bis news
Die Wirtschaftsförderung **Bremerhaven informiert.**

BREMERHAVEN
KURS INNOVATION

#35 | Mai 2025

INNOVATION MIT GESCHMACK

Lebensmittelwirtschaft

LEBENSMITTELFORUM BREMERHAVEN

Wie gelingt der Wandel in der Food-Branche? Eine Konferenz, die Lösungen zeigt – praxisnah, inspirierend und zum Mitmachen.

S. 02

Lebensmittelwirtschaft

DEUTSCHE SEE NEU INSZENIERT

Mit digitalem Fokus und emotionaler Inszenierung bringt Julia Schneider frische Impulse in den Markenauftritt.

S. 05

Kreativwirtschaft

KULTUR IN DER ALTEN BÜRGER

Vom Crowdfunding zum Kreativ-Hotspot – wie das findus und das WERK. die Seestadt bereichern.

S. 06

FUTURE FOOD & STARKE NETZWERKE

Die Lebensmittelbranche befindet sich im Wandel – neue Technologien, nachhaltige Konzepte und moderne Marketingstrategien bestimmen die Zukunft. Bremerhaven bietet als etablierter Standort für die Fisch- und Lebensmittelwirtschaft ideale Bedingungen, um Innovationen voranzutreiben. Wissenschaft, Wirtschaft und Start-ups arbeiten hier eng zusammen, um die Branche weiterzuentwickeln. Unternehmen wie Deutsche See setzen auf digitale Strategien, während das Lebensmittelforum gezielt den Austausch und die Vernetzung fördert. Gleichzeitig bringen kreative Köpfe wie Fiona Brinker, Christian Brinker und Jonas Hummel mit dem findus und dem WERK. frische Impulse in die Stadt.

BLEIBEN SIE UP-TO-DATE!
Auf unseren digitalen Kanälen:

BIS-BREMERHAVEN.DE

Bremerhavener Gesellschaft
für Investitionsförderung
und Stadtentwicklung mbH
bis

Lebensmittelwirtschaft

WERDEN SIE TEIL DER FOOD-TRANSFORMATION!

Nachhaltigkeit, Innovation und Kollaboration – das Lebensmittelforum Bremerhaven setzt am 24. Juni 2025 im Fischbahnhof neue Impulse für die Branche. Die moderne Konferenz vereint Unternehmen, Wissenschaft und Start-ups, um nachhaltige Veränderungen in der Lebensmittelwirtschaft praxisnah zu gestalten und voranzutreiben.

Lebensmittelforum BREMERHAVEN

Zahlreiche Teilnehmende haben bereits 2024 unter dem Motto „Effizienz im Fokus" am Lebensmittelforum teilgenommen und sich mit Themen wie alternativen Proteinen, optimalem Ressourcenverbrauch und CO_2-Reduktion auseinandergesetzt. | Foto: BIS/Schimanke

Innovative Formate für echten Austausch

„Nachhaltigkeit ist heute entscheidender denn je. Ressourcen sind begrenzt und vielerorts bereits stark unter Druck. Doch mit dem richtigen Management können wir sie effizienter nutzen. Mit klaren wirtschaftlichen und ökologischen Vorteilen. Biodiversität erhalten, Biotechnologie nutzen – diese Themen sind zentral für den Wandel der Branche. Genau deshalb nehmen wir sie dieses Jahr gezielt in den Fokus", erklärt Kai Wätjen, Programmkonzeptioner des Events.

Mit zwei Impulsvorträgen, zwölf interaktiven Sessions und einem ganzheitlich angelegten Talk bietet das Lebensmittelforum tiefgehende Einblicke und praxisorientierte Diskussionen. Expert:innen und Food Professionals lernen mit- und voneinander. Den Auftakt bildet das Pre-Event am 23. Juni 2025 im Food Hub First Bremerhaven, das mitten in den Produktionsräumen zu Vernetzung und Austausch inspiriert.

Am 24. Juni 2025 stehen Best Practices, offene Diskussionen und kollaborative Lösungsansätze im Fokus. In interaktiven Formaten wie Fishbowl und World Café können sich die Teilnehmenden aus vier Themenbereichen ihr individuelles Programm zusammenstellen. So entsteht ein Veranstaltungstag, der ganzheitliche Perspektiven auf die Lebensmittelbranche wirft und den Teilnehmenden echte Lösungsansätze für den Arbeitsalltag mit auf den Weg gibt.

In den kommenden Wochen werden die Sessions und Speaker:innen auf LinkedIn und unter *www.bis-bremerhaven.de/de/lebensmittelforum-bremerhaven* vorgestellt.

Vier Themenbereiche – eine nachhaltige Zukunft

Die Sessions konzentrieren sich auf vier Kernthemen:

- **Sustain – Umweltbewusst produzieren:** Verpackungen „Beyond Plastic", KI-gestützte Prozesse und Energie & Wasser
- **Transform – Innovationsfähigkeit stärken:** People & Culture, Strukturen & Prozesse und Digitalisierung im Unternehmen
- **Adress – Kund:innen erreichen:** Kommunikation & KI, Responsible Marketing und kund:innenorientierte Portfoliostrategie
- **Preserve – Ressourcen schonen:** Food Waste & Side Streams, Meere bewusst nutzen und alternative Proteine

Bremerhaven als Konferenz-Ort

„Bremerhaven vereint Tradition und Zukunft – hier entstehen Innovationen, die die Lebensmittelbranche nachhaltig prägen", erklärt Karina Kieck, Mitarbeiterin im Standortmarketing der BIS Wirtschaftsförderung Bremerhaven und Verantwortliche für das Lebensmittelforum.

Als bedeutender Lebensmittelstandort mit einem starken Food-Ökosystem bietet Bremerhaven optimale Voraussetzungen für nachhaltige Wertschöpfung. Die Region verbindet technologisches Know-how, Forschungsexpertise und wirtschaftliche Dynamik – ein klarer Vorteil für Unternehmen, die den Wandel der Lebensmittelbranche aktiv mitgestalten wollen.

Die Verantwortlichen

Food Land Bremen steuert als Conference Creator die inhaltliche Konzeption, während die BIS Wirtschaftsförderung Bremerhaven als Veranstalterin die Organisation verantwortet. Die Messe Bremen, das First, das Technologie-Transfer-Zentrum Bremerhaven (ttz Bremerhaven), die Handelskammer Bremen – IHK für Bremen und Bremerhaven und die Nahrungs- und Genussmittelwirtschaft Bremen (NaGeB) e.V. unterstützen als Partner.

Finanziert von der Europäischen Union

Gefördert mit Mitteln des Europäischen Meeres-, Fischerei- und Aquakulturfonds (EMFAF)

JETZT TICKETS SICHERN!

Seien Sie dabei, wenn sich Branchenexpert:innen, Innovator:innen und Entscheider:innen der Lebensmittelindustrie am 23. und 24. Juni im Fischbahnhof Bremerhaven treffen. Nutzen Sie den **Early-Bird-Preis bis 25. Mai von 340 € statt 390 €** – inklusive Zugang zur exklusiven *First Night*!

Link: *www.bis-bremerhaven.de/de/lebensmittelforum-bremerhaven*

Oben: 2024 übernahm die Moderation Christa Krewel, hier im Gespräch mit Nils Schnorrenberger, Geschäftsführer der BIS Wirtschaftsförderung Bremerhaven.

Unten: Hannah Damman (Innova Market Insights) präsentierte die zehn wichtigsten Trends der Lebensmittelbranche 2024, auch dieses Jahr geht es spannend weiter.

Fotos: BIS/Schimanke

NaGeB e.V. – FÜR EINE STARKE LEBENSMITTELBRANCHE

Die Region Bremen, Bremerhaven und das niedersächsische Umland ist ein Zentrum der Lebensmittelproduktion – kaum eine andere Region in Deutschland vereint so viele Marken, Hersteller und Spezialisten der Branche. Der NaGeB e.V. – Nahrungs- und Genussmittelwirtschaft Bremen setzt sich dafür ein, diese Vielfalt sichtbar zu machen und als Kompetenzzentrum über die Region hinaus zu positionieren. Mit seinem Netzwerk stärkt der Verband den Austausch zwischen Unternehmen, fördert Innovationen und vertritt die Interessen der Branche auf politischer Ebene.

Mirko Oeltermann, Vorstand der BÄKO Bremerhaven und Vorsitzender des NaGeB e.V., betont: „Unser Ziel ist es, die Lebensmittelwirtschaft der gesamten Region zu stärken, Synergien zu schaffen und gemeinsam politische sowie wirtschaftliche Herausforderungen anzugehen."

Ein aktuelles Thema ist der Bürokratieabbau. „Gerade kleine und mittelständische Betriebe leiden unter immer neuen Dokumentationspflichten. Wir setzen uns dafür ein, dass praktikable Lösungen gefunden werden, die Unternehmen entlasten, statt sie auszubremsen." Auch die Gewinnung von Fachkräften bleibt eine dringende Aufgabe. „Die Lebensmittelbranche bietet sichere, zukunftsfähige Jobs – doch wir müssen noch stärker daran arbeiten, junge Menschen dafür zu begeistern." Daneben gewinnt Nachhaltigkeit zunehmend an Bedeutung. Von CO_2-Reduktion über ressourcenschonende Produktion bis hin zu nachhaltigen Verpackungen stehen Unternehmen vor großen Aufgaben. Der NaGeB e.V. setzt hier auf praxisnahe Lösungen und aktiven Austausch, um gemeinsam innovative Wege für die Branche zu entwickeln.

Mit Netzwerktreffen, Fachveranstaltungen und gezielter Interessenvertretung bringt der NaGeB e.V. Unternehmen zusammen und sorgt dafür, dass die Branche ihre Interessen wirkungsvoll vertritt. Wer Teil dieses starken Netzwerks werden möchte, findet alle Infos unter: *www.nageb.de*

NaGeB
Nahrungs- und Genussmittelwirtschaft Bremen e.V.

Lebensmittelwirtschaft

FIRST BREMERHAVEN: DAS SPRUNGBRETT IN DIE LEBENSMITTELINDUSTRIE

Zwei Standorte, eine Strategie: Food Land Bremen und First Bremerhaven arbeiten seit Ende 2024 Hand in Hand als komplementäre Food Hubs, die ihre Stärken bündeln und gemeinsam neue Impulse für die Lebensmittelwirtschaft setzen. Während in Bremen der Food Hub als kreativer Entwicklungsraum dient, übernimmt das First, betrieben vom ttz Bremerhaven, die entscheidende Rolle in der Produktion und Skalierung. Hier haben Start-ups und Unternehmen die Möglichkeit, ihre Produkte unter industriellen Bedingungen zu produzieren und weiterzuentwickeln – mit wissenschaftlicher Begleitung und Zugang zu einem starken Industrienetzwerk.

Von der Idee zur Umsetzung

Die Idee eines Food Hubs in Bremerhaven war schon länger im Gespräch, ebenso wie die geplante Vergrößerung der Hanse Kitchen in Bremen. Am Ende passte beides perfekt zusammen: Statt zwei separate Projekte zu verfolgen, wurde das Konzept weitergedacht und das First Bremerhaven ins Leben gerufen. First leitet sich aus Food, Innovation, Research, Science, Technology ab und ist auf die Kompetenzen des ttz Bremerhaven im Bereich der Lebensmitteltechnologie zurückzuführen. Das Innovationszentrum schafft nun die Brücke zwischen kreativer Produktentwicklung und industrieller Herstellung.

Wer ein Lebensmittelprodukt erfolgreich am Markt etablieren will, muss es in größeren Mengen produzieren können. Doch was in kleiner Manufaktur gelingt, stößt in der industriellen Fertigung oft auf Herausforderungen. Genau hier setzt das First Bremerhaven an. Junge als auch etablierte Unternehmen können auf Zeit, maximal bis zu zwölf Monate lang unter realen Produktionsbedingungen testen, ob ihr Verfahren auch in größerem Maßstab wirtschaftlich tragfähig ist. Neben der technischen Ausstattung und den lebensmittelrechtlich abgenommenen Produktionsflächen profitieren sie von der wissenschaftlichen Begleitung durch das Technologie-Transfer-Zentrum (ttz) Bremerhaven, das mit seiner Expertise hilft, Rezepturen zu optimieren und Produktionsprozesse anzupassen. Die wissenschaftliche Begleitung spielt eine zentrale Rolle. Das ttz Bremerhaven ist eine unabhängige Forschungs- und Entwicklungseinrichtung mit langjähriger Erfahrung in der Lebensmitteltechnologie. Die Expertinnen und Experten des ttz Bremerhaven unterstützen Unternehmen in allen Phasen der Produktentwicklung – von der ersten Laborprobe bis zur großtechnischen Umsetzung. Dazu gehören Prozessoptimierungen, Lebensmittelanalysen, sensorische Verkostungen, Haltbarkeitstests und mikrobiologische Untersuchungen, aber auch Verpackungsentwicklung und Nachhaltigkeitsstrategien.

Flexibilität in der Produktion

„Viele Start-ups haben großartige Ideen, wissen aber nicht, ob sie sich wirtschaftlich skalieren lassen“, sagt Jörg Rugen, Kaufmännischer Leiter des ttz Bremerhaven. „Hier können sie das testen, ohne sofort in teure Produktionsanlagen investieren zu müssen. Wir sind der Door Opener in die Industrie.“ Benjamin Küther, Leiter Marketing beim ttz Bremerhaven, ergänzt: „Oft zeigt sich erst in der Praxis, ob eine Rezeptur für größere Produktionsmengen geeignet ist oder Anpassungen nötig sind.“

Die Ausstattung im First Bremerhaven ist auf industrielle Produktion ausgelegt. Neben Fermentationsanlagen für Kombucha und Cold Brew stehen unter anderem Hydrogrind-Technologien für Hummus und pflanzenbasierte Aufstriche sowie eine UHT-Anlage zur Haltbarmachung von Milch und Säften zur Verfügung. Doch auch individuelle Produktionsverfahren können erprobt werden. Dank des breiten Netzwerks des ttz Bremerhaven ist es möglich, maßgeschneiderte Maschinenlösungen zu organisieren und spezifische Produktionsanforderungen zu erfüllen.

Frühstückskekse im Praxistest

Dass das Angebot des First funktioniert, zeigt sich bereits an den ersten Projekten, die vor Ort umgesetzt werden. Jovana Komlenic testet hier mit Unterstützung von Dennis Fehner, Leiter Bäckereianwendungen beim ttz Bremerhaven, die industrielle Umsetzung ihres Frühstückskekses Opoke. Sie und ihre beiden Kommilitonen Berna Gayret und Saskia Trompell aus dem Studiengang Lebensmitteltechnologie haben mit ihrer Rezeptur bereits zwei Preise gewonnen. Über die ehemalige Hanse Kitchen kam das Team in Kontakt mit dem First. Ob sie nach dem Abschluss ein eigenes Start-up gründen, steht noch nicht fest. Bevor diese Entscheidung fällt, geht es darum, herauszufinden, ob sich ihr Produkt auch in größerem Maßstab stabil und wirtschaftlich produzieren lässt.

Ihr Keks besteht aus Haferflocken und Okara, einem nährstoffreichen Nebenprodukt der Sojadrinkproduktion, das in der asiatischen Küche als Fleischalternative oder fermentierte Zutat verwendet wird. Tierische Zutaten, Weizenmehl und Zusatzstoffe wie Konservierungsmittel oder Geschmacksverstärker kommen bei Opoke nicht in die Tüte – genau das macht die Produktion anspruchsvoll. Vor allem die Konsistenz muss auch bei größeren Mengen stabil bleiben, ein zentraler Punkt, der aktuell getestet wird.

Wissenschaft als Standortfaktor

Das Projekt zeigt nicht nur, wie Start-ups von der Infrastruktur profitieren, sondern auch, wie eng das First mit der Ausbildung des Branchennachwuchses verknüpft ist. Die Verbindung zwischen Wissenschaft und Praxis soll weiter gestärkt werden. „Unser Ziel ist es, die Studierenden an Bremerhaven zu binden und für die Stadt zu begeistern“, erklärt Benjamin Küther. „Wir sind eng mit der Hochschule Bremerhaven verbunden und möchten den Studierenden frühzeitig ermöglichen ihre Produktideen im First unter Praxisbedingungen zu testen.“

Ausbau zum führenden Innovationsstandort

Die Zukunft vom First Bremerhaven ist bereits geplant: Möglichst bis Ende 2028 soll das First in die ehemalige Fischauktionshalle umziehen, um Start-ups und Unternehmen dort neben der Produktionsfläche die Möglichkeit zu geben, in attraktiven Co-Workingspaces ihre Ideen in marktreife Produkte zu überführen. „Unsere Vision ist ein Innovationscampus für die Lebensmittelproduktion, der Start-ups und etablierte Unternehmen gleichermaßen unterstützt“, sagt Markus von Bargen, Technischer Leiter des ttz Bremerhaven. „Wir wollen über reine Produktionsräume hinausdenken und Orte schaffen, an denen neue Produkte direkt mit Konsumentinnen und Konsumenten getestet werden können – sei es durch integrierte Workspaces, offene Testküchen oder Gastronomiekonzepte, die neue Food-Trends in Echtzeit erlebbar machen.“

Wer Teil dieses zukunftsweisenden Umfelds werden möchte, findet im First Bremerhaven den idealen Ort: kurze Wege, starke Netzwerke und eine Atmosphäre, die Zusammenarbeit fördert. Ob Start-up oder etabliertes Unternehmen – hier entstehen Ideen, die Wirkung zeigen.

ÜBER DAS FOOD LAND BREMEN

Bremerhaven und Bremen sind seit Jahrzehnten prägende Standorte für die Lebensmittelindustrie. Food Land Bremen, das Förderprojekt der Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation, will in diesem herausragenden Food-Ökosystem Innovationen durch Kollaboration vorantreiben. Denn die Unternehmen der Nahrungs- und Genussmittelindustrie stehen vor einem beispiellosen Ausmaß an Veränderungen, von neuen Kund:innenpräferenzen bis zu Künstlicher Intelligenz. Deshalb will der Innovationshub für individuelle Innovationsprojekte Kollaboration anstoßen und managen – mit etablierten Unternehmen, Start-ups und Expert:innen aus allen relevanten Bereichen entlang der horizontalen und vertikalen Wertschöpfungskette.

Schlüsselpartner im Partner:innen-Netzwerk ist der Food Hub First in Bremerhaven. Betrieben durch das Technologie-Transfer-Zentrums (ttz) Bremerhaven steht First als Kooperationspartner für professionelle Betreuung im Food-Innovationsprozess mit Fokus auf wissenschaftsbasierter Produktentwicklung und Produktion sowie für zukunftsstarke Food-Themen wie Analytik, Verfahrens- und Prozesstechnik.

„Wir sind mitten in einer einzigartigen Struktur, die es so nur hier gibt. Unsere Aufgabe ist es, dieses Know-how zugänglich zu machen, Unternehmen zu vernetzen und die Innovationskraft des Standorts weiter auszubauen“, erklärt Claudia Nötzelmann, Geschäftsführerin der Food Land Bremen GmbH.

Foto: Scheer/BIS

Start für das First in Bremerhaven: Im September 2024 eröffneten Kristina Vogt (Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation), Jörg Rugen (Food Land Bremen), Jörg Peters (Senatskanzlei Bremen) und Markus von Bargen (First Bremerhaven) den neuen Food Hub. Gefördert wird das Projekt bis 2029 mit 4,7 Millionen Euro.

Neugierig? Mehr Informationen und Kontaktmöglichkeiten finden Sie unter www.first-bremerhaven.de

So könnte das First in einigen Jahren aussehen: Das gezeigte Konzept visualisiert eine erste Zukunftsvision des Projekts. Änderungen und Weiterentwicklungen sind im laufenden Planungsprozess möglich. | Visualisierungen: Fischereihafen-Betriebsgesellschaft mbH

Von Links: Markus von Bargen (Technischer Leiter First), Hauke Krause (Technikumsleiter), Jörg Rugen (Kaufmännischer Leiter) und Benjamin Küther (Marketingleiter) gestalten den Betrieb und die Weiterentwicklung des First. | Fotos: Aheads/Grochla

Jovana Komlenic arbeitet im First derzeit intensiv daran, ihr Produkt Opoke auf das nächste Level zu bringen und testet hier die Konsistenz der Hafer-Frühstückskekse. Foto: Benjamin Küther/ttz

Lebensmittelwirtschaft

NEUES KAPITEL BEI TRANSGOURMET

Nach über drei Jahrzehnten in der Fischwirtschaft geht eine Ära zu Ende: Ralf Forner, langjähriger Geschäftsführer von Transgourmet Seafood, verabschiedet sich in den Ruhestand. Mit Herzblut und Weitblick hat er den Standort Bremerhaven zu einem führenden Händler für Fisch und Meeresfrüchte gemacht. Doch jeder Abschied ist ein Neubeginn: Nils Tomkowiak tritt als stellvertretender Betriebsleiter ab 2026 in seine Fußstapfen, Seite an Seite mit Geschäftsleitung Thierry Stauffenegger, der bereits für die strategische Ausrichtung verantwortlich ist. Gemeinsam führen sie fort, was Forner aufgebaut hat – mit frischen Impulsen und derselben Leidenschaft.

Gemeinsam genießen: *Nils Tomkowiak und Ralf Forner in der Testküche bei Transgourmet Seafood – ein Ort, der nicht nur zum Verkosten, sondern auch für den Austausch mit Gästen und Kund:innen gern genutzt wird. | Foto: Aheads GmbH/Joost*

„Ich habe mein Hobby zum Beruf gemacht“

Für Ralf Forner war Fisch nie nur ein Produkt, sondern eine Leidenschaft. „Ich bin gebürtiger Insulaner von Norderney. Das Meer war immer mein Element und mit Fisch bin ich aufgewachsen.“ Schon als Sechsjähriger angelte er Aale, später veredelte er seine Fänge im elterlichen Garten und verkaufte sie an Tourist:innen.
Was einst ein Hobby war, wurde zur Berufung: Nach seinem Marketingstudium an der Universität Bielefeld startete er seine Karriere in der Fischbranche – zunächst bei der Deutsche See GmbH, später bei Hussmann & Hahn.
Dann jedoch wagte er einen Abstecher in eine andere Richtung: Mit dem Wechsel zu Stöver Frischdienst übernahm Forner die Herausforderung, Fisch als neues Warensegment zu etablieren, denn zuvor dominierten dort Kartoffeln, Pommes und Fleisch. „Lange ohne Fisch ging für mich nicht. Bald wurden Marinaden, Räucherfisch und Tiefkühlware fester Bestandteil des Sortiments“, erklärt Forner. Auch nach der Übernahme im Jahr 2006, durch Rewe-Foodservice, blieb Fisch ein zentraler Bestandteil. Doch beim Frischfisch gab es Widerstände: „Niemand wollte nasse, nach Fisch riechende Kisten lagern.“ Erst die Entwicklung einer tropffreien und geruchsneutralen Verpackung machte ein Vollsortiment möglich.
Doch Forner wollte mehr: „Ich wollte immer etwas Neues schaffen. Unter dem Dach eines Konzerns habe ich diese Chance genutzt.“ Er wechselte zu Transgourmet Seafood, übernahm den Standort Bremerhaven und baute ihn zu einem der wichtigsten deutschen Großhändler für Fisch & Seafood auf – heute mit 72 Mitarbeitenden. „In der Seestadt habe ich nicht nur meine Frau kennengelernt, sondern auch meine berufliche Heimat gefunden.“

Engagement für Ausbildung und Fischwirtschaft

Ein echtes Herzensprojekt ist die Seafood Akademie als Fort- und Weiterbildungszentrum für die Branche, in der seit 2010 etwa 15.000 Teilnehmende geschult worden sind. Neben Warenkunde und Nachhaltigkeit gehören Zubereitungskurse, Betriebsbesichtigungen und internationale Studienreisen zum Programm – seit 2017 findet in der Akademie auch die Fortbildung zum Fischsommelier/ière statt, die Ralf Forner federführend mit ins Leben gerufen hat. Dass es nicht bei einer Idee blieb, zeigt die rasante Umsetzung: Statt der üblichen einjährigen Genehmigungsphase setzte Forner die IHK-Qualifikation mit eigener Prüfungsordnung in nur drei Monaten durch. Er betont: „Die Akademie ist mehr als eine Schulungseinrichtung. Mir ging es nie nur um unsere eigenen Leute, sondern darum, Wissen und Verständnis für Fisch zu verankern – egal, ob Edeka, Deutsche See oder FRoSTA an die Tür klopfen.“
Dieser Pragmatismus prägt nicht nur die Akademie, sondern den gesamten Standort Bremerhaven. „Hier können sich die Unternehmen aufeinander verlassen, statt nur in Konkurrenz zu stehen. Wenn irgendwo kurzfristig ein Kunde Fisch anfragt, können wir oft innerhalb von Minuten reagieren und zwei Plätze auf einem Lkw durch Kontakte organisieren. Diese Flexibilität macht die Bremerhavener Fischbranche stark.“

> **AUCH WENN UNTERNEHMEN IM WETTBEWERB STEHEN, HABEN WIR DOCH ALLE EIN GEMEINSAMES ZIEL: DIE QUALITÄT UND REPUTATION DES FISCHES HOCHZUHALTEN.**
>
> Ralf Forner

Austern als krönender Abschluss

Man spürt die unermüdliche Leidenschaft mit der Ralf Forner die Fischbranche geprägt hat – bis zum letzten Arbeitstag sucht er nach neuen Wegen, das Sortiment von Transgourmet zu erweitern und frische Impulse zu setzen. Sein letztes großes Projekt begann nicht am Schreibtisch, sondern während eines Familienurlaubs in den Niederlanden. Dort besuchte er mit seinem 81-jährigen Schwiegervater eine Austernfarm, eine Premiere für den Senior. „Er hatte noch nie Austern gegessen. Aber nach der ersten war er so begeistert, dass er einfach weiter aß – eine nach der anderen. Erst nach 20 Stück hat er sich zurückgelehnt und gesagt: ‚Das war großartig!‘“, erzählt Forner lachend.
Zurück in Bremerhaven nahm Forner seine Partner:innen und Kund:innen mit auf die Reise: Gemeinsam fuhr man erneut in das Nachbarland, verkostete verschiedene Austernarten und entschied, welche ins Sortiment passten. „Wir haben uns Zeit genommen, probiert, diskutiert und von den Farmern gelernt. Am Ende war klar: Wenn wir das machen, dann richtig. Mit einer passenden Weinempfehlung und einer klaren Vermarktungsstrategie.“ Das Ergebnis: 35 Austernsorten haben es ins Sortiment geschafft. „Das war mein letztes großes Projekt. Es zeigt, was wir mit Leidenschaft und Teamarbeit erreichen können. Genauso wünsche ich es mir für meine beiden Nachfolger, denn wir haben hier in Bremerhaven etwas aufgebaut, das über einzelne Namen hinausgeht.“

Antrieb für die Zukunft

Mit Nils Tomkowiak steht bereits ein Nachfolger bereit, der ab 2026 die Betriebsleitung übernehmen wird. Gemeinsam mit Geschäftsführer Thierry Stauffenegger führt er den Standort in die Zukunft – ohne dabei das Bewährte aus den Augen zu verlieren. Tomkowiak stammt ursprünglich aus der Pfalz und hat sich bewusst für Bremerhaven entschieden: „Ich komme aus einer Region, in der Fisch kein großes Thema ist. Aber ich wollte verstehen, woher die Produkte kommen und wie sie hergestellt werden.“ Seit 2024 ist er Teil des Teams und profitiert bei seiner Einarbeitung von zwei erfahrenen Mentoren: Ralf Forner und Rainer Gerken, der bis zu seinem Ruhestand Anfang 2026 als Betriebsleiter die Abläufe im Detail lenkt. Während Gerken ihn in die Steuerung von Warenströmen und Lieferketten einführt, vermittelt Forner die strategische Weitsicht und das tiefe Verständnis für die Dynamik der Branche.
Für den Standort bedeutet der Wechsel Kontinuität. Tomkowiak wird vor Ort sein, Synergien schaffen und dafür sorgen, dass Bremerhaven als wichtiger Dreh- und Angelpunkt der Fischbranche gestärkt bleibt. „Hier geht nichts verloren. Bremerhaven funktioniert, weil alle an einem Strang ziehen. Ich freue mich darauf, genau das weiterzuführen“, sagt er. Auch Forner ist überzeugt: „Nils ist jung, motiviert und vor allem engagiert. Mit ihm bleibt alles in den richtigen Händen – und natürlich werdet ihr auch mich nochmal zu Gesicht bekommen.“

Dieser Abschied ist nicht für immer

Trotz Ruhestand bleibt Forner Bremerhaven und der Fischwirtschaft verbunden. „Auch wenn jetzt erst einmal das Reisen mit meiner Frau im Vordergrund steht. Ich werde mich weiterhin ehrenamtlich engagieren, vor allem als Lehrender in der Seafood Akademie als auch im Fischkochstudio oder in der Aalinitiative zum Schutz des europäischen Fisches. Fisch war und wird immer ein Teil meines Lebens bleiben.“ Mit einem zufriedenen Blick in die Zukunft sagt er: „Ich überlasse den Standort in guten Händen.“

Foto: Privatsammlung/Forner

Gemeinsamer Einsatz für das Produkt: In der Zeit seiner Amtsübergabe reiste Ralf Forner mit Thierry Stauffenegger (ganz rechts) nach Zeeland. Dort präsentierten sie das kuratierte Austernsortiment samt passender Weine – mit dem Ziel, Kund:innen nachhaltig zu begeistern.

FOOD-FACTS AUS BREMERHAVEN

4.500
BESCHÄFTIGTE IN DER FISCH- UND LEBENSMITTELWIRTSCHAFT

200.000
TONNEN FRISCHFISCH WERDEN JÄHRLICH VERARBEITET

650.000
KUBIKMETER KÜHLHAUSKAPAZITÄT

> 50%
MARKTANTEIL IN DER FISCHVERARBEITUNG

Julia Schneider von Deutsche See verantwortet die Messeauftritte des Unternehmens – *darunter Formate wie die Internorga, fish international oder das Event 370 Grad Deli. Ob für den Handel oder Endkund:innen: Deutsche See zeigt deutschlandweit Präsenz.| Foto: Aheads GmbH/Joost*

Lebensmittelwirtschaft

FRISCHER WIND IM MARKETING VON DEUTSCHE SEE

Deutsche See steht für erstklassige Fisch- und Meeresfrüchte und ist seit Jahrzehnten ein führender Akteur in der Branche. Seit über einem Jahr sorgt Julia Schneider als Leiterin für das Messe- und Eventmarketing in der Fischmanufaktur in Bremerhaven für frische Impulse in der Markenpräsentation und treibt die strategische Weiterentwicklung voran. Ihr Ziel: Messen neu denken, Emotionen wecken und digitale Formate stärker einbinden. Mit Erfahrung aus der Automobil- und Gastronomiebranche bringt sie Struktur, Kreativität und strategisches Gespür mit – und setzt dabei auf die Stärken des Standorts.

Neue Heimat, Neue Herausforderung

Die Entscheidung für Bremerhaven war für Julia Schneider nicht nur eine berufliche, sondern auch eine persönliche. Nach mehreren Jahren in Hannover verbrachte sie mit ihrem Partner während der Pandemie immer mehr Zeit in der Weser-Elbe-Region. „Wir waren häufig hier oben, haben gemerkt, wie gut uns das tut – und irgendwann war klar, dass wir langfristig hier wohnen möchten." Die Kombination aus beruflichen Möglichkeiten und hoher Lebensqualität überzeugte sie. Dabei spielte nicht nur Bremerhaven selbst eine Rolle, sondern auch das Umland: „Mein Partner ist in Ellwürden und Abbehausen aufgewachsen – hier leben Familie und viele enge Freunde, die uns schon lange begleiten." In Abbehausen fanden sie genau das, was sie suchten: die Nähe zur Stadt und gleichzeitig die Ruhe der Natur. Das vertraute Umfeld bestärkte die Entscheidung zusätzlich und als dann auch noch das Glück bei der Haussuche dazukam, war klar: Die Nordseeregion wird zur neuen Heimat.
Mit dem Umzug stellte sich auch die Frage: Wie geht es beruflich weiter? Nach einer Zwischenstation im Marketing eines Metallbauunternehmens wurde sie auf die Deutsche See GmbH aufmerksam – ein Unternehmen mit tiefen Wurzeln in Bremerhaven. „Ich wollte eine Aufgabe, bei der ich meine Erfahrung aus dem Event- und Brandmarketing einbringen kann, aber auch Neues lerne. Deutsche See bietet genau diese Kombination und hat mich schließlich bei den ersten Vorstellungsgesprächen begeistert, da die Atmosphäre direkt sehr persönlich war. So, dass ich im Februar 2024 meine neue Stelle angetreten habe.", erklärt Julia Schneider.

Wissenstransfer als Schlüssel

Eine Besonderheit ihres Starts bei Deutsche See war die bewusste Entscheidung des Unternehmens für eine sechsmonatige Doppelbesetzung der Position. Ihr Vorgänger Rainer Backhaus war über Jahrzehnte hinweg für das Messe- und Eventmarketing verantwortlich und begleitete Frau Schneider intensiv in der Übergangszeit vor seiner Rente. Julia Schneider zeigt sich dankbar: „Das war unglaublich wertvoll. Ich konnte nicht nur die bestehenden Strukturen kennenlernen, sondern auch von Rainers Erfahrung profitieren. Eine so strukturierte Übergabe ist in der Branche alles andere als selbstverständlich."
Diese enge Zusammenarbeit ermöglichte einen reibungslosen Wissenstransfer, bei dem die neue Leiterin für Messe- und Eventmarketing die etablierten Prozesse verstehen, aber gleichzeitig eigene Impulse setzen konnte: „Ich habe großen Respekt davor, was Rainer über die Jahre aufgebaut hat. Mein Ziel war es nicht, alles anders zu machen, sondern das Bestehende weiterzuentwickeln und neue Ideen zu ergänzen."

Das erste Event: Die Schiffstaufe des Hochseetrawlers „Jan Maria"

Direkt nach ihrem offiziellen Start durfte Julia Schneider die Taufe des neuen Hochseetrawlers „Jan Maria" mitgestalten, einem Neubau für die Nordbank Hochseefischerei, die zur Doggerbank Seefischerei mit Sitz in Bremerhaven gehört. Was das Event besonders machte: Die Planung musste in kürzester Zeit erfolgen. „Es war wirklich nicht einfach, aber genau diese Herausforderungen sind für mich in diesem Beruf so spannend. Am Ende lief alles perfekt und es war ein großartiges Event, das tatsächlich nur durch die direkten Wege in Bremerhaven und schnelle Absprachen untereinander in der Form zu Stande kommen konnte", erklärt sie.
Mit der „Jan Maria" wurde nicht nur ein neues Schiff getauft, sondern gleichzeitig die enge Verbindung innerhalb der niederländisch-deutschen P&P-Gruppe sichtbar gemacht, zu der auch Deutsche See, die Nordbank Hochseefischerei sowie weitere Unternehmen in Bremerhaven gehören. Für Julia Schneider war das Event damit auch eine Gelegenheit, die Vernetzung der Akteure am Standort zu erleben und zu zeigen, wie stark die Region gemeinsam auftreten kann.

„Eventmarketing muss digital mitdenken"

Mit über 20 Messen jährlich im Bereich Gastronomie und Einzelhandel sowie zahlreichen internen Events wird Schneider in den kommenden Monaten weiterhin Impulse für das Eventmarketing setzen und Deutsche See noch erlebbarer machen. Ihr Plan ist klar: Klassische Messeauftritte mit digitalen Formaten verknüpfen, neue Eventkonzepte entwickeln und die Marke modern inszenieren. Dabei setzt sie bewusst auf die aktuellen Trends der Lebensmittelbranche, die nicht nur Fachbesucher:innen ansprechen, sondern auch den Endkund:innen wichtige Orientierung bieten: Snackable Produkte für schnelle Genussmomente, hochwertige Feinkost und Fischspezialitäten sowie moderne High Convenience-Lösungen, die Effizienz und Geschmack vereinen.
„Es geht nicht mehr nur um reine Produktpräsentationen – wir müssen die Geschichten dahinter erzählen. Wie entstehen die Produkte? Welche Werte stehen dahinter? Genau diese Themen machen eine Messepräsentation heute spannend und wir haben noch Nachholfbedarf auf den digitalen Kanälen."

Ein Jahr voller Eindrücke

Unter den vielen Veranstaltungen, die Julia Schneider in ihrem ersten Jahr bei Deutsche See begleiten durfte, war auch die fish international – ihre erste große Fachmesse für das Unternehmen, bei der sie gemeinsam mit Rainer Backhaus die 300 m^2 große Standfläche organisierte und umsetzte. „Bei der fish international war ich von Anfang bis Ende dabei – da kann man nicht einfach danebenstehen. Wir haben uns intensiv abgestimmt, geschaut, wo ich entlasten kann und gegenseitig voneinander profitiert. Bei der Größe der Messe war es besonders angenehm, sich die Verantwortung aufzuteilen. Für uns beide war das ein guter Start – und genauso ging es in den folgenden Monaten weiter, bis zu den ersten eigenen Projekten."
Heute, rund ein Jahr später, blickt Julia Schneider auf zahlreiche Events, neue Formate und ein starkes Miteinander. „Besonders die Weihnachtsfeier war für mich ein Moment, in dem viel zurückkam – ich habe dort von Mitarbeitenden durchweg positives Feedback erhalten. Das hat mich wirklich gefreut und mir gezeigt: Ich bin angekommen. Gleichzeitig bin ich gedanklich schon voll bei den Messen und Events 2025 – die ersten liegen bereits hinter uns und ich freue mich auf alles, was noch kommt."

JULIA SCHNEIDER

Messe- und Eventmarketing

Julia Schneider studierte in Dresden und kam währenddessen durch einen Nebenjob in die Eventbranche. Schnell wurde klar: Hier liegt ihre Zukunft. Nach dem Studium arbeitete sie in verschiedenen Agenturen und übernahm die Leitung bedeutender Projekte – unter anderem für Porsche, wo sie im Rahmen der Porsche European Open Aktionen im öffentlich zugänglichen „Public Village" verantwortete und die Nachwuchsinitiative „Turbo für Talente" mitgestaltete. Doch auch die Food- und Gastronomiebranche war von Beginn an Teil ihres Weges – sei es durch Catering-Konzepte, Produktinszenierungen oder gastronomische Events. Mit der Corona-Pandemie stand plötzlich alles still. Nach einer kurzen Zwischenstation bei der Stadt Hildesheim zog es sie zurück ins Marketing – diesmal mit Fokus auf Gastronomie. Bei Gastro & Soul war sie als Strategic Brand Managerin für die Markenführung der Vapiano Deutschland Restaurants verantwortlich. „Essen ist Emotion. Die Herausforderung lag nicht mehr nur in perfekten Abläufen, sondern darin, eine positive Markenkonnotation mit echten Erlebnissen zu schaffen, das hat mich sofort begeistert." Diese Erfahrung prägte ihren Blick auf Markenkommunikation nachhaltig – ein Ansatz, den sie auch in ihre Arbeit bei Deutsche See einbringt.

#IM FOKUS

Kreativwirtschaft

KULINARIK TRIFFT KREATIVSPACE

Das WERK. in Bremerhaven ist ein kreativer Ort für Kultur, Handwerk und nachhaltiges Unternehmertum. Der fünfstöckige Altbau in der Alten Bürger mit 1.100 Quadratmetern wird solidarisch entwickelt und wächst Schritt für Schritt zu einem Zentrum für Begegnung und neue Ideen. Während viele Räume noch im Ausbau sind, ist das findus bereits ein fester Anlaufpunkt für Nachbar:innen, Kreative und Neugierige. Die „gute Stube für Esskultur“ verbindet handwerkliches Backen mit biologischer Küche – getragen von einem engagierten Team, das mehr als nur ein Café schaffen will.

Dr. Barbara Schieferstein (links) von der BIS Bremerhaven unterstützt das Vorhaben von Anfang an. Christian (hinten), der aus einer Bäckerfamilie stammt, Fiona (Mitte), die direkt nach der Schule gegründet hat, und Jonas (rechts), Ton- und Bildingenieur, zeigen mit dem WERK. und dem findus, wie kreative Bauprojekte die Stadt bereichern können. | Fotos: Aheads GmbH/Grochla

Vom Crowdfunding zum Begegnungsort

Das findus hat in der Seestadt bereits viele Fans. 2016 gründeten Fiona und Christian Brinker das Café – mit gerade einmal 6.000 Euro Startkapital, die sie über Startnext (Crowdfunding-Plattform für kreative und nachhaltige Projekte) sammelten. Ein Bankkredit kam für Fiona mit ihren damals 17 Jahren nicht infrage, also setzten sie auf die Unterstützung der Community. Tatsächlich war das findus eines der ersten erfolgreichen Crowdfunding-Projekte in Bremerhaven – und Referenzmodell für die Bremer Aufbau-Bank und das Starthaus, die damit neue Finanzierungswege für kreative Gründungen erprobten.
„Wenn ich heute daran denke, frage ich mich, wie das überhaupt möglich war“, lacht Fiona. Damals begannen sie klein: ein paar Stühle, eine Handvoll Speisen, wenig Platz aber eine große Vision. Sie wollten nicht nur ein Café betreiben, sondern einen Raum schaffen, der Bremerhaven bereichert. Mit den Jahren stieß das findus an seine Grenzen. „An Sonntagen waren alle Stühle belegt, wir hatten keinen Platz mehr für größere Veranstaltungen und selbst die Backstube war zu klein, um das Konzept weiterzuentwickeln“, erzählt Christian.

Auf der Suche nach einem neuen „Wohnzimmer“

2021 stießen Fiona und Christian auf das WERK., ein Gebäude mit Geschichte. Elf Jahre lang stand es leer, bis der kreative aufbruch bremerhaven (kab.) 2019 gemeinsam mit der Städtischen Wohnungsgesellschaft (STÄWOG) Bürger:innen einlud, Ideen für eine neue Nutzung zu sammeln. In bunten Farben schrieben sie ihre Visionen direkt auf die Wände des Gründerzeitbaus. Heute verschwinden die Worte langsam hinter nachhaltigem Lehmputz und frischer Farbe – doch als Fundament des Projekts bleiben sie erhalten.
Mitinitiator des WERK.-Hauses Jonas Hummel erkannte die Chance, das Gebäude in einen offenen Ort für kreative und nachhaltige Projekte zu verwandeln und freut sich über die Teilhabe in der Stadt. „Der Wendepunkt kam mit dem Kauf durch die Objekt 218 GmbH und die ersten Nutzungen durch den Hausverein WERK., der von sieben engagierten Bremerhavenern gegründet wurde – darunter auch Fiona und Christian. Mit Unterstützung der STÄWOG und anderer Geldgeber konnten wir das Haus in der Bürgermeister-Smidt-Straße 218 zwischennutzen und 2022 mit dem Ankauf beginnen. Mit einem Kredit der Weser-Elbe Sparkasse, verbürgt durch die Bremer Aufbau-Bank, wurde der Kauf und auch die Sanierung der Caféräume schließlich möglich. Nach zwölf Monaten ist dieser erste Bauabschnitt nun abgeschlossen und das Haus hat nach über zehn Jahren wieder Strom, Wasser und Gas.“, erzählt er.
Von Anfang an stand beim WERK. nicht die Vermietung einzelner Räume im Fokus, sondern die gemeinsame Entwicklung des Ortes. Statt einem starren Plan folgt der Umbau einem offenen Prozess, bei dem Stadtgestaltung kollektiv gedacht wird – mit Räumen für Austausch, Kultur und nachhaltige Konzepte. Für Fiona und Christian bedeutet das nicht nur mehr Platz für ihr Café und die Backstube, sondern auch die Möglichkeit, aktiv an einer neuen Form der Stadtentwicklung mitzuwirken.

Offene Türen seit März 2025

Mit dem Umzug ins WERK. konnte das findus wachsen und sich weiterentwickeln. Seit der Eröffnung im März 2025 bietet das Café nun mehr Raum für Gäste, Kulturveranstaltungen und handwerklich hergestellte Lebensmittel. Bio-zertifiziert und vegetarisch war das findus schon immer, nicht als Marketingstrategie, sondern weil es den Werten der Gründer:innen entspricht. Doch ihr Verständnis von Nachhaltigkeit geht weit über die Küche hinaus. Es zeigt sich in jedem Detail des Cafés: Einige Möbel stammen aus der Auflösung des ehemaligen Karstadt-Kaufhauses, aus alten Beständen des Finanzamts oder privaten Spenden. Statt auf Neues zu setzen, geben Fiona und Christian bestehenden Dingen eine zweite Chance – ein bewusster Gegenentwurf zur Wegwerfgesellschaft.
Doch das findus ist auch ein sozialer Treffpunkt, an dem regelmäßig Veranstaltungen stattfinden – von Tauschabenden, über Musikevents bis hin zu Backworkshops. „Wir wollen nicht nur Essen servieren, sondern ein Lebensgefühl vermitteln“, sagt Fiona. „Ein Wohnzimmer, in dem man sich wohlfühlt, Neues entdecken kann und in Kontakt mit anderen Menschen kommt.“

Das WERK.: Ein Haus im Wandel

Während das findus längst ein lebendiger Begegnungsort ist, wächst das WERK. als kreativer Ort weiter. Seit 2022 hat sich viel verändert – konzeptionell und baulich. Immer mehr Räume sind nutzbar und füllen das Haus nach und nach mit Leben. Einige werden bereits aktiv genutzt: Der Zircula Verein beschäftigt sich mit Kreislaufwirtschaft und nachhaltigem Design, Precious Plastic Bremen betreibt eine Werkstatt für Plastikrecycling. Andere Hausbereiche befinden sich noch im Rohbau – sie werden nach und nach renoviert, sobald neue Fördermittel und Finanzmittel dies ermöglichen. „Wir sind ein Projekt im Werden, es gibt keinen abschließenden Masterplan“, erklärt Jonas. Das bedeutet auch eine große Aufgeschlossenheit für weitere Interessierte an der Gestaltung und Nutzung der Räume. Die offenen Türen des findus helfen dabei: Wer ins Café kommt, kann nebenbei entdecken, was sonst noch im Haus passiert und sich vor Ort aktiv mit einer Idee melden, um mitzumachen.

Brückenbauerin für das Projekt

Dass das WERK. und das findus so weit gekommen sind, liegt auch an der Unterstützung von Dr. Barbara Schieferstein von der BIS Wirtschaftsförderung Bremerhaven. Sie half von Anfang an bei Finanzierungsfragen, vermittelte zwischen Institutionen und den Gründer:innen – und machte die Relevanz des Hausprojekts für die Stadt Bremerhaven sichtbar. Als Türöffnerin baute sie Brücken zur Stadt, zum Bund und zu möglichen Finanzierungspartnern.
„Solche Projekte können dafür werben, dass gemeinwohl- und sozialunternehmerische Ansätze nachhaltig tragfähig sind. Denn kreative Konzepte wie dieses konnten bislang in der Stadtentwicklung nicht umgesetzt werden.“, sagt Dr. Schieferstein. Das WERK. zeigt, dass sich Kultur, Unternehmertum, Kreativwirtschaft und Stadtentwicklung nicht ausschließen, sondern gegenseitig stärken können. Das WERK.-Haus zieht junge Unternehmer:innen und Kreativschaffende an, bringt urbanes Flair in die Stadt und reiht sich im Stadtteil in Vorzeigeprojekte wie das beet oder das Café Lieblingsplatz ein.
Dass die BIS an das Potenzial des Projekts glaubt, zeigt sich nicht nur in ihrer Unterstützung, sondern auch in ihrem Entschluss, das WERK. selbst aktiv zu nutzen. Geplant ist die Anmietung flexibler Büroarbeitsplätze, um Austausch zu fördern und die Vernetzung mit den Akteur:innen vor Ort zu stärken. Die genaue Nutzung wird noch entwickelt, doch die Richtung ist klar: Hier entsteht Raum für Kreativität und Ideen.
Wie wichtig diese Unterstützung war, macht Fiona deutlich: „Die BIS Wirtschaftsförderung Bremerhaven und vor allem Barbara hat uns nicht nur beraten, sie hat an uns geglaubt. Ohne ihre Vermittlung in unterschiedliche Richtungen und ihr Gespür für das Potenzial dieses Ortes **wären wir nicht hier**.“

Traditionelles Backhandwerk neu gedacht: Das findus-Brot kommt ganz ohne künstliche Bindemittel aus – dank langer Teigreife und natürlicher Zutaten. Ein Highlight ist der Goldbecher, ein knuspriger Brotbecher aus Sauerteig, gefüllt mit geschmolzenem Camembert.

Foto: WERK.

Das WERK. ist 2020 als Idee entstanden. Nun wird der Altbau von 1905 auf 1.100 Quadratmetern zu einem kreativen Ort für gemeinschaftliches Wohnen und Arbeiten. Das Projekt schafft zugängliche und gestaltbare Räume für junge Menschen in Bremerhaven und steht für nachhaltige Sanierung, Ressourcenschonung und Partizipation – eine „Lernbaustelle“, die das Stadtbild bereichert und zur Mitgestaltung einlädt.

Fotos: Aheads GmbH/Grochla

Unternehmensgründungen

STARTHAUS Bremen & Bremerhaven

DAS NEUE GESICHT IM STARTHAUS BREMEN UND BREMERHAVEN

Seit Sommer 2024 verstärkt Alexander Baxmann das Team des Starthauses Bremerhaven. Als Ansprechpartner unterstützt er aktiv den Aufbau und die Weiterentwicklung des Startup-Ökosystems der Stadt. Mit Erfahrung aus eigenen Gründungen bringt er wertvolles Know-how mit, das er gezielt einsetzt, um Gründer:innen praxisnah zu begleiten. Sein Fokus liegt auf der Verbindung von Innovation und Unternehmertum. Bremerhaven soll als attraktiver Standort für Existenzgründungen weiter etabliert werden.

ALEXANDER BAXMANN
Starthelfer
0471 4189 1580
alexander.baxmann@starthaus-bremen.de

Die Philosophie von Alexander Baxmann: "Wenn du eine Idee hast, halte daran fest! Habe den Mut, deinen Weg zu gehen!" | Foto: Aheads GmbH/Grochla

Wer ist Alexander Baxmann?

„Ich kenne Start-ups aus verschiedenen Perspektiven – als Gründer, als Berater und aus der Sicht von Investoren. Diese Mischung hilft mir heute, Gründer:innen gezielt zu unterstützen“, erklärt Baxmann. Genau hier setzt seine Arbeit an: Er vernetzt als „Starthelfer“ im Starthaus Bremerhaven Start-ups mit Wissenschaft, entwickelt Formate für Gründer:innen und hilft ihnen dabei, ihre Ideen marktfähig zu machen.
Baxmann stammt aus Hannover, studierte Volkswirtschaftslehre und Wirtschaftswissenschaften mit zwei Masterabschlüssen. Sein beruflicher Weg führte ihn über internationale Stationen und eigenen Gründungen nun nach Bremerhaven – einen Standort, in dem er großes Potenzial sieht. Mit Kenntnissen der Kundenbetreuung und Vertrieb, im Recruiting und im Aufbau sowie der Evaluierung von Gründungsteams für Investor:innen will er die lokale Start-up-Szene aktiv mitgestalten. „Bremerhaven bietet die Chance, nicht nur zu beraten, sondern ein wachsendes Ökosystem aufzubauen und zu prägen. Hier kann ich meine Kenntnisse gezielt einsetzen, um die Szene auf ein neues Level zu heben“, sagt Baxmann.

Kurze Wege, große Chancen

Bremerhaven bietet Gründer:innen enge Netzwerke, kurze Wege und direkte Unterstützung. „Hier lassen sich Innovationen schneller vorantreiben, weil der Austausch direkter ist“, sagt Baxmann. Das Starthaus ist ein Segment der BAB – Die Förderbank und setzt auf intensive Begleitung von Gründungen und in Bremerhaven auf eine enge Zusammenarbeit mit der BIS Wirtschaftsförderung Bremerhaven. „Alle Gründerinnen und Gründer können hier die gegebenen Synergien nutzen – ich helfe dabei, die richtigen Wege aufzuzeigen und Klarheit zu schaffen.“
Auch die enge Verbindung von Wissenschaft und Wirtschaft birgt großes Potenzial. „Viele starke Ideen entstehen in den Forschungsinstituten – doch oft fehlt der nächste Schritt in die Praxis. Mein Ziel ist es, genau diese Brücke zu bauen“, so Baxmann. Besonders wichtig ist ihm dabei der direkte Kontakt mit Transferbeauftragten, um neue Partnerschaften und Geschäftsmodelle zu ermöglichen. Darüber hinaus sieht er starkes Potenzial, durch Zusammenbringen von Start-ups und Unternehmen einen besonderen Mehrwert für Unternehmen zu erzeugen.

Baxmann als Mehrwert für die Stadt

Als Teil des Starthauses berät Baxmann Gründer:innen vor allem im kaufmännischen Bereich – von der Businessplan-Erstellung bis hin zu Finanzierungsstrategien. Dabei ist sein Anspruch bei der Begleitung „nicht nur Zahlen durchzurechnen, sondern Gründer:innen ein echtes Sparring zu bieten – sei es im Vertrieb, beim Aufbau eines Teams oder bei der Kapitalbeschaffung“, erklärt er.
Vernetzungsformate wie das Gründungsfrühstück und das „Founder’s Dock", die bereits erfolgreich etabliert sind, bieten eine wertvolle Plattform für den direkten Austausch. „Man lernt am meisten von denen, die den Weg bereits gegangen sind – und Bremerhaven hat mit Persönlichkeiten wie Jenifer Dagligil (Café Lieblingsplatz) oder Joschka Traue (Green Stitches, Fry High) inspirierende Vorbilder. Sie zeigen, dass erfolgreiche Gründungen hier möglich sind. Besonders das Founder’s Dock bietet aktuell eine wertvolle und vor allem lebendige Plattform. Es wird zunächst gepitcht, dann gemeinsam darüber diskutiert und zuletzt genetzwerkt, hier sind Expertenstimmen Gold wert“, sagt Baxmann. „Es freut mich sehr, eine lebendige Community zu schaffen, in der Wissen weitergegeben und neue Ideen gefördert werden.“

Förderungen

FÖRDERKOMPASS FOOD

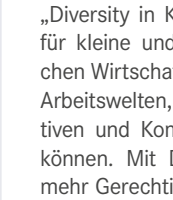
Ob Gründung oder Wachstum – welche Förderung passt, hängt vom individuellen Unternehmensstatus ab. Für die Food-Branche gibt es zahlreiche Fördermöglichkeiten, von Digitalisierungs- und Innovationsprogrammen bis hin zu nachhaltigen Investitionen. Folgende Beispiele zeigen, wie vielfältig Förderungen sein können.

BRE-Up unterstützt Start-ups in der Wachstumsphase, wie das Bremer Start-up FleXality, das mit Hilfe der Förderung eine Software entwickelte, mit der der Energieverbrauch in Tiefkühllagern um über 20 % gesenkt werden könnte.

PFAU-Programm fördert nachhaltige Innovationen, etwa die Entwicklung eines neuen Isolierbehälters für den Tiefkühlversand.

EMFAF bietet speziell für die Fischwirtschaft Investitionshilfen. Mit der Neuauflage des Programms stehen nun wieder Antragsmöglichkeiten offen.

Sie sind jedoch nur ein kleiner Ausschnitt der Möglichkeiten. Welche Maßnahmen für ein Unternehmen infrage kommen, klären die BIS und das Starthaus Bremerhaven (nur für BRE-Up) in individuellen Beratungsgesprächen. Neben der Prüfung der Voraussetzungen bieten sie auch Unterstützung bei der Antragstellung. Weitere Anlaufstellen für Förderprogramme sind der Digitallotse bei der BIS sowie das Bundesförderprogramm Mittelstand-Digital (www.mittelstand-digital.de).



Fragen zu den Förderungen?
Dr. Marc Bläsing
0471 94646 605
blaesing@bis-bremerhaven.de

Neues Förderprogramm „Diversity in KMU“

„Diversity in KMU“ ist eine neue Fördermaßnahme speziell für kleine und mittlere Unternehmen (KMU) der gewerblichen Wirtschaft im Land Bremen. Ziel ist die Entwicklung von Arbeitswelten, in denen unterschiedliche Talente, Perspektiven und Kompetenzen interdisziplinär zusammenkommen können. Mit Diversität tragen Unternehmen nicht nur zu mehr Gerechtigkeit bei, sondern erschließen sich auch neue Zielgruppen als Fachkräfte und steigern die eigene Innovationskraft.
Das Programm wird aus Mitteln des Europäischen Fonds für regionale Entwicklung (EFRE) finanziert. Die Förderung der Einzelprojekte beträgt bis zu 150.000 Euro mit einer Förderquote von bis zu 50 Prozent für Bereiche wie z.B. sozialversicherungspflichtig beschäftigtes Personal, Anschaffung und Implementierung spezieller Software und Tools, Betriebskosten sowie Lizenzen, Schulungsmaterialien und Workshops oder Maßnahmen zur Prozess- und Organisationsinnovation.

bis-bremerhaven.de/s/diversity-kmu

Innovation

KEIN SEEMANNSGARN
RUND 23 MIO. FÖRDERGELDER FÜR WASSERSTOFF

Das Land Bremen hat einen Zuwendungsbescheid in Höhe von über 23 Millionen Euro vom Bundesministerium für Digitales und Verkehr (BMDV) erhalten. Gefördert wird damit die Realisierung eines Innovations- und Technologiezentrums in Bremen und Bremerhaven (H2AM). Unter realen Bedingungen sollen Tests mit wassersstoff- und brennstoffzellenbasierten Technologien durchgeführt werden. „Mit rund 23 Millionen Euro Förderung schaffen wir in Bremen und Bremerhaven eine neue Infrastruktur, die wegweisende Entwicklungen für klimafreundliche Antriebe in der Luft- und Schifffahrt ermöglicht“, unterstreicht die Senatorin für Wirtschaft, Häfen und Transformation, Kristina Vogt, die Wichtigkeit der Förderung.

Testfeld für die Antriebe von morgen

In Bremerhaven entsteht ein H2-3D-Versuchsstand, ein sogenannter Seegangs-Simulator, der durch das Technologie-Transfer-Zentrum (ttz) realisiert wird. Bisher wurden die Wasserstoffanwendungen schwerpunktmäßig eher an Land- und Straßenbedingungen erprobt, die Anwendung in den Bereichen der See mit ihren vielfältigen Dimensionen stellt jedoch noch einmal eine ganz andere Herausforderung dar. Somit bietet der Seegangs-Simulator den Unternehmen des Schiffbaus und der entsprechenden Zulieferindustrie Unterstützung bei der Entwicklung, Erprobung und Prüfung wasserstoff- und brennstoffzellenbasierter Komponenten und Systeme für Schiffsantriebe. Auch hier sollen im Rahmen von Forschungs- und Entwicklungsprojekten die Versuchsinfrastruktur von kleinen und mittelgroßen Unternehmen, aber auch von Start-ups, genutzt werden können, mit dem Ziel, die innovativen Ideen und Technologien verstärkt am internationalen Markt durchzusetzen, um einen wichtigen Beitrag zur Technologieführerschaft Deutschlands in Bezug auf die Wasserstoffanwendung zu leisten.
Begrüßt wird die zugewiesene Förderung von Bremerhavens Oberbürgermeister Melf Grantz: „Der Seegangs-Simulator ist eine konsequente Weiterentwicklung des Kompetenzfeldes Wasserstoff in Bremerhaven. Wir kombinieren die maritimen Standortvorteile in einer ausgeprägten Wissenschaftslandschaft mit einem wachsenden Wasserstoffnetzwerk.“

Foto: Goetz Schleser/FROSTA

FRoSTA SETZT AUF DEN STANDORT BREMERHAVEN

Bremerhaven bleibt das Herz der FRoSTA-Produktion: Der Tiefkühlkosthersteller verzeichnet 2024 einen deutlichen Gewinnsprung und setzt auf den Ausbau seines Standorts in der Seestadt. Neben der Erweiterung der Produktionskapazitäten entstehen bis zu 150 neue Arbeitsplätze.

Neue Wachstumsstrategie

Mit einem Jahresüberschuss von 42 Millionen Euro – einem Anstieg von 23 Prozent – zeigt sich FRoSTA wirtschaftlich stark aufgestellt. Besonders die Eigenmarke treibt das Wachstum an: Der Umsatz in diesem Segment stieg um 13,5 Prozent auf 331 Millionen Euro. Damit hat sich der Wert im Vergleich zu vor fünf Jahren mehr als verdoppelt. Um die steigende Nachfrage zu bedienen, setzt das Unternehmen auf eine neue Personalstrategie. Statt Stellen einzusparen, wächst FRoSTA weiter: Allein 2024 wurden bereits 95 neue Mitarbeiter:innen eingestellt, aktuell zählt das Unternehmen 1.760 Beschäftigte. Ein optimiertes Schichtmodell sorgt zudem für effizientere Abläufe: Die Produktion beginnt künftig bereits am Sonntagabend.

Nachhaltigkeit als Teil der Unternehmens-DNA

Neben dem wirtschaftlichen Erfolg bleibt Nachhaltigkeit ein zentrales Element der FRoSTA-Strategie. Das Unternehmen gehört zu den treibenden Kräften der **Klimakooperation Fischereihafen (CCF)**, einer der größten firmenübergreifenden Klimaschutz-Initiativen in Deutschland. Ziel ist es, den Fischereihafen Bremerhaven bis 2030 CO_2-neutral zu machen. Hier setzt FRoSTA auf energieeffiziente Produktionsprozesse, die Reduzierung von Verpackungsmaterial und die Förderung nachhaltiger Lieferketten. Die Bedeutung des Standorts Bremerhaven ist für FRoSTA unbestritten: „Unsere Wurzeln liegen hier, und unser Erfolg basiert auf der starken Verbindung zur Region“, betont Vorstandsvorsitzender Felix Ahlers.

NEWS-TICKER

Richtfest für die Allianz 3 Schulen
Die Allianz 3 Schulen haben mit dem dritten und letzten Richtfest für die Neue Grundschule Lehe einen weiteren Meilenstein erreicht. Nun liegt der Fokus auf den Eröffnungen der ersten beiden Schulen nach den Sommerferien, gefolgt von der dritten nach den Herbstferien.

Gründungszentrum nimmt Form an
Die Bauarbeiten laufen auf Hochtouren: Die Bodenplatte und das Treppenhaus stehen, das erste Geschoss ist mitsamt Decke bereits errichtet. Nachhaltige Holzelemente nach dem Cradle-to-Cradle-Prinzip prägen den Baufortschritt – das Richtfest ist für Anfang Juli geplant.

Foto: Scheer

Erste Wasserstofftankstelle in BHV
Die HY.City.Bremerhaven GmbH & Co. KG hat gemeinsam mit dem ehemaligen Bundeskanzler Olaf Scholz die erste Wasserstofftankstelle der Stadt in Betrieb genommen. Nach fast fünf Jahren Planungs- und Bauzeit markiert die Eröffnung einen wichtigen Schritt für die nachhaltige Mobilität in der Region.

Events

TREFFEN SIE UNS PERSÖNLICH!

Foto: dorschblick

LEINEN LOS FÜR NEUE PERSPEKTIVEN: DIALOG DER GENERATIONEN FÜR DIE ARBEITSWELT VON MORGEN
MS KOI, Bremerhaven
14. August 2025

MS KOI WIRD ZUM SCHWIMMENDEN THINK TANK

Am 14. August verwandelt sich die MS KOI in einen außergewöhnlichen Begegnungsort: Während das exklusive Eventschiff über die Weser fährt, treffen junge und erfahrene Köpfe aufeinander, um zentrale Fragen des gesellschaftlichen Wandels zu diskutieren. Im Mittelpunkt stehen die Werte, Erwartungen und Perspektiven der Generation Z – sowie deren Relevanz für Wirtschaft, Gesellschaft und Politik.
Dr. Kilian Hampel, renommierter Trendforscher und Moderator des Tages, führt durch das Programm und stellt aktuelle Ergebnisse der Trendstudie „Jugend in Deutschland: Verantwortung für die Zukunft? Ja, aber...“ (2025) vor. In interaktiven Workshops und Diskussionsrunden begegnen sich Auszubildende, Studierende und Unternehmensvertreter:innen auf Augenhöhe – für ein besseres Verständnis und neue Impulse im Umgang mit dem Generationswandel.
Haben Sie Interesse dabei zu sein? Dann melden Sie sich gerne unter *standortmarketing@bis-bremerhaven.de*

PERSONALERSTAMMTISCH
Netzwerkveranstaltung für Personalverantwortliche
Bremerhaven
MAI 20. | 2025

BREMERHAVENTALK
Veranstaltungsserie
Bremerhaven
JUNI 3. | 2025

EXPO REAL
Immobilienmesse
Stand: B2.240
München
OKTOBER 6.–8. | 2025

HYDROGEN TECHNOLOGY EXPO
Weltleitmesse Wasserstoff
Stand: 6L35, Halle B6
Hamburg
OKTOBER 21.–23. | 2025

IMPRESSUM

Herausgeberin
BIS Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung mbH
Am Alten Hafen 118, 27568 Bremerhaven
(0471) 946 46 615, mail@bis-bremerhaven.de
bis-bremerhaven.de
Insa Rabbel (V.i.S.d.P)
Jan Ehlers (Redaktionsleitung)

Konzeption, Redaktion & Layout
Lars Grochla, Sarah Joost, Ingrid Grochla, Natalia Grochla
Aheads GmbH
Waller Stieg 3, 28217 Bremen

Druck
BerlinDruck GmbH + Co KG
Oskar-Schulze-Straße 12, 28832 Achim

Kofinanziert von der Europäischen Union

Druckprodukt mit finanziellem Klimabeitrag
ClimatePartner.com/11242-2504-1002

FSC www.fsc.org RECYCLED Papier aus Recyclingmaterial FSC® C011814

Bremerhavener Gesellschaft für Investitionsförderung und Stadtentwicklung mbH bis

BREMERHAVEN KURS INNOVATION