

mittendrin

IN DEN BREMER QUARTIEREN



Ansgari Quartier

Bahnhofsvorstadt

Gröpelingen

Hemelingen

Lloyd Passage

Neustadt

Schlachte

Sөгstraße

Vegesack

Viertel

Wall

Vorschau Termine Oktober bis Dezember

10. und 11. Oktober:

Vegefest in der
VegeSacker City
Sa.: 11 bis 24 Uhr
So.: 11 bis 18 Uhr

11. Oktober:

Verkaufsoffener Sonntag
in der VegeSacker City
13 bis 18 Uhr

21. Oktober:

Lichterlauf in Hastedt
Treffpunkt Schoosterboorn
18.30 Uhr

1. November:

Verkaufsoffener Sonntag
in der City und im Viertel
13 bis 18 Uhr

8. November

Verkaufsoffener Sonntag
in Gröpelingen
13 bis 18 Uhr

8. November:

Internationales
Erzählfestival Feuerspuren
in Gröpelingen
(Lindenhofstraße)
15 bis 18 Uhr

23. November bis

23. Dezember:
Weihnachtsmarkt und
Schlachte-Zauber
in der City

23. November bis

31. Dezember:
Weihnachtsmarkt in der
LLOYD PASSAGE

23. November bis

3. Januar:
VegeSacker Winterspaß
mit Eislaufvergnügen
in VegeSack

28. November:

Internationales
Kutterpullen auf der
Weser an der Schlachte

28. November,

5., 12., 19. Dezember:
Adventsshopping bis
22 Uhr in der Bremer City

Bremens lebendige Quartiere

Bremen besteht aus vielen lebendigen Quartieren. Sie zeichnen sich durch eine spannende Mischung von Einzelhandel, Gastronomie und Kultur aus und prägen Urbanität und Lebensqualität. Oft stehen engagierte Einzelhändler, Gastronomen, Kulturschaffende und Immobilieneigentümer in Form von Werbe- und Standortgemeinschaften sowie Business Improvement Districts (BIDs) hinter dem Erfolg dieser Quartiere.

Sie organisieren Veranstaltungen, schalten Werbeanzeigen und kümmern sich gemeinsam mit der Stadt um einen attraktiven öffentlichen Raum. Meist erfolgt dies im Rahmen von ehrenamtlichem Engagement. Insbesondere in den bisherigen BID-Bereichen Ostertorsteiweg/Vor dem Steintor, Ansgarikirchhof und Sögestraße ist es durch die Bereitschaft der Eigentümer, sich inhaltlich und finanziell an der Entwicklung ihrer Standorte zu beteiligen, gelungen, die Quartiere positiv weiterzuentwickeln.

BIDs schaffen den rechtlichen Rahmen, um sich innerhalb eines definierten Zeitraumes für seinen Standort positiv einzubringen. Die Eigentümer können dabei die umzusetzenden Maßnahmen im Rahmen der Antragserstellung selbst bestimmen, sie können ihr Quartier mitgestalten. Ich habe festgestellt: Je größer das Engagement vor Ort, desto attraktiver ist das Quartier, und umso größer ist ihr Standortvorteil.



Mit herzlichem Gruß
Ihr

Martin Günthner
Senator für Wirtschaft,
Arbeit und Häfen

Bremen City App

Die benutzerfreundliche App bietet Infos über alle Innenstadtangebote. Wer ein Produkt, eine Marke oder eine Dienstleistung sucht, wird hier fündig – ob Öffnungszeiten der Geschäfte oder Tipps zu Übernachtungsmöglichkeiten, Freizeit, Gastronomie, Kultur und Sehenswürdigkeiten. Mit der App ist man stets bestens informiert. **Viel Spaß!**



Apple App Store



Google Play Store



Inhalt

LLOYD PASSAGE: Hin zur 1-a-Lage	3
Die Neustadt lebt	3
Gemeinsam engagieren und profitieren	4
Viertel im Vorwärtsgang	5
Ansgarikirchhof im Aufschwung	6
Sauberkeit, Sicherheit, Sögestraße	7
Ist ein BID für Hemelingen umsetzbar?	8
Engagement für Gröpelingen	8
Von Hamburg bis New York	9
Plädoyer für ein starkes VegeSack	10
Schlachte: Gemeinsam stark	10
Der Wall macht mobil	11
Umgestaltung der Bahnhofsvorstadt	11
Rückblickend	12

Titelfoto: Jonas Ginter

IMPRESSUM

mittendrin
10. Oktober 2015

Das Magazin mittendrin in den Bremer Quartieren wird gefördert vom Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen

Herausgeber:

CityInitiative Bremen Werbung e.V.
Dr. Jan-Peter Halves (V.i.S.d.P.)
Hutfilterstraße 16–18, 28195 Bremen
Tel. 0421-165 55 51, www.bremen-city.de

Verlag:

Bremer Tageszeitungen AG
Martinstraße 43
28195 Bremen

Druck:

Druckhaus Hamburg GmbH & Co. KG
Am Hilgeskamp 51–57
28325 Bremen

LLOYD PASSAGE: Hin zur 1-a-Lage



250 Meter lang und Standort für mehr als 30 Geschäfte:
Die LLOYD PASSAGE – hier bei Nacht.

Kaum vorstellbar: Vor 25 Jahren war die Passage noch ein dunkler Hinterhof, bevor sie durch private Initiative vom Aschenputtel zur Königin der City erblühte. Heute ist sie die Straße mit der höchsten Besucherfrequenz in der Bremer Innenstadt.

„Wenn es die LLOYD PASSAGE nicht gäbe, man müsste sie erfinden“, sagt Jochem Hauser, Geschäftsführender Vorstand der Interessengemeinschaft LLOYD PASSAGE und Geschäftsführer der Roland Fashion GmbH. Die Passage sei eine starke Gemeinschaft von acht Grundeigentümern, die jedes Jahr viel Geld in die Hand nehmen. „Wir müssen unseren Vorreitern dankbar sein für ihre Mühen und ihren Wagemut“, betont Hauser. „Sie haben im Rahmen einer privaten Initiative vor 25 Jahren rund zwölf Millionen D-Mark in dieses Projekt investiert. Das war mutig, aber auch weitsichtig.“ Der Gedanke, dass es diese private Initiative nicht gegeben hätte, ist für den Geschäftsmann unvorstellbar: „Ein ganz wichtiger Werbeträger für Bremen würde fehlen!“

Das findet auch Hans-Hinrich Blumenberg. „Man darf nicht immer auf den Staat warten, man muss die Chancen selbst in die Hand nehmen“, sagt der frühere Karstadt-Geschäftsführer der Bremer Filiale. Er gilt als Vater der Passage, deren Ehrenmitglied er heute ist. Jahre vergingen, bevor alle Grundstückseigentümer bereit waren, gemeinsam zu investieren. „Es war schwierig, es waren zähe Verhandlungen, aber es hat sich gelohnt“, zieht Blumenberg ein Fazit. „Das Geld war ein gutes Investment. Es hat die Lage und damit auch den Wert der Grundstücke erheblich verbessert.“

Die Neustadt lebt

Die Neustadt ist der größte Stadtteil Bremens. Er ist ein urbaner, multikultureller, lebhafter und spannender Ort für dynamische Großstadtmenschen. „Viele Neustädter, Initiativen, Nachbarschaftsprojekte, Vereine und Privatpersonen bringen ihren Stadtteil durch aktive Arbeit nach vorn“, sagt Astrid-Verena Dietze vom Stadtteilmanagement freudig. „Hier wird nicht immer gewartet, bis die Stadt etwas unternimmt. Die Menschen hier krempeln die Ärmel hoch und unternehmen was.“

Die Ergebnisse können sich sehen lassen: SummerSounds, das Neustädter Kulturfestival, ist mit viel privatem Engagement entstanden. Bis zu 8000 begeisterte Besucher feierten dieses Jahr die zehnte Auflage des Kulturfestivals, das der Verein WIR-Neustadt-Bremen in Zusammenarbeit mit dem Stadtteilmanagement auf die Beine stellt.

VIS-A-VIS ist eine neue Initiative von Neustädter Kulturakteuren. Sie schärft den Blick auf die offensichtlichen, aber auch auf



verborgene Attraktionen im Stadtteil und aktiviert die Verbindungen zwischen den Akteuren, denn Kooperation ist das Programm!

Gemeinsam können wir es schaffen: Dieses Motto gilt auch für das Urban Gardening Projekt „Lucie-Flechtmann-Platz“, ein Gemeinschaftsgarten, der im Juni 2013 eröffnet wurde. „Lucie entstand durch die Idee und das Engagement einiger Nachbarinnen des angrenzenden Seniorenheims und der KiTa“, erläutert Dietze. „Das sind drei besonders bekannte Beispiele vieler Initiativen in der Neustadt.“ Die Neustadt werde auch für Besucher immer interessanter. Viele seien überrascht, wie bunt und vielfältig das Leben dort ist und sie kämen immer wieder.

Zahlreiche Bremer engagieren sich für ihren Stadtteil – mit gutem Beispiel geht die Neustadt voran.



Fotos (4): D. Buchholz



Gemeinsam engagieren und profitieren

Bettina Schaefers (Foto links) ist Ansprechpartnerin zum Thema BID in der Handelskammer Bremen und präsentiert die Bremer BIDs auf Bundesebene als Teilnehmerin des DIHK-Kompetenzteams.

Anke Werner ist Ansprechpartnerin bei der WFB Wirtschaftsförderung Bremen und informiert, berät und begleitet Interessierte, Beteiligte, BID-Initiativen und rechtskräftige BIDs in Bremen.



Im Ansgari Quartier hat sich ja einiges verändert. Es ist wirklich schön hier, und die Besucher fühlen sich wohl. Warum passiert das an anderer Stelle nicht auch? Was läuft hier anders?

WERNER: Im Ansgari Quartier haben die Immobilieneigentümer Eigeninitiative ergriffen. Da muss man wirklich den Hut ziehen.

Die Sandkisten für Kinder, die Musik, das machen alles die Anlieger? Wie kann das funktionieren?

SCHAEFERS: Die Anlieger haben sich zusammengeschlossen und setzen das gemeinsam um.

Wirklich beachtlich! Wie bekommen die Initiatoren das hin und was ist mit den Kosten? Häufig ist es ja so, dass sich nur einige wirklich engagieren und dann meistens auch noch zahlen – für die anderen gleich mit.

WERNER: Die Gemeinschaft im Ansgari Quartier hat sich zu einem BID zusammengeschlossen, zu einem Business Improvement District. An dem sind alle Anlieger beteiligt, und die Finanzierung wird auf alle verteilt. Trittbrettfahrer gibt es nicht.

Business Improvement District – das klingt ja sehr amerikanisch. Was steckt dahinter?

SCHAEFERS: Mit Amerika sind Sie nah dran: Das BID wurde in Kanada erfunden, genau genommen in Toronto. 1970 haben Anlieger in der Innenstadt ein Konzept entwickelt, um sich gegen die Konkurrenz der Shoppingcenter in den Stadtrandlagen zu wehren. Erfolgreich. Das war die Geburtsstunde des BID, das heute weltweit kopiert wird.

WERNER: Richtig. Man kann ein BID als räumlich festgelegten Bereich verstehen, ein städtisches Quartier, in dem sich Grundstückseigentümer zusammenschließen, um etwas für die Verbesserung ihres Umfelds zu tun. Die Kosten für die gemeinsam beschlossenen Maßnahmen werden auf alle Grundstückseigentümer umgelegt. Das ist möglich, weil die Stadt Bremen ein entsprechendes Landesgesetz auf den Weg gebracht hat.

Und die Hauseigentümer ziehen da mit?

SCHAEFERS: Viele haben inzwischen erkannt, dass ein BID ein gutes Instrument zur Werterhaltung ihrer Immobilien ist. Deswegen gibt es auch in der Sögestraße ein BID.

In der Sögestraße? Das ist doch ohnehin eine Toplage.

WERNER: Die Aufwertung des öffentlichen Raumes ist ja nicht das einzige Ziel eines BID. Häufig werden auch Marketing- und Serviceleistungen erbracht. Die Sögestraße finanziert beispielsweise die neue Weihnachtsbeleuchtung über ein BID und sorgt für Sauberkeit über das übliche Maß hinaus.

Also ist ein BID nicht auf bestimmte Projekte beschränkt?

SCHAEFERS: Keinesfalls. Was im Rahmen eines BID gemacht wird, das entscheiden ganz allein die Beteiligten. Das kann eine Möblierung des öffentlichen Raums zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität sein, eine Begrünung, die Beleuchtung, zusätzliche Werbung; es gibt viele Möglichkeiten. Das ist ja der Vorteil. Die Anlieger kennen Defizite und Chancen ihres Quartiers ja am besten. Deshalb entscheiden sie, was richtig ist. Wenn alle Vorhaben vernünftig kommuniziert werden und ein professioneller Träger die Projekte umsetzt, dann kann eine Gemeinschaft viel bewegen. Dafür ist der Ansgarikirchhof, auf dem wir gerade stehen, ja das beste Beispiel.

So geht's zum BID

Bettina Schaefers, Referentin Einzelhandel, Tourismus, Recht
Handelskammer Bremen, Am Markt 13, 28195 Bremen
Tel. 0421 / 36 37 - 406, Fax 0421 / 36 37 - 400

schaefers@handelskammer-bremen.de, www.handelskammer-bremen.de

Anke Werner, Projektleiterin Unternehmensservice & Standortentwicklung
WFB Wirtschaftsförderung Bremen, Langenstraße 2–4, 28195 Bremen
Tel. 0421 / 96 00 -331, Fax 0421 / 96 00 -8331

anke.werner@wfb-bremen.de, www.wfb-bremen.de
www.bid-in-bremen.de



Ohne das BID würde das Ansgari Quartier im Winter nicht so schön leuchten.



Foto: C. Kuhnaupt



Viertel im Vorwärtsgang

Das Viertel ist einzigartig. Rund 300 Läden, Cafés und Gastronomie, Theater, Kino, Kunst, Handwerkerateliers, Bars und Clubs prägen das Leben. Ein Mix, um den andere die Menschen im Viertel beneiden und der Besucher magisch anzieht. Ein sicherer Wechsel auf die Zukunft?

„**Nein**“, sagt Marcus Wewer. „Dieses Flair ist schließlich kein Geschenk. Man muss etwas dafür tun.“ Der Kaufmann, der den Feinkostladen Holtorf führt, möchte dazu beitragen, dass das Viertel im Vorwärtsgang bleibt. Deshalb plädiert er für die Neuauflage einer Standortgemeinschaft, wie es sie mit dem Business Improvement District (BID) bis zum Auslaufen vor einem Jahr gab. „Ich weiß, es gibt Kritiker des vorangegangenen Projekts“, räumt Wewer ein. Er könne das teils nachvollziehen. „Wegen einiger umstrittenen Maßnahmen darf man aber nicht das ganze BID als Instrument infrage stellen. Was daraus gemacht wird, liegt schließlich in unserer Hand.“

„Anders leben, anders einkaufen“ – dieser Slogan des Viertels trifft auch das Engagement von Carsten von Wissel. Der Mitbesitzer eines Hauses im Steintor möchte den besonderen Charme des Quartiers erhalten. „Dazu müssen wir uns positionieren und dafür sorgen, dass das Angebot, die Kultur und die Atmosphäre nicht so austauschbar wird wie in vielen anderen städtischen Zentren

heute.“ Ein BID hält von Wissel für ein geeignetes Instrument. Grundvoraussetzung sei eine „offene Kommunikation der Interessen“. Nur so könne eine Gemeinschaft geschaffen werden, die sich dem Wandel des Einkaufs-, Wohn- und des Mobilitätsverhaltens erfolgreich stellen kann.

„Natürlich ist dies ein wichtiger Grund, sich finanziell zu engagieren“, sagt auch Horst Friedrichs, Besitzer zweier Häuser im Steintor. Seine These, dass eine erfolgreiche Geschäftsstraße eben kein Selbstläufer ist, belegt der Bremer mit Zeugnissen aus der Umgebung: „Die Hastedter Heerstraße oder die Föhrenstraße waren vor ein paar Jahrzehnten noch attraktive Einkaufsstraßen. Heute regiert da der Leerstand.“ Da es erheblich schwieriger sei, einen negativen Trend umzukehren, als Vorsorge zu treffen, bekennt sich Friedrichs zu einem verpflichtenden finanziellen Obolus. „Wenn wir da etwas erreichen wollen, brauchen wir eine starke Stimme“, sind sich die Befürworter eines neuen BID einig: „Privat erreichen wir da kaum etwas.“



Foto: K. Schmidt

Zeitplan BID Viertel

August bis Oktober 2015:

Formulierung der Maßnahmen- und Finanzierungskonzepte durch Initiativgruppen der Projektbereiche Ostertorsteinweg und Vor dem Steintor

13. Oktober 2015:

Informationsveranstaltung mit allen Eigentümern aus den Straßenzügen Ostertorsteinweg und Vor dem Steintor

November 2015:

Abgabe der Anträge für die BIDs Ostertorsteinweg und Vor dem Steintor

Dezember 2015 bis März 2016:

Prüfung und Bearbeitung der Anträge durch den Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen sowie formales Verfahren

Juni 2016:

Start der BIDs Ostertorsteinweg und Vor dem Steintor, Ziel: 1. Juni 2016

Clara Imeyer ist Projektkoordinatorin der zweiten Auflage eines BID im Viertel, an dem sich auch Kaufmann Marcus Wewer beteiligt.



Ansgarikirchhof im Aufschwung

Man kennt das aus den Märchen: Das hässliche Entlein mausert sich zum stolzen Schwan und aus Aschenputtel wird die hübsche Prinzessin. Eine Aufzählung, die sich gut um ein Beispiel aus der Wirklichkeit ergänzen lässt: Die Geschichte vom Ansgari Quartier, wo private Initiative einen tristen Platz zum lebendigen Zentrum erweckte. Es ist die Geschichte von einer Gemeinschaft, die den Ansgarikirchhof mit immer neuen Ideen zu einem der beliebtesten Plätze der Stadt macht – und die diese Anstrengungen auch noch selbst bezahlt.

Peter Schöler, Erika Becker und Jens Ristedt (Foto unten, von links), die hier stellvertretend für die Gemeinschaft der im BID Ansgari eingebundenen Grundeigentümer Position beziehen, verstehen sich ganz offensichtlich gut. Auch eine Folge gemeinsam überwindener Hindernisse. Denn die Arbeit an der Erfolgsstory hat viel Einsatz gekostet. „Aber jeder Schweißstropfen lohnt sich“, bilanziert Becker. Sie ist Geschäftsführerin der BREPARK, Ristedt und Schöler sind Unternehmer. Für alle gilt, dass Freizeit ein kostbares Gut ist.

Warum also der Einsatz für das BID? Eine Frage, die auf Unverständnis stößt. Denn das BID ist Teil ihrer unternehmerischen Erkenntnis: Ohne Besucherfrequenz kein Geschäft. Ein belebter Platz sorgt auch für Umsatz. Aber wie sie die Dinge angegangen sind, mit Musik, Gärten auf dem Platz und vor allem den Sandkästen für die Kinder, da steckt auch ganz viel Persönlichkeit der jeweiligen Grundstückseigentümer dahinter. Sie haben ihre Freude an dem Spaß der Menschen in ihrem Quartier.

Vielleicht ist die Frage besser, warum sich gerade das BID so gut eignet für die Aufwertung des Platzes? „Wir waren ja auch schon vor dem BID aktiv“, sagt Ristedt. „Aber das Geld dafür wurde immer von

den gleichen aufgebracht.“ Dann erließ das Land Bremen 2006 ein Gesetz, das Standortgemeinschaften wie dem BID Ansgari die Möglichkeit einräumte, Kosten einer Aufwertung auf alle innerhalb der Gemeinschaft liegenden Eigentümer umzulegen. „Das war es, was wir hier brauchten“, erinnert sich Schöler an den Anfang.

Das BID Ansgari Quartier war 2009 das erste in Bremen. „Der Ansgarikirchhof ist zu einer innerstädtischen Marke geworden“, unterstreicht Ristedt. Angefangen von den grünen Buchsbäumen und roten Sonnenschirmen über die quadratische Sitzbank, die gleichzeitig als Bühne für die musikalische Früh- und Spätshopen-Konzerte genutzt wird, bis hin zu den beliebten Sommer- und Herbstgärten, die Sandkästen für Kinder, die kostenlose WLAN-Nutzung und die Winterbeleuchtung: Das sind die Maßnahmen, die in den vergangenen sechs Jahren umgesetzt werden konnten.



Als das erste BID auslief, legten sie 2012 gleich die zweite Auflage nach. Bis 2017 ist damit die Bespielung des Ansgarikirchhofs gesichert. Und wie es aussieht, ist das noch nicht das Ende.

Das BID Ansgari ist für das Ergebnis ihrer Bemühungen um eine Aufwertung des Quartiers durch private Initiative auf dem Industrie- und Handelskammertag in Hamburg mit dem BID-Award ausgezeichnet worden. Im bundesweiten Ranking belegte sie dieses Jahr den 3. Platz. Glückwunsch!

Was bedeutet Ihnen die Auszeichnung?

ERIKA BECKER: Natürlich freue ich mich über die Anerkennung für unsere Gemeinschaft. Aber andere Dinge sind mir wichtiger. Dass das Ergebnis unserer Anstrengungen gelingt, das ist mir wichtig.

PETER SCHÖLER: Für mich ist die Urkunde der Beweis, dass sich unsere Arbeit lohnt und dass sie Beachtung gefunden hat.

JENS RISTEDT: Die Auszeichnung der Ansgari-Gemeinschaft mit dem BID-Award macht mich stolz. Er honoriert unsere erfolgreiche, gelungene Teamarbeit



unter den Anliegern und unserem Aufgabenträger, der CS City-Service GmbH.

Was war Ihr persönlich schönstes Erlebnis im Zusammenhang mit Ihrer Arbeit für das BID?

JENS RISTEDT: Wenn ich die strahlenden Augen der Kinder sehe, wenn sie in den Sandkästen mitten in der Stadt spielen und drumherum die entspannten Eltern – das bewegt mich als Vater sehr.

Das sind für mich schöne Momente. Dann freue ich mich darüber, was wir hier geschafft haben.

PETER SCHÖLER: Der Tag der Eröffnung nach langer Überzeugungsarbeit innerhalb der Gemeinschaft und der Behörden: Am Ende waren alle vom Ergebnis angetan. Ein schöner, befriedigender Moment.

ERIKA BECKER: Mitzuerleben, wie aus einer Vision Wirklichkeit wurde. Das hat mich froh gestimmt.

Sauberkeit, Sicherheit, Sögestraße

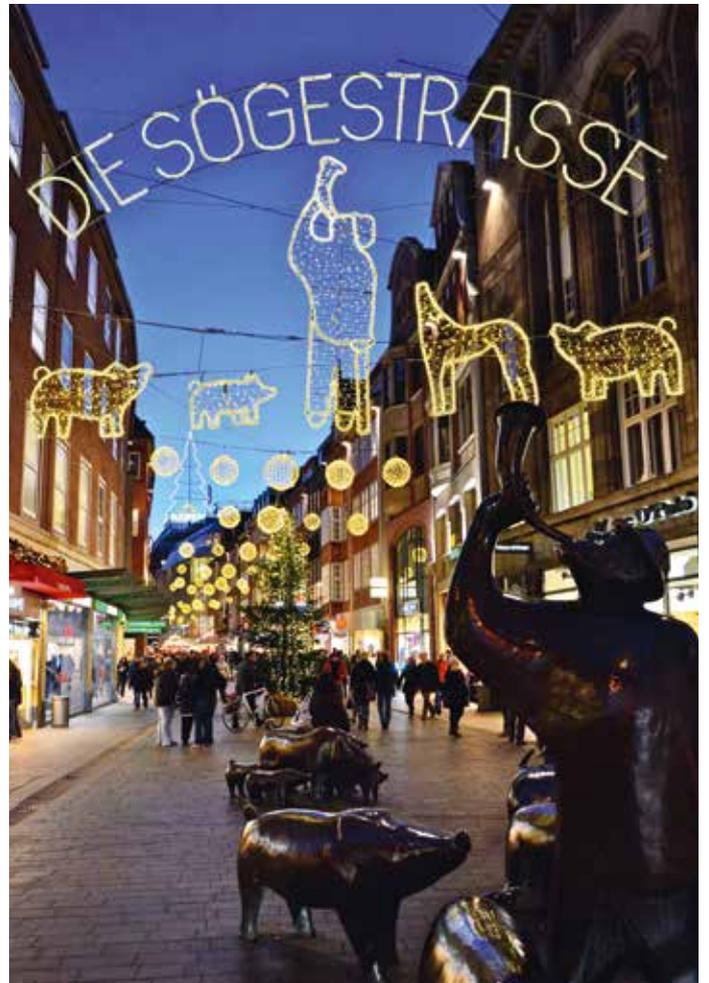
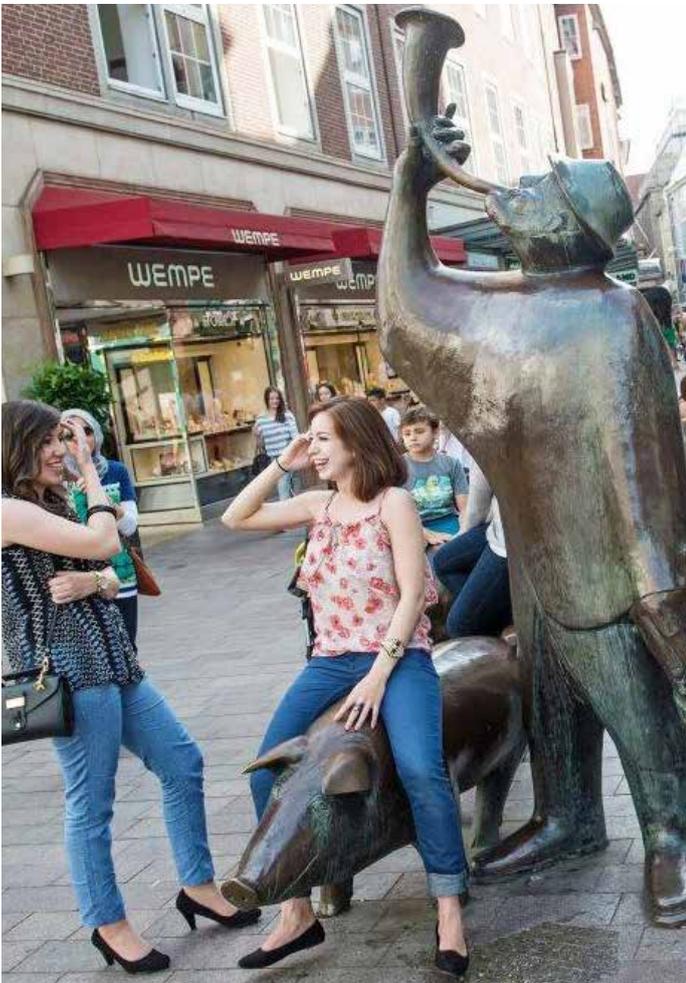
Die Sögestraße gehört seit dem 18. Jahrhundert in die erste Liga der Einkaufsstraßen. Überregional bekannte Einzelhändler mit jahrhundertealter Tradition, internationale Handelsketten und bekannte Label präsentieren sich dicht an dicht in diesem 200 Meter langen Stück Fußgängerzone zwischen Wall, historischem Marktplatz und Oberstraße.

Schon früh wurde in der Sögestraße selbst gehandelt, wenn es um die Aufwertung des Quartiers ging. Mit der Schweinegruppe haben die Anlieger bereits vor Jahrzehnten gemeinsam aus eigener Tasche eine Attraktion bezahlt, die Touristen und Einheimische gleichermaßen entzückt. Kein Wunder also, dass in diesem positiven Umfeld ein 2006 erlassenes Bremer Gesetz dankbar aufgegriffen wurde.

Seit 2012 gibt es das BID Sögestraße. Ein sechsköpfiges von den Anliegern gewähltes Gremium, dem Eigentümer ebenso angehören wie Mieter, kümmert sich gegenwärtig um die Aufwertung der Sögestraße und die Kommunikation mit allen Beteiligten. „Ein BID bietet ja nicht nur die Möglichkeit bestimmter Investitionen“, sagt Erik G. W. Marks. Der Kaufmann der Grundstücks- und Wohnungswirtschaft ist Vertreter der Mieter. „Auch ergänzende Marketing- und Serviceleistungen finanzieren wir über dieses Instrument.“ Ein wichtiges Thema im Umfeld eines hochwertigen Warenangebots ist natürlich Sauberkeit. Regelmäßig ergänzen dafür Mitarbeiter einer über das BID organisierten Reinigungsfirma die städtischen Reinigungsbemühungen. „Auch wenn man in einer

Toplage ist, darf man die Hände nicht in den Schoß legen“, findet Harald Knigge von der gleichnamigen Konditorei. „Wir müssen gemeinschaftlich dafür sorgen, dass die Sögestraße Spitze bleibt“, ergänzt Marks. Das sieht Martina Petry ähnlich. Die Geschäftsführerin des Schuhhauses Meineke findet es zudem gut, dass ein Sicherheitsdienst zum Maßnahmenpaket des BID gehört. „Das gibt den Kunden ein gutes Gefühl, aber auch uns Kaufleuten.“

Zurzeit arbeitet der Lenkungsausschuss, wie das Gremium im Fachterminus des BID heißt, an der Schweinegruppe: „Wir wollen dieses Wahrzeichen der Sögestraße gern beleuchten lassen“, sagt Petry. Auch die Weihnachtsbeleuchtung ist jedes Jahr Thema im BID – und diesmal ein besonders erfreuliches: „Wir haben auf auf LED umgestellt“, sagt Marks. „Da sparen wir jedes Jahr viele Tausend Euro beim Stromverbrauch.“ Und gibt es auch einen Wunsch zu Weihnachten, den sich das BID nicht selbst erfüllen kann? „Klar“, sagen die drei Mitglieder des Lenkungsausschusses unisono: „Wir brauchen endlich eine vernünftige fußläufige Anbindung an den Wall. Die Verkehrsführung am Schüsselkorb verhindert das. Eine Ampel würde da Wunder wirken.“



Ist ein BID für Hemelingen umsetzbar?

Diese Frage untersuchte die Studentin Anja Bach im Rahmen ihrer Masterarbeit an der Uni Bremen. Gegenstand war die Hemelinger Bahnhofstraße – ein Mix von Fachgeschäften und gewerblichen Nutzflächen.

Ihr Fazit: Im Prinzip ja, aber nur unter bestimmten Voraussetzungen. Um die Fragestellung seriös beantworten zu können, hatte die Studentin im ersten Teil ihrer Arbeit ermittelt, welche Faktoren für den Erfolg eines BID stehen. „Viele BIDs scheitern in einem frühen Stadium. Ich wollte durch Literatur und Experteninterviews herausfinden, ob es Faktoren gibt, die Voraussetzung für den Erfolg sind“, erläutert Bach. Die Liste der Erfolgsfaktoren lasse sich auf jedes beliebige Gebiet übertragen und könne Initiatoren eines BID als Orientierung dienen.

Ihre Untersuchungsergebnisse glich Bach anhand einer Machbarkeitsstudie mit den Gegebenheiten der Hemelinger Bahnhofstraße als dezentralen Geschäftsstandort ab. „Viele Erfolgsfaktoren lassen sich hier finden und zu einer Handlungsempfehlung ausbauen.“ Voraussetzung sei, dass die Eigentümer großer Grundstücke ins Boot geholt werden können.



Foto: K. Schmidt



Foto: C. Kuhaupt

Engagement für Gröpelingen

Quartiere leben vom Engagement ihrer Bürger – wie in Gröpelingen: Bei den Vereinen Kultur Vor Ort und Gröpelingen Marketing laufen vielen Fäden zusammen.

Europaweit einzigartig ist das internationale Erzählfestival Feuer Spuren in der Lindenhofstraße. „Allein 140 Ehrenamtliche haben sich 2014 daran beteiligt“, sagt Christiane Gartner, Geschäftsführerin des Vereins Kultur Vor Ort. Mitarbeiter von Einrichtungen, Einzelhändler, engagierte Stadtteilbewohner, Beiratsmitglieder und Mitarbeiter des Ortsamts arbeiteten Hand in Hand. „Seit vielen Jahren fördert das Festival so den Zusammenhalt im Stadtteil und trägt mit seiner Strahlkraft zum Imagewandel des Quartiers bei.“

Dafür gibt es weitere Beispiele wie den Brunnen direkt auf dem Gröpelinger Bibliotheksplatz. Er hat die Aufenthaltsqualität für Kinder und Erwachsene verbessert und ist zu einem beliebten Treffpunkt geworden. Auch das Atelierhaus Roter Hahn mit

seinem Kinder- und Jugendatelier könnte ohne Engagement von Bürgern nicht so eine tolle Arbeit leisten.

Auch die Gröpelinger Weihnachtsbeleuchtung sei ein Beispiel für privates Engagement, sagt Lars Gerhardt vom Verein Gröpelingen Marketing. „Die Installation der Lichterketten wurde durch die anliegenden Geschäfte und Einrichtungen ermöglicht.“

Nicht ohne Stolz verweist Gerhardt darauf, dass Gröpelingen als erster Bremer Stadtteil bereits 2008 sieben Bäume mit speziellen Lichterketten bestücken konnte. Inzwischen sind es mehr als 30. So ist durch das kontinuierliche Engagement über die Jahre eine umfassende Stadtteilbeleuchtung entstanden. Besonders auffallend ist die große Kastanie am Bibliotheksplatz. Mehr als 8500 Lichtpunkte sind hier behutsam installiert worden. Ermöglicht wurde die Installation vornehmlich durch die Waterfront, den Beirat Gröpelingen, die Stadtbibliothek West und den Verein KSV Vatan Sport.



Foto: J. Meyer



Foto: fr



Foto: Otto Wulff / BID Gesellschaft mbH



Foto: Perry

BID-Experte
Heiner Schote

Nach New Yorker Vorbild: „Auf die Plätze... 2015“ am Neuer Wall.

Von Hamburg bis New York

Senatsplatte klingt kulinarisch, ist aber die spöttische Bezeichnung der Hamburger für eine Pflasterung, auf die Politiker gern zurückgreifen. Quadratisch, praktisch, ohne Flair. Für eine Einkaufsstraße von internationalem Niveau wie dem Neuen Wall im Herzen der Hamburger City keine wirkliche Empfehlung.

„**Das klare Nein** der Politik zu einer aufwendigeren Gestaltung am Neuen Wall war ein Signal für die dortigen Grundstückseigentümer, das neue Modell des Business Improvement District (BID) zu nutzen“, erläutert Heiner Schote, stellvertretender Geschäftsführer der Handelskammer Hamburg und Leiter der Abteilung Handel.

Im Sommer 2005 formierte sich das BID Sachsenor in Bergedorf, damals das erste BID in Deutschland. Die Innenstadt folgte auf dem Fuß: Das BID Neuer Wall stand wenige Wochen später. Der Wall galt zwar als exklusive Adresse, das Ambiente der Einkaufsstraße wurde aber eher als unattraktiv wahrgenommen. Das änderte sich mit dem Engagement der Immobilienbesitzer. Der Neue Wall präsentiert sich auch heute, fast zehn Jahre nach der Umgestaltung, in bester Verfassung und in hoher Qualität. Wohl auch, weil Kaufleute eher als Politiker für die Zukunft vorsorgen: Wie es ein Hausbesitzer bei der eigenen Immobilie handhabt, legte auch die Standortgemeinschaft Pflaster auf Lager. Defekte Steine können problemlos ausgetauscht werden.

Dass Hamburg heute beim Thema BID führend ist in Deutschland, führt Schote auch auf den Bilderbuchstart der ersten Projekte zurück: „Positive Beispiele finden Nachahmer.“ In der Innenstadt grenzen sechs BIDs aneinander. So übergangslos vollzieht sich auch die Fortsetzung – das BID Neuer Wall ist kürzlich in die dritte Runde gegangen. So kommt Hamburg inzwischen auf 19 BIDs.

Der Handelsexperte sieht eine Parallele zu Bremen. Beides seien Freie Hansestädte: „Hier gibt es Bürgersinn. Menschen, die ihre Stadt lieben und die bereit sind, sich dafür zu engagieren.“ Diese hanseatischen Tugenden seien eine gute Voraussetzung. Standortgemeinschaften könnten nur erfolgreich sein, wenn die Initiative von Menschen vor Ort ausgehe. „Es müssen Menschen sein, die in ihren Quartieren gut vernetzt sind“, erläutert Schote. Ohne Beharrlichkeit und Kompromissbereitschaft gehe es ebenso wenig wie ohne professionelle Unterstützung.

Schote gilt bundesweit als BID-Experte mit exzellenten Verbindungen ins Ausland – so auch nach New York. Diese Stadt, die vor 40 Jahren als unregierbar galt, ist heute ein vielbesuchtes Reiseziel. Auch für Fachleute, die sich für die Prozesse innerhalb der Standortgemeinschaften interessieren. Denn BIDs schulterten einen Teil des Umschwungs. Ein Beleg dafür ist der Bryant Park, der heute wieder eine Touristenattraktion ist. Der im 18. Jahrhundert angelegte Park verfiel, als die Stadt kein Geld mehr für die Bewirtschaftung hatte. Bis Anfang der 1980er Jahre war er unter anderem ein Treffpunkt von Drogensüchtigen. Durch private Initiative wurde das Quartier innerhalb von 20 Jahren wieder ein beliebter Treffpunkt.

Ohne Eigeninitiative einer engagierten New Yorker Standortgemeinschaft, wäre der Bryant Park wahrscheinlich verkommen.



Foto: H. Schote



Foto: fr



Foto: K. Schmitt

„Unser Standort braucht ein BID“, unterstreicht Werner Pohlmann, Geschäftsführer des Modehauses Leffers und Vorsitzender des Vereins Vegesack Marketing.

Plädoyer für ein starkes Vegesack

Maritime Meile, Parkanlagen, Theater, Ausstellungen und Aktionen: Vegesack bietet Bürgern und Besuchern ein ganzes Spektrum an Möglichkeiten.

Das Zentrum präsentiert sich mit einem starken Einzelhandel und einer vielfältigen Gastronomie. „Doch hier gibt es Handlungsbedarf, um die lange Tradition des Ortes an der Weser als starkes Mittelzentrum langfristig zu sichern“, stellt Werner Pohlmann fest. Der Geschäftsführer von Leffers ist ehrenamtlich als Vorsitzender des Vereins Vegesack Marketing engagiert: „Vor dem Hintergrund einer Vielzahl von Mitbewerbern ist es unsere Aufgabe, Vegesack als Einkaufs- und Dienstleistungszentrum zukunftssicher zu positionieren.“

Dabei spiele die Attraktivität für Kunden, Gäste und Bewohner eine wichtige Rolle. Ein Innenstadtbereich, der über Ausstrahlung und Anziehungskraft verfüge und Menschen unterschiedlicher Altersgruppen anspreche, sei eine wesentliche Voraussetzung für dieses Ziel. „Menschen möchten in schöner Atmosphäre einkaufen, essen gehen und einen Teil ihrer Freizeit hier verbringen“, unterstreicht

Pohlmann. „Hier müssen wir noch viel tun. Hier ist das gemeinsame Engagement der Immobilieneigentümer vor Ort gefragt.“

Ein Zusammenschluss zu einem Business Improvement District (BID) sei eine Erfolg versprechende Maßnahme, die positive Entwicklung Vegesacks maßgeblich zu beeinflussen. „Das dient auch dem Werterhalt der Immobilien“, sagt Pohlmann. Und er spricht aus eigener Erfahrung: Die Leffers-Immobilie in Vegesack gehöre einem dänischen Eigentümer, der sich seit Langem in Hamburg in einem sehr erfolgreichen BID engagiert. „Er hat schon signalisiert, dass er vor diesem Hintergrund eine solche Initiative auch in Vegesack unterstützen will.“

Unterstützung erhält er von Martin Hellweg. „Ein BID als Initiative für Vegesack ist absolut begrüßenswert“, sagt der Inhaber der Bäckerei Hellweg. „Das bietet mir eine sehr gute Möglichkeit, mich aktiv mit Ideen, Vorstellungen und Vorschlägen in die Entwicklung unserer Fußgängerzone einzubringen und das eigene Umfeld gestalten zu können.“ Es sei eine sinnvolle und notwendige Ergänzung anderer Aktivitäten, die den Standort attraktiver machen. „Ein Gebäude in einer sauberen, gepflegten Umgebung ist nun mal begehrt.“

Schlachte: Gemeinsam stark

Wasser, moderne Weserpromenade, unternehmungslustige Menschen, Zentrum der guten Laune: So kennt man die Schlachte heute. Doch vor zwanzig Jahren parkten die Innenstadtbesucher dort unter den Bäumen. Zur EXPO in Hannover investierte die Stadt Bremen dann kräftig in den öffentlichen Raum: Die untere Promenade wurde breiter und neu gepflastert, die obere Schlachte erhielt Sitzstufen, neue Freiflächen und Beleuchtung.

Wachgeküsst wurde die Schlachte durch privates Engagement. Die Schiffsbetreiber an der Schlachte und die Gastronomen wollten den Erfolg und setzten auf Eigeninitiative. Sie hoben damals den Schlachte Marketing und Service Verband e.V. aus der Taufe. Dieser finanziert sich aus den Beiträgen privater Mitglieder. Aktionen und Feste locken seitdem die Menschen zu Tausenden.



Foto: fr

Der Schlachte-Zauber lockt jedes Jahr zahlreiche Bremer wie Touristen in die City.



Hand in Hand für einen starken Standort (von links): Martin Günthner, Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen, Dr. Jan-Peter Halves von der CityInitiative Bremen und Tim Heintzen, Sprecher der Wall-Werbe-GbR.



Foto: K. Schmitt

Der Wall macht mobil

Die Wall-Werbe GbR, eine Gemeinschaft von 20 Betrieben, investierte viel eigenes Geld, um den Standort in den Köpfen der Bremer zu verankern. Und dies erfolgreich!

Die Kaufleute steckten die Köpfe nach dem Brand im Modehaus „Harms“ nicht in den Sand, sondern reagierten mit zahlreichen Aktionen. Auch die Stadt bot spontan Hilfe an. So verschönern nun Pflanzen den Boulevard auf der Geschäftsseite, Liegestühle laden zum Verweilen ein und kostenfreies WLAN wird angeboten. „Die Sofortmaßnahmen waren wichtig. Wir brauchen in dieser schwierigen Situation eine vernünftige Anbindung an die Fußgängerzone“, sagt Stefan Storch.

„Touristen wissen bisher nicht, dass noch eine interessante Geschäftsstraße hinter der Fußgängerzone folgt“, sagt Tim Heintzen, Sprecher der Wall-Werbe-GbR und sieht in diesem Punkt Handlungsbedarf der Stadt. „Im Schüsselkorb muss eine Ampel in Höhe

der Schweingruppe installiert werden.“ Seine Forderung deckt sich mit den Vorstellungen der Anlieger in der Sögestraße, die in der besseren Anbindung der Wall-Geschäfte eine Stärkung der City sehen. Weitere Verbesserungen im Bereich Schüsselkorb und Domshof sind notwendig, um die gewünschten Rundläufe zu schaffen.

Der Wall ist schließlich nicht irgendeine Geschäftsstraße, sondern eine Flaniermeile mit eleganten Geschäften, sehenswerten Auslagen und der Bereitschaft der Anlieger, Geld für die Verbesserung der Situation in die Hand zu nehmen. Nur deshalb ist der Standort stark geblieben: Ein einheitlicher Auftritt der Geschäfte, Internetpräsenz, Werbung in der Zeitung, das Wallfest. Der Wall hat sich als Marke etabliert.



Walldach: 400 Meter Schutz für Kunden

400 Meter Einkaufsstraße mit einem Dach wetterfest zu machen: Das war eine Idee, die vor 25 Jahren für Aufsehen sorgte. Überdachte Passagen kamen damals in Mode. Aber ein aufwendiges Glasdach auf öffentlichem Grund?

Umgesetzt wurde die Idee von der Gemeinschaft der Immobilienbesitzer Am Wall. „Sie unterstrichen mit dieser Investition den Anspruch des Walls als Einkaufsstraße für hochwertige Qualitäten“, sagt Stefan Storch, Inhaber der Firma D.F. Rabe & Co.

Umgestaltung der Bahnhofsvorstadt

Die Bahnhofstraße – eine Fußgängerzone? „Ja, das wäre im Zuge der Umgestaltung der Bahnhofsvorstadt der richtige Schritt“, sagt Uwe A. Nullmeyer, Vorsitzender des Vereins Aufbaugemeinschaft Bremen. Er sieht die Notwendigkeit einer Neuorientierung für das Quartier Bahnhofstraße/Breitenweg/Herdentorsteinweg: „Das Gesicht der Bahnhofsvorstadt wird sich in den nächsten Jahren deutlich



verändern. Das CityGate am Bahnhofspatz ist ein Anfang.“ Es bedürfe jedoch weiterer Maßnahmen für eine nachhaltige Aufwertung dieses Standorts. Die Etablierung eines BID ist für ihn die logische Konsequenz. „Das ist das richtige Instrument zur Stärkung des Quartiers. Damit können wir Maßnahmen für eine höhere Besucherfrequenz und eine bessere Aufenthaltsqualität umsetzen.“

Rückblickend



Auf dem Ansgarikirchhof heizte der Piano-killer Emanuel Jahreis ein und begleitete musikalisch die **Lange Shopping-Nacht** am 29. August. Damit endete die Saison – bis zum nächsten Sommer!



Volle Straße, vollen Tüten und ein Eis in der Hand. Nächstes Jahr gibt es kostenfreies WLAN. **#Sögestraße!**



Jonny Otten (ehemaliger Werder-Profi) beim Faßbieranstich der **Hemelinger Vielfalt** im Mai. O'zapft is.



Wer internationale Kochkunst genießen will, muss zum **Gröpelinger Sommer**. Von Falafel über bulgarische Karnache bis Schwarzmeer-Grill-Fisch. So schmeckt der Sommer in Gröpelingen!



Einmal der Schlachte-Nixe die Flosse reichen und die glitzernden Schuppen berühren. Das **Familienfest** an der Schlachte im Juni macht es möglich, und Wünsche werden wahr.



Laterne, Laterne, Sonne, Mond und Sterne! Auf zum traditionellen Laternenumzug **Piepe Leuchten** in die Neustadt im September. Heißer Abschluss mit Feuershow und Feuerwerk.



Ausnahmezustand in Vegesack im August. Jährlich hält die internationale Seamusic-Szene Einzug und rockt den Norden von Bremen. Einzigartig und berauschend – **Festival Maritim**.



Glücklich, wer ein freies Plätzchen auf dem Liegestuhl, der Picknickdecke oder dem Kinossessel beim **Wall-Sommer** und **Wallfest** ergattern konnte.



Musik im Zelt und chillen am Osterdeich. Das ist die **Bremnale**. Jedes Jahr im Juli auf den Osterdeichwiesen.