

## Themenschwerpunkte des Technopark Uni Bremen e.V.

- 1. Wir sind eine starke Stimme!**
- 2. Wir vernetzen!**
- 3. Wir bringen Mehrwerte!**

### **1. Wir sind eine starke Stimme!**

Der Technopark ist ein starkes Asset in Bremen. Als Verein bringen wir deutliches Gewicht in die Waagschale. Wir wollen noch stärker als bisher unsere Stimme erheben und für die Unternehmen und die wissenschaftlichen Institute sprechen – Lobbying für einen Standort mit hoher Attraktivität und mit Chancen für die Zukunft. Unser Gesprächspartner sind die Politik, die bremische Gesellschaft und die relevanten Verwaltungseinrichtungen.

Nächste Schritte:

- Wir befragen unsere Mitglieder, um deren aktuelle Interessen und Bedarfe zu erfahren.
- Wir werden unsere Gespräche mit Stakeholdern intensivieren.
- Wir arbeiten für Technologieintensität, für das Verorten von Start-up-Kultur im Technopark, für einen Inkubator.
- Wir wollen strategische Ansiedlungen unterstützen.
- Wir sehen angesichts der Flächenbegrenzung im Technopark Erweiterungsbedarf.

### **2. Wir vernetzen!**

Der Verein hat über die vergangenen zehn Jahre ein umfangreiches Programm zur Vernetzung der Mitglieder aufgebaut. Jüngstes Beispiel ist das Projekt „Meet the new Prof“. Vielfältige weitere Formate sind etabliert und erfreuen sich großer Beliebtheit. Neu geknüpfte Kontakte und der Austausch zwischen handelnden Personen – insbesondere zwischen Vertretern aus Unternehmen und Wissenschaft - sind die immerwährende Triebfeder von Innovationen und wirtschaftlichem Erfolg. Der Verein wird weiterhin ein großes Augenmerk auf die Vernetzung verwenden.

Nächste Schritte:

- Wir befragen unsere Mitglieder nach Bedarfen für neue Formate.
- Wir führen die bisherigen Vernetzungsformate weiter bzw. bauen sie aus.
- Wir führen das Projekt „Meet the new Prof“ nach Auslaufen der externen Finanzierung weiter.
- Wir planen ein Benchmark zu anderen Technoparks und suchen Networking-Erfolgsgeschichten

### 3. Wir bringen Mehrwerte!

Unter dem Motto „Leben und Arbeit“ hat der Verein zahlreiche Angebote für seine Mitglieder entwickelt: Hotelsonderkonditionen, Vergünstigungen beim Sport, Koordinierung von Mietangeboten, Kontaktvermittlung zu Behörden, Vermietung eines Apartments. Es profitierten auch vielfach die Mitarbeiter in Unternehmen, Instituten und Universität. Dieses Angebot soll größtenteils aufrechterhalten und um neue Elemente erweitert werden. Das gesamte Spektrum der Mehrwerte strahlt eine hohe Anziehungskraft aus und ist Basis für eine Verdichtung in der Mitgliederwerbung.

Nächste Schritte:

- Wir befragen die Mitglieder nach ihrem Interesse an neuen Projekten u.a. auch zu den Themen Kultur, Nachhaltigkeit, Aufenthaltsqualität.
- Wir erstellen ein Konzept zur Mitgliedergewinnung: wir sprechen zukünftig auch die Gebäudeeigner gezielt an. Wir prüfen die Mitgliedschaft von Einzelpersonen und Gästen.
- Wir prüfen spezifische Dienstleistungen, die der Verein gegen Aufwandsentschädigung anbieten kann.