

Pressemitteilung der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH:

Einzelhandel mit neuen Ideen

Gewinner:innen im Wettbewerb „Neu gedacht – neu gemacht“ im Rahmen des Aktionsprogramms Innenstadt stehen fest

Bremen, 18. Oktober 2021. Mehr als nur Shoppen – das versprechen die Konzepte, die sich als Gewinner:innen im Wettbewerb „Neu gedacht – neu gemacht“ durchgesetzt haben: Made in Bremen, die Buchhandlung Storm, BoConcept, Wolle/schnitträume und Huddy. Die fünf Geschäfte aus der Bremer Innenstadt haben mit innovativen Ideen überzeugt, für deren Umsetzung sie nun im Rahmen des Bremer Aktionsprogramms Innenstadt finanzielle Unterstützung erhalten.

„Der Einzelhandel steht nicht erst seit der Corona-Pandemie vor besonderen Herausforderungen. Um Kundinnen und Kunden weiterhin oder wieder für sich zu begeistern und im Wettbewerb mit dem Onlinehandel zu bestehen, braucht es neue und individuelle Konzepte, die besondere Einkaufserlebnisse bieten“, erläutert Kristina Vogt, Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa. Diesen Wandel unterstützt die WFB im Auftrag der Senatorin mit dem Wettbewerb.

„Wir haben mit den bereits umgesetzten Wettbewerben für die Innenstadt viel positive Resonanz erzielt und neuen Angeboten eine Heimat geben können. In diesem Wettbewerb steht der bereits bestehende Einzelhandel im Fokus, den wir auf seinem Weg, sich zukunftsfähig aufzustellen, unterstützen und begleiten“, so Andreas Heyer, Vorsitzender der Geschäftsführung der Wirtschaftsförderung. „Es gab spannende Bewerbungen und die Jury hat sich die Auswahl nicht leicht gemacht. Wir haben in jedem Einzelfall betrachtet, wie sich das bestehende Geschäft erfolgreich für die Zukunft aufstellen kann. Das sind jeweils höchst individuelle Lösungen mit einer großen Bandbreite.“

Die Gewinner:innen erhalten eine Förderung: Für den ersten Platz gibt es 70.000 Euro, für den zweiten 50.000 Euro, für den dritten 35.000 Euro und für

den vierten und fünften Platz jeweils 20.000 Euro. Alle Beteiligten investieren neben dem gewonnenen Preis auch eigene Mittel für die Umsetzung der Konzepte.

Durchgesetzt hat sich als Erstplatzierter „Made in Bremen“. Die Dachmarke versammelt regionale Macher:innen von Produkten, Ideen, Kunst und Kultur und bietet in der Stadtwaage ein umfangreiches Forum. Im Kaufhaus in der Langenstraße gibt es Produkte aus Bremen und umzu und Veranstaltungen wie zum Beispiel Verkostungen. Mit dem Preisgeld soll es um die erste Etage erweitert und damit auch der Saal des historischen Gebäudes für Besucher:innen geöffnet werden. Neben weiteren Veranstaltungen wird dort das Sortiment um Produkte aus dem Bereich „Living“ erweitert: Möbel, Kunst, Einrichtung und Mode von lokalen Herstellerinnen und Herstellern. Zudem ist ein Café geplant. Hinzu kommen ein smartes Besucherlenkungs- und Kassensystem und Angebote für Verpackung und Lieferung von Waren. Die Ladenfläche im Erdgeschoss wird bereits von sechs fiktiven Bremer Figuren flankiert. Sie sollen um weitere fünf ergänzt werden, über QR-Codes können sich Besucher:innen in animierten Kurzfilmen in mehreren Sprachen Geschichten über die Stadt und zu den Produkten erzählen lassen.

Auf dem zweiten Platz: Die Buchhandlung Storm, ebenfalls aus der Langenstraße. Eine der ältesten Buchhandlungen Bremens mit bewegter Geschichte. Trotz großer Konkurrenz durch Onlinehandel und Filialisten hat sich Bremens einst größte Buchhandlung bis heute halten können, unter anderem aufgrund ihrer „Belle Etage“ mit einem breiten literarischen, politischen und geisteswissenschaftlichen Sortiment. Dieser Schwerpunkt soll erhalten bleiben, aber Inhaberin Alexandra Rempe möchte neue Kundinnen und Kunden hinzugewinnen. Bildeten bisher hauptsächlich das Bremer Bildungsbürgertum, Geschäftsleute, ein überschaubarer Kreis Studierender und Touristinnen und Touristen die Hauptzielgruppe, soll die Buchhandlung künftig attraktiver für Familien, Kinder- und Jugendliche sowie Studierende werden. Für den Innenraum ist eine Neugestaltung geplant, die aus dem

bisherigen Kassenbereich einen zentralen Treffpunkt zum Schmökern, Fachsimpeln und Austauschen macht. Durch die neue Gestaltung soll auch der Raum für Veranstaltungen wie kleine Schreibworkshops, Lesungen und Diskussionsrunden entstehen.

Über den dritten Platz kann sich BoConcept freuen. Das Geschäft mit der Adresse Knochenhauerstrasse/Wegesende ist als Marke für moderne und urbane Möbel- und Einrichtungslösungen seit zehn Jahren in Bremen etabliert. Mit der Förderung soll ein Konzept umgesetzt werden, dass es so sonst nur in Paris und Tokio geben würde: Dafür soll die bisherige Kassenzone aufgelöst werden, bezahlt werden kann mittels mobiler Geräte direkt am Möbel der Wahl. Die Mitarbeitenden sollen mit Tablets ausgestattet werden, was flexibleres und ökologisch nachhaltigeres Arbeiten ermöglicht. Die Planung wird mithilfe eines 3D-Planungsprogramms vorgenommen und auf Fernseher übertragen. Haben Kundinnen und Kunden ein Foto ihres zu verändernden Raumes, kann das gewünschte Möbelstück mittels Augmented Reality in das Bild eingefügt werden, um einen Eindruck zu bekommen. Digitale Zonen mit Bildschirmen schaffen die Möglichkeit, den eigenen Stil und Vorschläge für eigene Räume zu entdecken, RFID-Leser bieten Hintergrundinformationen zu Stoffen. Zudem soll das Beleuchtungssystem digital gesteuert und auf LED umgestellt werden, geplant sind außerdem Veranstaltungen und ein nachhaltiges Liefersystem.

Von Hand gemacht ist das Angebot der Viertplazierten: Das Geschäft „Wolle“ von Julia Hübotter mit hochwertigen Handarbeitsgarnen und Strickprodukten und die Schnittwerkstatt „schnitträume“ von Nicola Hübotter mit Produkten aus dem Textilbereich und Upcyclingartikeln. Mit der Förderung sollen die Flächen der beiden am Wall 164 zu einer Hausgemeinschaft verbunden werden. Auf insgesamt rund 300 Quadratmetern entstehen miteinander verbundene Räume für ein Einkaufserlebnis, das Shopping, Workshops, Seminare, Beratung und Ausstellungen innerhalb des ganzen Hauses bieten soll. Neben den Produkten gibt es die Möglichkeit zum Austausch mit

Fachleuten und dazu, selbst aktiv zu werden. So soll ein Treffpunkt für Textil, Heimtextil, Bekleidung, Maßkleidung, Handarbeiten und Upcycling entstehen. Zudem wird eine gemeinsame Modekollektion aus Strick und Stoff produziert – nachhaltig auf Bestellung, es gibt einen Schnittservice für Einzelstücke und Kleinserien und den ersten eigenen Shop für „my pulli tailored knitwear“ mit Strickwaren nach Maß. Hinzu kommen Strick- und Häkelkurse, Ausstellungen und ein Reparaturservice für Maschenware. Und auch außerhalb der Öffnungszeiten können sich Strickbegeisterte mit Material versorgen: Vor der Fassade soll ein historischer Automat seinen Platz finden, an dem Wolle und so genannte „Knitkits“ gezogen werden können.

Über den fünften Platz freut sich eine Gemeinschaft von drei Start-ups, die an der Bischofsnadel zu Hause ist: Huddy fertigt seit 2018 Pulloverunikate nach Maß und dem Baukastenprinzip – Kundinnen und Kunden wählen Modell und Stoff nach eigenen Vorlieben. Im November 2020 wurde die Kollektion „Home is where the Moin is“ herausgebracht – 19,93 Prozent gehen als Spende an „Die Tasse“ Bremen, die sich um wohnungslose und sozial schwache Menschen kümmert. Bei BLNKS entstehen individuelle von Hand gefertigte Schuhe, auch hier entscheidet die Kundschaft selbst über Modell, Material und Extras. Und die Flammkraft GmbH fertigt hochwertige Outdoorgrills in Zusammenarbeit mit regionalen Partnerinnen und Partnern. Mit der Förderung sollen die Flächen neu gestaltet und so multifunktional nutzbar werden – zum Beispiel für Musikveranstaltungen, Künstler:innen oder Theatervorstellungen. Auf einer Pop-up-Verkaufsfläche wird in regelmäßigem Wechsel kleinen und regionalen Labels die Möglichkeit gegeben, sich zu präsentieren. Neue Labels und ausstellende Künstler:innen werden im Rahmen von Eröffnungsabenden und Vernissagen vorgestellt. Im Obergeschoss soll ein flexibel gestaltbarer zentraler Treffpunkt mit Küche, Bar und Loungebereich entstehen, auch der Außenbereich wird neu gestaltet.

Der Wettbewerb richtete sich ausschließlich an kleine Unternehmen innerhalb eines fest definierten Bereichs der Bremer Innenstadt. Gefördert

werden ausschließlich Fremdkosten in Investitionen sowie Dienst- und Handwerkerleistungen. Die eingereichten Konzepte wurden durch eine Fachjury nach festgelegten Kriterien bewertet. Dazu gehörten die Stimmigkeit des Konzeptes, sein Innovationsgrad, die Relevanz für die Frequenz von Kundinnen und Kunden in der Innenstadt, die Nutzungsvielfalt und die ökologische Nachhaltigkeit.

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.