

**Mitteilung des Senats vom 2. Mai 2000**

**Bremer Industriepark**

Die Fraktionen der SPD und der CDU haben unter Drucksache 15/264 eine Große Anfrage zu obigem Thema an den Senat gerichtet.

Der Senat beantwortet die Große Anfrage wie folgt:

1. Welche Summen wurden wann und wofür von der öffentlichen Hand bzw. den von ihr beauftragten Gesellschaften investiert, um den Bremer Industriepark als Gewerbegebiet zu entwickeln?

In der Tabelle 1 sind die Ausgaben für den Bremer Industriepark nach Kostengruppen getrennt bis zum 31. Dezember 1999 sowie der geplante Abfluss für die Folgejahre dargestellt.

Maßnahme	Ausgaben bis 31.12.99 TDM	2000 TDM	2001 TDM	2002 TDM	2003 TDM	2004 TDM	Gesamt TDM
Planung, Gutachten, Steuerung	8.920	482	476	476	476	226	11.056
Bauvorbereitung	13.235	4.589	290	2.550	3.290		23.954
Äußere Anbindung	1.790	4.564	5	300		200	6.859
Innere Erschließung	40.216	7.819	8.469	1.461	7.423	3.120	68.508
Kompensationsmaßnahmen	2.650	2.359	2.359	860	2.000	2.000	12.228
Nebenkosten / Unvorhergesehen	179	2.202	1.201	1.201	1.201	501	6.485
<b>Summe</b>	<b>66.990</b>	<b>22.015</b>	<b>12.800</b>	<b>6.848</b>	<b>14.390</b>	<b>6.047</b>	<b>129.090</b>

Quelle: Kostenberechnungen der WfG  
Tabelle 1

Der Mittelabfluss über die Jahre bis zum 31. Dezember 1999 stellte sich wie folgt dar:

1994	TDM	5.500
1995	TDM	8.140
1996	TDM	5.260
1997	TDM	12.153
1998	TDM	13.954
1999	TDM	21.983
<b>Summe</b>	<b>TDM</b>	<b>66.990</b>

2. In welcher Größe und in welcher Lage wurden bislang Flächen veräußert bzw. wo und in welchem Umfang sind Flächen mit festen Optionen belegt?

Von den zurzeit erschlossenen Flächen von rd. 35,8 ha (netto) wurden bislang 16,2 ha an zehn Unternehmen veräußert bzw. mit festen Optionen belegt. Das sind 45 % der erschlossenen Flächen. Die Lage der Fläche kann der Anlage 1 entnommen werden.

3. Welche Flächen (bitte Größe und Lage angeben) stehen zur Vermarktung als Gewerbefläche im Bremer Industriepark aktuell zur Verfügung?

19,6 ha stehen aktuell zur Vermarktung zur Verfügung. In der Anlage 1 sind die sofort vermarktbareren Flächen gelb, ohne Schraffur dargestellt.

4. Welche weiteren Ausbauschritte sind geplant?

a) Welcher Mitteleinsatz ist hierfür zu welcher Zeit erforderlich?

Der Mitteleinsatz für die künftigen Erschließungsmaßnahmen ergibt sich aus Tabelle 1.

b) Welche Flächen werden dadurch marktreif und wann wird dies erreicht?

Bei weiterhin zügiger Erschließung des Bremer Industrieparks, können bis März 2001 ca. 16,2 ha, bis Ende 2002 ca. 19,6 ha sowie ab 2003 weitere ca. 17,0 ha erschlossen werden. Die einzelnen Realisierungsschritte des Bremer Industrieparks werden sich an den Vermarktungsmöglichkeiten orientieren.

5. Wie beurteilt der Senat das derzeitige Profil sowie die aktuelle Vermarktungssituation des Bremer Industrieparks?

a) Wie ist die Nachfrage nach Flächen im Bremer Industriepark?

Derzeit verhandelt die WfG mit neun Unternehmen über den Verkauf von insgesamt 10,2 ha. Zusätzlich soll im Bereich der Gottlieb-Daimler-Str./Adam-Opel-Str. die neue Feuerwache West errichtet werden. Eine entsprechende Gemeinbedarfsfläche ist auszuweisen.

b) Welche konkreten Anstrengungen unternahmen und unternehmen Wirtschaftsressort und BIG-Gruppe zur Vermarktung des Areals?

Der Bremer Industriepark ist ein Standort mit unterschiedlichen funktional-räumlichen Zonen (Nutzungszonen). Die Vermarktung erfolgt daher sowohl an Unternehmen des industriellen Sektors, hier vor allem an Unternehmen des verarbeitenden Gewerbes, als auch an Unternehmen des tertiären (Dienstleistungs-) Sektors.

Instrumente zur Vermarktung des Areals sind standortspezifische Informationsunterlagen, in denen die Standortvorteile der jeweiligen Nutzungszonen des Bremer Industrieparks ausführlich beschrieben sind. Die Vermarktung ist Teil der Gesamtdarstellung des Wirtschaftsstandortes Bremen, wie beispielsweise zuletzt auf der internationalen Immobilienmesse MIPIM in Cannes. Ein weiteres wichtiges Instrument ist die direkte intensive und individuelle Beratung interessierter Unternehmen unter Berücksichtigung weiterer Fördermöglichkeiten über die Tochtergesellschaften der BIG-Gruppe.

c) Ist das aktuelle Profil als industrielles Gewerbegebiet noch zeitgemäß oder ist eine Veränderung der Ausrichtung erforderlich?

Die vermarktungsfähigen Flächen für Industrieunternehmen (GI) liegen in unmittelbarer Nachbarschaft zum Areal der Stahlwerke Bremen GmbH, dem dominierenden Unternehmen des Standortes. Diese nach Schalleleistungspegeln gegliederten Industrieflächen stellen in der Standortargumentation eine Alleinstellung dar, da in der Wirtschaftsregion Bremen nur noch wenige GI-Flächen zur Verfügung stehen bzw. neu ausgewiesen werden. Eine Veränderung dieser Ausrichtung ist daher aus Vermarktungssicht nicht empfehlenswert.

d) Wie bewertet der Senat in diesem Zusammenhang und mit Blick auf die Bestrebungen zum Bau einer Regattastrecke die Nutzung des Bremer Industrieparks oder einer Teilfläche dieses Gebietes als Standort für wissensorientierte Dienstleistungen?

Der Senat sieht die Vermarktung des Bremer Industrieparks als Teil einer Gesamtstrategie, in deren Rahmen das aktuelle Profil des Bremer Industrieparks von großer Bedeutung ist. Ob durch den geplanten Bau einer Regattastrecke positive Effekte für die Ansiedlung wissensorientierter Dienstleistungsunternehmen ausgelöst werden können, kann z. Z. noch nicht sicher prognostiziert werden.

6. Wie ist sichergestellt, dass dieses von Lage und Anbindung her hochwertige Gewerbegebiet optimal vermarktet wird?

a) Welches Marketingkonzept liegt den Vermarktungsaktivitäten der BIG-Gruppe aktuell zugrunde und sind hier Modifikationen konkret geplant? Wenn ja: welche?

Das gegenwärtige Marketingkonzept orientiert sich an den unter 5 b) dargelegten Rahmenbedingungen. Die Vermarktung dieses Gewerbegebietes ist eingebettet in die Vermarktung des Wirtschaftsstandortes Bremen insgesamt. Ansiedlungsinteressierte Unternehmen werden entsprechend ihrer gewerblichen Tätigkeit geeigneten Gewerbebeständen zugeordnet. Für den westlichen und südlichen Be-

reich des Bremer Industrieparks (angrenzend an die Stahlwerke Bremen GmbH) sind dies emissionsträchtige und gleichzeitig immissionsunempfindliche Industriebetriebe. Die nördlich gelegenen Flächen hingegen sind für Gewerbebetriebe mit niedrigen Emissionswerten bestimmt. Im Zentralbereich stehen Flächen für vielfältige Dienstleistungsangebote zur Verfügung. Der Senat geht davon aus, dass mit Fertigstellung der infrastrukturellen Anbindung des Bremer Industrieparks (Bundesautobahn A 281/Weserquerung) dieses Konzept fortzuschreiben sein wird.

b) Wo sieht der Senat die Ursachen dafür, dass die Akquisitionsergebnisse im Bremer Industriepark bislang nicht den Erwartungen entsprechen?

und

c) Welche Schritte werden die für Bremen tätigen Wirtschaftsförderer unternehmen, um die offenbar bestehenden Vermarktungsprobleme zu beheben und angemessene Akquisitionserfolge sicherzustellen?

Der Senat ist der Überzeugung, dass unter den gegebenen Rahmenbedingungen die Vermarktungsergebnisse angemessen sind. Die Vermarktungsstrategie wird regelmäßig auf ihre Wirksamkeit überprüft und gegebenenfalls angepasst.

## Anlage 1