

In Zukunft Bremen!

Nutzen Sie die Chance.



FISCHER + LANGE



Einzelhandels-Report 2001

big WfG Bremer Wirtschaftsförderung GmbH
Ein Unternehmen der Bremer Investitions-Gesellschaft mbH

Kontorhaus am Markt
Langenstraße 2-4 (Eingang Stinbrücke 1)
D-28195 Bremen
Tel.: +49-(0)421-96 00-20
Fax: +49-(0)421-96 00-820
mail@wfg-bremen.de
www.wfg-bremen.de

icon
Regio

big WfG Bremer Wirtschaftsförderung GmbH
Ein Unternehmen der Bremer Investitions-Gesellschaft mbH



Bremen.
Die Stadt am
Fluss!

>>> Sofortprogramm
Innenstadt und Nebenzentren

Das Sofortprogramm umfasst allein für die Innenstadt ein öffentliches Finanzvolumen von 38,3 Mio € zwischen 1999 und 2004. Von 76 Projekten sind inzwischen 38 abgeschlossen, darunter die Neugestaltung der Obernstraße und die Vollendung der Glasüberdachung des Walls.

Die Bauarbeiten innerhalb dieser Projekte wurden mit den Anliegern abgestimmt, zügig umgesetzt und von kreativen Marketingmaßnahmen begleitet. Erfolgreiches Beispiel ist hier die „Buddel“ Kampagne: das Baustellenmaskottchen Buddel, ein Plüsch-Maulwurf in Bauarbeiterausrüstung, entwickelte sich zum Verkaufsschlager und sorgte weit über Bremen hinaus für Beachtung.

Einzelhandels-Report Bremen

1999 stellte der erste Bremer Einzelhandels-Report die wichtigsten Einzelhandelszentren in Bremen vor. Der Report vermittelte Basisinformationen zum Bremer Einzelhandel und zeigte die Perspektiven in der Stadt auf. Ähnlich wie der Büromarkt-Report seit einigen Jahren einen kompakten Überblick zum Marktgeschehen im Büromarkt gibt, greift der neue Einzelhandels-Report die Trends im Bremer Einzelhandel auf. Das verstärkte Interesse von Projektentwicklern aus dem Einzelhandel am Standort Bremen und die Investitionsbereitschaft lokaler Einzelhändler unterstreichen die Bedeutung des Reports.

>>> Rahmenbedingungen

Neben der Einführung des Euro hat der Wegfall des Rabattgesetzes die Diskussion im Einzelhandel am stärksten geprägt. Der Umsatz stieg zuletzt im Jahre 2000, dagegen ist der Anteil des Handels an der Gesamtkaufkraft der Bevölkerung weiter rückläufig.

>>> Internationalisierung

Der Einzelhandel in Deutschland ist von einer ungebrochenen Dynamik erfasst. Die Angebotsvielfalt zieht die Menschen in die Städte. Neue internationale „Flagship-Stores“ entstehen in den Großstädten wie beispielsweise Nike-Town in Berlin-Friedrichstraße. Der Anteil der Filialbetriebe in den Haupteinkaufslagen steigt weiterhin leicht an und das Interesse europäischer Handelsunternehmen am deutschen Markt ist ungebrochen. Nach dem Erfolg des schwedischen Textilhauses H&M bemüht sich nun das spanische Unternehmen Zara mit den ersten Filialen in deutschen 1A-Lagen, die Internationalisierung des Einzelhandels weiterzuführen. Gleichzeitig zeigen lokale und regionale Unternehmer immer wieder mit neuen Ideen, dass Einzelhandel nicht nur von großen Unternehmen erfolgreich betrieben werden kann. Die Präsenz zahlreicher inhabergeführter Fachgeschäfte und regional angepasster baulicher Konzepte machen die Unverwechselbarkeit von innerstädtischen Einkaufslagen aus.

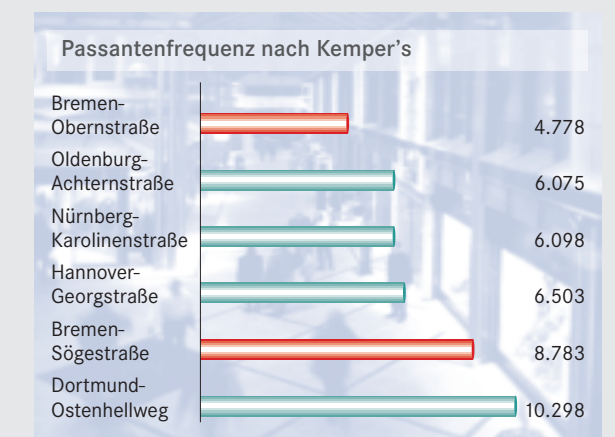
>>> Flächenpotenziale

Die Einzelhandelsperspektiven Bremens sehen eine Ausweitung der Verkaufsfläche von rund 748.000 m² (1993) bis auf über 1.000.000 m² bis zum Jahre 2008/2010 vor. Inzwischen sind deutlich über 50.000 m² dieses Flächenpotenzials ausgeschöpft. Für die nahe Zukunft werden Zugänge im Bereich der Fachmarktzentren Weser-Park vor allem in Bau- und Heimwerker-sortimenten (ca. 15.000 m²) realisiert werden. Zusätzlich sind Erweiterungen im großflächigen Möbele Einzelhandel geplant. Im Bremer Norden werden gegenwärtig zwei große Einzelhandelsprojekte umgesetzt: Haven Hööv't in Vegesack mit ca. 12.000 m² Verkaufsfläche und der Space Park in Gröpelingen mit ca. 44.000 m² Verkaufsfläche.

In der Innenstadt werden vor allem in den Nebenzentren kleinteilige Erweiterungen umgesetzt. Jüngstes Beispiel sind hier die 34 Geschäfte auf insgesamt rund 5.000 m² im umgestalteten Hauptbahnhof, der im November 2001 eröffnet wurde.

>>> Einzugsbereich

Nach einer aktuellen Passantenbefragung von Mai 2001 ist der Einzugsbereich der Bremer Innenstadt im Vergleich zu 1996 stabil. Im Einzugsbereich von Bremen leben ca. 1,7 Mio Menschen, davon ca. 540.000 in Bremen selbst. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Einzugsbereich beträgt bei einem leicht überdurchschnittlichen Kaufkraftniveau insgesamt ca. 8,7 Mrd €.



>>> Die Bremer Innenstadt



Seit November 2001 verbindet die neue Harms-Passage den Wall mit dem Domshofquartier.

>>> Entwicklung der Angebotssituation

Die gesamte Verkaufsfläche innerhalb der Bremer Innenstadt hat sich seit 1999 leicht reduziert, bedingt durch zwei größere Veränderungen in der Elektrobranche 2001. Dagegen konnten zahlreiche Branchen Flächenzuwächse verbuchen. Zwischen den Einkaufslagen fanden leichte Verschiebungen statt. Innerhalb der A- und B-Lagen entstehen zurzeit neue attraktive Verkaufsflächen.

Größtes Neubauobjekt ist derzeit die neue Peek & Cloppenburg Filiale in der Obernstraße mit ca. 4.500 m² Verkaufsfläche. Hervorzuheben an diesem Neubauprojekt ist die Erhaltung der repräsentativen Fassade der alten Bremer Wertpapierbörse.

>>> Aufwertung der Nebenlagen

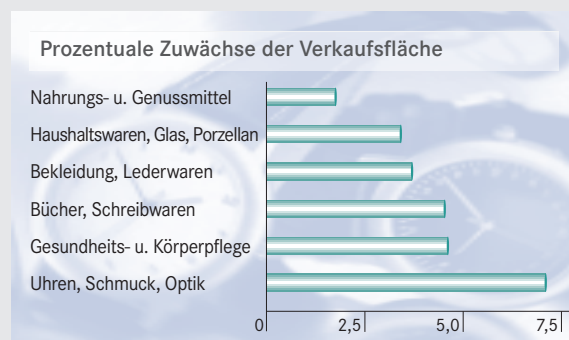
Mit der Eröffnung der neuen Harms-Passage am Wall ist die Stärkung der Nebenlagen fortgesetzt worden. Über Museumsstraße, Schlüsselkorb, Domshofpassage und Katharinenviertel besteht eine durchgängige attraktive Verbindung zum Marktplatz. In einem nächsten Bauabschnitt soll die Aufwertung des Walls zwischen Bürgermeister-Smidt-Straße und Herdentor erreicht werden. Mit einer ansprechenden Glasüberdachung der Bürgersteige im Bereich zwischen Herdentor

und Ostertor soll auch der westliche Wall aufgewertet werden, um die Verbindungen zu Knochenhauerstraße und Papenstraße zu stärken.

>>> Hochwertiger Einzelhandel für Bremen

Hochwertige Angebote finden die Kunden in Bremen nicht nur in den beiden Haupteinkaufsstraßen Obern- und Sögestraße. Vor allem Domshof und Katharinenviertel, der Wall und in Ansätzen auch die Knochenhauerstraße weisen einen deutlich gehobenen Branchenmix auf. Dieser Sortimentsschwerpunkt findet ab Herbst 2002 seine Ergänzung im „Kontorhaus am Markt“. Insgesamt stehen dort in kleinteiliger Struktur ca. 1.100 m² Verkaufsfläche für hochwertigen Einzelhandel und ca. 400 m² für Gastronomie zur Verfügung.

Ein Großteil dieser Projekte ist durch die Aktivitäten der BIG-Gruppe, der Wirtschaftsförderungseinrichtung in Bremen, umgesetzt worden.



>>> Kultur und Einkaufen erleben

2001

>>> Kulturangebot in Bremen

In Bremen wird die Verzahnung von Kulturangeboten mit der Möglichkeit zum Einkaufsbummel immer stärker wahrgenommen. Der Veranstaltungskalender der Bremen Marketing Gesellschaft mbH zeigt alle wichtigen Konzerte, Ausstellungen, Sport-Events und Volksfeste im Jahresverlauf. Der Einzelhandel nutzt diese Chancen auf vielfältige Weise. Verkaufsoffene Sonntage zum Bremer Freimarkt im Oktober oder Schaufensterwettbewerbe in der Innenstadt zu wichtigen Kunstausstellungen zeigen den Kunden die Verbindung zwischen Kultur und Handel auf.

Ein weiteres Beispiel war die Ausstellung „Blaue Reiter“ in der Kunsthalle im Frühjahr und Sommer 2000. Insgesamt besuchten rund 170.000 Personen die Ausstellung, dabei war der Anteil der auswärtigen Gäste überdurchschnittlich hoch. Aus den Ergebnissen der Besucherbefragung wurden ca. 30.000 zusätzliche Übernachtungen abgeleitet – für den Bremer Einzelhandel bedeutete allein dieses Event einen Kaufkraftzufluss von über 1 Mio €.

Einen ähnlichen Erfolg verspricht die Van-Gogh-Ausstellung in der Kunsthalle Bremen, die von Oktober 2002 bis Januar 2003 stattfinden wird.

>>> Universum Science Center

Sind Ausstellungen in der Regel zeitlich begrenzte Attraktionen, so ist das Universum eine neue dauerhafte Sehenswürdigkeit. Im einzigen deutschen Science Center werden anhand von drei Expeditionen (Mensch, Erde, Kosmos) aktuelle Erkenntnisse der Wissenschaft für die ganze Familie aufbereitet.

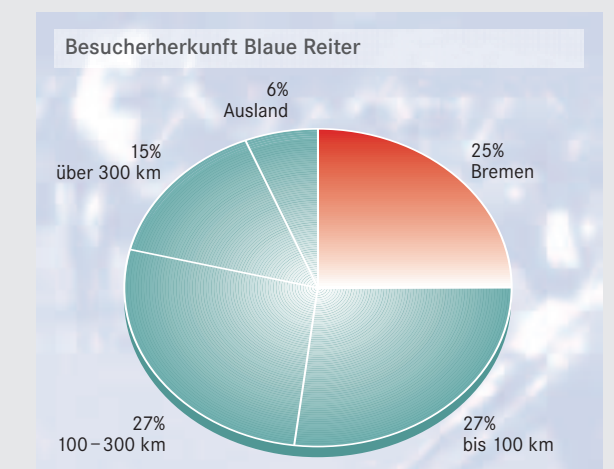
Die Schlachte – maritime Gastronomie-meile in der City.



Der Erfolg gibt dem außergewöhnlichen Konzept nahe der Universität Recht. Mehr als 500.000 Besucher verweilten im ersten Jahr im Universum und verbanden ihren Ausflug in die Wissenschaft oft mit einem Einkaufsbummel in der Innenstadt.

>>> Außen-Gastronomie

Gab es bis vor zwei Jahren nur wenige Möglichkeiten, einen sommerlichen Einkaufsbummel mit einem Kaffee im Freien zu verbinden, so hat sich dies nach der Umgestaltung der Schlachte deutlich verbessert. Die Schlachte hat die Nebenlagen in der Innenstadt damit deutlich aufgewertet.



>>> Das Viertel

Der Ostertorsteinweg – die 1A-Lage des Viertels.



>>> Das Viertel – der etwas andere Stadtteil

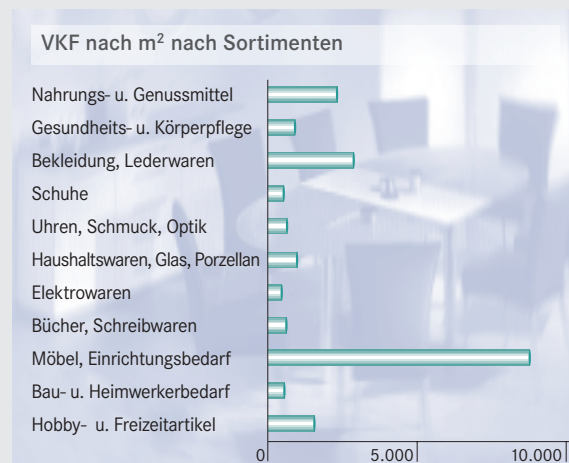
Über den Wall nach Osten eröffnet sich für den Besucher eine andere Welt. Hier im Ostertor liegt ein lebendiger Teil der Innenstadt, der sich seinen eigenen Charakter bewahrt hat. Ostertor und das benachbarte Steintor bilden „Das Viertel“: für viele Bremer Synonym für Szene, Gastronomie und Alternativläden.

Das Viertel ist geprägt von einer Dichte an Wohnformen und seinem Dienstleistungs- und Einzelhandelsangebot. Allein im Ostertor gibt es 205 Einzelhandelsgeschäfte mit einer Gesamtverkaufsfläche von über 18.000 m². Der Schwerpunkt Möbel- und Einrichtungsbedarf zeigt, dass das Viertel mehr ist als ein Szenequartier: hier finden Spezialisten ihren Standort, die nicht in die Innenstadt können oder wollen, gleichwohl aber eine wichtige Versorgungsaufgabe für den Bremer Einzelhandel wahrnehmen.

Neben einigen wenigen größeren Betrieben ist der Einzelhandel von Kleinteiligkeit geprägt. Die durchschnittliche Ladengröße liegt bei ca. 90 m² (zum Vergleich Innenstadt A-Lage: 730 m²), 86 % aller Läden sind kleiner als 100 m² (Innenstadt A-Lage: 55 %). Diese Kleinteiligkeit bietet

vielfältige Möglichkeiten, neue Konzepte auszuprobieren und Trends aufzugreifen oder zu entwickeln.

Das Viertel ist durch zwei Straßenbahnlinien sehr gut erschlossen, für PKW-Kunden stehen Parkplätze im Straßenraum und in benachbarten Parkhäusern zur Verfügung. Die fußläufige Anbindung erfolgt z. B. über die Kulturmeile zwischen Dom und Kunsthalle oder entlang der Weserpromenade bis zum Sielwall. Diese Anbindung wird sicher noch stärker genutzt werden, wenn die Zentrale der Stadtbibliothek als Nahtstelle im ehemaligen Polizeigebäude in der Ostertorstraße etabliert ist.



>>> Perspektiven



Kontorhaus am Markt – neues Bindeglied zwischen Marktplatz und Schlachte für hochwertigen Einzelhandel und exklusive Gastronomie.

>>> Positionierung im Wettbewerb

Bremen stellt sich der zunehmenden Konkurrenz der Umlandgemeinden und der Metropolen. Die Aufbruchstimmung, die sich in zahlreichen privaten und öffentlichen Baumaßnahmen zeigt, führt zu einer Rückbesinnung auf den eigenen Einzelhandelsstandort. Bremen baut seine oberzentrale Bedeutung mit neuen Einzelhandelsangeboten und attraktivem städtebaulichen Ambiente weiter aus.

>>> Meilensteine

Für das Jahr 2002 stehen einige Großereignisse für den Bremer Einzelhandel an.

In der Innenstadt wird die ausdrucksstärkste Einkaufsstraße, die Sögestraße, umgestaltet werden. Glasvordächer, die Rückbesinnung auf das historische Straßenprofil mit einem neuen Belag und ein völlig neues Beleuchtungskonzept werden dem Einzelhandel hier neue Impulse geben. Der Umbau der alten Wertpapierbörse zu einer repräsentativen Filiale von Peek & Cloppenburg wird abgeschlossen. Für den hochwertigen Einzelhandel wird die Eröffnung des Kontorhauses am Markt neue Perspektiven bieten.

Das Urban Entertainment Center Space Park in Gröpelingen wird eröffnet. 44.000 m² Verkaufsfläche im Einzelhandel werden maßgeblich zur Erschließung des Einzugsbereiches des Themenparks beitragen.

2001

>>> Ausblick

Eine Wiederholung der Passantenzählung und Passantenbefragung von 2001 ermöglicht eine erste Erfolgskontrolle der zahlreichen städtebaulichen Maßnahmen. Für das Viertel ist ein Standortkonzept in Bearbeitung, das mit zahlreichen Maßnahmen die Aufwertung und Weiterentwicklung dieses lebendigen Quartiers unterstützt. Der Ausbau des Kultur- und Standortmarketings für die Stadt Bremen ist beschlossen und ermöglicht somit eine verstärkte Kommunikation Bremer Angebote – auch zum Nutzen des Einzelhandels.