

Pressemitteilung der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH:

In allen drei Ecken wird Neues drinstecken

Gewinner:innen im Wettbewerb „Pop-up-Stores“ im Rahmen des Aktionsprogramms Innenstadt stehen fest

Bremen, 15. Februar 2021. Gleich drei Flächen standen zur Auswahl, auf denen Pop-up-Stores ihre Ideen für zehn Monate kostenfrei direkt in der Innenstadt ausprobieren können. 29 Bewerbungen gingen bei der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH ein, nun steht fest, wer gewonnen hat: *FAEX* mit einem stetig wechselnden Angebot an Mode von Designern, die sonst nicht in Bremen zu finden sind, *Hello Good Buy* – ein skandinavisches Konzept, das Second-Hand neu denkt und nach Deutschland expandiert – und *m:pura* mit 3D-Lichtobjekten.

„Verfügbare Flächen beleben, die Angebotsvielfalt verbessern und neue Akteurinnen und Akteure für die Innenstadt gewinnen – das ist unser Ziel“, erläutert Kristina Vogt, Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa. „Alle Beteiligten haben sich mit großem Engagement eingebracht. Was uns über die Wettbewerbe für den Concept-Store und die Pop-up-Stores an Resonanz und Ideen erreicht hat, zeigt uns, dass wir – auch in der Wahrnehmung weit über Bremens Grenzen hinaus – auf dem richtigen Weg sind. Das bietet uns viele neue Ansätze auch für zukünftige Aktionen.“

Die Verträge sind unterschrieben, nun bauen die Gewinner:innen die Flächen nach ihren Bedürfnissen um und machen sich für den Start bereit. In der Sögestraße 56 (ehemals Schuhhaus Meinecke) bringt der *FAEX Pop Up Store* der *gip marketing & events GmbH* ein Konzept, das schon über bundesweite Veranstaltungen erfolgreich am Markt unterwegs ist, auf die stationäre Ebene. „Wir bringen im Rotationsverfahren alle acht Wochen neue Modelabel nach Bremen, die es hier sonst nicht zu kaufen gibt“, so Gründer Ingo Müller-Dormann. „Anspruchsvolle Kundinnen und Kunden finden bei uns eine kuratierte Auswahl an inhabergeführten Marken und

Manufakturen aus Deutschland und ganz Europa. Die Designer:innen stehen für höchste Qualität, hochwertige Stoffe und faire und transparente Produktionswege.“ Ergänzt wird das Angebot durch Accessoires, eine „Beauty & Health Corner“ mit ausgesuchten Produktpartnern und Veranstaltungen wie Fashionshows und Designertalks.

Um Mode geht es künftig auch in der in der Obernstraße 22-24 (ehemals Görtz). Dort findet das aus Dänemark stammende Konzept „Hello Good Buy“ eine Heimat für seinen ersten Ableger in Deutschland – mit einem etwas anderen Ansatz für hochwertige saisonale Second-Hand-Damenmode im skandinavischen Stil. Junge Menschen nehmen laut ThredUp Resales Report 2020 Secondhand-Mode schneller an als jede andere Altersgruppe. Laut Report wird erwartet, dass der Wiederverkaufsmarkt in den nächsten fünf Jahren um das Fünffache wachsen wird. „Für unsere Kundinnen sind wir Fashion Store, nicht ‚Gebrauchtwarenhandel‘. Sie kommen im Durchschnitt einmal die Woche vorbei und legen großen Wert auf Qualität, ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, Einzigartigkeit, Nachhaltigkeit und Stil“, erläutert Sarah Elise Gjerdal, Geschäftsführerin und Gründerin von Hello Good Buy.

„Mehr Licht“ gibt es in der Knochenhauerstraße 18-19 (ehemals L’UOMO). Beziehungsweise mehr als „nur“ Licht: Das Bremer Team von m:pura entwickelt 3D-Lichtobjekte und LED-Leuchtkästen, die Räumen einen eigenständigen Charakter verleihen und eine besondere Atmosphäre schaffen. „3D-Lichtobjekte sind physische Designobjekte, die ähnlich wie ein Gemälde an der Wand hängen. Mit einem direkt darüber hängenden Kurzdistanz-Beamer werden verschiedene 3D-Animationen exakt auf das Objekt projiziert. Das erzeugt ein Zusammenspiel aus Licht, Schatten und Bewegung“, erklärt Max Maurer, geschäftsführender Gesellschafter von m:pura. „Das Konzept ist bisher einmalig. Die Objekte laufen mit stetig wechselnden Designs – wir schaffen damit Woche für Woche eine neue Erlebniswelt.“

Der Wettbewerb „Pop-up-Stores“ ist Teil des Bremer „Aktionsprogramms Innenstadt“ und wird von der WFB in Auftrag der Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa umgesetzt. Die WFB hat die leerstehenden Flächen für 50 Prozent der zuletzt vereinbarten Kaltmiete angemietet und vergibt sie über Untermietverträge kostenfrei an die Gewinner:innen weiter. Aufgerufen waren kreative Gründer:innen und Unternehmen mit neuen und nachhaltigen Ideen und Angeboten, die so noch nicht in der Innenstadt zu finden sind. Nach Ende der mietfreien Phase von zehn Monaten sollen die Ideen zu marktüblichen Bedingungen dauerhaft eine Heimat in der Innenstadt oder an anderen Standorten in Bremen finden.

„Die Pop-up-Stores sind ein Gewinn für alle“, erklärt Andreas Heyer, Vorsitzender der Geschäftsführung der WFB. „Der Jury und uns ist wichtig, dass die Besucherinnen und Besucher der Innenstadt durch spannende Angebote neugierig auf einen Besuch in der City gemacht werden. Gleichzeitig sollen etablierte Geschäfte von der zusätzlichen Laufkundschaft profitieren, und auch die Immobilienbranche, mit der wir in enger Partnerschaft diese innovativen Nutzungsformen entwickeln, gewinnt durch die neue Vermietungssituation.“

Zu den Kriterien der Jury gehörten die Stimmigkeit der Konzepte, der Innovationsgrad, die voraussichtliche Kundenfrequenz, Innenstadttauglichkeit und Nutzungsvielfalt, das Alleinstellungsmerkmal des Konzeptes und die wirtschaftliche und ökologische Nachhaltigkeit. Der Begriff Pop-up-Store bezeichnet dabei kurzfristig öffnende und häufig zeitlich begrenzt angelegte Einzelhandelskonzepte, die in leerstehenden Gewerbeflächen betrieben werden. Das Angebot ähnelt häufig einer Boutique, kann aber auch andere Waren oder Dienstleistungen umfassen. Durch die temporäre Nutzung und wechselnde Angebote ergeben sich für Kundinnen und Kunden vermehrt Anreize zum Besuch und ein besonderer Erlebnischarakter.

Das Aktionsprogramm Innenstadt

Das Aktionsprogramm Innenstadt wurde am 25. August 2020 vom Senat beschlossen, um die Folgen der Corona-Pandemie abzufedern. Es ist ein Gemeinschaftsprojekt der Senatskanzlei, der Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa, der Senatorin für Klima, Umwelt, Mobilität, Stadtentwicklung und dem Senator für Kultur – unter der Federführung von Bürgermeister Dr. Andreas Bovenschulte und finanziert über den Bremen-Fonds. Das Aktionsprogramm Innenstadt umfasst insgesamt über 30 Einzelmaßnahmen, die bis Ende 2021 schnell und unkompliziert umgesetzt werden und die Bremer City nachhaltig stärken sollen. Weitere Informationen unter www.bremenwirdneu.de.

Presse-Kontakt: Andrea Bischoff, Referentin Unternehmenskommunikation, WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH, Telefon 0421 9600-159, andrea.bischoff@wfb-bremen.de

Verantwortlich: Juliane Scholz, Pressesprecherin und Leiterin Unternehmenskommunikation, WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH, Telefon 0421- 96 00 128, juliane.scholz@wfb-bremen.de

Die WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH ist im Auftrag der Freien Hansestadt Bremen für die Entwicklung, Stärkung und Vermarktung des Wirtschafts-, Messe- und Veranstaltungsstandortes Bremen zuständig. Ihr vorrangiges Ziel ist es, mit ihren Dienstleistungen und Angeboten zur Sicherung und Schaffung von Arbeitsplätzen in Bremen beizutragen und der bremischen Wirtschaft gute Rahmenbedingungen für den unternehmerischen Erfolg zu bieten. Weitere Informationen: www.wfb-bremen.de.