. Die Einzelhandels-geschäfte fanden erst viel später Interessenten, als die irische LNC Property Group das Areal 2008 übernahm und mit der Kleidungskette primark als Ankermieter zahlreiche Markengeschäfte – aber keine Outlet-Stores – ansiedelte. Seit 2015 wird das Einkaufszentrum von der deutschen ECE (Otto-Gruppe) betrieben.

Notwendiger Frequenzbringer

Auch in den Havenwelten galt der Einzelhandel in den grundlegenden Konzepten und Machbarkeitsstudien als notwendiger Frequenzbringer für die touristischen Attraktionen. Deswegen wurde der Gebäudekomplex des Klimahauses und des Hotels Atlantic Sail City nach Süden um das Gebäude des Mediterraneo ergänzt. Seit der Eröffnung gab es aber immer wieder Berichte, dass die Geschäfte in dem Center schleppend liefen. Außerdem beklagte sich der innerstädtische Einzelhandel über eine mangelhafte Verbindung zwischen City und Havenwelten, mit der Folge, dass die Geschäfte in der Fußgängerzone nur bedingt vom Leben in der Tourismusmeile profitierten.

Jan Müller übernimmt den Goldschmiedebetrieb Hornung in der Bremerhavener Fußgängerzone.

Einen Traum erfüllt

Der Weg zur Selbstständigkeit ist kürzer, als viele vermuten. 1200 Handwerker im Land Bremen suchen einen Nachfolger für ihr Unternehmen. Jan Müller hat einen Betrieb übernommen. Und ist dafür extra aus Flensburg nach Bremerhaven gezogen.

Von Ursel Kikker

Die Idee spukte schon länger in seinem Kopf herum: Als Goldschmied selbstständig sein, eine eigene Werkstatt haben. Dass Jan Müller heute Chef ist und in der Bremerhavener Einkaufszone an einem selbst entworfenen Ring arbeitet, hätte er vor eineinhalb Jahren nicht einmal zu träumen gewagt. Tatsächlich ist der 32-Jährige im Wege der Unternehmensnachfolge im Handwerk zu seiner eigenen Werkstatt gekommen.

Nachfolger gesucht

Müller führt die Goldschmiede Hornung Groen weiter, eine Meisterwerkstatt seit 1922 und einer von 980 Handwerksbetrieben in Bremerhaven. Er hat bei einem Volkshochschulkursus dieses Handwerk für sich entdeckt und dort seinen allerersten Ring gefertigt. Ein paar Monate später ließ er sich in Husum zum Goldschmied ausbilden. In Flensburg arbeitete Müller zunächst im Verkauf. Quasi zufällig kreuzten sich die Wege von ihm und seinem Vorgänger in Bremerhaven. Der hatte keinen Nachfolger und startete einen Ausverkauf.

Laut Institut für Mittelstandsforschung in Bonn steht im Zeitraum 2018 bis 2022 in etwa 150 000 deutschen Unternehmen eine Nachfolge an. Für das Bundesland Bremen sollen es 1200 sein. Der Zentralverband des Deutschen Handwerks hatte 2015 eine große Umfrage in Auftrag gegeben. Danach mussten 200 000 Betriebsinhaber in den folgenden fünf bis sechs Jahren ihre Nachfolge regeln.

Müller und seine Frau Anja sagten sich: „Wenn nicht jetzt, wann dann?“ Das Angebot aus Bremerhaven machte ihnen den Start vergleichsweise leicht: „Ich bin ja nicht bei null angefangen. Das Geschäft funktionierte und war gesund“, sagt Müller, der nun seit fast einem Jahr dort der „Chef“ ist. Er war froh, die vier Mitarbeiter, darunter drei weitere Goldschmiede, übernehmen zu können. Müller schrieb mit der Unterstützung seiner Frau, die über Betriebswirtschaftsstudium und Berufserfahrung verfügt, einen Businessplan.

Liquiditätszahlen

Sich selbst durch Liquiditäts- und andere Zahlen zu wühlen, den Standort zu beleuchten, sich über die Konkurrenz klarzuwerden – für ihn war das wichtig. „Ich habe mich vorher nie damit beschäftigt“, sagt der neue Goldschmiede-Inhaber. Auch dass er am Anfang alles alleine machen musste, war für ihn lehrreich. „Jeder Brief, jedes Schmuckstück ist über meinen Schreibtisch gegangen. Ich weiß eins zu eins, was hier stattfindet“, sagt Müller.

Wenn er sagen sollte, was er für eine Betriebsübernahme außerdem für wichtig hält, kommt zweierlei: Den Finanzrahmen nicht zu eng zu stecken, um eine mögliche Durststrecke zu überstehen, und sich durchzubeißen. Müller: „Man muss mit Leidenschaft dabei sein.“

Jan Müller übernimmt den Goldschmiedebetrieb Hornung in der Bremerhavener Fußgängerzone.
Fotos: Hartmann

Nachfolge planen

Für den Erhalt von Firmen und damit von Arbeitsplätzen ist es wichtig Rolle, dass Unternehmer rechtzeitig einen Nachfolger finden. Deshalb haben die Kreishandwerkerschaft Bremerhaven-Wesermünde, die Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven, die Weser-Elbe Sparkasse und die Volksbank Bremerhaven-Cuxland 2012 eine gemeinsame Veranstaltungsreihe, den Betriebsübergabe- und übernahmetag, ins Leben gerufen. Bei der achten Folge ging es jetzt um das Erbrecht. Den Impulsvortrag hielt Arbeitgeberpräsident Ingo Kramer.

Rund 140 Gäste waren der Einladung gefolgt, unter ihnen viele jüngere Fachkräfte, die sich zum Thema Betriebsübernahme erkundigen wollten. Mut dazu machte ihnen Ingo Kramer. „Selbstständig zu sein ist zwar keine leichte, aber eine tolle Aufgabe“, so der Präsident der Bundesvereinigung der Deutschen Arbeitgeberverbände (BDA). In seinem Vortrag berichtete er von seinen Erfahrungen als Chef der Bremerhavener J. Heinr. Kramer Unternehmensgruppe, deren Leitung er 2018 an die nächste Generation weitergegeben hat.

Für die Übergabe eines Unternehmens gelte es, unabhängig von der Unternehmensgröße, fünf Grundregeln zu beachten: 1. Rechtzeitiges Beginnen mit der Nachfolgeregelung, 2. Einbeziehung der Familie, 3. Klare Entscheidungsstrukturen im Unternehmen sicherstellen, 4. Die Personen, welche die Verantwortung tragen, müssen auch die strategischen Entscheidungen treffen dürfen, und 5. Die abgebende Generation sollte ihren Rückzug klar benennen und auch konsequent umsetzen.

Unternehmern, die ihre Firma erst in mittlerer oder fernerer Zukunft weitergeben wollen, gab Kramer einen weiteren Ratschlag mit auf den Weg: „Investitionen in die Ausbildung sind die besten Investitionen zur Sicherung der Nachfolge.

Arbeitgeberpräsident Ingo Kramer

Bürokratie und Steuern bremsen Übergabe

Immer mehr Unternehmer suchen einen Nachfolger – und finden keinen.

Knapp 6700 Firmeninhaber wandten sich nach Angaben des Deutschen Industrie- und Handelskammertages im Jahr 2017 an ihre regionale IHK, um gemeinsam mit den Kammerexperten die Zukunft ihres Unternehmens zu gestalten. Knapp die Hälfte der Ratsuchenden hatte bis dahin noch keinen potenziellen Nachfolger gefunden. Immerhin zeichnet sich ein positiver Trend ab: Die Zahl der Frauen, die eine Firma übernehmen wollen, steigt kontinuierlich an. Mittlerweile sind 25 Prozent der Ratsuchenden weiblich. Der Frauenanteil bei Existenzgründungen beträgt allerdings 40 Prozent. Die zögerliche Bereitschaft von Nachwuchskräften, Verantwortung zu übernehmen, ist sicherlich zu einem großen Teil ein gesellschaftliches Problem. Sowohl im Handwerk als auch in den übrigen Wirtschaftszweigen klagten die Kammern in den vergangenen Jahren häufig über ein geringes Interesse junger Menschen am Unternehmerdasein. Mittlerweile zeichnet sich jedoch die Chance auf eine Trendwende ab: Die Zahl der Teilnehmer an allgemeinen Beratungsangeboten der Industrie- und Handelskammern stieg allein im Jahr 2017 – dem aktuellen DIHK-Berichtsjahr – um 14 Prozent auf 23 501 Personen an.

Politische Rahmenbedingungen

Dass das Thema „Unternehmensnachfolge“ dennoch problembehaftet bleibt, liegt offenbar auch an den politischen Rahmenbedingungen in Deutschland. Immer wieder hören die Handelskammern Klagen von den Senior-Unternehmern, dass eine fehlende Rechtssicherheit bei der Anwendung des Erbschaftssteuergesetzes die Weitergabe einer Firma innerhalb der Familie erheblich erschwert. Dabei geht es nicht nur um mögliche steuerliche Mehrbelastung – die Unsicherheit über deren Umfang erschwert es, die für die Übernahme unverzichtbaren betriebswirtschaftlichen Zukunftsszenarien zu entwickeln.

Zu den Hemmnissen zählt auch der Verwaltungsaufwand. „Die Belastungen durch Bürokratie haben überhandgenommen“, lautet die klare Botschaft aus den Beratungsgesprächen der Industrie- und Handelskammern. Neben einem klaren Bürokratie-Entlastungsgesetz erwartet die Interessenvertretung der Wirtschaft vor allem, dass die Verwaltungen wesentlich konsequenter die Chancen der Digitalisierung ergreifen und zumindest die wichtigsten 100 Verwaltungsleistungen für Firmen online anbieten.

Oftmals wird die Unternehmensnachfolge durch steuerliche Regelungen erheblich belastet. Wenn Kinder von Familienunternehmen ihre ersten Erfahrungen im Ausland sammeln oder dort studieren und dann zur Übernahme nach Deutschland zurückkehren, greift unter Umständen die so genannte „Wegzugsbesteuerung“. Den noch im Ausland lebenden Jungunternehmen droht, dass sie auf den Wert der übernommenen Unternehmensanteile Einkommenssteuer zahlen müssen. Und selbst wer als übernehmendes Familienmitglied in Deutschland lebt, muss unter Umständen Geld ans Finanzamt überweisen: Auch wenn die Firmengrundstücke nur innerhalb der Familie weitergegeben werden, droht in vielen Fällen die Zahlung von Grunderwerbssteuern.

Foto: Colourbox.de

„Das Engagement ist wichtig und nicht, welches Geschlecht“

Erstmals hat eine Frau die Führung in der wichtigsten Institution der Wirtschaft im Land Bremen übernommen. Janina Marahrens-Hashagen wurde einstimmig auf Vorschlag des Präsidiums zur Präses der Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven gewählt. Doch in die Debatte um die Gleichberechtigung in der Wirtschaft will sie nicht einsteigen: „Das Engagement ist wichtig und nicht, welches Geschlecht der Amtsträger hat“, sagt sie.

Jede Frage rund um das Thema „Frauen in Führungspositionen“ betont schnell bekannte Klischees. Trotzdem: Was bedeutet es für Sie, als erste Frau an der Spitze der Selbstverwaltung der Wirtschaft im Land Bremen zu stehen – auf Vorschlag des Präsidiums, einstimmig und ohne vorherigen Quotenbeschluss? Hat das Signalwirkung für das Thema Frauen in Führungspositionen in der Wirtschaft? Ich empfinde es als Ehre und bin gerne bereit, mich mit großem Engagement für unseren Wirtschaftsstandort einzusetzen. Das ist aber keine Geschlechterfrage. Für mich ist das völlig normal und ich engagiere mich schon seit vielen Jahren. Seit 2001 gehöre ich dem Plenum der Handelskammer an und bin seit 2009 im Präsidium. Ich kenne daher die Arbeitsstrukturen, habe genug Erfahrung und traue mir dieses Amt zu. Das Engagement ist wichtig und nicht, welches Geschlecht der Amtsträger hat. Aber klar: Das ist auch ein Signal, dass Frauen in Führungspositionen erfolgreich sein können.

Handelskammern hängt schnell ein leicht angestaubtes Image an, immer wieder gibt es Kritik an der Zwangsmitgliedschaft, manchmal kommt der Widerstand – siehe Hamburg – sogar aus den eigenen Reihen. Welche Bedeutung hat die Handelskammer aus Ihrer Sicht im Land Bremen? Warum sollten sich Unternehmer dort engagieren? Und wie sehen Sie die Zukunft der Kammer? Handelskammern geben der Wirtschaft eine Stimme gegenüber der Politik. Das ist wichtiger denn je. Und sie vertreten alle, die ein Gewerbe betreiben, gleichberechtigt. Besonders wichtig ist, dass Handelskammern die duale Berufsausbildung organisieren und die Unternehmen bei Auslandsengagements unterstützen. Mit Vorschlägen zur Infrastruktur setzen wir uns für die Verbesserung der Zukunftschancen unseres Standorts ein. Nur ein guter Wirtschaftsstandort ist attraktiv für die besten Arbeitskräfte, die wir in den Unternehmen so dringend brauchen. Und dazu gehört eben auch: Weil dieses Engagement allen Unternehmen gleichermaßen zugute kommt, kann das nur funktionieren, wenn alle mitmachen und sich an der Finanzierung beteiligen.

Sie selbst sind bereits seit 18 Jahren in der Kammer aktiv. Was bedeutet für Sie dieses Ehrenamt? Warum ist es so wichtig, dass sich Unternehmerinnen und Unternehmer engagieren? In der eigenen Firma gibt es ja eigentlich schon genug zu tun und genug an Verantwortung. Bremen und Bremerhaven sind starke, hochinteressante Wirtschaftsstandorte. Hier liegt viel Potenzial, das wir für die Zukunft unseres Bundeslandes nutzen sollten. Dafür will ich mich stark machen. Selbstverständlich bleibe ich meinem Unternehmen erhalten. Ich habe dort eine tolle Unterstützung durch unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, die mich in die Lage versetzt, mein Ehrenamt auszuüben. Man darf eben nicht nur meckern, man muss auch selbst etwas tun.

Welche Schwerpunkte wollen Sie in den kommenden drei Jahren setzen? In der sich verschärfenden Fachkräftethematik sind Bildung und Ausbildung zwei wichtige Themen, um die ich mich kümmern werde. Und natürlich bleiben auch die vielen weiteren, für unseren Wirtschaftsstandort bedeutenden Kammer-Themen im Fokus. Großes Gewicht wird für die Handelskammer die Digitalisierung haben. Wir arbeiten selbst intensiv daran, Arbeits- und Kommunikationsprozesse digital weiter zu stärken.

Wie steht es aus Sicht der Wirtschaft um die Bildungsqualität?
Das Land Bremen ist einer der größten Industriestandorte in Deutschland, aber PISA-Nachläufer. Wenn wir Fachkräfte aus dem Süden Deutschlands gewinnen wollen, dann sagen die: Der Wohnraum ist preiswert, Bremen und Bremerhaven sind schön, aber in die Schulen will keiner seine Kinder schicken. Die gehen dann lieber nach Niedersachsen, wo die Schulqualität deutlich besser ist.

Was muss denn anders werden in der Bildung? Wir brauchen mehr Bildungsqualität und eine bessere Ausstattung der Schulen. Wenn Sie mal in einer der Berufsschulen waren, haben Sie das Gefühl: Wir sind ein Industriestandort, der sich digitalisiert, aber die Schulen haben gerade mal einen vernünftigen Kopierer, und das Internet funktioniert nicht. Die Ausstattung mancher Schulen ist eine Katastrophe. Deswegen soll der Digitalpakt auf Bundesebene dazu beitragen, damit diese Mittel auch in den Schulen ankommen.

Was vermisst die Wirtschaft bei den Schulabgängern? Sie sind manchmal nicht ausbildungsfähig, weil Grundkompetenzen fehlen. Um eine vernünftige Ausbildung zum Beispiel im Metallbereich zu machen, muss man auch gut rechnen können. Da müsste auf alle Fälle nachgebessert werden. Wirtschaft muss in den Schulen eine größere Rolle spielen. Das ist auch eine Aufgabe für uns Unternehmer. Wir müssen mehr in die Schulen gehen und die jungen Leute für unsere Ausbildungsplätze motivieren. Wir müssen ihnen eine Orientierung geben: Was gibt es für Ausbildungsplätze? Und was müsst ihr mitbringen, wenn ihr eine solche Ausbildung machen wollt?

Die neue Präses der Handelskammer Bremen: Janina Marahrens-Hashagen.
Foto: Handelskammer / Jörg Sarbach

Welche Themen wollen Sie außerdem in Bremerhaven vorantreiben? Es gibt viele Themen, ich will einige herausgreifen. Wir wollen zum Beispiel, dass die Innenstadt besser mit den Havenwelten verbunden wird. Wenn Kreuzfahrtschiffe anlegen, dürfen sie nicht nur am Terminal „abgefrühstückt“ werden. Die Stadt muss sich noch stärker zum Wasser hin öffnen. Die Einzelhändler müssen sich besser positionieren können. Daher wollen wir gemeinsam mit der Wirtschaftsförderungsgesellschaft BIS und der Stadt Bremerhaven eine Verkehrsanalyse für die Columbusstraße auf den Weg bringen.
Wenn die Bauarbeiten auf der Kennedybrücke abgeschlossen sind, würden wir gerne mit der Verkehrszählung starten. Danach muss man schauen, ob und wie man die Straße umgestalten kann, um die Verbindung zwischen Havenwelten und Innenstadt zu stärken und gleichzeitig die Leistungsfähigkeit der Straße zu erhalten. Wir brauchen jetzt eine Basis für Entscheidungen. Außerdem brauchen wir schöne und am Wasser gelegene Wohnquartiere. Die Entwicklungen im Werftquartier zum Beispiel finde ich klasse.

Was halten Sie von dem Vorschlag der CDU, statt eines reinen Offshore-Terminals einen allgemeinen Schwerlasthafen zu bauen? Für einen Schwerlasthafen müsste das Planfeststellungsverfahren neu aufgerollt werden. Wir befürchten, dass dies zu erheblichen weiteren Verzögerungen führt.

Das Mediterraneo soll in ein Outlet-Center umgewandelt werden. Was halten Sie davon? Es gibt Outlet-Center, die extrem gut laufen und auch dem Einzelhandel gut getan haben. Es gibt aber auch Beispiele, bei denen dem Einzelhandel sehr viel weggenommen wurde. Die Umgestaltung muss auf jeden Fall in enger Abstimmung mit den City Skippern und dem Columbus-Center stattfinden, um für alle Seiten einen Mehrwert zu erzielen.

Engagierte Unternehmerin

Janina Marahrens-Hashagen als Präses für die nächsten drei Jahre an der ehrenamtlichen Spitze der Handelskammer. Die in Bremen geborene Unternehmerin ist seit 1998 geschäftsführende Gesellschafterin der Firmengruppe H. Marahrens. Bereits 1982 ist sie in das väterliche Unternehmen eingetreten, nachdem sie das Studium der Wirtschaftswissenschaften an der Universität Hamburg mit dem Titel „Diplom-Kauffrau“

abgeschlossen hat. Janina Marahrens-Hashagen ist verheiratet und hat zwei erwachsene Kinder. Dem Plenum der Handelskammer gehört die Unternehmerin seit dem Jahr 2001 an. 2009 wurde sie in das Präsidium gewählt und war von 2010 bis 2015 als Rechnungsführerin verantwortlich für den Kammerhaushalt. Mit der Fusion der früheren Handelskammer Bremen und der ehemaligen Industrie- und Handelskammer (IHK) Bremerhaven zur Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven wurde Janina Marahrens-Hashagen im Januar 2016 Rechnungsprüferin der neuen Kammer. Überdies ist sie in Ausschüssen der Handelskammer aktiv: Von 2001 bis 2006 im Mittelstandsausschuss und seit 2007 als Vorsitzende des Ausschusses für Industrie, Umwelt- und Energiefragen. Im Jahr 2002 wurde Janina Marahrens-Hashagen von ASU/BJU zur Unternehmerin des Jahres gewählt. Sie übt weitere wichtige Ehrenämter aus. Unter anderem ist sie Vorsitzende des Unternehmerforums Bremen-Nord, Mitglied der Metropolversammlung der Metropolregion Nordwest (2012 bis 2015 und wieder seit November 2018) sowie Mitglied im Aufsichtsrat der Sparkasse Bremen.
Die Firmengruppe H. Marahrens mit rund 210 Mitarbeitern ist spezialisiert auf Entwicklung, Konstruktion, Fertigung und Montage von Schildern, Beschilderungen und Beschilderungssystemen an Land und im maritimen Bereich. Sie hat Standorte in Bremen, den USA sowie in Finnland. Die Gruppe gliedert sich in vier Betriebsgesellschaften: Im Bereich Global Sign Solutions werden vom Druck bis zur Metallbearbeitung Beschilderungen hergestellt; der Bereich Maritime Sign Solutions beschäftigt sich vorwiegend projektbezogen mit Beschilderungen im maritimen Bereich, so auch die Marahrens USA Inc. Signs & Graphics; der Bereich Safety Sign Solutions produziert Verbots-, Gebots- und Sicherheitsschilder. Mit durchschnittlich 10 Auszubildenden ist die Firmengruppe auch ein wichtiger Ausbildungsbetrieb in Bremen-Nord.

Auf die Zukunft vorbereiten

Die Arbeitsagentur fördert verstärkt Beschäftigte in ungekündigten Arbeitsverhältnissen. Das „Qualifizierungschancengesetz" nützt auch Arbeitgebern.

Nur selten hat eine technologische Entwicklung Arbeitsplätze und Unternehmen so stark verändert wie die aktuelle Digitalisierungswelle unter dem Stichwort 4.0. Gleichzeitig suchen Arbeitgeber im Zeitalter des demographischen Wandels immer häufiger nach Fachkräften. Beiden Trends begegnet die Agentur für Arbeit mit einem neuen Instrument. Seit Jahresbeginn schafft das „Qualifizierungschancengesetz" ungekündigten Beschäftigten einen erweiterten Zugang zur Weiterbildungsförderung unabhängig von Ausbildung, Lebensalter und Betriebsgröße. Auch wer zukünftig in einen sogenannten Engpassberuf umschulen möchte, kann dies unter erleichterten Bedingungen von der Agentur für Arbeit oder dem Jobcenter finanziert bekommen. Das neue Fördergesetz nutzt nicht nur, weil die Arbeitsagentur teilweise die Lohnkosten für die Zeit der Weiterbildung übernimmt, sondern auch weil es den Fachkräftemangel reduzieren soll.

Mit den erweiterten Qualifizierungsmöglichkeiten für Arbeitnehmer will die Arbeitsagentur in erster Linie Beschäftigte unterstützen, deren Tätigkeiten durch den Einsatz von Technologien ersetzt werden können oder die in sonstiger Weise vom Strukturwandel bedroht werden. „Der Bedarf an Beratung über berufliche Veränderungen und Weiterbildung ist sehr groß und wird in naher Zukunft noch deutlich wachsen", weiß Joachim Ossmann, Vorsitzender der Geschäftsführung der Agentur für Arbeit Bremen-Bremerhaven, „zudem können wir durch die verbesserte Finanzierung von Umschulungen – gerade in sogenannten Engpassberufen wie zum Beispiel Alten- und Krankenpfleger – dazu beitragen, den Mangel an Fachkräften in den betroffenen Branchen zu lindern."

Durchschnittliche Förderhöhe

Mit dem Vorläuferprogramm unter dem sperrigen Namen „WeGebAU", das bedeutet „Weiterbildung geringqualifizierter Beschäftigter in Unternehmen", hat die Agentur für Arbeit mit dem präventiven Ansatz der Weiterbildungsförderung von Beschäftigten insbesondere in Klein- und Mittelbetrieben bereits gute Erfahrungen gemacht. Allein in 2018 wurden auf Basis des „WeGebAU"-Programms die Weiterbildungsmaßnahmen von 174 Beschäftigten gefördert. Die durchschnittliche Förderhöhe betrug über durchschnittlich 16 Monate hinweg 450 Euro pro Person und Monat.

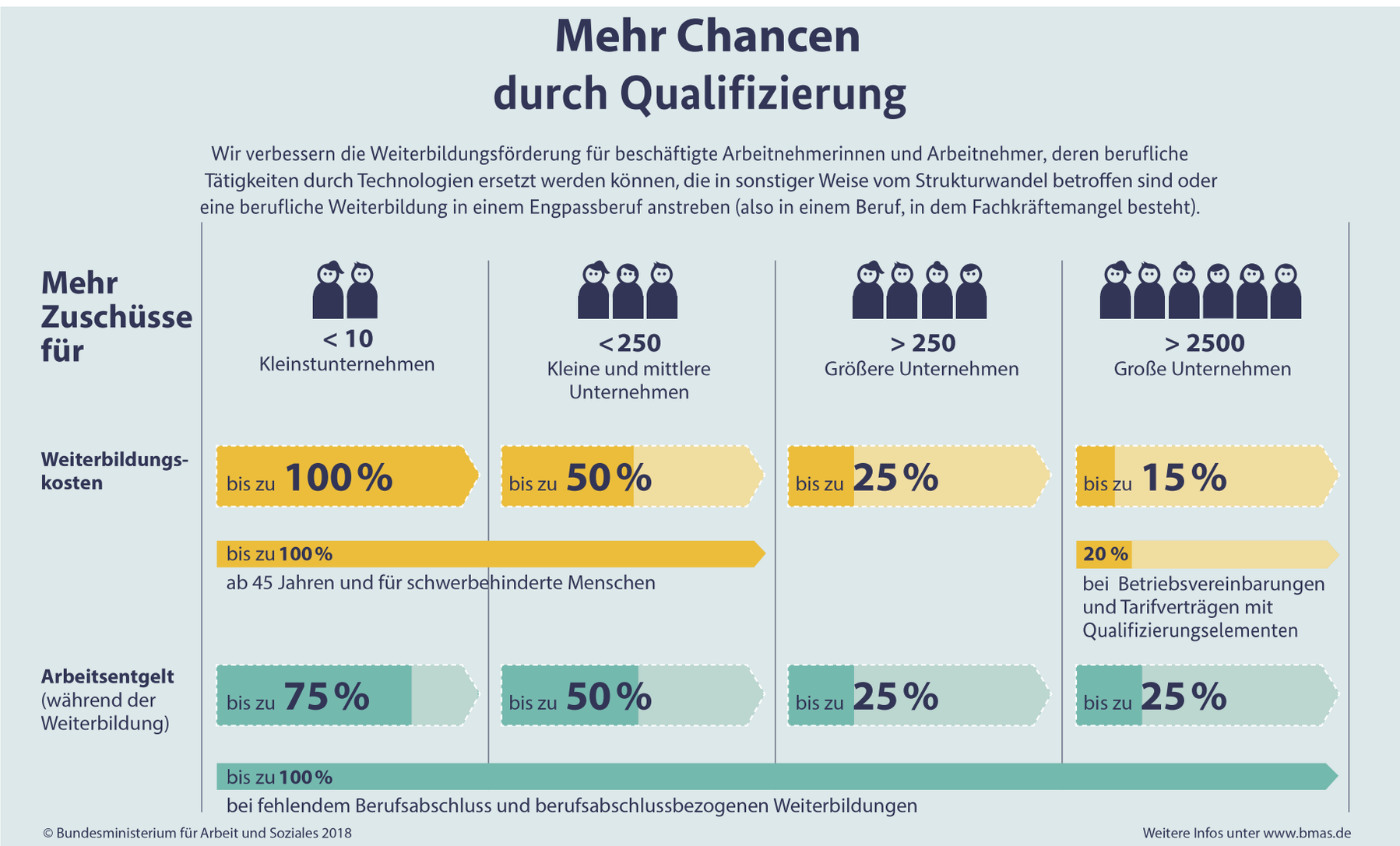
Bei den geförderten Zielberufen handelte es sich auch um Engpassberufe wie zum Beispiel Altenpfleger, Erzieher, Berufskraftfahrer oder Servicefachkraft für Schutz und Sicherheit. In 133 Fällen wurde Arbeitgebern für die Zeit, in der ihre Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter an Unterrichten teilnehmen und daher nicht im Betrieb arbeiten können, ein Arbeitsentgeltzuschuss bewilligt. Die Förderhöhe lag dabei bei gut 900 Euro über durchschnittlich 17 Monate hinweg und entsprach damit 30 bis 40 Prozent des jeweiligen Arbeitsentgeltes.

> **Der Bedarf an Beratung über berufliche Veränderungen und Weiterbildung wird in naher Zukunft noch deutlich wachsen.**
>
> Joachim Ossmann, Arbeitsagentur

„Das neue Qualifizierungschancengesetz erweitert die bisherigen Fördermöglichkeiten erheblich und hilft dabei, Arbeitnehmer auf die Anforderungen der Zukunft vorzubereiten", betont Ossmann. Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, die für sich Veränderungsbedarf erkennen, können sich für eine kostenlose und unverbindliche Beratung einen Termin geben lassen. „Unternehmen, die neue Technologien einführen, von denen Mitarbeiter so betroffen sind, dass sie ihren Arbeitsplatz zu verlieren drohen, sollten sich auf jeden Fall durch den gemeinsamen Arbeitgeber-Service von Agentur für Arbeit Bremen-Bremerhaven und den Jobcentern in Bremen und Bremerhaven über die neuen Möglichkeiten des Qualifizierungschancengesetzes informieren lassen", unterstreicht Ossmann: „Wir helfen auch bei der Antragstellung."

Die Bausteine der neuen Förderung

Beschäftigte erhalten grundsätzlich Zugang zur Weiterbildungsförderung auch unabhängig von Qualifikation, Lebensalter und Betriebsgröße, wenn sie als Folge des digitalen Strukturwandels Weiterbildungsbedarf haben oder in sonstiger Weise von Strukturwandel betroffen sind. Der Ausbau der Förderung richtet sich auch an diejenigen, die eine Weiterbildung in einem Engpassberuf anstreben. Darüber hinaus wurden die Förderleistungen verbessert: Neben der Zahlung von Weiterbildungskosten wurden die Möglichkeiten für Zuschüsse zum Arbeitsentgelt bei Weiterbildung erweitert. Beides ist grundsätzlich an eine Kofinanzierung durch den Arbeitgeber gebunden und in der Höhe abhängig von der Unternehmensgröße.



Drei Fragen an … Joachim Ossmann

Qualifizierung und Weiterbildung werden vor allem bei drohender oder bereits bestehender Arbeitslosigkeit gefördert. Welche Idee steckt hinter der Förderungen für Beschäftigte, deren Arbeitsplatz womöglich nicht in Gefahr ist?

Es ist der Gedanke, Arbeitslosigkeit präventiv zu verhindern. Gerade Geringqualifizierte und Ältere sind am stärksten von Arbeitslosigkeit bedroht. Warum sollten wir erst warten, bis diese Situation eintritt? Besser wir qualifizieren schon, solange der Beschäftigte im Betrieb ist. Dieser Gedanke wurde mit dem Qualifizierungschancengesetz seit dem 1. Januar 2019 als Antwort auf die Veränderungen in der Arbeitswelt 4.0 ausgeweitet. Wir wollen, dass Beschäftigte so aufgestellt sind, dass sie mit den Veränderungen mithalten können.

Warum ist die Förderung für Beschäftigte mit Zuschüssen an den Arbeitgeber verbunden?

Abhängig von der Betriebsgröße und Zielgruppe der Arbeitnehmer variiert der Zuschuss für Weiterbildungsmaßnahmen und den Lohn. Wir sind davon überzeugt, dass das ein attraktives Angebot darstellt. Betriebe sollten das nutzen, um ihre Beschäftigten und damit ihr Unternehmen fit zu machen für die Herausforderungen einer sich ändernden Arbeitswelt.

Was bedeutet es, dass die Arbeitsagentur Bremen/Bremerhaven Pilotagentur für Weiterbildungsförderung ist?

Beschäftigte machen sich aus unterschiedlichen Gründen Gedanken, ob sie beruflich gut aufgestellt sind. Zum Beispiel diejenigen, die aus familiären Gründen aus dem Beruf ausgestiegen sind und wieder zurückwollen. Oder jene, die merken, dass ihre Qualifikation angesichts der Veränderungen in der Arbeitswelt nicht mehr up to date sind. Mit dem Pilotprojekt „Weiterbildungsberatung" wollen wir einerseits ein zusätzliches Bewerberpotenzial für die dringend nach Mitarbeiter suchenden Betriebe schaffen. Andererseits möchten wir Menschen unterstützen, ihr Wissen wieder beruflich einzusetzen, so ihr Einkommen und ihre Arbeitszufriedenheit zu verbessern. Perspektivisch kann es darum gehen, einer drohenden Arbeitslosigkeit wegen veraltetem oder fehlendem Wissen vorzubeugen. Bei diesem Pilotprojekt bieten wir an, die aktuelle Kompetenz festzustellen und erläutern, welche Möglichkeiten die Person damit am Arbeitsmarkt hat. Wir sprechen über mögliche Weiterbildungen. Dank der guten Arbeitsmarktlage eröffnen sich viele Chancen. Damit diese realistisch genutzt werden können, nehmen wir die persönlichen Rahmenbedingungen in den Blick: Das kann beispielsweise Hilfe bei der Kinderbetreuung, bei der Pflege oder im Haushalt sein.

Einen Beratungstermin gibt es über unsere Hotline 0800 4 5555 00, Stichwort „Weiterbildungsberatung".

Für die Ausbildung „Urlaub" vom Hörsaal

Die Hochschule Bremerhaven bietet Studenten mit Praxis-Bedarf Beurlaubung vom Studium für eine zwischengeschaltete Berufsausbildung an.

Immer wieder bekommen Studierende Zweifel, ob sie der Schritt in die Hochschule tatsächlich in die richtige Richtung führt. Manchmal sind es grundsätzliche Gedanken, manchmal ist es nach den ersten theoretischen Semestern der Wunsch nach mehr Praxisbezug. Bislang musste dafür zumeist das Studium abgebrochen werden. Mit ihrem Projekt „Land in Sicht" (LiS) bietet die Hochschule Bremerhaven nunmehr eine Beurlaubung vom Studium für den Zeitraum einer beruflichen Ausbildung an. Für die teilnehmenden Studierenden bedeutet dies, dass bislang erbrachte Studienleistungen nicht verfallen und das Studium nach der Ausbildung nahtlos fortgesetzt werden kann. „Nach unserem Kenntnisstand ist dieses Programm in dieser Form deutschlandweit neuartig und stellt eine Sonderform eines dualen Studiums dar", so Prof. Dr. Gerhard Feldmeier, Konrektor der Hochschule für Forschung, Transfer und Internationalisierung.

Rückkehrgarantie ins Studium

„Viele Studierende haben den Wunsch geäußert, ein Duales Studium aufzunehmen oder mehr Berufserfahrung zu sammeln, da sie beispielsweise bei Studienbeginn noch sehr jung sind und sich ausprobieren wollen. Mit diesem Programm wollen wir eine Alternative zum klassischen Dualen Studium in Form einer betrieblichen Ausbildungsphase zwischen einzelnen Studienabschnitten bieten", so Annika Koppe vom Career Service Center der Hochschule Bremerhaven. Studienzweifler, die diese Option in Anspruch nehmen, bekommen eine Rückkehrgarantie ins Studium nach ihrer betrieblichen Ausbildung, da ihr Studienplatz während dieser aufrechterhalten bleibt. Eine derartige Beurlaubung vom Studium gilt jedoch nur für die betriebliche Ausbildungszeit – unabhängig von der gewählten Ausbildungsrichtung. Somit muss während der Ausbildungszeit eine Immatrikulation an der Hochschule Bremerhaven vorliegen. Nach dem Berufsabschluss kann dann entweder das Studium an der Hochschule im alten Studiengang direkt in Vollzeit als auch berufsbegleitend in Teilzeit wieder aufgenommen werden. Im Idealfall können während der betrieblichen Ausbildung erbrachte Praxisleistungen für das Weiterstudium anerkannt werden oder das Praxissemester und die Studienabschlussarbeit im alten Ausbildungsbetrieb absolviert werden. Alternativ bietet sich nach der Ausbildung ein Verbleib in der betrieblichen Praxis als Fachkraft an mit beruflichen Aufstiegsqualifikationen, sodass eine Rückkehr ins Studium nicht zwingend geboten ist. Da dieses Projekt im aktuellen Studienjahr erstmalig an der Hochschule beworben und durchgeführt wird, sollten sich Interessenten für dieses beim Career Service Center melden, um mit diesem mögliche berufliche Ausbildungswege auszuloten und Vermittlungswege in das duale Ausbildungssystem mit Unterstützung der Projektpartner Handelskammer und der Agentur für Arbeit aufzuzeigen. „Wir wollen alle Studierenden individuell beraten, da je nach Einzelfall und Studiengang entschieden werden muss, wie eine Beurlaubung vom Studium und die mögliche Wiederaufnahme des Studiums aussehen soll", so Koppe.

Bewegte Zeiten für Container

Die Containerschifffahrt bewegt sich weiter in schwierigen Fahrwassern. Das bestimmt auch das Geschehen in den Häfen. „Obwohl 2018 ein durchaus erfolgreiches Jahr war, zeigen uns die Entwicklungen der Umschlagsmengen, dass die Bandbreite von Chancen und Risiken ebenso wie deren Auswirkung auf unser Geschäft größer geworden ist“, sagt der für Operations zuständige Eurogate-Chef Michael Blach mit Blick auf das Geschäft in 2018.

Der EUROGATE-Gruppe konnte in einem weiterhin schwierigen Marktumfeld die Containerumschlagsmenge nahezu stabil halten. Im Jahr 2018 wurden insgesamt 14,1 Millionen Standardcontainer (TEU) an den zwölf Standorten in und um Europa umgeschlagen. An den fünf deutschen Terminals blieben die Umschlagszahlen nahezu stabil. 2018 wurden hier insgesamt 7,76 Millionen TEU umgeschlagen (Vorjahr: 7,78 Mio. TEU). In Bremerhaven blieb der Containerumschlag mit gut 5,48 Millionen TEU auf konstantem Niveau (Vorjahr: 5,54 Mio. TEU).

Am EUROGATE Container Terminal Hamburg sank der Umschlag zwar leicht um insgesamt drei Prozent auf knapp 1,65 Millionen TEU, aber die Integration von Hamburg Süd in den Maersk-Konzern und die erfolgreiche Akquisition von Hyundai Merchant Marine stoppten laut Eurogate den durch strukturelle Veränderungen bei den Reederei-Allianzen bedingten Negativtrend der vergangenen Jahre.

Das EUROGATE Container Terminal Wilhelmshaven zeigte in 2018 mit einem Zuwachs von 18,3 Prozent im dritten Jahr in Folge ein zweistelliges Wachstum. 2018 wurden hier erstmals über 650 000 TEU umgeschlagen. „Das, zeigt, dass wir im Wettbewerb mit den Westhäfen und den neuen Konkurrenten an der Ostsee bestehen können“, bilanziert Blach.

Negativ beeinflusst werden die Umschlagszahlen 2018 durch deutliche Rückgänge an den Transshipment-Terminals in Italien. Cagliari verlor fast 50 Prozent der Umschlagsmenge an andere Terminals. Gioia Tauro verzeichnet einen Rückgang von 4,5 Prozent, verbleibt jedoch auf einem hohen Niveau (2,29 Mio. TEU). Positiv entwickelten sich die Terminals in La Spezia (1,35 Mio. TEU, plus 0,8 Prozent) und Salerno (332.000 TEU, plus 5,6 Prozent).

In Tanger (Marokko) war mit 1,38 Millionen TEU ein Umschlagsvolumen auf dem hohen Niveau des Vorjahres zu verzeichnen. Dem streikbedingten Rückgang der Mengen in Lissabon (Portugal) von rund 30 Prozent auf 137 000 TEU steht die positive Entwicklung des Standortes in Limassol, Zypern, mit rund 14 Prozent Wachstum auf fast 394 000 TEU gegenüber. Die Umschlagsmenge in Ust-Luga, Russland, lag sanktionsbedingt bei 69 000 TEU (minus 7,1 Prozent, Vorjahr: 74 000 TEU).

„Seaports“ sind optimistisch

Der Containerterminal Wilhelmshaven entwickelt unter den neun niedersächsischen Seehäfen starkes Wachstumspotenzial. Dennoch haben die „Seaports“ 2018 mit rund 50 Millionen Tonnen umgeschlagener Seegüter das Vorjahresergebnis (53 Millionen Tonnen) knapp verfehlt.

Der Umschlag auf dem von Eurogate betriebenen „Jade-Weser-Port“ in Wilhelmshaven ist im vergangenen Jahr um 18,3 Prozent auf 655 790 Standardcontainer (TEU) gewachsen. Mit dem Plus um rund 100 000 TEU trug der Terminal wesentlich zum Gesamtwachstum der Sparte Stückgut in den neun Häfen um 9,7 Prozent auf insgesamt 14,06 Millionen Tonnen bei (Vorjahr: 12,82 Mio. Tonnen. Weitere Wachstsumsfaktoren waren der Umschlag von Komponenten für die Windenergie-Industrie in Cuxhaven sowie die weiter positive Entwicklung des Umschlags von Holz und Zellulose in Brake.

Erfolgsgarant trotz leichtem Rückgang

Der Bereich Neufahrzeuge ist zwar von 1,92 Millionen leicht auf 1,78 Millionen Stück zurückgegangen, bleibt aber nach Überzeugung der Marketing-Organisation „Seaports of Niedersachsen“ weiter ein Erfolgsgarant für Niedersachsens Hafenwirtschaft.

Ein Defizit verzeichnete Niedersachsen im Umschlag von flüssigen und trockenen Massengütern. Nach gut 40 Millionen Tonnen in 2017 waren es in 2018 36 Millionen Tonnen. Zu den Ursachen zählt „Seaports“ das Wetter: Die durch die Sommerdürre ausgelösten Tiefgangsprobleme für die Binnenschifffahrt führten zu einer Produktionsdrosselung in mehreren durch die niedersächsischen Häfen versorgten Raffinerien. Der ungewöhnlich nasse Jahresanfang und plötzliche Wintereinbruch im März habe sich zusätzlich umschlagsmindernd auf den Baustoff-Sektor ausgewirkt. Die Verluste konnten leider nicht vollends durch das stark gestiegene Volumen an importiertem Futtergetreide und Speiseölen über Standorte wie Brake oder Oldenburg kompensiert werden. Trotz des rückläufigen Gesamtumschlages in 2018 bleibt die niedersächsische Hafenwirtschaft optimistisch. „Das Ergebnis zeigt, dass wir in Niedersachsen durch breite Diversifikation auch in solchen Geschäftsjahren unsere Position in der Nordrange behaupten können.“ sagte, seaports-Geschäftsführer Timo Schön.

Nischenmärkte

Die Prognosen für 2019 seien in den Unternehmen der Universalhafengruppe Niedersachsen durchaus positiv. Die erfolgreiche Positionierung in Nischenmärkten und die Stärkung von Massenmärkten wird weiter dynamisch ausgebaut. Die privaten Hafenunternehmen investierten in 2018 rund 119 Millionen Euro für Gebäude und Ausrüstung und setzten laut Schön damit ein klares zukunftsweisendes Zeichen pro Hafenstandort Niedersachsen.

Gewinner: Der Umschlag im Hafen Brake ist in 2018 kräftig gestiegen. Foto: Seaports of Niedersachsen / Hero Lang

Niedersächsischen Häfen im Überblick

▷ **Brake:** Plus 11 Prozent auf 6,28 Millionen Tonnen, im Stückgutumschlag wurde das Vorjahresergebnis mit mehr als 2 Millionen Tonnen um 23 Prozent übertroffen. Der Umschlag von flüssigem Massengut stieg um 24 Prozent auf 554 579 Tonnen.

▷ **Cuxhaven:** Plus 2 Prozent auf 2,65 Millionen Tonnen. Die weiterhin positive Entwicklung im Stückgutsegment auf 1,73 Millionen Tonnen konnten kleinere Verluste im Containersegment und den leichten Rückgang im Umschlag von Neufahrzeugen (423 315 Stück/2018 und 476 176 Stück/2017) mehr als kompensieren. Das feste Massengut ist mit 610 095 Tonnen stabil und fast auf Vorjahresniveau (613 409 Tonnen).

▷ **Emden:** Minus 12 Prozent auf 4,47 Millionen Tonnen. – trotz des drittbesten Ergebnisses im Autoumschlag überhaupt mit 1 356 897 Fahrzeugen (1 447 532 in 2017). Hauptursache war der Rückgang bei Baumineralien auf 795 682 Tonnen (1,18 Millionen Tonnen in 2017. Bei Forstprodukten gab es ein Plus um 10,8 Prozent auf 472 977 Tonnen.

▷ **Leer:** Stabiles seewärtiges Umschlagsergebnis von 56 246 Tonnen.

▷ **Nordenham:** Minus 15 Prozent auf 2,71 Millionen Tonnen. Im trockenen Massengut, hauptsächlich Kohle, sind Partien über den Standort Wilhelmshaven umgeroutet worden. Im flüssigen Massengut wurden 215 091 Tonnen Mineralölprodukte nach einem überproportionalen Anstieg in 2017 (260 615 Tonnen) bewegt.

▷ **Oldenburg:** Konnte die angepeilte Grenze von 1 Millionen Tonnen nicht ganz erreichen, so kam man in Kombinationen See- und Binnenverkehre auf 994 597 Tonnen.

▷ **Papenburg:** Minus sieben Prozent auf 599 105 Tonnen.

▷ **Stade:** Stabiles Ergebnis mit 5,66 Millionen Tonnen. Während der Stückgutumschlag um 14 Prozent auf 14 855 Tonnen zunahm, blieben flüssige Massengüter mit 2,55 Millionen Tonnen und trockenes Massengut mit 3,09 Millionen Tonnen unter Vorjahresniveau.

▷ **Wilhelmshaven:** Minus 10 Prozent auf 27,34 Millionen Tonnen. Begründet wird der Rückgang mit einer Revision und den damit verbundenen Produktionsstopp einer an Wilhelmshaven angeschlossenen Raffinerie sowie der Produktionssenkung einer durch den Standort versorgten Hinterlandraffinerie.

Nadelöhr A27

Die Autobahn A27 wird zum Flaschenhals für die deutsche Exportwirtschaft. Zwei Großbaustellen in Bremen und Bremerhaven werden über Monate den Verkehr zu den Häfen in Bremen und Bremerhaven behindern.

Von Wolfgang Heumer

Bei 99 Tonnen ist Schluss. Mehr darf ein Schwertransport insgesamt nicht wiegen, wenn er über die Autobahn A27 den Überseehafen in Bremerhaven erreichen will. Das Hindernis ist die Lesumbrücke zwischen dem Bremer Autobahnkreuz Industriehäfen und der Anschlussstelle Bremen-Nord, die mittlerweile so marode ist, dass sie nicht mehr unbeschränkt befahrbar ist und die Richtungsfahrbahn Bremen gesperrt werden musste. Wann das Hindernis beseitigt werden kann, ist noch offen. Das Bundesverkehrsministerium hat dem Land Bremen zwar Mittel für eine Sanierung oder einen Ersatz in Aussicht gestellt. Aber allein die Planung einer neuen Lesumbrücke dauert nach Angaben des Verkehrsressorts der Bremer Landesregierung zwei Jahre. Immerhin sollen die Mittel dafür jetzt bereitgestellt werden. Das Problem an der idyllischen Lesum ist kein Thema des Landes Bremen, sondern symptomatisch für die Infrastruktur in der Bundesrepublik. Von den rund 40 000 Fernstraßenbrücken zwischen Flensburg und Garmisch-Partenkirchen ist nach Zahlen aus der Bundesanstalt für Straßenwesen bei jedem die Stand- oder Verkehrssicherheit nicht mehr uneingeschränkt gewährleistet. Das Alarmierende: Den Daten der Bundesanstalt zufolge reicht das Sanierungsprogramm des Bundes nicht aus.

300 Kilometer Umweg

Das Geschehen selbst im Süden Deutschlands trifft dabei den Norden. Schwertransporte von Augsburg nach Bremen und Bremerhaven müssen mittlerweile gut 300 Kilometer Umweg fahren. Insbesondere für die Maschinenbauindustrie in Baden-Württemberg und Bayern ist deswegen bald einfacher, ihre schweren Exportgüter zu den Rheinmündungshäfen und nicht mehr nach Bremerhaven oder Bremen zu schaffen.

Die Moorbrücke zwischen den Bremerhavener Anschlussstellen Mitte und Überseehäfen ist das zweite große Hindernis auf der Autobahn A27 von und zu den Bremerhavener Überseehäfen. Nachdem die Richtungsfahrbahn Bremen bereits im vergangenen Jahr saniert wurde, haben jetzt die Arbeiten an der Strecke Richtung Überseehäfen/Cuxhaven begonnen.

Die Folgen des Sanierungsstaus an der deutschen Verkehrsinfrastruktur sind hier besonders gravierend: Voraussichtlich ab 8. April wird in jede Richtung nur noch eine Fahrspur zur Verfügung stehen.

In der ersten Bauphase war das mit einem Tempolimit auf 40 Stundenkilometer verbunden. Diese Arbeiten dauern voraussichtlich bis Ende Oktober, danach müssen die Baukolonnen noch einmal an der Gegenfahrbahn Hand anlegen. Dort hat sich der neue Betonbelag so gewellt, dass er nachträglich plan geschliffen werden muss. Foto: Hartmann

Wegbereiter für den schnellen Datentransfer

Für den Ausbaus des Daten-Breitbandnetzes im Nordwesten wollen Niedersachsen und Bremen künftig enger kooperieren.

Um das gemeinsame Ziel des Gigabitausbaus voranzutreiben, wollen Niedersachsen und Bremen das Breitbandzentrum Niedersachsen-Bremen (bznb) mit Sitz in Osterholz-Scharmbeck gründen. Die Zusammenarbeit soll Synergien beim Ausbau der Glasfasernetze schaffen; außerdem steht die Verbesserung der Mobilfunk- und der WLAN-Versorgung weit oben auf der Agenda der beiden Bundesländer. Das Breitbandzentrum soll nun auch für Bremen als kompetenter Ansprechpartner für Kommunen und Anbieter bei allen Fragen zum Breitbandausbau fungieren.

„Das Breitbandzentrum Niedersachsen-Bremen fördert als erstes länderübergreifendes Kompetenzzentrum für den Breitbandausbau in Deutschland den nachhaltigen und flächendeckenden Ausbau mit Glasfaseranschlüssen in den Ländern Niedersachsen und Bremen. Wir nehmen damit erneut eine Vorreiterrolle in der Beratung der Kommunen beim Breitbandausbau ein“, so Niedersachsens Digitalisierungsminister Dr. Bernd Althusmann. „Bereits im Jahr 2008 haben wir in Niedersachsen in Osterholz-Scharmbeck das erste Breitbandkompetenzzentrum der Bundesrepublik gegründet. Nun schaffen wir mit dem gemeinsamen Breitbandzentrum ideale Voraussetzungen für die Nutzung von Synergien.“ Bremens Wirtschaftssenator Martin Günthner ist überzeugt: „Der Breitbandausbau ist in Bremen bereits sehr weit fortgeschritten. Mit dem landesübergreifenden Kompetenzzentrum wird jetzt auch eine Fachstelle für die Beratung und Begleitung von Bürgerinnen und Bürgern sowie ansässigen Unternehmen eingerichtet.“

Neues Breitbandzentrum

Das b|z|n|b wird Kommunen, Unternehmen und Bürger in Niedersachsen und Bremen wahrnehmen. „Der Gigabitausbau stellt alle Beteiligten vor große Herausforderungen, diese können wir nun noch effizienter als länderübergreifendes Breitbandzentrum angehen. Das „bznb“ wird mit seiner Schnittstellenfunktion einen entscheidenden Beitrag leisten und für die Bürger als Ansprechpartner zur Verfügung stehen“, beschreibt Peer Beyersdorff, Geschäftsführer des „bznb“ die Rolle des neuen Breitbandzentrums.

Die Hauptaufgaben des „bznb“ umfassen die Beratung der Kommunen beim Gigabitausbau, die Verbesserung der Mobilfunkversorgung und den Ausbau der WLAN-Versorgung. Um diese Aufgaben umzusetzen, koordiniert das Breitbandkompetenzzentrum Breitband- und Straßenbaumaßnahmen, veröffentlicht Ausschreibungen, organisiert Konferenzen und Workshops, fördert den Dialog aller Akteure im Breitbandausbau und formuliert nicht zuletzt Handlungsempfehlungen an die Politik. Ein weiterer wichtiger Fokus der Arbeit des Breitbandzentrums ist zudem die Erstellung und Pflege des Breitbandinformationssystems mit dem Breitbandatlas Niedersachsen-Bremen, dem Baustellenatlas mit Leerrohrkataster und dem WLAN-Atlas Niedersachsen-Bremen.

Einen Schritt schneller zum Hafenbau

Die Küstenländer wollen den Entscheidungsweg für neue Hafenprojekte um eine Gerichtsinstanz verkürzen.

Mit einem „Hafenplanungsbeschleunigungsgesetz“ wollen die norddeutschen Bundesländer ihren Hafenbauprojekten schneller zur Rechtssicherheit verhelfen. Einen entsprechenden Entwurf haben die Länder jetzt in den Bundesrat eingebracht. Das Gesetz sieht vor, den möglichen Rechtsweg gegen solche Vorhaben um eine Instanz zu verkürzen. Dem Entwurf zufolge soll nicht mehr wie bisher das Verwaltungsgericht die erste Instanz bei Klagen gegen Planfeststellungsbeschlüsse sein, sondern das Oberverwaltungsgericht. Bislang wurden Klageverfahren gegen Bauprojekte in der Regel von Gegnern oder Befürwortern eines Vorhabens nach der ersten Entscheidung in der ersten Instanz dem Oberverwaltungsgericht zur Überprüfung gegeben.

Streitobjekt OTB: Die Küstenländer wollen den Instanzenweg für Hafenbauprojekte bis zur endgültigen Entscheidung verkürzen. Foto: Scheschonka

„Die Gesetzesänderung dient zunächst der Entlastung der Verwaltungsgerichte“, argumentierte Bremens Hafen- und Justizsenator Martin Günthner bei der Vorlage des Entwurfes im Bundesrat. Diese Gerichte seien der Vergangenheit angesichts der Komplexität und des Umfangs von Verfahren zur Überprüfung von Zulassungsentscheidungen für Hafenprojekte oftmals vor besondere Herausforderungen gestellt worden.

Infrastrukturvorhaben

Das speziell auf die Planung von Seehäfen ausgerichtete Gesetz orientiert sich an bereits bestehenden Regelungen für andere Infrastrukturvorhaben der öffentlichen Hand. „Nach der aktuellen Gesetzeslage sind die Oberverwaltungsgerichte bereits erstinstanzlich für die gerichtliche Überprüfung von Zulassungsentscheidungen unter anderem für Eisenbahnen, Bundesfernstraßen, Bundeswasserstraßen und Flughäfen zuständig“, erläuterte Günthner. Es sei nicht nachvollziehbar, warum die erstinstanzliche Zuständigkeit ausgerechnet für die hochkomplexe Überprüfung von Hafengroßprojekten bei den Verwaltungsgerichten liegen sollte.

Wie bei anderen Großvorhaben kommt es auch bei Hafenbauprojekten in der Regel zu Widersprüchen und Klagen gegen die Planungen. In Bremerhaven beispielsweise beschäftigte der geplante Offshore-Terminal OTB jahrelang die Gerichte, ohne das am Ende ein klares Ja oder Nein dabei herauskam. Die Küstenländer sind überzeugt, dass der in Deutschland im Europa-Vergleich lange Instanzenweg Investoren verschreckt und Arbeitsplätze gefährdet. Eine Beschleunigung des Verfahrens liege auch im Interesse der klagenden Umweltverbände: „Die Gesetzesänderung führt insofern dazu, dass alle Beteiligten möglichst frühzeitig wissen, ob und in welcher Form geplante Neu- oder Ausbauten von Häfen durchgeführt werden können“, argumentierte Günthner.

Verbände: Schnelles Netz schafft gleiche Chancen

Die Internetversorgung auf Basis von Glasfaser- und 5G-Mobilfunktechnologie ist für den Deutschen Bauernverband (DBV), den Industrie- und Handelskammertag (DIHK), den Landkreistag (DLT) und den Zentralverband des Deutschen Handwerks (ZDH) Voraussetzung für gleichwertige Lebensverhältnisse in Stadt und Land. Allerdings verpflichteten die von der Bundesnetzagentur festgelegten Versteigerungsbedingungen die Mobilfunkunternehmen nur zur Versorgung bewohnter Gebiete und wichtiger Verkehrswege mit dem hochleistungsfähigem 5G-Mobilfunk. Jetzt kommt es aus Sicht der Verbände darauf an, dass der vom Beirat der Bundesnetzagentur bis Mitte 2019 eingeforderte „Entwicklungspfad“ zum Netzausbau „gerade für den ländlichen Raum, insbesondere für die Unternehmen und landwirtschaftlichen Nutzflächen“ vorgelegt wird. Die Verbände erwarten, dass die Mobilfunkbetreiber die ihnen bereits zugeteilten Frequenzbänder zum Ausbau einer 5G-Grundversorgung nutzen. In ganz Deutschland werden hochleistungsfähige Netze als Grundlage der wirtschaftlichen Entwicklung und moderner Dienste dem autonomen Fahren, der Landwirtschaft, dem Gewerbe, dem Handwerk, der Bildung oder der Gesundheit benötigt. Das gilt für die Verbände gleichermaßen für den Ausbau der Glasfasernetze. 5G sei die zentrale Steuerungstechnologie für die digitale Zukunft. Gemeinsam erklären die Verbände: „Wir brauchen 5G vor allem an den Unternehmensstandorten und auf landwirtschaftlichen Nutzflächen. Sonst stellen sich viele Fragen nach wirtschaftlicher Entwicklung in einer globalisierten Welt gar nicht erst. Das wahre Fundament der Wirtschaftskraft Deutschlands steht im ländlichen Raum. Wenn wir hier im buchstäblichen Sinne den Anschluss an das globale und mehr und mehr digitalisierte Wirtschaftssystem verlieren, stellen wir den ländlichen Raum als Wohn-, Lebens- und Wirtschaftsstandort in Frage, heißt es in einer gemeinsamen Erklärung der Verbände. Scheinbar unrentable Gebiete müssten in der anstehenden Frequenzversteigerung zunächst versorgt werden, bevor ein Zuschlag für die lukrativen Ballungszentren erfolge.

Die Mischung macht's: Die Zutaten für die Frikadellen werden in großen Gebinden gemixt.

Gewusst wie: Produktionsleiter Frank Hoogestraat (Mitte) ist schon dabei, wenn neue Gerichte in der Frosta-Versuchsküche entwickelt werden.

Wie von Hand gemacht: Die Küsten-Frikadellen werden maschinell geformt. Ohne jegliche Zusatzstoffe ist das eine echte Herausforderung.

Wenn Maschinen wie „bei Muttern" kochen

Zusatzstoffe in Lebensmitteln gehören zum Dauerstreitthema zwischen Industrie und Verbraucherschützern. Der Bremerhavener Tiefkühlkosthersteller Frosta hat vollständig darauf verzichtet – und kocht trotzdem im industriellen Maßstab

Von Wolfgang Heumer

Als die neue Fertigungsstraße für Fischfrikadellen anläuft, ist Frank Hoogestraat noch etwas angespannt. 240 kg Rohmasse warten im Sammelbehälter oben auf der Maschine darauf, zu Handteller großen Klopsen gepresst zu werden. Die ersten Exemplare, die über das Gitterrost-Laufband herauskommen, sind von der perfekten Form noch etwas entfernt. Gelegentlich tropft Brät durch das Gitterrost, vielleicht ist die Rohmasse zu feucht oder zu warm. Zu Hause würde der Hausmann oder die Hausfrau jetzt zu Weizen- oder Paniermehl greifen. In der klassischen Nahrungsmittelindustrie setzen die Lebensmitteltechnologen in solchen Situationen auf Mittelchen wie „Distärke-Glycerin" oder „Hydroxypropylstärke", die auf der Verpackung – wenn überhaupt – im Kleingedruckten verschämt als „Bindemittel" deklariert werden. Für Frank Hoogestraat sind diese Helfer tabu. Er leitet die Produktion des Bremerhavener Tiefkühlkostherstellers Frosta. Der hat vor 16 Jahren alle in der Branche sonst üblichen Zusatzstoffe aus seinen Artikeln verbannt. „Aus einer feuchten Mischung geformte Produkte sind immer eine Herausforderung", sagt Hoogestraat. Früher hätte er sie mit chemischer Hilfe bewältigt. „Heute muss ich mit dem auskommen, was ganz normal zur Rezeptur gehört." Monatelang haben die Produktentwickler und das Produktionsteam an den „Küsten-Frikadellen" getüftelt, die neu im Programm sind. Jetzt beginnt die Fertigung. Zusatzstoffe sind ein Dauerthema in der Lebensmittelindustrie, über das die Branche nicht gerne spricht. Auch wenn die Industrie in der Werbung gerne das Bild einer natürlichen Welt zeichnet, nutzt sie in der Großfertigung alle Möglichkeiten der Lebensmitteltechnologie und -chemie, um Produktionsprozesse zu vereinfachen, Kosten zu senken und Geschmackserlebnisse zu designen. Selbst die auf Joghurt deklarierten „natürlichen Aromen" sind mit Vorsicht zu genießen. „Auch Aromen, die aus Sägespänen hergestellt werden", erläutert Frosta-Vorstand Felix Ahlers, „dürfen natürlich genannt werden, weil Holz ein Naturprodukt ist."

Verzicht auf Konservierungsstoffe

Als er in das Unternehmen eintrat, das mehrheitlich im Besitz seiner Familie ist, fragte er sich: „Warum brauchen wir als Tiefkühlkosthersteller überhaupt Zusatzstoffe? Tiefkühlen reicht für die Haltbarkeit völlig aus." Was mit dem Verzicht auf Konservierungsstoffe begann, weitete sich schnell aus. 2003 entschied sich Frosta zum Verzicht auf alle Zusatzstoffe. Mit zunächst katastrophalen Folgen: Der Umsatz brach ein, die Kosten liefen davon. Fehler im Marketing trieben das Unternehmen in die rote Zahlen. Dennoch entschloss sich Frosta zum Durchhalten – heute ist der Hersteller mit seiner Eigenmarke Marktführer. Abgesehen von diesen wirtschaftlichen Turbulenzen brachte die Umstellung für Frank Hoogestraat jede Menge fachliche Herausforderungen mit sich. Zusätze werden in der Lebensmittelindustrie auch als technische Hilfsmittel verwendet. „So müssen also auch Hersteller genau hinschauen, was in den eingekauften Zutaten enthalten ist." Der Teufel steckt im Detail: „Kochsalz werden Trennmittel zugesetzt, damit es rieselfähig bleibt." Gewürze haben ebenfalls Zusätze, um sie haltbar zu machen. Auf der Produktpackung steht lediglich „Gewürzmischung". Die Rieselhilfe im Salz wird nirgendwo vermerkt. „Bevor die Produktion umgestellt werden konnte, mussten wir erst einmal auf die mühsame Suche nach all diesen Details gehen", erinnert sich der Produktionsleiter. Die Produktion wurde dadurch nicht einfacher: „Gelegentlich braucht man einen Erfinder, um die Produktionsprozesse so zu verändern, dass sie ohne technische Zusätze auskommen", sagt Hoogestraat. Pfeffer mahlen die Bremerhavener in ihrer „Gewürzküche" klassisch selbst aus Pfefferkörnern – sie rüsteten eine industrielle Kaffeemühle um. Die entscheidenden Weichenstellungen für eine Produktion ohne technische oder sonstige Zusatzstoffe erfolgen in einem kleinen Gebäude gleich neben der Fertigungshalle. Auf der einen Seite sieht es dort aus wie in einer typischen Haushaltsküche, nur das dort gleich ein halbes Dutzend Elektroherde steht. Auf der anderen Seite wirkt der Raum wie ein Labor. Pipetten, Glasschalen, elektronische Feinwaagen und Messbecher unterstreichen den wissenschaftlichen Charakter. In einem weiteren Bereich steht ein erhöhter, großer Tisch, darauf zwei Teller und rundherum eine Gruppe Produktentwickler. „Das ist unser Verkostertisch, an dem wir neue Produkte probieren", erläutert Hoogestraat. In der Produktentwicklung arbeiten Köche und Lebensmitteltechnologen Hand in Hand – allerdings in einer anderen Rollenverteilung als vor dem „Reinheitsgebot". „Früher haben die Technologen entschieden, was an Zusatzstoffen notwendig ist", erinnert sich Hoogestraat: „Heute kontrollieren sie, dass keine versteckten Zusatzstoffe enthalten sind." In dieser Abteilung wurden die Grundlagen dafür geschaffen, dass die Fischfrikadellen nicht durch das Gitterrost der Formmaschine tropfen. „Wenn man keine Zusatzstoffe nutzen darf, lassen sich die Produkteigenschaften nur über die Rezeptur steuern", erläutert Hoogestraat. Der Fischanteil ist fest definiert, aber die übrigen Zutaten wie Kartoffeln, Gurken oder Zwiebeln können in Nuancen variiert werden: „Das ist unser Spielraum." Die Mischung für die „Küsten-Frikadellen" passt offenbar, das zeigt sich bei der Rückkehr in die Produktion. Die Frikadellen laufen mittlerweile formvollendet übers Band.

> **Warum brauchen wir als Tiefkühlkosthersteller überhaupt Zusatzstoffe? Tiefkühlen reicht für die Haltbarkeit völlig aus.**
>
> Felix Ahlers, Frosta-Vorstand

Mit einer klassischen Großküche hat die Produktionshalle kaum etwas gemeinsam, es riecht nicht einmal nach Essen. Obwohl hier Tiefkühlkost produziert wird, ist es in der Halle erstaunlich warm. „Die Temperatur an den Arbeitsplätzen liegt bei plus 18 Grad Celsius und damit in einem für die Beschäftigten akzeptablen Bereich", sagt Hoogestraat. Die überwiegend tiefgekühlten Zutaten können diese Außentemperaturen durchaus vertragen, Wärme ist für den Produktionsprozess teilweise sogar notwendig: „Vieles lässt sich am besten verarbeiten, wenn es bis zu einem bestimmten Punkt angetaut ist", erläutert der Produktionsleiter, die Qualität leide nicht darunter. Im Mischraum stehen die Zutaten bereits kiloweise abgewogen in großen Edelstahlbehältern bereit. Nur die Blöcke mit dem gefrosteten Nordsee-Seelachs werden erst im letzten Moment von einem großen Schredder in mundgerechte Stücke zerkleinert. Alles wird dann in einer großen Trommelanlage gemischt und von dort zur Frikadellen-Fertigungsstraße gebracht. Die Produktion von Fertiggerichten erfolgt prinzipiell ähnlich in großen Mischbehältern mit bis zu 1,6 Tonnen Fassungsvermögen. „Die Wertbestandteile wie Lachs oder Shrimps werden extra abgewogen und gezielt zugegeben", erklärt der Produktionsleiter. Die Mischstationen sind dafür mit Spezialwaagen mit bis zu 24 Feldern für entsprechend viele verschiedene Zutaten ausgestattet. Auch bei den Fertiggerichten spielen Temperaturfragen eine wesentliche Rolle: Nudeln, Gemüse, Fleisch haben unterschiedliche Zubereitungszeiten. Der Kunde erhitzt aber alles gleichzeitig für den auf der Packung empfohlenen Zeitraum: „Jede einzelne Zutat muss deshalb exakt bis auf einen bestimmten Garpunkt vorgekocht sein", erläutert Hoogestraat. Soßen werden im Laufe des Produktionsprozesses durch ein spezielles Verfahren aufgebracht: Mit Hilfe von Stickstoff werden die Gerichte in kürzester Zeit tiefgekühlt und dann erst die Soße aufgespritzt: „Die Kälteenergie der festen Bestandteile hält die Soße fest", beschreibt Hoogestraat den Vorgang.

Geschultes Auge: Zum Abschluss der Produktionskette wird jede einzelne Packung einer genauen Qualitätskontrolle unterzogen. Foto: Heumer

Die meisten Zutaten kommen aus aller Welt. Frosta benennt das ganz offen. Vor knapp vier Jahren installierte das Unternehmen an der Produktionslinie ein System zum „Flexible Printing". Über eine SAP-Anwendung werden die Herkunftsdaten jeder einzelnen Zutat chargengenau bis ans Band übertragen und dann mit einem Thermodrucker auf ein eigens frei gehaltenes Feld auf der Verpackung gedruckt. Bei den Fischfrikadellen erfahren die Kunden sogar, mit welchem Fangschiff der Cuxhavener Kutterfisch-Genossenschaft der Seelachs an Land gebracht wurde. Die Deklaration von Zutaten und Herkünften ist neben dem Reinheitsgebot eines der Kernthemen des Unternehmens. Vorstand Ahlers erwartet von seinen Wettbewerbern nicht, dass sie auf Zusatzstoffe verzichten oder per Gesetz dazu verpflichtet würden: „Aber für den Verbraucher muss erkennbar sein, was in seinem Lebensmittel enthalten ist und woher die Zutaten kommen", fordert er seit Jahren. Die Argumente der Industrie, eine Kennzeichnungspflicht sei zu teuer und koste Arbeitsplätze, lässt er nicht gelten: „Wir sind der beste Beweis des Gegenteils." Obwohl Frosta wie die gesamte Branche durch steigende Rohwarenpreise und labile Umsätze gebeutelt ist, stellt das Unternehmen derzeit zusätzliche Mitarbeiter ein.

Freiwillige Leistung

Zu der von Ahlers geforderten Deklarationspflicht gehört auch eine klare Information, wieviel Zucker oder Fett ein Produkt enthält. Die von Bundesernährungsministerin Julia Klöckner als freiwillige Leistung vorgeschlagene „Ampelkennzeichnung" bestimmter Stoffe wie Zucker hält Ahlers für irreführend; unter dem Begriff Nutricare können Bestandteile ohne Details zusammengefasst werden. „Die Hersteller können mit Inhaltsstoffen manipulieren und über die Ampel ein Produkt gesünder darstellen, als es tatsächlich ist", kritisiert Ahlers. Im selben Atemzug zeigt sich der Unternehmer über eine der jüngsten Aktionen der Ministerin verwundert: Klöckner hat gerade 1,6 Millionen Euro für ein Industrie-Forschungsprojekt zur Entwicklung von kalorienfreiem Zucker bewilligt: „Es ist absurd, wenn der Staat Subventionen an die Zusatzstoffindustrie vergibt, damit sie einen Kunstzucker entwickelt, der die Verbraucher täuschen soll."

Unbeirrt von solchen politischen Debatten hat die Produktion der „Küsten-Frikadelle" Fahrt aufgenommen. „Geht doch", freut sich Hoogestraat. Ab jetzt läuft die Anlage im Normalbetrieb und produziert 5000 Frikadellen – pro Stunde. Jetzt beginnt die Routine für den Betrieb: An der nächsten Station werden die Klopse kurz frittiert, damit sie Festigkeit und Farbe annehmen. Dann werden sie im Kühltunnel in etwa 25 Minuten auf -40°C gebracht. Anschließend durchlaufen sie Qualitätskontrolle, Verpackung und noch eine weitere Kontrolle, bevor sie alsbald zum Kunden transportiert werden. Das könnte stundenlang so weitergehen. „Nein," lacht Hoogestraat. „Wir produzieren nur so viel, wie in einem bestimmten Zeitraum abgesetzt werden kann." In zwei oder drei Tagen oder vielleicht auch früher ist dann die nächste Charge dran. Und wieder wird Hoogestraat beim Anlaufen der Produktion noch etwas angespannt sein, ob alles gut läuft.

Nachbarschaftshilfe

Zur Nachahmung empfohlen: Mit einer Spendenaktion unterstützt das Klimahaus Bremerhaven 8° Ost die Restaurierung und den Erhalt des Museumsschiffes „Seute Deern". Der Erlös aus dem Verkauf des eigens gebrauten Bremerhaven-Bieres ist sicherlich nur ein Tropfen auf den heißen Stein, aber: „Wir wollen ein Zeichen setzen", sagt Klimahaus-Chef Arne Dunker.

Unterschiedlicher können zwei Besucherattraktionen nicht sein. Auf der einen Seite das 100 Jahre alte Segelschiff „Seute Deern". Und auf der anderen Seite in Sichtweite das vor 10 Jahren eröffnete Klimahaus Bremerhaven 8° Ost. Das verbindende Element zwischen beiden ist ihre Funktion als Wahrzeichen Bremerhavens. Doch das letzte erhaltene hölzerne Segelschiff ist – schon vor dem Brand vor wenigen Wochen– in unmittelbarer Gefahr, endgültig verloren zu gehen. Die Sanierung des einstigen Prunkstücks des Deutschen Schifffahrtsmuseums wird Millionen verschlingen. Noch bevor die erste Teilfinanzierung gesichert war, entschloss sich Klimahaus-Chef Arne Dunker zu einer eigenen Hilfsaktion für den vom Untergang bedrohten Nachbarn. Er entwickelte ein eigenes Bremerhaven-Bier namens „Seute Deern". „Eine Spende von zehn Cent pro Flasche ist sicherlich nur eine symbolische Hilfe", ist ihm bewusst, „aber es geht tatsächlich darum ein Zeichen zu setzen." Offenbar ist dieses Zeichen gesehen worden. Die Einzelhändler-Kette Edeka Minden-Hannover hat das Bier jetzt ins Programm für ausgesuchte Geschäfte aufgenommen.

Dass Dunker ein Bier als Mittel zum Zweck für seine Benefiz-Aktion wählte, ist nicht ganz zufällig. Zu Beginn seiner Karriere absolvierte er eine kaufmännische Ausbildung in einer großen Bremer Brauerei, in deren Vertrieb er anschließend noch bis zum Studium der Wirtschaftswissenschaften arbeitete. Aus der Zeit hat er noch enge Kontakte zu Lüder Karstens und Markus Zeller, die 2015 im historischen Gebäude der Union Brauerei Bremen (sie wurde 1968 geschlossen) die Freie Brau Union Bremen gründeten. Als in Bremerhaven eine Runde der „Tourismusschaffenden" über Aktionen zugunsten der „Seute Deern" nachdachte, war für Dunker schnell klar: „Wir brauen und verkaufen ein Bier." Einige Brau- und Geschmacksversuche später stand der Typ des ersten Bremerhaven-Biers seit Jahrzehnten fest: Ein Rotbier traditioneller Brauart mit hohem Malzanteil, kupferfarben und leicht hefetrüb, mit süßen Malz- und feinen bitteren Noten.

> **Wir wollen Verantwortung für den Erhalt des Kulturdenkmales ‚Seute Deern' übernehmen.**
>
> Arne Dunker, Klimahaus Bremerhaven

3000 Flaschen Bier

Zunächst ließ Dunker zehn Hektoliter brauen – genug für 3000 Flaschen. Die drei Paletten waren innerhalb von vier Wochen verkauft. Deswegen setzen die Bremer Craft-Beer-Brauer regelmäßig im Abstand von ein paar Wochen die doppelte Menge an Sud an. Nachdem die Getränkemarkt-Kette „Hol ab" das Bier ins Programm genommen hat und nun auch Edeka folgt, dürfte das Bier in noch größeren Strömen fließen. Den Erfolg der Aktion zugunsten der alten Dame verdankt Dunker dabei auch den jüngsten Mitarbeitern des Klimahauses: Marketing und Vertrieb des Bieres zu organisieren, ist ein eigenständiges Projekt der Auszubildenden in der Klimahaus-Betriebsgesellschaft.

Zeichen für Wahrzeichen: Mit einem eigens für Bremerhaven gebrauten Bier unterstützt Klimahaus-Chef Arne Dunker die Restaurierung des Segelschiffs „Seute Deern". Edeka hat das Craft-Beer aus der Bremer Union-Brauerei ins Sortiment aufgenommen. Foto: Heumer

Hilfe zur Selbsthilfe: Felix Ahlers unterstützt äthiopische Kaffeeproduzenten beim Aufbau einer eigenen Kaffeerösterei und dem Verkauf der Produkte. Foto: Heumer

Kaffee mit Wertschätzung

Mit Kaffee können viele viel Geld verdienen – nur nicht die Menschen in den Ursprungsländern. Der Unternehmer Felix Ahlers zeigt mit seiner Initiative „Solino – ethiopian coffee", dass es auch anders geht.

Deutschland ist eines der größten Kaffee produzierenden Länder der Welt – obwohl die roten Kirschen als Grundprodukt für die braunen Bohnen gar nicht hier wachsen. Dass trotzdem soviel Kaffee hierzulande und nicht in den Herkunftsländern in Afrika, Asien oder Südamerika geröstet wird, hat einen einfachen Grund: Auf fertigen Kaffeeprodukten liegt ein hoher Importzoll, auf Rohbohnen dagegen nicht. „Wir können die Menschen in den Herkunftsländern nicht dauerhaft von der eigentlichen Wertschöpfung für ihre Produkte ausschließen", ist der Unternehmer Felix Ahlers überzeugt. Als die Zollbeschränkungen für Äthiopien und einige andere extrem arme Länder aufgehoben wurden, ergriff der Vorstand der Frosta AG die Initiative. Während einer privaten Ostafrika-Reise startete er 2008 gemeinsam mit einer Kaffee-Kooperative in der äthiopischen Hauptstadt Addis Abeba das Solino-Projekt. Die Kooperative liefert seither nicht mehr nur den Rohkaffee, sondern röstet und verpackt ihn, selbst die Etiketten werden in Äthiopien produziert. Hilfe zur Selbsthilfe ist das Prinzip, Ahlers steht der Kooperative mit unternehmerischem Rat zur Seite und organisiert in Deutschland mit einem kleinen Team den Vertrieb. Mittlerweile produziert die Kooperative 100 Tonnen Kaffee pro Jahr, insgesamt arbeiten 120 Menschen für das Projekt, das mittlerweile schwarze Zahlen schreibt. Die Teilhabe an der gesamten Wertschöpfungskette erhöht den Anteil des Umsatzes, der im Herkunftsland bleibt, auf 60 Prozent. Die aktuelle Entwicklung auf dem Kaffeeweltmarkt unterstreicht die Notwendigkeit solcher Initiativen: Der Preis für Rohkaffee und damit das Einkommen der Bauern ist seit 2015 um 35 Prozent gesunken.

Mittlerweile ist Solino-Kaffee unter anderem in bestimmten Edeka- und Rewe-Märkten erhältlich und kann auch online bestellt werden: Mehr Informationen unter **www.solino-coffee.com.**

Saubermacher am Strand unterwegs

Mit vereinten Kräften haben rund 50 Helfer bei der Nordsee-Strandreinigungsaktion den fünf Kilometer langen Strandabschnitt südlich von Bremerhaven von 270 Kilogramm Müll befreit. Bereits zum fünften Mal in Folge organisierte die Bremerhavener Restaurantkette Nordsee die Aktion in Dedesdorf und leistet damit einen Beitrag für eine saubere Umwelt.

Dank Unterstützung des Gemeindejugendrings Loxstedt, zahlreicher Helfer und der Jugendfeuerwehr Dedesdorf war die Aktion wieder ein Erfolg: 270 Kilogramm Müll, unter anderem Eimer, Eisenstangen, Holzbretter, Glasflaschen und Kunststoffteile, konnten eingesammelt werden. Nordsee hat die Gemeinschaftsaktion vor drei Jahren ins Leben gerufen, um die Strandabschnitte sowie das Hinterland südlich von Bremerhaven von angeschwemmten Möbeln, Autoreifen, Holzbrettern und sonstigem Kleinmüll zu befreien. Im vergangenen Jahr konnten mit vereinten Kräften beachtliche 420 Kilogramm Müll gesammelt werden.

Saubere Sache: Mitarbeiter und Helfer der Bremerhavener Restaurantkette Nordsee haben das Weserufer südlich von Bremerhaven gesäubert – und 270 Kilogramm Müll gesammelt.

EnBW vergibt Hafenlogistik für neue Windparks

Das Emder Hafenumschlagsunternehmen Ems Ports Agency & Stevedoring (epas) ist vom Energieversorger EnBW mit den Hafendienstleistungen für die Offshore-Windparks Hohe Seeund Albatros beauftragt worden. Das Projekt hat eine Laufzeit von fünf Jahren. Die Windparks EnBW Hohe See und Albatros sind zusammen das größte Offshore-Windparkprojekt Deutschlands, das aktuell gebaut wird. 95 Kilometer nördlich von Borkum und rund 95 Kilometer westlich von Helgoland liegt EnBW Hohe See. Albatros entsteht in direkter Nachbarschaft. Zu den Hauptaufgaben für epas gehören das Be- und Entladen von sogenannten SOV (Service Operation Vessel) Container-, Personen-, und Materialtransporte sowie die Zollabwicklung. Zwei flexibel einsetzbare Liebherr-Krane, die im Tandemhub Packstücke mit einem Gewicht von bis zu 240 Tonnen verladen können runden das Dienstleistungspaket ab. „Wir freuen uns sehr über den Zuschlag und dem uns entgegengebrachten Vertrauen und sind stolz, dass wir uns mit unserem Angebotsportfolio sowie unserer Erfahrung in der Offshore-Logistik gegenüber den Wettbewerbern durchsetzen und mit EnBW einen weiteren starken Partner neben TenneT aus dem vergangenen Jahr gewinnen konnten", sagt epas-Geschäftsführer Heinrich Smidt.

Ems Ports Agency & Stevedoring GmbH & Co. KG betätigt sich als Umschlagsunternehmen, Stauerei, Schiffsagent sowie in der Befrachtung von See- und Binnenschiffen. Ein Schwerpunkt liegt dabei auf Projektladungen aus dem Windenergiebereich.

Hand in Hand mit Robotern

Die Zusammenarbeit von Menschen und Robotern ist nicht ohne Risiken. Bremer Wissenschaftler arbeiten daran, wie künstliche Intelligenz das Miteinander gefahrlos machen kann.

Am Bremer Institut für Produktion und Logistik (BIBA) an der Universität Bremen hat das Forschungsprojekt „Autonomes Assistenzsystem zur Unterstützung von Mensch-Roboter-Kollaboration-Montageprozessen" begonnen. Es wird vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie mit 1,3 Millionen Euro gefördert. Mit drei Partnern aus der Industrie sollen bis 2020 Lösungen gefunden werden, wie mithilfe künstlicher Intelligenz Mensch und Roboter gefahrlos miteinander arbeiten können.

Kommt man einem arbeitenden Industrieroboter zu nah, stellt dieser seine Arbeit augenblicklich ein. Wegen der hohen Verletzungsgefahr gibt es strengste Sicherheitsbestimmungen. Darum arbeiten Roboter in Käfigen. In der Produktion ist eine enge Hand-in-Hand-Zusammenarbeit zwischen Mensch und Roboter bisher kaum möglich, wird aber zunehmend gebraucht. Das ist wichtig, um Arbeitsbedingungen an ergonomisch ungünstigen Arbeitsplätzen zu verbessern. Prozesse in der industriellen Montage besonders klein- und mittelständischer Unternehmen könnten vereinfacht und die Zusammenarbeit von Mensch und Maschine wirtschaftlich nachhaltiger gestaltet werden.

Das neue Forschungsprojekt „Autonomes Assistenzsystem zur Unterstützung von MRK-Montageprozessen" sucht für diese Anforderungen nach Lösungen. Die Abkürzung MRK steht dabei für die Zusammenarbeit von Mensch und Roboter und ist abgeleitet aus den Begriffen Mensch-Roboter-Kollaboration. Mit dem Aufbau eines Demonstrators am BIBA haben die Forschungen begonnen.

Künstliche Intelligenz

In dem Projekt soll, basierend auf dem Einsatz künstlicher Intelligenz, ein neuartiges Assistenzsystem für Montagearbeiten entwickelt werden. Es soll körpernah und von Sensoren gesteuert funktionieren.

Eine besondere Herausforderung sind die hohen Ansprüche an die Sicherheit. Bereits im Sommer 2020 will das Projektteam demonstrieren, wie die entlastende, sichere Hand-in-Hand-Zusammenarbeit von Mensch und Maschine in der Montage künftig aussehen und wie sie auch die Aus- und Fortbildung unterstützen kann.

In dem zweijährigen Vorhaben arbeiten neben dem BIBA die Partner Pumacy Technologies (Berlin/Bremen), Block Transformatoren-Elektronik (Verden) und Arend Prozessautomation (Wittlich) zusammen. Es wird mit 1,3 Millionen Euro vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie gefördert.

Kooperationspartner: Die Zusammenarbeit zwischen Menschen und Robotern soll mit Hilfe künstlicher Intelligenz optimiert werden.

Industrie legt in 2018 kräftig zu

Die Umsätze der Industriebetriebe im Land Bremen mit mehr als 50 Beschäftigten sind im letzten Quartal 2018 nach Angaben des Statistischen Landesamtes um knapp 786 Millionen Euro (plus 9 Prozent) gegenüber dem letzten Quartal 2017 gestiegen. Insgesamt wurden im letzten Jahresviertel rund 9,5 Milliarden Euro umgesetzt. Maßgeblichen Anteil an der Aufwärtsbewegung hatten die Bereiche Herstellung von Kraftwagen und Herstellung von Datenverarbeitungsgeräten (einschl. elektrische und optische Erzeugnisse) sowie der Maschinenbau. Hier lagen die Wachstumsraten deutlich im zweistelligen Plus. Der Wirtschaftszweig „Herstellung von Datenverarbeitungsgeräten, elektronischen und optischen Erzeugnissen" konnte eine Steigerung zum Vorjahresquartal von 36,5 Prozent (über 105 Millionen Euro) erzielen. Die Umsätze der tragenden Säule der bremischen Industrie, der Straßen- und sonstiger Fahrzeugbau, übertrafen das Vorjahresquartal mit 756 Millionen Euro um 12,3 Prozent.

Die Beschäftigungszahlen der Industriebetriebe im Land Bremen mit mehr als 50 Beschäftigten blieben auf dem Niveau des letzten Quartals 2017. Im vierten Quartal 2017 arbeiteten durchschnittlich 46 506 Beschäftigte, im Folgejahr 46 412 im verarbeitenden Gewerbe. Mit einem Anteil von 47,8 Prozent (Quartalsdurchschnitt 2018/4) bieten die Wirtschaftszweige Straßen- und Fahrzeugbau – erwartungsgemäß – nahezu der Hälfte der Beschäftigten des verarbeitenden Gewerbes in Bremen einen Arbeitsplatz.

Den höchsten absoluten Anstieg mit 237 Beschäftigten (relativ: plus 4,7 Prozent) erbrachte im Vorjahresvergleich der Wirtschaftszweig „Herstellung von Nahrungs- und Futtermitteln". Im Bereich der „Herstellung von Metallerzeugnissen" sank in den befragten Betrieben die Beschäftigung um 30 Prozent auf 2500 Beschäftigte.

IG Metall: Nach Kohleausstieg mehr Windkraft

Nachdem sich die Kommission „Wachstum, Strukturwandel und Beschäftigung" auf ein Enddatum für den Kohleausstieg spätestens im Jahr 2038 festgelegt hat, fordern Betriebsräte aus der Windindustrie und IG Metall, den Ausbau der erneuerbaren Energien wieder stärker in den Fokus zu nehmen. „Für uns geht es um mehr als einen Ausstieg: Ein verlässlicher Ausstiegspfad aus der Kohle erfordert einen ebenso verlässlichen Ausbaupfad für die erneuerbaren Energien", heißt es in einer Resolution des IG-Metall-Netzwerks Windindustrie. „Wir haben in der Windbranche schon viel zu viele Arbeitsplätze verloren – etwa bei Carbon Rotec, Enercon, Nordex und Senvion", sagte Meinhard Geiken, Bezirksleiter der IG Metall Küste. „Um einen weiteren Kahlschlag zu verhindern, brauchen wir einen ambitionierten Ausbau der erneuerbaren Energien sowie Unternehmen, die Verantwortung für die Beschäftigten übernehmen und sich mit uns für die Branche stark machen."

Verlässliche Ausbauplanung

„Von einem Reformstau bei der Energiewende" spricht Wolfgang Lemb, geschäftsführendes Vorstandsmitglied der IG Metall. „Statt für neuen Schwung beim Ausbau der Windenergie zu sorgen, stapeln sich die Probleme. Durch die Umstellung auf Ausschreibung verzögern sich Projekte. Außerdem fehlen neue Flächen für Windräder und eine verlässliche mittelfristige Ausbauplanung in Bund und Ländern", so Lemb. Um den Anteil der erneuerbaren Energien bis 2030 auf 65 Prozent am Bruttostromverbrauch auszubauen, fordern Betriebsräte und IG Metall, verlässliche Mengengerüste und Ausbaupfade mindestens bis 2030 festzulegen. Für Wind an Land fordern sie die Ausschreibung von 5000 Megawatt (MW) jährlich und für Wind Offshore einen Gesamtzubau von mindestens 20 000 MW bis 2030 und von 30 000 MW bis 2035. Für Solar verlangen die Gewerkschafter eine Ausschreibung von mindestens 5000 MW jährlich (Verdoppelung) und eine Abschaffung des 52-Gigawatt-Solar-Förderdeckels im Erneuerbare-Energien-Gesetz (EEG).

Zweites Leben für Flaggen und Fahnen

Bei der SAIL Bremerhaven und anderen Großveranstaltungen, vor Unternehmen oder wissenschaftlichen Instituten flattern sie fröhlich im Wind. Und wenn sie endgültig ausgeweht sind, bekommen Flaggen jetzt ein zweites Leben. Die Bremer Taschenmanufaktur TüTa veredelt gebrauchte Fahnen zu Taschen und Beuteln. Die BIS Bremerhaven gehört zu denen, die diese Idee umsetzen und bei TüTa ausgediente Flaggen aus der Seestadt recyceln lässt.

Taschen aus recyceltem Material

Die BIS ist regelmäßig auf zahlreichen Messen und Veranstaltungen vertreten und überreicht regelmäßig Informationsmaterial an Standortinteressierte. Da sich Bremerhaven vor allem als nachhaltiger Wirtschaftsstandort einen Namen machen möchte, entschloss sich die BIS Bremerhaven, Taschen aus 100 Prozent recyceltem Material herstellen zu lassen. Luise Wollesen, Studentin im Praxissemester bei der Wirtschaftsförderung, griff nicht nur die Idee auf, sondern brachte diese auch zur Umsetzung. Entsprechend akquirierte sie bei zahlreichen Bremerhavener Unternehmen gebrauchtes Flaggenmaterial. Innerhalb von wenigen Tagen sammelte sich ein Fundus vielfältiger, bunter Flaggen am, welche in der Zusammenarbeit mit der TüTa aus Bremen zu Tragetaschen vernäht wurden.

Flagge zeigen: Luise Wollesen sammelte alte Flaggen und ließ sie in der Bremer Manufaktur TüTa zu Werbeträgern für die BIS Bremerhaven umarbeiten. Foto: BIS

Seit 2010 kreiert TüTa den Flaggenbeutel. Dieser ist ein faltbarer Shopper aus recycelten Flaggenstoffen. Beim Recyclingwettbewerb „redesign:network award" in Wien belegte er den ersten Platz. Produziert wird er in einer sozialen Einrichtung in Ostwestfalen. Es wird Material wiederverwendet, das früher oder später entsorgt worden wäre. Jede Tasche ist ein Unikat aus Bremerhaven und ein besonderer Gruß aus der Seestadt. Ein seitliches Etikett erinnert die Träger daran, dass die Taschen aus Bremerhaven kommen.

Die Idee zu ungewöhnlichen Taschenkreationen kam der Bremerin Maren Krämer bereits Anfang der 2000er. Als Studentin habe ihr eine kleine Tasche zum Ausgehen gefehlt. Klassische Handtaschen fand sie spießig. Als angehende Produktdesignerin fand sie eine außergewöhnliche Kombination: Sie umhüllte die Einkaufstüte eines Discounters mit einer stabilen Schutzfolie – die Tütentasche, heute Basis des Markennamens TüTa, war geboren. 2010 folgte der FaBeu, der Fahnenbeutel, der jetzt auch für Bremerhaven wirbt.

Gesunde Ausbildung

Auszubildende stehen bislang weniger im Fokus der Betrieblichen Gesundheitsförderung. Doch es lohnt sich für Unternehmen, sie früh für eine gesunde Arbeits- und Lebensweise zu begeistern.

Burger und Pommes statt Obst und Gemüse, Spielekonsole statt Bewegung: Immerhin etwa jeder fünfte Auszubildende legt ein gesundheitsgefährdendes Verhalten an den Tag. Das hat eine umfangreiche Befragung des Wissenschaftlichen Instituts der AOK (WIdO) schon im Jahr 2015 gezeigt.

Rechtzeitig gegensteuern

Betriebliche Gesundheitsförderung (BGF) für junge Beschäftigte erhält deren Arbeitsfähigkeit und kann zugleich die Attraktivität des Unternehmens im Wettbewerb um geeignete Nachwuchskräfte steigern. Beide Seiten profitieren auf diese Weise von einem frühen Einstieg in die gesundheitliche Prävention.

Ins Gespräch kommen

Die von der AOK mitgetragene „Initiative Gesundheit und Arbeit“ (iga) hat dafür 2018 den „iga.Wegweiser: Junge Beschäftigte in Ausbildung“ herausgebracht, der sich mit Gesundheitsförderung in Berufsschule und Betrieb beschäftigt. Es sei sehr wichtig, bereits zu Beginn der beruflichen Entwicklung gesundheitsförderliche Einstellungen und Verhaltensweisen zu stärken, schreiben die Autoren. Für die iga-Studien wurden Interviews sowohl mit Auszubildenden als auch mit Ausbildungsverantwortlichen ausgewertet. Jugendliche Berufseinsteiger bräuchten allerdings einen Anstoß, um sich aktiv mit Themen wie Gesundheit oder Sicherheit am Arbeitsplatz zu beschäftigen, heißt es darin. Ein ideales Instrument dafür seien die sogenannten Fokusgruppen. Das sind moderierte Diskussionsrunden, in denen das Thema Gesundheit zielgerichtet und mit vielerlei zum Teil auch spielerischen Methoden theoretisch und praktisch bearbeitet wird.

Zielgruppengerecht vorgehen

Da gerade kleineren und mittleren Unternehmen für derartige Maßnahmen oft die personellen und zeitlichen Ressourcen fehlen, können Betriebsnachbarschaften, überbetriebliche Gesundheitszirkel, Industrie- und Handelskammern, aber auch die Berufsschulen mögliche Partner bei der Umsetzung sein. Die BGF-Experten der AOK Bremen/Bremerhaven beraten ebenfalls fachkundig zum Thema (siehe Kasten).

Um dann konkrete Themen anzugehen und nachhaltig zu verankern, sind aus Sicht der Jugendlichen ein erkennbarer Mehrwert (etwa eine spürbare Verbesserung der körperlichen Verfassung) sowie Anerkennung durch die Vorgesetzten wichtig. „Dabei sollten Führungskräfte die Gesundheitsthemen der Auszubildenden nicht nur akzeptieren und befürworten, sondern auch vorleben“, raten die iga-Experten. Zudem könnten digitale Angebote wie Online-Seminare, ein Firmen-Azubi-Blog oder -Newsletter, Podcasts und Video-Tutorials den Zugang zu Gesundheitsinformationen erleichtern.

Während die befragten Ausbildungsverantwortlichen davon ausgehen, dass bei der Vermittlung von Gesundheitsthemen klassische Felder wie Bewegung, Ernährung und Suchtprävention sowie die Vermittlung von alltagsbezogenen und sozialen Kompetenzen aufgegriffen werden sollten, artikulieren die Azubis, dass ihnen auch Angebote zum Zeit- und Stressmanagement sowie Rhetorik wichtig seien.

Besonders motivierend wirken den Ausbildern zufolge Projekte, die vom Nachwuchs eigenverantwortlich organisiert werden. So arbeiteten Auszubildende im Malerberuf ihre eigenen Fitnesspläne aus und angehende Erzieher erstellten spezielle Bewegungsprogramme für die von ihnen betreuten Kinder. (Quelle: gesundes unternehmen). Den kompletten iga.Wegweiser gibt es zum Download unter **iga-info.de > Veröffentlichungen**

In der Gruppe macht es mehr Spaß: Jugendliche Berufseinsteiger benötigen häufig einen Anstoß, um sich aktiv um Themen wie Gesundheit und Sport zu kümmern. Foto: Colourbox

Zukunftsaufgabe: Zu einer guten Ausbildung im handwerklichen und gewerblichen Bereich gehört es auch, die Auszubildenden für eine gesunde Arbeitsweise zu motivieren.

So unterstützt die AOK Bremen/ Bremerhaven:

Fundierte Kenntnisse über gesundheitliche Risiken am Arbeitsplatz und ein gesundheitsgerechtes Verhalten sind im gesamten Berufsleben wertvoll. Deshalb sollten Auszubildende früh in die Betriebliche Gesundheitsförderung einbezogen werden. Welche Maßnahmen sich besonders eignen, wissen die Experten für Betriebliche Gesundheitsförderung der AOK Bremen/Bremerhaven.

Hier finden Sie weitere Informationen und Ansprechpartner vor Ort:

www.aok-business.de > Gesundheit

Gesucht: Das fitteste Unternehmen

Wer als Betriebsmannschaft an Drachenbootrennen teilnimmt, braucht diesen Test nicht zu fürchten, aber auch andere Firmen mit Sportsgeist haben gute Chancen: Das fitteste Unternehmen der Region wird bei der Aktion #anheuern der AOK Bremen/Bremerhaven gesucht. Entschieden wird dieser Wettstreit auf dem Paddelergometer, mit dem die Gesundheitskasse in die Firmen geht und auf dem die Mitarbeiter möglichst viele Kilometer zurücklegen. Unter allen Teilnehmern werden ein Startplatz beim Melitta Schlachte Drachenboot-Cup am 22. September 2019 sowie viele Einzelgewinne verlost.

Mitarbeiter in Bewegung

Beim Drachenbootsport kommt es dann nicht nur auf die Leistung des Einzelnen an. Er lebt von Taktgefühl, Teamgeist und Koordination – genau wie ein gesundes Unternehmen. Nach Terminabsprache kommt die AOK Bremen/Bremerhaven in die interessierten Betriebe – mit einem Paddelergometer sowie Angeboten und Informationen zum gesunden Trinken und betrieblichen Gesundheitsmanagement im Gepäck. Wer dabei sein und seine Mitarbeiter in Bewegung bringen möchte, meldet sich bis zum 1. Juni unter Telefon 0421/1 76 18 97 oder anheuern@hb.aok.de

Schlagkräftig: Drachenbootrennen stärken den Teamgeist. Foto: Jens Lehmkühler

„Bello“ ist gut fürs Betriebsklima

Ein Hund im Büro? Der stört doch nur, mögen manche sagen. Andere attestieren Bürohunden jedoch einen erstaunlichen Effekt auf Betriebsklima, Mitarbeitergesundheit und Unternehmensimage.

Wer verschiedenen Studien und den Praxiserfahrungen von Vorreitern in Sachen Bürohund wie dem Unternehmen Google und einer Reihe deutscher Werbeagenturen glaubt, kann knuffigen Vierbeinern am Arbeitsplatz nur Positives abgewinnen: Das Streicheln und die pure Anwesenheit des Tiers senken den Stresspegel und lockern die Arbeitsatmosphäre. Gassigehen animiert zu Bewegungspausen und trägt zur Teambildung bei.

Doch auch überzeugte Befürworter räumen ein, dass einiges gegen einen Hund am Arbeitsplatz sprechen kann – zumindest aber im Vorfeld etliche Dinge zu klären sind, bevor Bello oder Luna unter dem Schreibtisch ihres Herrchens oder Frauchens schnarchen dürfen.

Interessen abwägen

Bei der Entscheidung eines Unternehmens für einen Bürohund – einen gesetzlichen Anspruch gibt es nicht – müssen die Interessen von Hundebesitzer, anderen Mitarbeitern, Unternehmen (gegebenenfalls auch vom Betriebsrat) und Hund gegeneinander abgewogen werden. Für Erstere ist der Vorteil offenkundig. Wer seinen Hund mit zur Arbeit nehmen kann, muss ihn nicht zu Hause lassen oder eine Betreuung organisieren.

Unabdingbare Voraussetzung dafür ist, dass der Vierbeiner absolut stubenrein ist.

Er muss aber auch gut erzogen sein und sich ruhig verhalten. Denn ein Hund, der etwa durch häufiges Bellen oder sein lebhaftes Verhalten zum notorischen Störenfried für seinen Besitzer und für andere Mitarbeiter wird, macht konzentriertes und effizientes Arbeiten unmöglich. Doch auch der Hund muss sich im Betrieb wohlfühlen können und die Möglichkeit haben, sich zum Schlafen und Dösen zurückzuziehen. Und gefüttert werden muss er auch.

Klare Regeln

Kollegen, die unter einer Hundehaarallergie leiden oder eine Abneigung gegenüber Hunden haben, sind ein strikter Ausschlussgrund. Alternativ bedarf es klarer Regeln, wie der Hund von diesen Mitarbeitern ferngehalten werden soll. Falls sich Mitarbeiter gegen einen Kollegen auf vier Beinen aussprechen, ist es wichtig, dass die Führungskraft keine Ausgrenzung dieser Beschäftigten entstehen lässt. Ob hundefreie Bereiche und Leinenpflicht im Flur ausreichend sind, sollte mit allen Betroffenen im Vorfeld geklärt werden.

Unternehmen, die den Hund am Arbeitsplatz einmal ausprobieren wollen, können an dem Schnuppertag „Kollege Hund“ teilnehmen, den der Deutsche Tierschutzbund einmal im Jahr im gesamten Bundesgebiet organisiert.

www.tierschutzbund.de/kollege-hund

Bürohunde können eine erstaunliche Wirkung auf das Betriebsklima haben. Foto: Colourbox

In der 17. Runde: Mit dem Rad zum Job

Und sie radeln und radeln und radeln … Die Aktion „Mit dem Rad zur Arbeit“ geht in diesem Jahr schon in ihre 17. Runde. Jeder, der daran teilnimmt, kann sicher sein, sich ganz persönlich etwas Gutes zu tun. Darüber hinaus hat er die Chance auf wertvolle Gewinne.

Vom Auto aufs Fahrrad umsteigen

Vom 1. Mai bis zum 31. August sind Arbeitnehmer aufgerufen, für den Weg zur Arbeit vom Auto aufs Fahrrad umzusteigen und die Strecke vom und zum Büro für eine Runde Sport zu nutzen.

Für die Aktion der AOK Bremen/Bremerhaven können auch dreiköpfige Teams gebildet werden, die noch einmal gesondert an einer Gewinnausschüttung teilnehmen. In die Verlosung gelangen alle, die während des Aktionszeitraumes 20 Fahrten verbuchen.

Auch Teilstrecken kommen in die Wertung. Etliche Firmen stiften hochwertige Preise – darunter E-Bikes, Reisen, Helme und Rucksäcke.

Nähere Informationen unter mdrza.de/hb

Mehr Entsendungen ins Ausland

In der EU werden jedes Jahr über zwei Millionen A1-Bescheinigungen für entsendete Mitarbeiter ausgestellt – und das mit steigender Tendenz.

Mit dieser Bescheinigung wird bestätigt, dass das Sozialversicherungsrecht des Heimatlandes für den Beschäftigten gilt. Im Online-Seminar „Entsendung von Arbeitnehmern ins Ausland“ der AOK Bremen/Bremerhaven wird anschaulich erläutert, was Arbeitgeber diesbezüglich über sozialversicherungsrechtliche Regelungen und Steuern wissen müssen. Die nächsten Termine: 2. und 3. April, 9. April und 2. Mai 2019. Mehr dazu unter aok-business.de/bremen/online-seminare

Ausgabe 00, Monat 2000, Wirtschaftszeitung

BUSINESS & PEOPLE

DIE WIRTSCHAFTSZEITUNG FÜR DIE WESER-ELBE-REGION

Special **TOURISMUS**

Ein märchenhaftes Quartett

„Kommt zu uns nach Bremen, etwas Besseres findet Ihr so leicht nirgends." So schwärmten die vier Stadtmusikanten aus Grimms Märchen. In diesem Jahr feiert das fantastische Quartett seinen 200. Geburtstag. Und der wird in Bremen mit dem „Stadtmusikantensommer" gefeiert.

Von Wolfgang Heumer

Zu feiern hat Bremen die tierisch-optimistisch Vier aus der Märchenwelt aber nicht wegen ihres Geburtstags: Die vier höchst unterschiedlichen Gesellen und ihr Lebensmotto sind nach wie vor die beste Werbung für Bremen. In 2018 stieg die Zahl der ankommenden Gäste in den Hotels der Hansestadt auf 1,165 Millionen Besucher. Das ist ein Plus um 4,8 Prozent.

Zugegeben – es waren nicht nur die irdischen Erlebnisse der vier Stadtmusikanten, die so viele Besucher wie nie zuvor an die Weser lockten. Das Abenteuer Raumfahrt spielte eine ebenfalls sehr große Rolle. Der International Astronautical Congress (IAC) Anfang Oktober im Messe- und Kongresszentrum erwies sich als wahrer Glücks- und Umsatzbringer. Mit mehr als 6500 Teilnehmer war der IAC die bislang größte Veranstaltung in der über 70-jährigen Geschichte des Raumfahrt-Treffens. Und das führte dazu, dass der Oktober mit 208 338 Übernachtungen (mehr als zehn Prozent der Jahresgesamtzahl) der übernachtungsstärkste Monat überhaupt in Bremen war. Die starken Übernachtungszahlen bestätigen die Bremer Touristik-Zentrale in der Strategie, die Bettenkapazitäten in der Stadt kontinuierlich auszubauen. Vor zehn Jahren gab es 72 Hotels mit insgesamt 7754 Betten; mittlerweile sind es 89 Hotels mit 11 168 Betten – das bedeutet ein Plus von 44 Prozent in zehn Jahren. Konkurrenz belebt offenbar das Geschäft: Im selben Zeitraum kletterte die jährliche Auslastung der Herbergen von 45,6 auf 47,5 Prozent.

Hafentraum in der Überseestadt

Der Expansionskurs soll fortgesetzt werden – weitere Eröffnung sind für dieses Jahr geplant. Das ungewöhnlichste Haus darunter dürfte der Hafentraum in der Überseestadt sein. Die 33 Betten sind in Oldtimer-Wohnwagen, Tiny Houses und Holzhütten aufgestellt. Das große und noch wachsende Interesse an Bremen hat auch handfeste wirtschaftliche Auswirkungen. Mehr als 33 000 Menschen verdienen ihren Lebensunterhalt im Tourismus. Neben den Übernachtungsgästen bringen die geschätzten 40 Millionen Tagesbesuche jede Menge Geld in die Stadt. Den Jahresgesamtumsatz der gesamten Tourismusbranche in der Stadt Bremen beziffert doe BTZ auf 1,7 Milliarden Euro. Im Rathaus, das Teil der historischen Kulisse ist, dürften sich Politik und Verwaltung zufrieden die Hände reiben: Durch Mehrwert- und Einkommenssteuer aus dem Tourismusgeschäft hat Bremen in 2018 rund 181 Millionen Euro eingenommen.

Vielleicht reiben Finanzsenatorin Karoline Linnert und der Präsident des Senats, Carsten Sieling, jeden Morgen auf dem Weg zur Arbeit die Füße des Esels an der Stadtmusikanten-Skulptur hinter dem Rathaus – das soll bekanntlich Glück bringen. In den kommenden Monaten dürfte es rund um das Kunstwerk des Bremer Bildhauers Gerhard Marcks aber eng werden. Der „Stadtmusikantensommer" wird dort und an vielen anderen Stellen in der Stadt bis zum 29. September gefeiert.

www.stadtmusikantensommer.de

Mit dem magischen Zirkel nach China

Das klingt märchenhaft: Seit Jahresbeginn gehört Bremen zu der Städtekooperation der „Magic Cities". Ihnen gilt die besondere Werbeaufmerksamkeit der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT).

„Wir erhoffen uns erfolgreiche internationale Marktauftritte, wichtige Impulse und eine fruchtbare Zusammenarbeit", sagt Peter Siemering, Geschäftsführer Marketing und Tourismus der WFB Wirtschaftsförderung Bremen. Die Eintrittskarte in den magischen Zirkel der besonderen Tourismus-Destinationen sind weltweit bekannt: Neben den Bremer Stadtmusikanten, sind es das historische Rathaus mit der Roland-Statue, die seit 2004 zum UNESCO-Welterbe gehören. Weil sie so anziehungskräftig sind, zählt die Hansestadt Bremen touristisch zu den bekanntesten und beliebtesten Städten Deutschlands.

Nach dem Austritt der Hannover Marketing und Tourismus GmbH im Jahre 2018 und der Aufnahme Bremens sind nun weiterhin zehn starke Städtepartner (Dresden, Düsseldorf, Frankfurt am Main, Hamburg, Köln, Leipzig, München, Nürnberg, Stuttgart und Bremen) in der Marketingkooperation der Magic Cities Germany vertreten. „Kern unserer Zusammenarbeit ist ein gemeinsamer, fokussierter Auftritt im internationalen Markt unter dem Dach des Reiselandes Deutschland", so Armin Dellnitz, Vorsitzender des Magic Cities e.V. und Geschäftsführer der Stuttgart-Marketing GmbH. „Darüber hinaus tauschen wir uns in immer mehr Themenfeldern aus und nutzen die Synergien, die uns dadurch entstehen. Der kollegiale, vertrauensvolle Austausch und die gemeinsame Lösung von Herausforderungen nimmt inzwischen einen erheblichen Anteil des Miteinander ein", so Dellnitz weiter.

Magic Cities

Seit 2018 haben die Magic Cities ihren Fokus in der Marktbearbeitung auf den chinesischen Markt gelegt. Diese Strategie wird auch 2019 in enger Kooperation mit der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) weiter verfolgt.

„China ist mit 2,9 Millionen Übernachtungen der wichtigste asiatische Quellmarkt für den deutschen Incoming-Tourismus. Die große Affinität der chinesischen Touristen zu Rundreisen, Kultur und Shopping macht China zugleich zum bedeutendsten Zukunftsmarkt für die Mitgliedsstädte der Magic Cities Germany," erläutert die Vorsitzende des Vorstandes der DZT, Petra Hedorfer. Im Rahmen der gemeinsamen Vermarktung wird auch 2019 die Kampagne mit Ctrip, eine der größten Online-Travel-Plattformen in China, fortgeführt. Diese trägt zur positiven Imagebildung für das Reiseland Deutschland bei und steigert den Bekanntheitsgrad der einzelnen Städte in China weiter.

Erfolgsrezept mit Grünkohl: Die Palme des Nordens lockt immer mehr Übernachtungsgäste nach Oldenburg. Foto: OTM/Verena Brandt

Grünkohl lockt Gäste

Grünkohl, Kramermarkt und die Einkaufsmöglichkeiten in der Innenstadt haben Oldenburg auch in 2018 steigende Gästezahlen beschert.

Nach Angaben des niedersächsischen Landesamtes für Statistik zählten die Oldenburger Herbergsbetriebe im vergangenen Jahr 377 350 Übernachtungen. Das ist ein Plus von 1,8 Prozent gegenüber 2017, das mit 370 500 Übernachtungen den bislang höchsten Wert an Übernachtungen seit Gründung der Oldenburg Tourismus und Marketing GmbH (OTM) im Jahr 2001 aufwies.

Tourismus als Wirtschaftsfaktor

Auf dem Erfolg wollen sich die Oldenburger aber nicht ausruhen. „Wir bleiben in Bewegung, um vorwärtszukommen“, sagt Silke Fennemann, Geschäftsführerin der OTM. Die OTM habe eine Reihe von Projekten angestoßen, die dazu beitragen sollen, die Attraktivität der Stadt und den Tourismus als Wirtschaftsfaktor zu erhalten und die OTM fit für die Ansprüche der Zukunft zu machen. Schon heute erzielt Oldenburg jährlich einen Bruttoumsatz aus Tourismus in Höhe von 370 Mio. Euro (DWIF, 2013). Eine wichtige Rolle spielt für die Niedersachsen der geschäftlich und dienstlich motivierte Tourismus – hier entfaltet Oldenburg als starker Wirtschafts- und Wissenschaftsstandort enorme Magnetwirkung. „Durch nationale und internationale Kontakte ist die Stadt mittlerweile ein hoch frequentiertes Geschäftsreiseziel. Davon profitiert natürlich auch das Beherbergungsgewerbe“, erläutert Silke Fennemann. Im Sommer 2018 ist die Touristinfo ins historische Herz der Stadt umgezogen. Dank dieses Umzugs befindet sich die Informationsstelle in einem Wahrzeichen der Stadt mit einem hohen Identifikationswert, in zentraler Lage und somit am perfekten Standort. „Nicht nur die persönliche Anlaufstelle soll die Kunden ansprechen, abholen, interessieren und begeistern, sondern auch das gesamte Marketing. In der Konsequenz bedeutet das, dass wir unsere Aktivitäten verstärkt an Zielgruppen, deren Milieus und Bedürfnissen ausrichten“, betont die Geschäftsführerin. Darüber hinaus gelte es, die Oldenburger Profilthemen und die sich daraus ergebenden Angebote an gesellschaftlichen Trends und Strömungen auszurichten. „Dazu bauen wir konsequent erstklassigen und authentischen Content auf. Unser professionelles Endkunden-Marketing mit qualitativ hochwertigen Werbe- und Informationsmaterialien sowie ein zeitgemäßer und attraktiver Internetauftritt mit Direkt-Buchungsmöglichkeiten sind uns enorm wichtig“, unterstreicht Fennemann.

> **Unser professionelles Endkunden-Marketing sowie ein zeitgemäßer und attraktiver Internetauftritt sind uns wichtig**
>
> Silke Fennemann, Oldenburg-Tourismus

Tourismus als verbindendes Element

Eine weitere zentrale Funktion erkennt die Geschäftsführerin in verschiedenen Kooperationen. Tourismus sei ein verbindendes Element zwischen den Menschen, der Wirtschaft und der Kultur. Die OTM hat in den vergangenen Jahren ein enges Netzwerk mit Akteuren aus der Stadtverwaltung, der Wirtschaft, der Kultur und dem Tourismus aufgebaut. „Und sie wird in ihren Bemühungen nicht nachlassen, das Netzwerk weiter auszubauen“, erklärt Silke Fennemann.

Videokonferenz ersetzt die Geschäftsreise

Der Markt für Geschäftsreisen stagniert auf hohem Niveau. Insgesamt wickelten die Reisebüros in Deutschland in diesem Segment ein Volumen von fast 8 Milliarden Euro ab und bewegten sich damit auf dem Niveau von 2017. Auch der Umsatz, der über die führenden Travel Management Companies (TMCs) in Deutschland generiert wird, bleibt nach Angaben des Verbandes der deutschen Reisewirtschaft (DRV) mit rund 5,8 Milliarden Euro stabil auf Vorjahresniveau. Die TMC wickeln rund drei Viertel des deutschen Geschäftsreisemarktes ab.

Das DRV-Branchenbarometer Business Travel zeigt einen Umsatzrückgang mit Flugtickets um 1,8 Prozent auf 4,4 Milliarden Euro. Die Deutschland- und Europa-Verbindungen verloren dabei mit einem Minus von 2,9 Prozent stärker als die interkontinentalen Verbindungen, die 60 Prozent des gesamten Flugumsatzes ausmachen, mit einem Rückgang von einem Prozent. Auslöser des Rückgangs sind offensichtlich sinkende Ticketpreise. Die Anzahl der Flugreisen zu geschäftlichen Zwecken ist um 2,6 Prozent gestiegen.

Trotz der stabilen Umsätze ist die Gesamtzahl der in Deutschland gebuchten Geschäftsreisen nach Angaben der Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) im Vergleich zum Vorjahr um 1,2 Prozent auf 116 Millionen gesunken. Positiv entwickelte sich aber die Anzahl der Auslandsgeschäftsreisen: Mit nunmehr rund 15 Millionen Reisen verzeichneten sie im vergangenen Jahr ein Plus von 5,6 Prozent. Die Geschäftsreisenden sind insgesamt länger unterwegs – die Anzahl mehrtägiger Reisen ist um 3,9 Prozent gestiegen, die mehrtägigen Auslandsreisen sogar um 11,6 Prozent.

Die Anzahl eintägiger Geschäftsreisen nimmt insgesamt um 4,4 Prozent ab – dies insbesondere zu Lasten des Flugverkehrs (minus 10,7 Prozent). Die Bahn legt hingegen bei den eintägigen Reisen um 2,5 Prozent zu. Das Minus bei Kurzreisen liegt seit fünf Jahren im Trend und ist unter anderem auf die zunehmende Bedeutung von Telefon- und Videokonferenzen zurückzuführen.

Virtuell ins Museum

Aufbruch in neue Welten: Mit seiner ersten Virtual-Reality-Sonderausstellung betritt das Deutsche Schifffahrtsmuseum (DSM) ab dem 17. Mai zukunftsweisendes Terrain.

Mit Hilfe modernster Ausstellungstechnik können die DSM-Besucher künftig an Bord des Forschungseisbrechers „Polarstern“ gehen. Basis ist eine gemeinsam mit der Softwareagentur Playersjourney und dem Alfred-Wegener-Institut für Polar- und Meeresforschung entwickelte Anwendung der Virtual-Augmented-Reality.

Neukonzipierte Dauerausstellung

Mit Hilfe einer Spezialbrille können sie an einem interaktiven elektronischen 3-D-Modell des Eisbrechers ansonsten unzugängliche Bereiche des Schiffes betreten. Dabei erleben sie sowohl das Bordleben als auch die Forschungsarbeit direkt mit. Neben dem virtuellen 3-D-Modell spielen reale Objekte aus der Forschungsschifffahrt sowie ein 360°-Dreh auf dem Schiff in dieser Sonderausstellung herausragende Rollen. Einzelne Teile der Sonderausstellung gehen im Anschluss in die neukonzipierte Dauerausstellung „Mensch & Meer“ über, die das Museum 2021 eröffnet. In diesem Jahr will das Museum auch an anderen Stellen seinen Visionen von einer modernen Präsentation näher kommen. Unter anderem sollen die Entwürfe von Agenturen präsentiert werden, die sich an dem Ideenwettbewerb zur Weiterentwicklung des Museumsgeländes beteiligt haben. „Ich bin sicher, dass diese Entwürfe eine inspirierende Gesprächsbasis bilden, wenn es um die Zukunft dieses besonderen Orts mit seiner großen Bedeutung für ganz Bremerhaven geht“, sagt die Museumsdirektorin Prof. Dr. Sunhild Kleingärtner. Mit dem Port Center im Museumshafen soll eine Schnittstelle entstehen, die das Lebens- und Arbeitsfeld Hafen von gestern über heute bis in die Zukunft als globales Phänomen beleuchtet.

Bereits seit Januar gewährt eine Online-Ausstellung Einblicke in kulturelle und wirtschaftliche Verflechtungen zwischen Nordsee, Atlantik und Mittelmeer. Studierende der Universität Bremen analysierten Bilder und Texte aus dem 16. und 17. Jahrhundert, erstellten Video- und Audiodateien und machen damit den Einfluss der damaligen Kolonialbeziehungen auf Kultur und Gesellschaft sichtbar.

Virtuelles Museumsstück: Der Eisbrecher „Polarstern“ steht im Mittelpunkt einer digitalen Inszenierung am Deutschen Schifffahrtsmuseum. Foto: AWI / Hans Grobe

Klarer Kurs

Die Kreuzfahrt-Reedereien befinden sich auf dem deutschen Hochsee-Kreuzfahrtmarkt weiter auf Kurs Wachstum.

Knapp 2,3 Millionen Gäste aus dem deutschen Quellmarkt verbrachten nach Schätzung der Cruise Lines International Association (CLIA) im vergangenen Jahr ihren Urlaub auf einem Kreuzfahrtschiff. Das entspricht einem Wachstum von 3,5 Prozent. Für 2019 rechnet der Verband mit weiterem Wachstum. Treibende Kraft sind dabei laut CLIA die Vielzahl neu in Dienst gestellter Schiffe und entsprechend gestiegene Kapazitäten. „Mehr und mehr Deutsche entscheiden sich für einen Urlaub auf hoher See“, sagt Karl J. Pojer, Chairman des Leadership Council von CLIA Deutschland, „bei den meisten Kreuzfahrtgästen bleibt es nicht bei einer Kreuzfahrt, viele von ihnen verbringen weitere Urlaube auf hoher See.“ Das entspricht auch dem internationalen Trend, deswegen rüstet die Branche weltweit auf. Insgesamt 18 Hochseekreuzfahrtschiffe mit einer Kapazität von 34 000 Betten wurden 2018 in Dienst gestellt. In diesem Jahr sollen 25 Schiffe mit rund 43 000 Betten dazu kommen.

Emissionsarmer Antrieb

Nach und nach setzt sich in der „weißen Flotte“ auch der Umweltschutzgedanke durch. Nachdem mit der AIDA Nova das erste mit Flüssiggas (LNG) betriebene Kreuzfahrtschiff in Fahrt kam, wurden weltweit inzwischen 25 weitere Cruiseliner mit dem emissionsärmeren Antrieb geordert. Sie sollen nach und nach bis 2027 in Dienst gestellt werden. Laut CLIA wollen die Reedereien mit solchen Neubauten und mit Umbauten den CO_2-Ausstoß über die gesamte Flotte bis 2030 um 40 Prozent gegenüber dem Referenzjahr 2008 senken. Bereits 111 von 253 Schiffen verfügen über Abgasnachbehandlungssysteme. 12 Schiffe werden aktuell nachgerüstet, die Nachrüstung weiterer 30 Schiffe ist geplant. Spezielle Rumpfbeschichtungen und reibungsvermindernde Luftblasenteppiche unter dem Schiffsrumpf sowie die Reiseroutenplanung und, wo möglich, auch die Versorgung mit Landstrom sollen zusätzlich zur Effizienz der Schiffe und zur Reduzierung von Emissionen beitragen.

Anstieg der Reiselänge

Offenbar trauen sich die deutschen Kreuzfahrttouristen immer länger auf See. Die Reiselänge beträgt nach aktuellen Schätzungen der CLIA im Jahr 2018 im Durchschnitt neun Tage. Das entspricht einem Anstieg von etwa 1,7 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Die deutschen Kreuzfahrturlauber hätten damit erstmals die 20-Millionen-Nächte-Marke überschritten. Das entspräche einem Anstieg um 3,8 Prozent beziehungsweise 750 000 Übernachtungen. Das Durchschnittsalter der deutschen Passagiere ist nach Hochrechnungen der CLIA leicht gesunken – auf 49 Jahre. Die endgültigen Zahlen will die CLIA im April vorstellen.

Vorbild für die weiße Flotte: die AIDA Nova ist das erste Kreuzfahrtschiff, dessen Motoren mit Flüssiggas betrieben werden. Foto: Aida

Deutschland sticht in See

Seit 1995 haben sich die Passagierzahlen auf Schiffen annähernd verzehnfacht – mit weiter steigender Tendenz. „Die Kreuzfahrt ist damit zu einem elementaren Bestandteil der Touristik avanciert und das vergangene Jahr hat den Kreuzfahrt-Anbietern erneut ein gutes Plus beschert“, sagt der Präsident des Deutschen Reiseverbandes (DRV), Norbert Fiebig. Neben den Hochseekreuzfahrten auf den Weltmeeren rücken auch die Flusskreuzfahrten in den Mittelpunkt des Interesses der Urlauber.

Die Deutschen zeigten sich im vergangenen Jahr in absoluter Reiselaune. So stiegen die Ausgaben der Deutschen für Reisen insgesamt um fünf Prozent auf fast 68 Milliarden Euro. Die Ausgaben für Veranstalter-Reisen stiegen mit sieben Prozent noch stärker. „Und die Kreuzfahrt ist einer der Wachstumstreiber der Reisewirtschaft“, erklärt Fiebig.

Verschiedenste Zielgruppen

Neue Schiffe, die in den Markt gestellt werden, und die zunehmende Vielfalt der Angebote, die verschiedenste Zielgruppen und Interessen bedient, treiben auch für den Reisebürovertrieb das Wachstum weiter. „Der Umsatz wächst und der stationäre Vertrieb hält daran den Löwenanteil: 13 Prozent der Umsätze im Reisebüro gehen auf das Konto der Kreuzfahrt“, fasst der DRV-Präsident zusammen.

Die Reisebüros agieren hier als kompetente Lotsen durch das immer vielfältiger werdende Angebot der Kreuzfahrt. „Bei der Aufgabe, die zusätzlichen Kapazitäten auf den Schiffen zu füllen, kommt den Reisebüros darüber hinaus eine zentrale Rolle zu“, ist der DRV-Präsident überzeugt. „Das Reisebüro ist der Ort, an dem Kunden fachkundig für einen Urlaub auf dem Wasser und das passende Schiff begeistert werden.“

„Die Kreuzfahrt in Deutschland wird weiter überproportional wachsen und auf ihrem eingeschlagenen Erfolgskurs bleiben“, so Norbert Fiebig zu den Zukunftsaussichten. Dieser Entwicklung trägt auch der DRV Rechnung und veranstaltet seine diesjährige Jahrestagung vom 10. bis 12. Dezember zum ersten Mal auf einem Schiff – auf der MS Artania von Phoenix Reisen. Das Schiff wird zu dieser Zeit im Hamburger Hafen vor Anker liegen.

Mit dem Cruise Center auf Erfolgskurs

Das Columbus Cruise Center Bremerhaven (CCCB) steuert auf einen neuen Rekord zu: 260 000 Passagiere sollen hier in diesem Jahr zur Traumreise auf See starten oder aus den schönsten Wochen des Jahres an Land zurückkehren.

Von Wolfgang Heumer

Es war ein Auftakt nach Maß. Mit der „Mein Schiff 2“ kam gleich Anfang des Jahres das jüngste deutsche Kreuzfahrtschiff an die Weser – und das auch noch, bevor der 315 Meter lange Neubau zur Jungfernfahrt startete. Dass TUI Cruises das neueste Schiff der Flotte in Bremerhaven in Betrieb nahm, „ist sicherlich auch eine Anerkennung unserer Arbeit hier auf dem Terminal“, freut sich CCCB-Geschäftsführer Veit Hürdler. In 2018 haben sämtliche deutschen Reisen des Hamburger Kreuzfahrtanbieters TUI Cruises in Bremerhaven begonnen. Die perfekte Organisation am Terminal beeindruckt offenbar auch die Papenburger Meyer-Werft. Sie schickte mit der „Spectrum of the Seas“ nach zehn Jahren Pause wieder einen Neubau zur Endausrüstung an die Columbus-Kaje. Damit bleibt der Terminal an der Weser auf Erfolgskurs. Allein von 2018 auf 2019 lag das Plus im Passagierbereich bei 40 Prozent. Mit 115 angemeldeten Schiffen verzeichnet der Terminal für 2019 einen neuen Rekord.

Aufbruch in die Neue Welt

Die Passagierschifffahrt hat die wirtschaftliche Entwicklung Bremerhavens so stark geprägt wie kaum eine andere Branche. Mitte des 19. Jahrhunderts wurde die damals noch junge Stadt einer der wichtigsten Auswandererhäfen des Kontinents. Mehr als acht Millionen Menschen brachen von hier aus in die Neue Welt auf. Bis in die Mitte des 20. Jahrhunderts war die zwischenzeitlich immer wieder modernisierte Fahrgastanlage am Meer – der Columbus-Bahnhof – Start und Ziel der wichtigsten Verbindung zwischen Deutschland und den USA. Auch heute ist die Passagierschifffahrt am Columbus Cruise Center Bremerhaven kein Geschäft, das allein den Reedereien oder dem Hafenbetrieb nutzt. Zwischen 40 und 90 Euro gibt jeder Passagier nach Expertenschätzung in jedem Hafen aus, den ein Kreuzfahrtschiff auf seiner Tour ansteuert. In Bremerhaven könnte es etwas weniger sein – noch ist die Stadt in erster Linie Ankunfts- und Abfahrtshafen, in dem die Passagiere nur relativ wenig Zeit zum Geldausgeben haben. Aber von der Abfertigung der schwimmenden Kleinstädte profitieren jede Menge anderer Unternehmen: Die Schiffe bunkern Lkw-weise Lebensmittel und andere Güter des täglichen Bedarfes; unter Umständen müssen Reparaturen oder Instandsetzungen vorgenommen werden. Die Passagiere wollen von und zum Terminal gebracht werden. Es kommen Besucher in die Stadt, die ihre Lieben zur Reise verabschieden. Hamburg ist noch ein Stück weiter gegangen und hat die Show-Welt rund um die Schifffahrt seit der ersten Ankunft der legendären „Queen Mary 2“ perfektioniert. Spektakuläre Schiffstaufen und die Hamburg-Cruise-Days locken regelmäßig Hunderttausende an die Elbe und sorgen für Schlagzeilen, die positiv fürs Image der Stadt sind. Die Bremerhavener Tourismusförderer bemühen sich auch um so etwas; aber das maritime Begleitprogramm im Cruise Center fällt im Vergleich etwas bescheidener aus.

Jede Menge Arbeit: Die Abfertigung eines Kreuzfahrtschiffes wie der „Mein Schiff 2“ bringt vielen Firmen Umsatz. Foto: Heumer

> **Bequemer kann man seinen Urlaub nicht beginnen**
>
> **Veit Hürdler, CCCB-Geschäftsführer**

Dafür sind die logistischen Möglichkeiten des Bremerhavener Terminals und der CCCB-Service so gut wie in kaum einem anderen deutschen Hafen. Dass sich das Columbus Cruise Center Bremerhaven nach einigen Jahren mit erheblich weniger Passagieren wieder so großer Beliebtheit erfreut, liegt auch an den Arbeitsbedingungen am Terminal. „Wir haben nicht nur eine der modernsten Fahrgastanlagen in Deutschland, sondern auch viel Platz“, betont Veit Hürdler. Die Kaje ist 35 Meter breit und 1000 Meter lang. Das schafft Manövrierfläche: „Wir können bis zu vier Schiffe gleichzeitig betreuen.“

Die Reedereien selbst schauen zudem sehr genau darauf, wie es ihren Passagieren im Terminal ergeht. Wer die schönsten Tage des Jahres auf See genießen will, möchte sich die Vorfreude und gute Laune nicht durch Stress beim Einchecken an Bord verderben lassen. Entsprechend bietet das CCCB-Team eine Komplett-Betreuung inklusive Hol- und Bringedienst für das Auto oder einen Shuttle-Service vom Hauptbahnhof für Bahnreisende. Die Passagiere brauchen eigentlich nur noch an Bord zu gehen, alles andere ist organisiert. „Bequemer kann man seinen Urlaub nicht beginnen“, ist Veit Hürdler überzeugt.

ATTRAKTIONEN
in Bremen und Bremerhaven

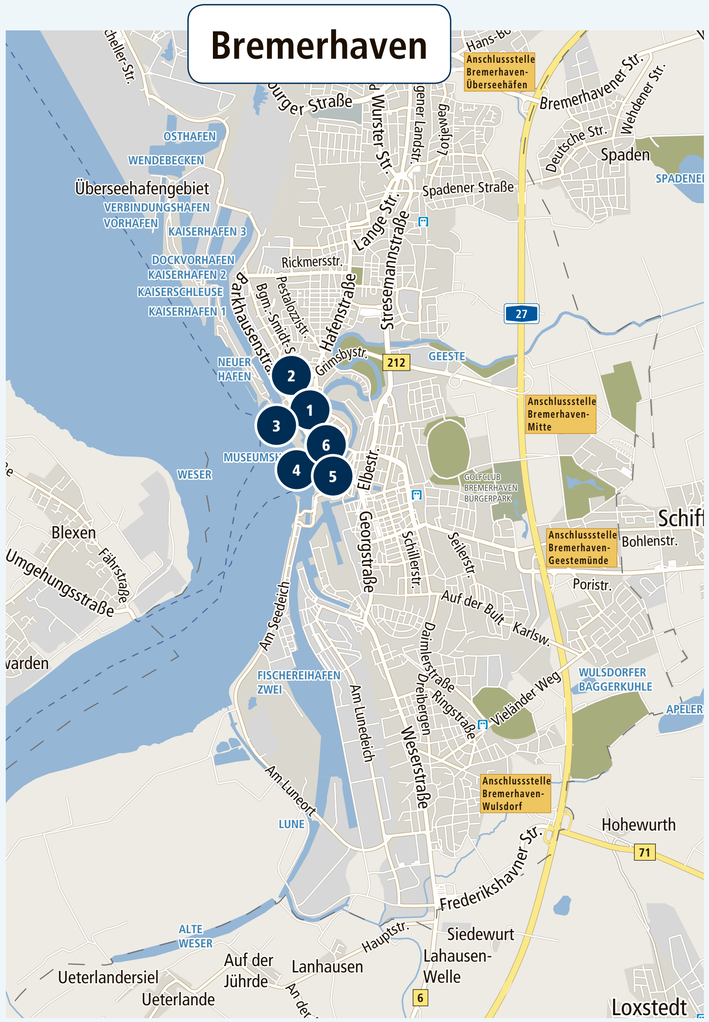
1 KLIMAHAUS BREMERHAVEN 8°OST
Das Klimahaus Bremerhaven 8° Ost ist mehr als ein Museum. Es ist eine weltweit einzigartige Wissens- und Erlebniswelt zu den Themen Klima, Klimawandel und Wetter und als Klimaerlebniswelt globaler Vorreiter. Auf 11 500 Quadratmetern Ausstellungsfläche besuchen unsere Gäste unterschiedliche Klimazonen entlang des achten Längengrades Ost, erfahren die Zusammenhänge zwischen Wetter und Klima und erforschen Hintergründe der Klimaveränderung. Das Klimahaus in Bremerhaven zeigt auf spannende und beeindruckende Weise, was jeder einzelne zum Klimaschutz beitragen kann.
Am Längengrad 8, 27568 Bremerhaven | www.klimahaus-bremerhaven.de

2 DEUTSCHES AUSWANDERERHAUS
Das Deutsche Auswandererhaus ist ein europaweit einzigartiges Erlebnismuseums zur deutschen und europäischen Auswanderungsgeschichte. Das Museum öffnete 2005 am Neuen Hafen in Bremerhaven und damit an einem historischen Standort: Von dort brachen bis 1890 knapp 1,2 Millionen Menschen in die Neue Welt auf. Insgesamt zogen 7,2 Millionen Auswanderer von Bremerhaven aus in die Fremde. 2012 eröffnete das Deutsche Auswandererhaus einen Erweiterungsbau, in dem über 300 Jahre Einwanderungsgeschichte nach Deutschland präsentiert werden. Durch die Verbindung von historischer sowie aktueller Aus- und Einwanderung hat sich das Museum somit zum bundesweit ersten Migrationsmuseum entwickelt.**Columbusstraße 65, 27568 Bremerhaven | www.dah-bremerhaven.de**

3 ZOO AM MEER
Der Zoo am Meer in Bremerhaven konzentriert sich auf nordische und wasserbezogene Tierarten und gilt als kleinster Zoo Deutschlands. Das hat einen entscheidenden Vorteil für die Besucher: In kaum einem anderen zoologischen Garten kommt man den Tieren so nah wie hier. Mit etwas Glück trifft man auch auf Eisbären fast auf Tuchfühlung: sie sind an einer Stelle nur durch eine Spezialglasscheibe von den Besuchern getrennt. Der Zoo geht auf die 1912 gegründeten „Tiergrotten" zurück und wurde 2004 als kompletter, tiergerechter Neubau eröffnet. **H.-H.-Meier-Straße 7, 27568 Bremerhaven | zoo-am-meer.de**

4 DEUTSCHES SCHIFFFAHRTSMUSEUM
Das Deutsche Schifffahrtsmuseum in Bremerhaven ist ein Forschungsmuseum der Leibniz-Gesellschaft und ein Ort der Bildung und des Dialogs. Das neue Ausstellungskonzept verbindet faszinierende Exponate aus der Schifffahrt mit aktuellen Fragestellungen. Im Mittelpunkt stehen die vielen Schiffe der Sammlung. Sie sind der Zugang des Menschen zum Meer. Bis es Flugzeuge gab, waren Schiffe die einzige Verbindung zwischen den Kontinenten. Heute ist die Schifffahrt Teil des Klimaproblems und Lösungen sind gefragt.
Hans-Scharoun-Platz 1 27568 Bremerhaven | www.dsm.museum

5 HISTORISCHES MUSEUM
Das Museum entführt seine Besucher auf informative, aber zugleich erlebnishafte Weise in die vergangenen Lebens- und Arbeitswelten an der Küste. Eine komplette historische Werft, Szenen vom Hafenumschlag, eine Hafenkneipe, ein Fischladen oder betriebsbereite Dampf- und Kältemaschinen aus dem Fischereihafen sind nur einige Beispiele der lebendig gestalteten Rekonstruktionen im Museum. Ein Luftschutzkeller aus dem Zweiten Weltkrieg, eine Notunterkunft der Nachkriegszeit oder ein komplettes Kino der 1950er Jahre versetzen die Museumsbesucher in vergangene Zeiten. Neben dem Gang durch die neuere Geschichte können Sie jedoch auch eine Zeitreise durch 120 000 Jahre zu den ersten Spuren menschlichen Lebens im Elbe-Weser-Dreieck unternehmen.
An der Geeste 27570 Bremerhaven | www.historisches-museum-bremerhaven.de

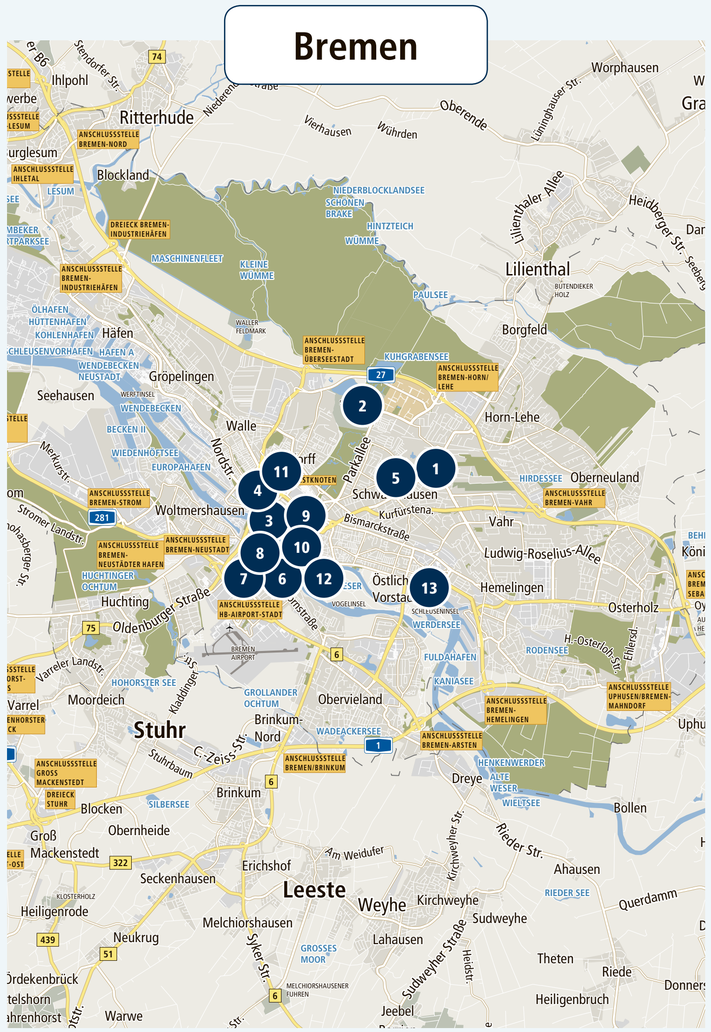


6 KUNSTVEREIN BREMERHAVEN/KUNSTHALLE
Der Kunstverein Bremerhaven von 1886 e. V. ist eine der ältesten kulturellen Einrichtungen Bremerhavens und des Unterweserraums. Heute zählt der Kunstverein Bremerhaven rund 600 Mitglieder. In der Kunsthalle verfügt er seit 1964 über ein eigenes Ausstellungshaus. Hier bietet der Verein jungen Künstlerinnen und Künstlern in sechs bis neun Wechselausstellungen pro Jahr den Freiraum, jenseits kommerzieller Interessen und abgesicherter kunsthistorischer Positionen künstlerische Experimente durchzuführen. Mehr als 300 Ausstellungen hat der Kunstverein in dieser Form bisher in der Kunsthalle organisiert.
Karlsburg 1/4 27568 Bremerhaven | www.kunstverein-bremerhaven.de

1 BOTANIKA
Mitten im Bremer Rhododendron-Park gelegen, stellt die botanika ein wahres Kleinod der Hansestadt dar. Gemeinsam verfügen Park und botanika zudem über die zweitgrößte Rhododendronsammlung der Welt. Im japanischen Garten der botanika findet sich eine neue Attraktion: der europäische Friedens-Buddha. Auf jedem Kontinent soll auf Initiative des Dalai Lama ein Friedens-Buddha errichtet werden. Der erste, der für den Kontinent Asien, wurde 1993 vom Dalai Lama im Jayanti-Park in Neu Delhi geweiht. Der zweite Friedens-Buddha ist seit August 2017 in der botanika zu finden.
Deliusweg 40, 28359 Bremen | www.botanika-bremen.de

2 UNIVERSUM BREMEN
Im Universum Bremen gibt es Wissen zum Anfassen – für jedermann! In dem imposanten, walförmigen Gebäude werden die Besucher zum Forscher und Entdecker. Der Spaß steht im Vordergrund und ganz nebenbei lernen kleine und große Besucher auf spielerische Art naturwissenschaftliche Phänomene kennen und verstehen. Wie funktioniert ein Lügendetektor? Wie fühlt sich ein Erdbeben am eigenen Körper an? All das und noch vieles mehr kann im Universum® entdeckt werden. Darüber hinaus werden regelmäßig wechselnde Sonderausstellungen gezeigt.
Wiener Straße 2, 28359 Bremen | www.universum-bremen.de

3 KUNSTHALLE BREMEN
Modernisiert und um zwei Flügelbauten erweitert, wurde die Kunsthalle Bremen im Sommer 2011 nach über zweijähriger Umbauphase wiedereröffnet. Durch die Erweiterung gewinnt das Museum fast ein Viertel an zusätzlicher Fläche für die Sammlung und Ausstellungen. Das Kupferstichkabinett, mit seinen über 200 000 Handzeichnungen und druckgraphischen Blättern, erhält ein modernes Gegenüber und damit doppelt so viel Raum. Der Kunstverein in Bremen wurde 1823 gegründet und ist noch heute privater Träger der Kunsthalle Bremen. Deren Sammlung bietet einen einmaligen Überblick über die europäische Kunst und die internationale Moderne: Malerei und Bildhauerei, Druckgraphik und Medienkunst von der Renaissance bis in die Gegenwart. Besonders beeindruckend sind die Werke der französischen Impressionisten wie Monet, Manet und Cézanne sowie Gemälde von Corinth, Liebermann, Beckmann und Paula Modersohn-Becker. Wegbereiter der Medienkunst wie Cage und Paik sind mit bedeutenden Installationen vertreten.
Am Wall 207, 28195 Bremen | www.kunsthalle-bremen.de



4 ÜBERSEE-MUSEUM
Seit über 120 Jahren präsentiert das Übersee-Museum Bremen „Die Welt unter einem Dach" und verbindet in seinen modernen Ausstellungen die Themen Völker, Handel und Natur zu einem einheitlichen Erlebnis. Im Übersee-Museum tauchen die Besucher in die schillernde Unterwasserwelt Ozeaniens ein, erleben Asien als Kontinent der Gegensätze zwischen pulsierenden Mega-Städten und spiritueller Ruhe und Tradition. In Afrika erkunden sie die Wiege der Menschen oder kommen den Großtieren der Savanne nahe. Das Leben der Indianer Nord- und Südamerikas, der präkolumbische Goldschatz oder die Lebenswelt am Amazonas können in Amerika entdeckt werden. Das aktuelle Thema Globalisierung greift die Ausstellung „Erleben, was die Welt bewegt" auf.
Bahnhofsplatz 13, 28195 Bremen | www.uebersee-museum.de

5 FOCKE-MUSEUM
Das Focke-Museum bietet als Bremer Landesmuseum für Kunst und Kulturgeschichte einen umfangreichen Einblick in 1200 Jahre Bremer Geschichte. Zum Museum gehören neben dem modernen Haupthaus und dem innovativen Schaumagazin auch vier historische Gebäude, die in einem großzügigen Park liegen. Etwas weiter entfernt steht die ebenfalls zum Focke-Museum gehörende Mühle Oberneuland.
Schwachhauser Heerstraße 240, 28213 Bremen | www.focke-museum.de

6 DOM-MUSEUM
Das 1987 eröffnete Dom-Museum zeigt im Erdgeschoss außer einer ausführlichen Fotodokumentation der 900-jährigen Baugeschichte des St. Petri Domes mittelalterliche Wandmalereien und Steinbildwerke. Im Obergeschoss sind Funde aus acht mittelalterlichen Bischofsgräbern zu sehen, die in den 1970er Jahren bei einer archäologischen Grabung im Dom entdeckt wurden. Bekannteste Ausstellung der St. Petri Domgemeinde zu Bremen ist der „Bleikeller". Beim Bau der Schnitger-Orgel im Bremer Dom wurden 1698 per Zufall mehrere Mumien in der Ostkrypta entdeckt. Inzwischen ist klar, dass die Leichen nicht durch Strahlung sondern durch natürliche Austrocknung mumifiziert wurden. Und auch, dass der „Dachdecker", der vermeintlich beim Bau des Kirchendaches herabgestürzt war, in Wahrheit ein Soldat war, dem in den Rücken geschossen wurde. **Sandstraße 10–12, 28195 Bremen | www.stpetridom.de**

7 PAULA MODERSOHN-BECKER MUSEUM
Das Paula Modersohn-Becker Museum ist das erste Museum weltweit, das dem Werk einer Malerin gewidmet wurde. Der Mäzen und Kaffeekaufmann Ludwig Roselius hat eine Auswahl von Hauptwerken der Künstlerin zusammengetragen, die heute durch die reichhaltigen Bestände der Paula Modersohn-Becker-Stiftung ergänzt werden. Gemälde aus allen Schaffensphasen der Malerin belegen ihren herausragenden Stellenwert als Pionierin der modernen Malerei um 1900.
Böttcherstraße 6–10, 28195 Bremen | www.museen-boettcherstrasse.de

8 WESERBURG – MUSEUM FÜR MODERNE KUNST
Die Weserburg, Bremens Museum für moderne Kunst, zählt zu den größten Museen dieser Kategorie in Deutschland. Garant für die Vitalität der Weserburg ist eine europaweit einzigartige Konstruktion: Private Sammler geben Teile ihrer Kollektionen in das Haus. Ein Konzept, mit dem sich die Weserburg deutlich von traditionellen Kunstmuseen abhebt. Aus mehreren europäischen Sammlungen werden verschiedene Schwerpunkte ausgewählt, die einen ebenso persönlichen wie vielseitigen Einblick in die Welt der Kunst geben. In der besonderen Atmosphäre des historischen Gebäudes verbindet sich die individuelle Kunstleidenschaft des Privatsammlers mit dem wissenschaftlichen Blick des Museums. **Teerhof 20, 28199 Bremen | www.weserburg.de**

9 WILHELM-WAGENFELD-HAUS
Das Wilhelm Wagenfeld Haus ist eine lebendige Ausstellungs- und Veranstaltungsplattform für historische und zukunftsweisende Fragen über Design und Alltagskultur. Als Namensgeber repräsentiert Wilhelm Wagenfeld (1900 – 1990) die Ziele des Hauses: Durch seine verantwortungsbewusste Produktentwicklung und -gestaltung erreichte er eine sehr hohe, zum Teil bis heute andauernde Akzeptanz bei den Käufern seiner Produkte. Unterstützt durch seine innovativen Marketingstrategien, verhalf er so seinen Partnern über sechs Jahrzehnte zu nachhaltigen unternehmerischen Erfolgen. **Am Wall 209, 28195 Bremen | www.wilhelm-wagenfeld-stiftung.de**

10 GERHARD-MARCKS-HAUS
Das Gerhard-Marcks-Haus in Bremen ist das Museum für moderne und zeitgenössische Bildhauerei. Es zählt zu den national und international anerkannten Bildhauermuseen. Den Grundstein dafür legte im Jahr 1969 einer der wichtigsten europäischen Bildhauer des 20. Jahrhunderts: Gerhard Marcks (1889–1981). Die Stiftung bewahrt sein Lebenswerk. Mit etwa 500 Skulpturen, 2000 Blatt Druckgrafik und 13 000 Zeichnungen von diesem Künstler gehört es weltweit zu den größten musealen Einkünstlersammlungen im Bereich der klassischen Moderne.
Am Wall 208, 28195 Bremen | marcks.de

13 WUSEUM – WERDER BREMEN MUSEUM
Das WUSEUM im Weser-Stadion ist ein Anziehungspunkt für Fußballfans und Bremen-Besucher. In der Ausstellung kann man sich auf eine grün-weiße Zeitreise begeben, von den Anfängen der Bundesliga bis zu den großen Erfolgen der letzten Jahre.
Lassen Sie sich zum Beispiel mit Meisterschale und Pokal aus dem Double von 2004 fotografieren oder bestaunen Sie die Trikot-Kreationen der Vergangenheit. Und ja, die Werder-Welt war nicht immer grün-weiß. Aber die Zeit, in der Werder in den bremischen Landesfarben spielte, hielt nicht lange an.
Franz-Böhmert-Straße 1c, 28205 Bremen | www.werder.de

12 OLBERS-PLANETARIUM
Im meistbesuchten Kleinplanetarium Deutschlands sind Shows, Märchen, Konzerte und Vorträge unter einem strahlenden Sternenhimmel zu erleben.
Werderstraße 73, 28199 Bremen www.planetarium.hs-bremen.de

11 BREMER RUNDFUNKMUSEUM
Auf 400 Quadratmetern Ausstellungsfläche sind mehr als 700 Exponate der Radio-, Fernseh- und Videotechnik, der Tonaufzeichnung, des Seefunks und der Sender-Studiotechnik, der digitalen Audiotechnik bis hin zu den High-End Geräten der Gegenwart ausgestellt. Zu den Raritäten zählen die Musiktruhe des Bremer Autobauers Carl Borgward, die Studiogeräte der legendären Gesangsgruppe „Comedian Harmonists", die original aufgebaute Funkstation des Küstenmotorschiffs „Jason" und ein nachgebautes Wohnzimmer aus den 50er Jahren.
Findorffstraße 22–24, 28215 Bremen www.bremer-rundfunkmuseum.de

Symbol für einen Zeitenwandel

Ich will dir etwas zeigen. Etwas Besonderes und Schönes will ich dir zeigen . . . Ich werde dir die Menschen zeigen und die Orte, wo sie leben. Und ich werde dir die Orte vertraut und die Menschen zum Freund machen. Ich will dir etwas zeigen. Die Erde will ich dir zeigen. Ihre Schönheit . . .

Von Wolfgang Heumer

Ein paar einfache Sätze – berührend, nachdenklich stimmend. Welche Macht in diesen Worten steckt, ist am Abend des 27. Juni 2009 wenige Minuten vor der Tagesschau zu spüren. Als vier Kinder diese Sätze sprechen, untermalt von Klaviermusik, begleitet von beeindruckenden Bildprojektionen auf die Wände rundherum, wird es für einen Moment ruhig in dem großen Foyer. 700, 800 Menschen halten inne. Gänsehautsekunden, unvergesslich. Nur etwas mehr als einen Wimpernschlag später brandet Beifall auf. Der Musiker und Umweltaktivist Bob Geldof, Bremens damaliger Regierungschef Jens Börnsen, Bremerhavens Oberbürgermeister Jörg Schulz sowie die Unternehmer Dr. Carlo Petri und Arne Dunker haben gemeinsam den symbolischen roten Knopf gedrückt. Das Klimahaus Bremerhaven 8° Ost ist eröffnet. Das war vor zehn Jahren.

Mehr als fünf Millionen Menschen haben seither diese Sätze zu Beginn ihrer Reise durch die weltweit einzigartige Besucherattraktion gehört und sie ähnlich berührend empfunden. Und auch die Bremerhavener selbst können sich bis heute diesem Zauber nicht entziehen – auch weil das Klimahaus als zentrale Touristenattraktion in der Stadt zu deren Wahrzeichen und zum Symbol für einen Zeitenwandel geworden ist.

Es ist Zeit

„Es ist Zeit“ – so enden die magischen Worte zur Eröffnung. Ende der 1990er Jahre gehörten diese drei Worte zu den am häufigsten gesprochenen Sätzen in Bremerhaven. Es ist Zeit, etwas Neues zu wagen. Es ist Zeit für den Strukturwandel, es ist Zeit, Entscheidungen zu treffen. Jahrzehntelang hatten Politik und Verwaltung da schon über zukünftige Nutzungen für einen staubigen Schotterplatz in bester Lage zwischen Weserdeich und Innenstadt nachgedacht. Nach schwerwiegenden Krisen in der Fischerei und dem Zusammenbruch des Vulkan-Werften-Verbundes, soll der „Ocean-Park“ des Wiesbadener Projektentwicklers Jürgen Köllmann die Wende bringen. Doch die ehrgeizigen Pläne spalten die Stadt. Die große Schwester Bremen scheint einen Schritt weiter zu sein. Aber der Space-Park auf dem ehemaligen Werftgelände der AG Weser entpuppt sich später wie von Kritikern befürchtet als teurer Flop. Im letzten Moment können Politik und Verwaltung in Bremerhaven die Notbremse ziehen.

Auf der Suche nach einer Alternative wenden sich die Stadt und das Land an die Petri & Tiemann GmbH, die kurz zuvor mit dem Universum Science Center Bremen Maßstäbe für eine neue Kategorie von interaktiven Ausstellungen gesetzt hat. Knapp sechs Jahre dauern die Diskussionen um ein neues Projekt, dann wird am 28. August 2006 endlich der Grundstein für das Klimahaus Bremerhaven 8° Ost gelegt. An der historischen Stelle, wo 1827 Bremerhaven gegründet wurde, sollte sich die Stadt neu erfinden, wie es der damalige Oberbürgermeister Jörg Schulz formulierte.

Die Zeit, die für Entscheidungen und Planungen verbraucht wurde, war für die Klimahaus-Idee ein Gewinn. 2006 präsentierte der amerikanische Politiker und Unternehmer Al Gore seine „unbequeme Wahrheit“ über die bis dahin nur von Wissenschaftlern diskutierten Ursachen für die seit Jahren beobachtete Erderwärmung. Gemeinsam mit dem Weltklimarat – korrekter Name Intergovernmental Panel on Climate Change IPCC – erhielt Gore 2007 den Friedensnobelpreis. Fast über Nacht wurde das Klimahaus der passende Ort, das komplexe und komplizierte Thema auf leichte Weise zu erklären und Menschen auf spielerische Weise zum Handeln für den Klimaschutz zu motivieren. Weltweit gibt es keine vergleichbare interaktive Schau, die Filmelemente und dreidimensionale Raumbilder, an den Originalschauplätzen gesammelte Stücke und künstlerische Inszenierungen miteinander verbindet. Alle Exponate sind eigens für das Klimahaus entwickelt worden und damit Prototypen.

Neu: Das World Future Lab zieht verstärkt junge Gäste ins Klimahaus. Foto: Klimahaus

Sichtweise: In der Station Sardinien erleben die Klimahaus-Besucher die Welt aus der Insektenperspektive. Foto: Hannes Voigts

Rückschläge und Verzögerungen

Die Pionierleistung hat ihren Preis. In den 36 Monaten Bauzeit gibt es immer wieder Rückschläge und Verzögerungen; zweimal musste die bereits geplante Eröffnung verschoben werden. Selbst am Eröffnungstag morgens kurz vor fünf und wenige Minuten bevor Donald Bäcker im ARD-Morgenmagazin live den ersten TV-Fernsehbericht aus dem Klimahaus anmoderiert, rattert irgendwo in dem komplexen Gebäude eine Schlagbohrmaschine . . .

Dass sich all die Mühen, die immer wieder neuen Ideen, die freiwilligen und die erzwungenen Planänderungen gelohnt haben, zeichnet sich bereits Stunden vor Beginn der eigentlichen Eröffnung ab. Am späten Nachmittag ist Gastredner Bob Geldof direkt aus Irland kommend in Bremerhaven eingetroffen. Mürrisch und schweigsam verschwindet er erst einmal im Hotel und dann im Deutschen Schifffahrtsmuseum, bevor er sich mit dem Geschäftsführenden Gesellschafter der privaten Klimahaus-Betriebsgesellschaft Arne Dunker endlich auf die Reise um die Erde begibt. Schritt für Schritt, Reisestation für Reisestation, taut Geldof auf. Lässt sich in den Bann der einzigartig inszenierten Geschichte ziehen. Mag eigentlich gar nicht mehr zurückkehren in das „echte“ Bremerhaven. Der Niger hat es ihm angetan. Diese Welt kennt Geldof, mit seinen Band-Aid-Konzerten 1985 und 2005 hat er Geschichte in der humanitären Hilfe für Afrika geschrieben. Von Station zu Station reift sein Sprachbild, mit der er dann in seiner Rede das Klimahaus so treffend charakterisiert: Es ist ein Liebesbrief an unseren Planeten. Offensichtlich erinnert er sich auch an das Rettungsboot, das ihn im Schifffahrtsmuseum fasziniert hat. Das Klimahaus passt für ihn genau in dieses Bild: „It’s a lifeboat for our planet.“

Ein halbes Jahr später scheint es so, als habe die Welt auf dieses Rettungsboot gewartet. Allein in den ersten sechs Monaten kommen fast eine halbe Million Besucher. Es sind die Menschen, die schon in den Kinderworten bei der Eröffnung im Mittelpunkt standen:

„Menschen, die lachen und weinen wie du. Menschen, die leben und überleben wollen. Die genug Sorgen haben. Die ihre Kinder lieben und großziehen wollen. So wie du.“

Große Kulturveranstaltungen wie das Bremer Musikfest (unser Bild entstand bei der Eröffnung 2018) werden zunehmend zum Magneten für Besucher aus dem Ausland. Deutschland steht nach Angaben der Deutschen Zentrale für Tourismus (DZT) auf Platz 1 als Kulturreiseziel und als Städtereiseziel der Europäer. Das spiegelt sich in der Bedeutung dieser Segmente für den deutschen Incoming-Tourismus wider: Mehr als 60 Prozent der europäischen Reisenden kommen als Kultururlauber nach Deutschland. Dabei reisen sie nicht nur in die Metropolen, sondern besuchen auch kulturtouristisch bedeutende Städte in der Fläche. Vor diesem Hintergrund hat die DZT für 2019 die weltweite Kampagne „German Summer Cities“ mit den fünf Schwerpunkten Urban City, Romantik, Urlaub am Wasser, Sehenswürdigkeiten sowie Kunst und Kultur konzipiert. Insgesamt unterzeichneten bisher 50 Unternehmen und Organisationen entsprechende Kooperationsvereinbarungen für mehr als 100 Marketingpakete. Marketingmaßnahmen werden in über 30 Märkten durchgeführt. Als Premiumpartner der Kampagne beteiligt sich die Lufthansa an allen Aktivitäten. Foto: BTZ

Klimaschutz im Betrieb

Der Groß- und Außenhandel und das Gastgewerbe starten ein gemeinsames Klimaschutzprojekt.

Hoteliers, Gastronomen, Groß- und Außenhändler wollen künftig in ihren Betrieben mehr für den Klimaschutz tun. Mit Unterstützung des Bundesumweltministeriums haben die Dachverbände Dehoga und BGA (Bundesverband des Groß- und Außenhandels) ein Verbundprojekt gestartet, um Betriebe zu Energieeffizienzpotenzialen und Klimaschutz zu beraten. Basis sind Erfahrungen aus der „Energiekampagne Gastgewerbe“, die der Hotel- und Gaststättenverband bereits 2006 zusammen mit dem Bundesumweltministerium gestartet hat.

„Eine höhere Energieeffizienz ist die passende Antwort auf steigende Energiepreise und den fortschreitenden Klimawandel gleichermaßen sowie ein entscheidender Weg, sich Wettbewerbsvorteile zu sichern – zugleich aber auch eine Herausforderung für viele mittelständische Unternehmen“, sagt Dr. Holger Bingmann, Präsident des BGA. Mit hilfreichen Informationen will der Verband seinen Mitgliedern einen echten Mehrwert bieten und passgenaue Unterstützung leisten. „Gutes tun, dabei Geld sparen und Wettbewerbsvorteile sichern“ – dass dieses Prinzip funktioniert, weiß das Gastgewerbe aus Erfahrung. Die Energiekampagne Gastgewerbe war die erste Klimaschutzvereinbarung einer Dienstleistungsbranche und habe sich zu einer „echten Erfolgsgeschichte“ entwickelt, bestätigt Ingrid Hartges, Hauptgeschäftsführerin des Dehoga-Bundesverbandes. Nach ihren Angaben folgen inzwischen tausende Unternehmer den Handlungsempfehlungen der Energiekampagne.

Umweltbewusstes Handeln

Umwelt- und Klimaschutz haben laut Hartges in Gastronomie und Hotellerie eine hohe Bedeutung. „Immer mehr Gäste erwarten ein umweltbewusstes und verantwortungsvolles Handeln. Nicht selten sind ökologische Aspekte heute ein wichtiges Buchungskriterium“, so Hartges. Die Energiekampagne Gastgewerbe erreicht 222 000 gastgewerbliche Betriebe mit über zwei Millionen Beschäftigten. Die Energieeffizienz-Kampagne des Groß- und Außenhandels will 125 000 Unternehmen mit fast zwei Millionen Beschäftigten unterstützen. Um beide Kampagnen noch erfolgreicher zu gestalten, haben sich die Verbände auf eine intensive Zusammenarbeit verständigt.

Hoffnung aufs Glück

Migration gilt für viele als Reizwort. Mit seiner emotionalen Ausstellungsinszenierung leistet das Deutsche Auswandererhaus in Bremerhaven einen wichtigen Beitrag zur Versachlichung dieses Themas, das seit Jahrhunderten alltäglich in Deutschland ist.

Von Wolfgang Heumer

Endstation Sehnsucht: Der Nachbau der Grand Central Station New Yortk symbolisiert im Auswandererhaus die anhaltende Ungewissheit, die Migranten begleitet. Foto: Ilka Seer

Der Ort konnte nicht passender gewählt sein. Am Neuen Hafen in Bremerhaven bestiegen bis 1890 mehr als eine Million Menschen eines jener Schiffe, die sie in ein neues Leben in der Neuen Welt bringen sollten. Auch wer niemals seine Heimat aufgeben würde, kann dort seit 2005 die Wechselbäder aus Hoffnung und Verzweiflung, Angst und Mut, Ohnmacht und Kraft hautnah spüren, die Menschen beim Aufbruch in die Fremde durchleben. Mit dem Deutschen Auswandererhaus steht am Neuen Hafen ein in Deutschland einzigartiges Migrationsmuseum. „In unserem Haus können die Besucher alle Facetten einer Auswanderung ohne die Angst durchleben, selbst eine so grundlegende Entscheidung fällen zu müssen“, sagt die Direktorin Dr. Simone Eick.

Mehr als sieben Millionen Europäer sind zwischen der Mitte des 19. Jahrhunderts und den 1970er Jahren über Bremerhaven in eine Neue Welt – zumeist in Nordamerika – aufgebrochen. Damit war die Seestadt der größte Auswandererhafen des Kontinents; die großen Migrationswellen trugen wesentlich dazu bei, dass sich Bremerhaven und Bremen zu den heutigen international bedeutsamen maritimen Standorten entwickelt haben. Das Deutsche Auswandererhaus ist aber weit mehr als ein Denkmal dieser bewegenden Zeit. Die Besucher schlüpfen in die Identität eines Migranten, begleiten ihn an Bord des Auswandererschiffes, fühlen sein Hoffen und Bangen bei der Einwanderungskontrolle auf Ellis Island vor den Toren New Yorks und folgen ihm dann auf dem Weg in ein neues Leben, der nicht immer ins pure Glück führte. Kaum ein Besucher, der am Ende der zwei- bis dreistündigen Reise durch die Zeit das Haus nicht sensibel für das Thema verlässt, das noch immer das Schicksal von Millionen Menschen weltweit ist. Das Geheimnis dieses Erfolges? „Die Warmherzigkeit, die Gestaltung der Ausstellung mit vielen Originalexponaten, und vor allem, dass wir das Thema hier wirklich leben“, sagt die Direktorin. Unter den 64 Beschäftigten des Hauses sind 13 Nationen vertreten.

Mit dem im April 2012 eröffneten Erweiterungsbau hat das Deutsche Auswandererhaus sein Themenspektrum um einen insbesondere für die deutschen Gäste wesentlichen Aspekt ergänzt. Im Mittelpunkt steht die Einwanderung nach Deutschland, die sich immer noch im Begriff „Gastarbeiter“ spiegelt und derzeit wieder sehr aktuell ist. Der zweite Museumsteil beginnt mit Symbolen für das Wirtschaftswunder im Nachkriegsdeutschland – darunter ein Kiosk mit einer faszinierenden Vielfalt an Original-Zeitungen und -Zeitschriften aus den 1950er- und 60er Jahren, ein typisches Einkaufszentrum der beginnenden Wohlstandsära mitsamt Fotoladen, Reisebüro, Modeschaufenster und Supermarkt.

Allein mit ihren deutschen Beschäftigten hätte die Wirtschaft damals der wachsenden Konsumentennachfrage nicht nachkommen können. Insbesondere im südlichen Europa wurden Arbeitskräfte angeworben. „Deutschland ist schon seit langem ein Migrationsland. Das ist Teil unserer Geschichte“, stellt die Museumsdirektorin unmissverständlich fest. In einem Punkt unterscheidet sich die Bundesrepublik von klassischen Einwanderungsländern wie den USA, Australien oder den Niederlanden: „Wir sind Auswanderungs- und Einwanderungsland zugleich“, sagt Simone Eick: „Noch immer wandern jährlich gut 100 000 Deutsche aus beruflichen Gründen oder für immer aus.“ Das Deutsche Auswandererhaus zeigt beide Seiten.

Internationale Bezüge herstellen

Ursprünglich war das Museum als Touristenattraktion in Bremerhaven mit engem Bezug zur Stadtgeschichte gedacht. Längst hat sich das Haus aber zu weit mehr entwickelt und ist auf dem besten Wege zur Anerkennung als nationales Migrationsmuseum. „Deutschland braucht ein solches Museum, das diesen Teil der Geschichte zeigt und auch die internationalen Bezüge herstellt“, ist Dr. Eick überzeugt. Die aktuelle Entwicklung in der Republik, in der die Stimmung binnen kurzer Zeit von einer überraschenden Willkommenskultur in das Gegenteil umschlug, unterstreicht dies. Die weltweit hohe Anerkennung für das Bremerhavener Haus liegt auch an dessen fundierter wissenschaftlicher Arbeit. Das im Vergleich zu großen universitären Einrichtungen kleine Team ist nicht so vermessen, sich an die grundsätzliche historisch-theoretische Auseinandersetzung mit der Migrationsgeschichte zu begeben. Vielmehr erforschen die Bremerhavener Wissenschaftler in erster Linie Biografiegeschichte, also das persönliche Schicksal von Migranten, die Beweggründe und deren Verhalten vor, während und nach der Aus- oder Einwanderung.

Seit der Eröffnung des Museums können Besucher des Hauses in verschiedenen Datenbanken die Migrationsgeschichte der eigenen Familie recherchieren. Im Zuge des bundesweiten Pilotprojektes „museum4punkt0“ wird das Deutsche Auswandererhaus bald eine Internet-Plattform einrichten, auf der Besucher ihre familiäre Wanderungsgeschichte dem Museum erzählen. „Die Geschichten werden nach einer wissenschaftlichen Prüfung online und im Museum präsentiert“, verspricht Simone Eick. Langfristig möchte sie die Sammlung des Hauses mit dem Archiv erzählter Geschichte, dem Online-Familienarchiv und den Ergebnissen der Besucherbefragungen zu einem „Dialog Migration“ verknüpfen.

Mit diesem und einer Vielzahl weiterer Schritte nähert sich Simone Eick dem Ziel, das Deutsche Auswandererhaus von einer privaten Initiative zu einem nationalen und staatlich geförderten Forschungsmuseum zum Thema Migration zu machen. „Wir haben die Möglichkeit, etwas zu der zur Zeit sehr angespannten Diskussion hierzulande um die Migration beizutragen“, ist die Direktorin überzeugt. Würden Menschen, die zur Ablehnung von Migranten und vielleicht sogar zu Fremdenfeindlichkeit neigen, nach einem Besuch des Deutschen Auswandererhauses anders denken? Dr. Simone Eick antwortet in ihrer typischen Art leise, gut überlegt und ohne Pathos: „Ja.“

Liebevolle Inszenierung: Das deutsche Wirtschaftswunder wäre ohne Migranten nur ein Traum geblieben. Foto: DAH/Kay Riechers

Neuntes Umsatzplus

Die Reise- und Ausgehlust der Menschen ist ungebrochen. Dennoch bleibt die Ertragssituation der Betriebe angespannt.

Deutschlands Gastgeber blicken auf ein erfolgreiches Tourismusjahr 2018 zurück. Nach Angaben des Statistischem Bundesamts setzten Hotels und Restaurants 2018 nominal 3,2 Prozent mehr um als im Vorjahr. Real bedeutete dies ein leichtes Plus von 1,0 Prozent. „Das Gastgewerbe in Deutschland befindet sich auf solidem Wachstumskurs“, erklärt Guido Zöllick, Präsident des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (Dehoga) das neunte Umsatzplus in Folge. Allerdings tropft Wasser in den Wein: „Die Ertragssituation bleibt durch weiter steigende Betriebs- und Personalkosten angespannt“, so der Dehoga-Präsident.

„Die heimischen Hotels und Restaurants punkten mit einem äußerst vielfältigen Angebot und einem im internationalen Vergleich sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis. Beflügelt wurde die Reise- und Ausgehlust der Menschen durch die gute Konjunktur und das schöne Sommerwetter.“ Zudem habe sich Deutschland für Urlauber und für Tagungs- und Kongressreisende als äußerst attraktive Tourismusdestination präsentiert. Einhergehend mit steigenden Übernachtungszahlen meldeten die Hotels für das vergangene Jahr ein nominales Umsatzplus von 3,7 Prozent (real 1,5 Prozent). Bei den Gastronomen stiegen die Umsätze um 2,8 Prozent (real 0,6 Prozent). Die Caterer kommen auf einen Zuwachs von 3,0 Prozent (real 1,2 Prozent). Für das Jahr 2019 prognostiziert der Dehoga-Bundesverband ein nominales Umsatzplus von 1,5 Prozent.

Allzeithoch bei Beschäftigten

Mit der steigenden Nachfrage stellten die Betriebe mehr ein. 1 096 400 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte waren nach Angaben der Bundesagentur für Arbeit (BA) im September 2018 in Gastronomie und Hotellerie tätig. Zöllick: „Das neue Allzeithoch bei der Beschäftigung beweist die Relevanz des Gastgewerbes als Arbeitgeber für Menschen unterschiedlichster Herkunft und Qualifikation.“

Im Ausland sehr beliebt

Deutschlands Incoming-Tourismus kann für das Jahr 2018 zum neunten Mal in Folge ein Rekordergebnis bilanzieren.

In 2018 registrierte das Statistische Bundesamt 87,7 Millionen Ausländerübernachtungen in Beherbergungsbetrieben mit mindestens zehn Betten. Das entspricht einem Zuwachs von 3,8 Millionen internationalen Übernachtungen im Vergleich zum Vorjahr, ein Plus von 4,5 Prozent. Damit wuchs der deutsche Incoming-Tourismus noch dynamischer als in den beiden Vorjahren (plus 1,4 und plus 3,6 Prozent).

Die Top 3 der Quellmärkte für Deutschland sind laut Statistischem Bundesamt 2018 wieder die Niederlande (plus 1,6 Prozent auf 11,4 Millionen Übernachtungen), die Schweiz (plus 3,8 Prozent auf 6,9 Millionen) und die USA (plus 7,1 Prozent auf 6,7 Millionen). Fast drei Viertel der internationalen Übernachtungen in Deutschland kommen aus Europa, das mit plus 4,6 Prozent analog zum Gesamtmarkt wächst. Wachstumstreiber unter den europäischen Quellmärkten sind Polen (371 000 zusätzliche Übernachtungen), Italien (262 000), Spanien (255 000) und die Schweiz (254 000). Unter den Quellregionen in Übersee wächst der amerikanische Kontinent mit plus 6,0 Prozent etwas stärker und Asien nach mehreren Boomjahren mit plus 2,4 Prozent etwas langsamer.

Zuwachs von 3,9 Prozent

Die Zunahme des Incoming-Tourismus wird durch eine starke Positionierung im globalen Wettbewerb gestützt. Nach bisher vorliegenden Zahlen der Welttourismusorganisation UNWTO partizipierte Deutschland bis zum Ende des dritten Quartals mit einem Zuwachs der internationalen Ankünfte um 3,9 Prozent am touristischen Weltmarkt. Im europäischen Wettbewerb baut das Reiseland Deutschland nach vorläufigen Ergebnissen der Auswertung des World Travel Monitor seinen zweiten Platz als Zielmarkt der Europäer weiter aus. Während das Erstplatzierte Spanien mit 66,6 Millionen Reisen knapp das Vorjahresergebnis halten kann, steigt die Zahl der Reisen aus Europa nach Deutschland um 5,0 Prozent auf 59,3 Millionen. Drittplatzierter ist Frankreich mit 44,6 Millionen Reisen. Deutschland bleibt mit 13,1 Millionen Geschäftsreisen mit großem Abstand das wichtigste Geschäftsreiseziel der Europäer. Das leichte Wachstum (plus 1,0 Prozent) wird von Konferenzen und Kongressen getragen (plus 4,0 Prozent), während der Markt der traditionellen Geschäftsreisen um zwei Prozent unter den Vorjahreswerten liegt. Das Internet baut 2018 seine führende Position als Buchungsstelle für Reisen aus Europa nach Deutschland weiter aus: Der Anteil der Onlinebuchungen von Reiseleistungen stieg im Vorjahresvergleich von 82 auf 85 Prozent, Direktbuchungen von Unterkünften liegen jetzt bei 26 Prozent und von Transportmitteln bei 14 Prozent. 17 Prozent der europäischen Deutschlandreisenden buchten 2018 im Reisebüro.

Treffpunkt der Jugend Europas

Die Bundesrepublik ist Spitzenreiter bei Jugendreisen aus Europa. Rund 5,2 Millionen junge Europäer sind in 2018 nach Deutschland in Urlaub den gefahren.

Damit sind junge Leute im Alter von 15 bis 24 Jahren eine wichtige Zielgruppe für die deutsche Tourismuswirtschaft. Der Marktanteil der jungen Reisenden an den insgesamt 59,3 Millionen Auslandsreisen von Europäern nach Deutschland liegt demnach bei 8,8 Prozent. Das geht aus den vorliegenden vorläufigen Auswertungen des World Travel Monitor durch IPK International im Marktsegment der Reisen ab einer Übernachtung hervor. Das Reiseland Deutschland bewegt sich damit genau im Schnitt der europäischen Märkte: Von 528 Millionen Auslandsreisen der Europäer insgesamt waren 45 Millionen (8,5 Prozent) der Altersgruppe 15 bis 24 Jahre zuzuordnen. Im Ranking der Zielländer für Jugendreisen aus Europa liegt Deutschland mit einem Marktanteil von 11,5 Prozent nun auf Platz 1. Der bisherige Spitzenreiter Spanien folgt mit 11,2 Prozent Marktanteil, Italien als Drittplatzierter kommt auf 8,4 Prozent.

Social Media-Marketing

Die jungen Reisenden gehören zu den Zielgruppen, die die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) mit besonderen Marketingmaßnahmen ansprechen will. So führt die DZT den Zuwachs auch auf eine digitale Marketingstrategie zurück. Die Fokussierung auf Social Media-Marketing wecke insbesondere in der Zielgruppe der jungen Reisenden ein deutlich zunehmendes Interesse am Urlaubsziel Deutschland. Auf ihrem Online-Portal www.germany.travel spricht die DZT unter „Reiseinformationen“ jugendliche Reisende gezielt zu Themen und Programmen im Reiseland Deutschland an.
Dazu zählen Angebote für Individualreisende ebenso wie für Gruppen oder Schulklassen. Inhaltlich wird das Interessensspektrum von preiswerten Unterkünften über Freizeitparks, bis zu „Creative Germany“ abgedeckt. Die DZT initiiert regelmäßig Kooperationen mit dem Deutschen Jugendherbergswerk und betreibt eine intensive Zusammenarbeit mit den Goethe-Instituten im Ausland.
Innerhalb der Produktlinie „Städte und Kultur“ informiert die DZT bereits seit 2017 mit detailliertem Tiefencontent online über das Thema „Deutsch lernen in Deutschland“ für Kinder und Jugendliche, für Studenten, Berufstätige und Urlauber. Im Sprachschulfinder sind bundesweit rund 60 Angebote gelistet. Ein Sprachtest und ein Erklärfilm gehören ebenso zum Angebotsportfolio.
Spezialisierte Reiseveranstalter für Sprach- und Schulreisen insbesondere im französischen und britischen Markt werden durch die DZT regelmäßig in Trade-Veranstaltungen wie zum Beispiel den Germany Travel Mart eingebunden. Im Rahmen des Elysée-Vertrages zwischen Deutschland und Frankreich arbeitet das DFJW – Deutsch-Französisches Jugendwerk aktiv am deutsch-französischen Zukunftsdialog.
Im Kommunikationsmix ihrer weltweiten Marketingmaßnahmen setzt die DZT einen Schwerpunkt auf Social Media-Kanäle und Influencer-Marketing. So werden Inhalte über Facebook auf über 20 marktspezifischen Länderseiten mit einer Fanbase von 2,69 Millionen Fans weltweit ausgespielt. Auf Instagram setzt die DZT auf den globalen Account @germanytourism. Sechs marktspezifische Twitter-Accounts sowie ein B-to-B-Kanal verbreiten aktuelle Kurznachrichten. Weitere aktive eigene Social Media-Kanäle sind auf Youtube, Pinterest, Snapchat sowie für den chinesischen Markt auf Weibo und WeChat zu finden.

Treffpunkt der Jugend Europas: Eine Berliner Strandbar. Foto: Sabine Lubenow/Lookphotos

Mit schönen Bildern auf der Suche nach Gästen

Das Internet soll jungen Gästen aus Europa Deutschlands attraktive Seiten nahebringen.

Eintauchen in ein unbekanntes Deutschland: Das ist die Botschaft, mit der junge Leute im Internet angesprochen werden sollen. Foto: Erlebnispark Tripsdrill

Fünf Millionen Internetnutzer in Frankreich, Spanien, Italien und der Schweiz haben sich allein im November 2018 die Webserie #EnjoyHiddenGermany angesehen. Die 16 Videos sind der Output der Influencer-Kampagne „Germany off the beaten track“, für die die Deutsche Zentrale für Tourismus (DZT) vier ausgewählte namhafte Reiseblogger gemeinsam die einzigartigen Natur- und Kulturlandschaften jenseits der großen Metropolen entdecken ließ.
Auf ihren Social Media-Kanälen berichteten die Influencer ihrer Community unter dem Motto und Hashtag #EnjoyHiddenGermany mit Live-Updates von ihren Erlebnissen und Entdeckungen in bisher weniger besuchten Regionen im Reiseland Deutschland. Insgesamt erzielte die makroregionale Social Media-Kampagne über Youtube, Facebook, Instagram und Twitter eine Reichweite von 9,2 Millionen. „Mit unserer Botschaft: ‚Deutschland ist ein tolles Reiseland – mit zahlreichen Geheimtipps auch im ländlichen Raum‘ konnten wir mit dieser Social Media-Kampagne viele potenzielle Deutschlandurlauber erreichen. Die von der DZT ausgewählten Influencer haben nach Übergezeugung der Tourismus-Zentrale emotional ansprechenden, hochwertigen Content produziert, der authentisch für das Thema Urlaub im ländlichen Raum begeistert habe“, bewertet Petra Hedorfer, Vorsitzende des Vorstandes der DZT, den Erfolg des Projektes. „Bei der geplanten Fortsetzung des Projektes werden wir weitere, bisher weniger bekannte Regionen in den Mittelpunkt stellen.“

#EnjoyHiddenGermany-Reise

Die #EnjoyHiddenGermany-Reise startete am 23. Oktober in Frankfurt am Main und führte die Influencer über zwei verschiedene Routen nach Leipzig. Ergänzt wurde das Reiseprogramm durch tägliche Travel Challenges, Aufgaben und Herausforderungen an den besuchten Orten, die die Influencer online mit ihren Followern teilten. Ableitend aus Markt- und Benchmarkanalysen entwickelt die DZT jährliche Marketingkampagnen zur Positionierung des Reiselandes Deutschland unter wechselnden Facetten. Darüber hinaus platziert sie event- oder anlassbezogene Kampagnen, um auf bisher weniger bekannte Facetten des Reiselandes Deutschland aufmerksam zu machen.

Schaulaufen der Destinationen

Es ist so etwas ähnliches wie eine Speeddating der deutschen Tourismuswirtschaft. Der „Germany Travel Mart 2019“ in Wiesbaden ist die größte Vertriebsveranstaltung für den deutschen Incoming-Tourismus. Er wird alljährlich von der DZT in Zusammenarbeit mit wechselnden Partnerregionen und -städten veranstaltet. Vor fünf Jahren war er zu Gast in Bremen und Bremerhaven. Mehr als 500 Key Accounts aus bedeutenden internationalen Quellmärkten für den Deutschlandtourismus, darunter über 100 Medienvertreter, nutzen die Möglichkeit, sich aus erster Hand über die neuesten Trends, Entwicklungen und touristischen Produkte in Deutschland zu informieren. Rund 330 Anbietern aus Hotellerie, Transport sowie lokalen und regionalen Tourismusorganisationen bietet der GTM eine professionelle Plattform, mit Teilnehmern aus mehr als 45 Ländern neue Kontakte zu knüpfen, Fachgespräche zu führen und Geschäftsabschlüsse zu tätigen. Die Veranstaltung ist auch bei den ausrichtenden Städten begehrt – nicht zuletzt wegen der internationalen Medienpräsenz. Im kommenden Jahr gastiert der German Travel Mart in Rostock. Für die Jahre 2021 und 2022 sollen in Kürze die Ausrichter gekürt werden. Zahlreiche Städten, Regionen, Bundesländern oder Freizeiteinrichtungen haben sich bis Mitte März beworben.

Hoteliers gut gebettet

Die Hotellerie in Deutschland bleibt auf nachhaltigem Wachstumskurs.

Mit 477,6 Millionen Gästeübernachtungen aus dem In- und Ausland melden die Beherbergungsbetriebe 2018 vier Prozent mehr Übernachtungen als ein Jahr zuvor und einen neuen Bestwert. Besonders stark erhöhte sich dabei die Zahl der Übernachtungen der ausländischen Touristen und Geschäftsreisenden um überdurchschnittliche fünf Prozent auf 87,7 Millionen.
Bei den Inlandsreisenden gab es ein Plus von 4 Prozent. Die Übernachtungszahl stieg hier auf 389,9 Millionen. Damit setzt sich der positive Trend der Vorjahre fort.
„Urlaub in Deutschland ist so beliebt wie nie“, sagt Guido Zöllick, Präsident des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes Dehoga. „Deutschland als Reiseland wie auch als Tagungs- und Kongressstandort präsentiert sich weiterhin als äußerst attraktive Tourismusdestination mit einem im internationalen Vergleich sehr guten Preis-Leistungs-Verhältnis“, erklärt Zöllick den neunten Übernachtungsrekord in Folge.

Gefragtes Domizil: Die Hotels in Deutschland sind so beliebt wie nie zuvor. Foto: DZT/Jan Lauer