

» Presseinformation

Pressekontakt
Annekathrin Gut

Telefon
0421 3637-248

E-Mail
gut@handelskammer-bremen.de

Datum
27. Januar 2015
Nr. 04-2015

Untersuchung „Vitale Innenstädte“: Handelskammer und Senat sehen Bremer Innenstadt auf gutem Weg / Handelskammer und CityInitiative fordern: Innenstadtkonzept zeitnah umsetzen

Die Besucher der Bremer Innenstadt wünschen sich eine größere Vielfalt an Geschäften und eine höhere Freizeitqualität. Positiv finden sie hingegen die gute Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln, und sie sind ihrer City sehr verbunden. Das sind die Ergebnisse der bundesweiten Untersuchung „Vitale Innenstädte“, an der sich Bremen im Auftrag der Handelskammer, des Senators für Wirtschaft, Arbeit und Häfen, des Senators für Umwelt, Bau und Verkehr sowie der CityInitiative Bremen Werbung e.V. beteiligt hat. Bremen schnitt im Ortsgrößenvergleich mit anderen Großstädten über 500.000 Einwohner – darunter Hamburg, Düsseldorf, Köln und Stuttgart – insgesamt befriedigend ab.

„Unser langfristiges Ziel ist es, die Attraktivität und die Vielfalt der Bremer Innenstadt zu steigern“, betonte Martin Günthner, Senator für Wirtschaft, Arbeit und Häfen. Gemeinsam mit dem Senator für Umwelt, Bau und Verkehr und der Handelskammer Bremen wurde im Jahr 2013 das Innenstadtkonzept 2025 erarbeitet. „Die aktuellen Studienergebnisse zeigen, dass wir bereits auf einem guten Weg sind“, so Günthner. Die Planungen für das neue City Center, das unter dem Projekttitel Ansgaritor bekannt ist, sehen 25.000 Quadratmeter Fläche für den Einzelhandel vor. Dieses Angebot wird benötigt, um in der Konkurrenz mit den Einkaufszentren im Osten und Westen der Stadt und im Umland mithalten zu können.

Peter Schöler, Vizepräsident der Handelskammer Bremen, betonte: „Bei der Detailanalyse der Ergebnisse wurde nochmals deutlich, dass die Bremer Innenstadt im Verhältnis zu vergleichbar großen Städten einen erkennbaren Nachholbedarf

Seite 1/3

bei der Vielfalt und dem Angebot der Geschäfte hat.“ Besonders auffällig ist dies beim Sortiment Bekleidung. Laut Schöler macht die Untersuchung „Vitale Innenstädte“ den Handlungsbedarf deutlich: „Damit Bremen auch zukünftig seine Funktion als Oberzentrum für die Region gewährleisten kann, muss das Projekt Ansgaritor jetzt dringend umgesetzt werden. Darüber hinaus muss es gelingen, die aus dem Innenstadtkonzept abgeleiteten Maßnahmen systematisch abzuarbeiten. Dazu gehört auch, die Erreichbarkeit für PKW-Nutzer zu verbessern, um dadurch auch für Kunden aus entfernteren Regionen attraktiv zu bleiben.“

Aus Sicht der CityInitiative Bremen Werbung e.V. zeigen die Ergebnisse der Befragung, wie wichtig die zeitnahe Umsetzung der im Innenstadtkonzept „Bremen 2025“ erarbeiteten Maßnahmen ist. Die darin anvisierten zusätzlichen Einzelhandelsflächen mit neuen Marken und attraktiven, frischen Einzelhandelskonzepten sind wichtig um Kunden aus dem Umland in die Stadt zu holen. Ebenso gilt es sich auf die Standortvorteile zu besinnen, welche die City gegenüber konkurrierenden Einzelhandelsagglomerationen am Stadtrand und dem Online-Handel abgrenzen. „Kunden suchen das Besondere, wollen Erlebnis und Unverwechselbarkeit. Hier hat die Bremer City mit Rathaus, Schnoor, Weser und Schlachte einiges zu bieten. Die Kombination aus Shopping und einem vielfältigen Gastronomieangebot an der Schlachte ist besonders attraktiv,“ sagte Dr. Jan-Peter Halves, Geschäftsführer der CityInitiative. Der stationäre Handel muss neben einem sehr guten Serviceangebot verstärkt auf Zusatzangebote zur Kundenbindung setzen: „Eine inspirierende Modenschau, ein Glas Prosecco oder eine kostenfreie Stilberatung machen den Shoppingbummel in der City zu einem Erlebnis, was das Surfen im Internet nicht bieten kann“, resümierte Halves die Befragungsergebnisse.

Die Bremer Innenstadt im Vergleich

Dass die Bremer City gute Voraussetzungen erfüllt, um zukünftig mehr Besucher willkommen zu heißen, zeigt die Zufriedenheit bei der Erreichbarkeit. Insbesondere der Öffentliche Personennahverkehr wird seitens der Befragten sehr gelobt. Über 50 Prozent nutzen Bus und Bahn. Vergleichsweise hoch ist auch der Anteil derjenigen, die mit dem Fahrrad in die Stadt fahren (14,8 Prozent) oder zu Fuß gehen (13,8 Prozent).

Allerdings kommt nur ein Drittel (34,8 Prozent) der befragten Besucher von außerhalb Bremens, im Durchschnitt der Vergleichsstädte sind es 45,8 Prozent. Nur 20 Prozent der Innenstadtbesucher nutzen den PKW, im Vergleich zu 27,7 Prozent in anderen Großstädten. Mit der Note 3,2 wurden die Parkmöglichkeiten in Bremen unter allen Attraktivitätskriterien am schlechtesten bewertet.

Die Zahlen zeigen, dass Bremen noch Verbesserungsbedarf beim Erlebnischarakter, beim Freizeitangebot sowie bei der Vielfalt und dem Angebot der Geschäfte

hat. So kaufen 20 Prozent der Besucher Schuhe und Lederwaren in der Bremer City, im Durchschnitt der Vergleichsstädte sind es 28,7 Prozent.

Die Besucher gaben der Innenstadt eine Gesamtnote von 2,7. Damit wird Bremen als ähnlich attraktiv angesehen wie die Städte vergleichbarer Größe (Durchschnittsnote 2,5). Hoch ist die regionale Verbundenheit der Kunden mit ihrer City. Die Innenstadtkunden aus Bremen kommen gerne in die Stadt (Note 2,4).

Zur Untersuchung „Vitale Innenstädte“

Wie sieht die Zukunft der deutschen Innenstädte aus und was wünschen sich Innenstadtbesucher von ihren Stadtzentren? Diese Fragen liegen der bundesweit angelegten Untersuchung „Vitale Innenstädte“ zugrunde, die das Institut für Handelsforschung gemeinsam mit den Kooperationspartnern Bundesvereinigung City- und Stadtmarketing Deutschland, Handelsverband Deutschland, Galeria Kaufhof und vielen lokalen Partnern durchgeführt hat.

In 62 deutschen Städten aller Größen und Regionen wurden zeitgleich Innenstadtbesucher zu ihren Einkaufsgewohnheiten und der Attraktivität der Innenstadt befragt. Die Datenerhebung erfolgte an zwei ausgewählten Tagen (Donnerstag und Samstag) im September 2014 anhand eines einheitlichen Fragebogens. Insgesamt sind so rund 33.000 Interviews zusammen gekommen. Vergleichsgruppe für Bremen waren Städte über 500.000 Einwohner: Dortmund, Düsseldorf, Essen, Frankfurt, Hamburg, Köln und Stuttgart.

Auf Wunsch stellen wir Ihnen die Studie gerne als PDF-Datei zur Verfügung.