

## **In der Senatssitzung am 15. Juni 2021 beschlossene Fassung**

Die Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa

07.06.2021

### **Vorlage für die Sitzung des Senats am 15.06.2021**

#### **Für lebendige und attraktive Stadtteilzentren in der Stadt Bremen**

#### **Nachmeldung Aktionsprogramm Aufenthalts- und Erlebnisqualität Stadtteilzentren 2021 zur Unterstützung des Handels und der Gastronomie bei den Folgen der Corona-Pandemie**

##### **A. Problem**

Durch die coronabedingten Schließungen in Einzelhandel, Gastronomie, Tourismus und bei den Kultureinrichtungen von März bis Mai 2020 und seit Mitte Dezember 2020 kamen zentrale wirtschaftliche Aktivitäten der Innenstadt und der Stadtteile von jetzt auf gleich über einen Zeitraum von mehreren Monaten vollständig zum Erliegen.

Zur Abfederung der sich daraus ergebenden negativen Auswirkungen für die Wirtschaft in den Stadtteilzentren haben der Senat am 02.03.2021, die Deputationen für Wirtschaft und Arbeit am 10.03.2021 und der Haushalts- und Finanzausschuss am 19.03.2021 das „Aktionsprogramm Aufenthalts- und Erlebnisqualität Stadtteilzentren 2021 zur Unterstützung des Handels und der Gastronomie bei den Folgen der Corona-Pandemie“ (kurz: „Aktionsprogramm Stadtteilzentren 2021“) mit einem Volumen von 1,217 Mio. € aus dem Bremen-Fonds (PPL 95 (Stadt), Schwerpunktbereich „2. Kurz- und mittelfristige Maßnahmen zur Verhinderung struktureller Einbrüche in Wirtschaft und Gesellschaft“) beschlossen.

Die Umsetzung der Projekte erfolgt derzeit.

Die ursprüngliche Auswahl der Stadtteilzentren im Rahmen des Aktionsprogrammes Stadtteilzentren 2021 orientierte sich an dem aktuellen Bremer Zentren- und Nahversorgungskonzept (ZNK), da dort die wichtigsten Stadtteilzentren in Bezug auf Einzelhandel, Gastronomie sowie weitere zentrentypische Dienstleistungsangebote (wie z.B. Ärzte und andere medizinische, auch pflegerische, Dienstleistungen, auch im Bereich Kultur & Freizeit, Vergnügungsstätten sowie öffentliche, kirchliche und soziale Einrichtungen etc.) definiert sind. Durch das Aktionsprogramm sollten daher ausschließlich die im ZNK definierten Stadtteilzentren als „Zentrale Versorgungsbereiche“ gefördert werden, da es sich hierbei um Räume mit einer hohen Urbanität handelt und diese in vielen Fällen über ein hauptamtliches Stadtteilmarketing- bzw. –management

verfügen. Dazu gehören die Stadtteilzentren Vegesack und Viertel als „besondere Stadtteilzentren“, sowie Blumenthal, Burglesum, Findorff, Gröpelingen, Horn-Lehe, Neustadt, Osterholz, Walle, Woltmershausen, Obervieland und Hemelingen (die letzten beiden „perspektivisch“). Die Stadtteilzentren Vahr und Huchting definieren sich durch ihre privat geführten Einkaufszentren, das Roland-Center in Huchting, und das Einkaufszentrum Berliner Freiheit im Stadtteil Neue Vahr, die über ihre Eigentümergesellschaften über professionelle Centermanagements verfügen. Sie wurden daher in der Aufstellung ursprünglich nicht berücksichtigt.

Im Zuge der Beschlussfassung der oben genannten Vorlagen wurde deutlich, dass ebenfalls Förderbedarf zur Stärkung der Nahversorgungszentren besteht. Gleiches gilt wegen der zentralörtlichen Bedeutung für Interessengemeinschaften an Standorten von Einkaufszentren in Stadtteilzentren.

Daraufhin hat das Wirtschaftsressort geprüft inwiefern eine Ausweitung der Förderungen auch für weitere Stadtteil- und Nahversorgungszentren sinnvoll ist. Dazu hat die Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa (SWAE) weitere Interessengemeinschaften in den Stadtteil- und Nahversorgungszentren sowie Ortsamtsleiter\*innen in den Zentren ohne Interessengemeinschaften kontaktiert mit der Bitte um Einreichung geeigneter Projektideen zur Abfederung der negativen Auswirkungen der Corona-Pandemie.

Es wurden daraufhin 11 weitere Projektanträge eingereicht. Ein Antrag, der einen nach dem Zentrenkonzept definierten Sonderstandort betrifft, wurde abgelehnt.

Sonderstandorte sind im Gegensatz zur Bremer Innenstadt, den Stadtteilzentren und den Nahversorgungszentren nach dem Zentrenkonzept keine „zentralen Versorgungsbereiche“.

Mit dem Aktionsprogramm Stadtteilzentren sollen die urbanen, gewachsenen und schutzwürdigen Quartiere gefördert werden. Mit einer Förderung der Sonderstandorte (wie z.B. einiger Einkaufszentren oder Fachmarktzentren außerhalb der zentralen, gewachsenen Bereiche) würden diese Bemühungen konterkariert werden.

## **B. Lösung**

Somit werden insgesamt zehn zusätzliche Projekte für die Stadtteile Blumenthal, Borgfeld, Huchting und Oberneuland mit einem Mittelvolumen in Höhe von 129.000 € für eine Förderung vorgeschlagen, die den negativen Auswirkungen der Corona-Pandemie für den Handel und die Gastronomie in den Stadtteilen entgegenwirken.

Mit den Maßnahmen soll kurzfristig – nach Ende des Lockdowns – wieder mehr Frequenz in die Stadtteilzentren und Quartiere gebracht werden. Hierdurch sollen die Strukturen in den Zentren gestärkt werden und gleichzeitig soll eine künftig pandemieresilientere Aufstellung erreicht werden.

Die SWAE empfiehlt deshalb, diese Projekte als Nachmeldungen für das Aktionsprogramm Stadtteilzentren 2021 zu betrachten und diese entsprechend finanziell zu unterstützen.

Die Handlungsschwerpunkte des Aktionsprogrammes liegen weiterhin u.a. in den folgenden Bereichen:

- Aufenthaltsqualität erhöhen  
z.B. Wiederbelebung öffentlicher Räume, temporäre Außengastronomie- und Veranstaltungsflächen mit Auftrittsmöglichkeiten für die Kultur- und Veranstaltungsbranche, Begrünung und Möblierung im öffentlichen Raum, Sauberkeit und Beleuchtung.
- Attraktivität durch Nutzungsvielfalt steigern  
z.B. durch innovatives Leerstands-/Zwischennutzungsmanagement, einen breiten Mix von Funktionen und Nutzungen im Stadtteil sicherstellen. Förderung mutiger Ideen und neuer Handlungsansätze, Ausprobieren durch Start-Ups und Pop-Ups.
- Marketing und Erreichbarkeit stärken  
Bedingt durch die Corona-Krise sind ergänzende Marketingmaßnahmen nötig, um für das breite Angebot in den Stadtteilen zu begeistern. Hierzu gehört auch, durch ein niedrigschwelliges Angebot, die Kundinnen und Kunden in das Stadtteilzentrum „einzuladen“.

Die Laufzeit der Projekte ist beschränkt auf das Jahr 2021. Sie werden unmittelbar nach Beschluss der politischen Gremien starten (Juli 2021) und zum Jahresende 2021 abgeschlossen sein.

Die Projektmittel sollen für konkrete Projekte (siehe Anlage 01 Nachgemeldete Projekte zum Aktionsprogramm Stadtteilzentren 2021) gewährt werden, durch die die Folgen der Coronakrise für die Orts- und Stadtteilzentren abgemildert werden. Sie werden nicht zu einer dauerhaften Erhöhung des regulären Zuschusses führen.

### **C. Alternativen**

Alternativen stehen nicht zur Verfügung. Die bestehenden einzelbetrieblichen Förderungen auf Bundesebene kompensieren lediglich Einnahmeausfälle, unterstützen aber nicht den Neustart in den Zentren. Mit der Nachmeldung für das Aktionsprogramm Stadtteilzentren soll durch die Stärkung des Handels ein Beitrag zur Stabilisierung der Stadtteilzentren geleistet werden.

### **D. Finanzielle, personalwirtschaftliche und genderbezogene Auswirkungen**

#### Finanzielle Auswirkungen

Der Finanzumfang der Nachmeldung für das „Aktionsprogramm Aufenthalts- und Erlebnisqualität Stadtteilzentren in Bremen zur Unterstützung bei den Folgen der Corona-Pandemie“ beträgt 129.000 EURO im Haushaltsjahr 2021. Die Maßnahmen liegen in der Ressortverantwortung der Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa. Die hierauf bezogenen Mittelbedarfe sollen aus dem Bremen-Fonds, PPL 95 (Stadt), Schwerpunktbereich „2. Kurz- und mittelfristige Maßnahmen zur Verhinderung struktureller Einbrüche in Wirtschaft und Gesellschaft“ finanziert werden.

Hierzu ist im Haushalt der Stadtgemeinde eine Nachbewilligung zu Gunsten einer neuen einzurichtenden Haushaltsstelle, die der Produktgruppe 95.02.01 mit Fremdbewirtschaftung zugeordnet ist, notwendig. Die Deckung erfolgt durch entsprechende Einsparungen bei der Haushaltstelle 3994/971 11-4, „Globalmittel zur Abmilderung der wirtschaftlichen und sozialen Folgen der Corona-Pandemie (Bremen-Fonds)“.

Bundes- oder EU-Mittel stehen zur Finanzierung nicht bereit. Ebenso ist eine Finanzierung aus dem Ressortbudget nach derzeitigem Stand nicht möglich. Die Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa wird unterjährig anderweitige Deckungsmöglichkeiten prüfen und darüber im Controlling berichten; diese wären vorrangig vor einer Notlagenkreditfinanzierung aus dem Bremen-Fonds einzusetzen.

Zur Finanzierung aus dem Bremen-Fonds ist ein Beschluss des Haushalts- und Finanzausschusses erforderlich.

Für folgende Maßnahmen im Bereich des Aktionsprogrammes Stadtteilzentren sollen durch eine „Nachmeldung“ Mittel aus dem Bremen-Fonds (Stadt) bereitgestellt werden.

Stadtteilzentrum	Bezeichnung	Kosten in T€	Zwischen- summe in T€	inv.	kon.
<b>Aufenthaltsqualität</b>			<b>28</b>		
Blumenthal	Temporäre Möblierung Außengastronomie Markt- platz Blumenthal	15			15
Blumenthal	Verschönerung leer ste- hender Schaufenster	5			5
Huchting	Weihnachts- und Lichter- fest Huchting	8			8
<b>Attraktivität</b>			<b>89</b>		
Borgfeld	Borgfelder Weinfest	13			13
Huchting	Huchtinger Food-Court	5			5
Huchting	Outdoor-Familientage – Spiel, Spaß, Shoppen	45			45
Huchting	Huchting-Art	6			6
Oberneuland	Eröffnung Nahversorgungs- zentrum und „Neue Mitte“	10			10
Oberneuland	Lange Shoppingnacht im Nahversorgungszentrum Apfelallee	10			10
<b>Marketing / Erreichbarkeit</b>			<b>12</b>		
Huchting	Marke Huchting	12			12
<b>Gesamt in T€</b>			<b>129</b>		<b>129</b>

Eine WU-Übersicht liegt nicht bei, da es sich um ein kurzfristig erforderliches, aus vielen Einzelmaßnahmen bestehendes Aktionsprogramm zur Frequenzsteigerung handelt, welches sich nicht im monetären Sinne ex-ante auf seine Wirtschaftlichkeit hin überprüfen lässt. Es wird jedoch davon ausgegangen, dass dortige Frequenzsteigerungen qualitativ zur Stärkung des Handels und der Gastronomie in den Quartieren beitragen, um hierdurch die coronabedingten Ausfälle einzudämmen. Dieses ist insofern wirtschaftlicher, als ggf. weitere Insolvenzen und mögliche Schließungen von Unternehmen sowie deren Auswirkungen auf Wirtschaft, Arbeitsmarkt und die Quartiere („Trading-Down-Prozesse“) zu riskieren.

Den Antragsformularen zum Bremen-Fonds können in Bezug auf die Handlungsschwerpunkte die jeweiligen Ziele und die zur Zielerreichung vorgegebenen Kennzahlen mit ihren Planwerten entnommen werden.

### Personalwirtschaftliche Auswirkungen

Mit der Beschlussvorlage des Aktionsprogramms Stadtteilzentren 2021 war einer befristeten Stelle für das Wirtschaftsressort zugestimmt worden. Diese wird auch bei den nötigen Aufgaben für die nachgemeldeten Projekte eingesetzt, insofern hat die Nachmeldung keine personalwirtschaftlichen Auswirkungen.

### Gender-Prüfung

Im Einzelhandel und in der Gastronomie gibt es einen prozentual höheren Frauenanteil. Sowohl Frauen als auch Männer profitieren von den geschaffenen Angeboten und Maßnahmen. Die zu erarbeitenden Marketingmaßnahmen sowie die genannten Veranstaltungen werden generationsübergreifend Frauen, Männer und insbesondere auch Familien ansprechen.

## **E. Beteiligung und Abstimmung**

Die Vorlage ist abgestimmt mit der Senatorin für Klimaschutz, Umwelt, Mobilität, Stadtentwicklung und Wohnungsbau, dem Senator für Finanzen sowie der Senatskanzlei.

## **F. Öffentlichkeitsarbeit und Veröffentlichung nach dem Informationsfreiheitsgesetz**

Die Senatsvorlage kann nach Beschlussfassung über das zentrale elektronische Informationsregister veröffentlicht werden. Datenschutzrechtliche Belange sind nicht betroffen.

## **G. Beschluss**

1. Der Senat stimmt der Umsetzung der in der Anlage beigefügten nachgemeldeten Projekte zum Aktionsprogramm Stadtteilzentren 2021 mit Kosten in Höhe von 129.000 EURO und der dargestellten Finanzierung aus Mitteln des „Bremen-Fonds (PPL 95, Stadt) im Haushaltsjahr 2021 zu. Der Senat bittet die Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa die Umsetzung eng mit der Senatorin für Klimaschutz, Umwelt, Mobilität, Stadtentwicklung und Wohnungsbau abzustimmen und einvernehmlich zu realisieren.

2. Der Senat bittet die Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa sich ggf. ergebende anderweitige Finanzierungsmöglichkeiten im Rahmen des unterjährigen Controlings 2021 zu prüfen; diese wären vorrangig vor einer Kreditfinanzierung über den Bremen-Fonds zu nutzen.
3. Der Senat bittet die Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa die Befassung der städtischen Deputation für Wirtschaft und Arbeit sowie den Senator für Finanzen die Befassung des Haushalts-und Finanzausschusses einzuleiten.
4. Der Senat bittet die Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa in Abstimmung mit der Senatorin für Klimaschutz, Umwelt, Mobilität, Stadtentwicklung und Wohnungsbau, einen Umsetzungsbericht im Frühjahr 2022 im Rahmen des geforderten Berichtes für das Aktionsprogramm Stadtteilzentren 2021 vorzulegen.

Anlagen:

- 01) Nachgemeldete Projekte zum Aktionsprogramm Stadtteilzentren 2021
- 02 a-c) Antragsformulare Bremen-Fonds

Die Senatorin für Wirtschaft Arbeit und Europa  
Juni 2021

# Für lebendige und attraktive Stadtteilzentren in der Stadt Bremen

## NACHMELDUNG

Aktionsprogramm  
Aufenthalts- und Erlebnisqualität  
Stadtteilzentren 2021  
zur Unterstützung des Handels und der  
Gastronomie bei den Folgen der  
Corona-Pandemie

Die nachgemeldeten Projekte für das Aktionsprogramm Stadtteilzentren 2021 sind auf den folgenden Seiten detailliert aufgeführt. Hierfür ist ein Budget von 129 T€ nötig.

## **Stadtteilzentrum Blumenthal**

Aufenthaltsqualität erhöhen

**Temporäre Möblierung Außengastronomie Marktplatz Blumenthal, 15 T€**

**Verschönerung leerstehender Schaufenster, 5 T€**

**Blumenthal gesamt: 20 T€**

### **Temporäre Möblierung Außengastronomie Marktplatz Blumenthal**

Quartier / thematischer Schwerpunkt

Blumenthaler Zentrum, Marktplatz

Problem / Ausgangssituation

Die Nutzung des Marktplatzes stellt sich für Gastronomiebetriebe und den Handel unter Coronabedingungen schwierig dar. Die ansässigen Unternehmen haben in den letzten Monaten erheblich gelitten, an Umsatz verloren und benötigen Unterstützung beim Restart.

Kurzbeschreibung Maßnahme

Das Ortsamt und der Beirat Blumenthal möchten den Gewerbetreibenden vor Ort, wenn die Situation sich wieder etwas verbessert, eine Perspektive bieten, damit wieder mehr verkauft und gewirtschaftet werden kann. Unter den Coronabedingungen ist dieses aktuell nur an der frischen Luft unter freiem Himmel möglich. Der Förderverein Bürgerstiftung Blumenthal will Möbel für den Marktplatz anschaffen und den Gewerbetreibenden vor Ort zur Verfügung stellen. Das Mobiliar kann auch für andere Geschäfte in der Mühlenstraße und/oder Kapitän-Dallmann-Straße, die sich nicht direkt am Marktplatz befinden, zur Verfügung gestellt werden.

Projektverantwortlich (und beteiligte Stellen)

Förderverein Bürgerstiftung Blumenthal e.V.; Ansprechpartner: 1.Vorsitzender Hans-Gerd Thormeier

Terminierung (Anfang & Ende)

unmittelbar, wenn die Corona-Verordnung es auch wieder ermöglicht

Projektkosten in €

15.000

### **Verschönerung leerstehender Schaufenster**

#### Quartier / thematischer Schwerpunkt

Blumenthaler Zentrum

#### Problem / Ausgangssituation

Ausgelöst durch die Coronapandemie stehen Geschäfte im Zentrum leer und senken somit auch für die noch vorhandenen Geschäfte die Attraktivität für Kund\*innen.

#### Kurzbeschreibung Maßnahme

Der Förderverein Bürgerstiftung Blumenthal e.V. möchte die leerstehenden Schaufenster attraktiv folieren lassen (mit Zustimmung der Eigentümer\*innen). Hierfür müssten dann Layouts und Folien, passgenau für die Fenster, erstellt werden.

Die Folierung der Schaufenster mit Angeboten und Sehenswürdigkeiten in Blumenthal soll dazu beitragen, dass die Schaufenster trotz des Leerstands attraktiv aussehen und die Aufenthaltsqualität gesteigert wird.

#### Projektverantwortlich (und beteiligte Stellen)

Förderverein Bürgerstiftung Blumenthal e.V.; Ansprechpartner: 1.Vorsitzender Hans-Gerd Thormeier

#### Terminierung (Anfang & Ende)

Sofort, damit es mit Beginn des zuvor genannten Projektes insgesamt in diesem Bereich ansehnlich aussieht

#### Projektkosten in €

5.000

## **Nahversorgungszentrum Borgfeld**

### Attraktivität durch Nutzungsvielfalt steigern

**Borgfelder Weinfest, 13.000 €**

### **Borgfelder Weinfest**

#### Quartier / thematischer Schwerpunkt

Borgfeld ist ein Ortsteil Bremens mit ca. 9.500 Einwohner\*innen und (Stand 2016/17 – Einzelhandelskonzept 2020) 34 Betrieben. Im Nahversorgungszentrum Borgfeld-Mitte mit dem REWE-Markt als Ankermieter konzentriert sich rund 32 % der Verkaufsfläche. Eine Ausweitung des Zentrums ist nach dem Einzelhandelskonzept 2020 in Richtung des Viohl-Geländes vorgesehen. Neben dem Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln kennzeichnen Geschäfte für Haushaltsgeräte und Unterhaltungselektronik (z.B. Expert Kohle), Bekleidung (z.B. Arivia, Nr. 1, Laden 37, Kinderbekleidung Lütje Lü), Schuhe, Hausrat, Spielwaren, Fahrräder, Blumen, Hundeausrüstung, Zeitschriften, Bücher, Pflanzen- und Gartenbedarf, ein Hofladen, ein Baumarkt und Apotheken das vielfältige Einzelhandelsangebot in Borgfeld. Außerdem befinden sich im Borgfelder Zentrum drei Restaurants (Salvia, Confettis, Borgfelder Dorfkrug) und zwei Cafés (Borgfelder Milchmanufaktur und Kaffeklatsch – gerade neueröffnet). Die Geschäfte und die Restaurants in Borgfeld sind geprägt durch einen inhabergeführten Einzelhandel/Gastronomie, eine Struktur, die leider nicht mehr so häufig in Bremen vorzufinden ist.

#### Problem / Ausgangssituation

Die Borgfelder Einzelhändler und Restaurants leiden erheblich unter dem coronabedingten Lockdown. Die Geschäftsleute versuchen derzeit, über „Click & Collect“ oder Click & Meet Umsätze zu generieren. Sie berichten aber dennoch von einem Umsatzrückgang von z.T. 75 %.

#### Kurzbeschreibung Maßnahme

Durch ein Weinfest am 9./10.10.2021 soll dem Borgfelder Zentrum im Herbst wieder neues Leben eingehaucht werden. Dieses Weinfest knüpft an die Tradition des Borgfelder Sommerfestes an. Geplant ist, auf dem Platz an der Dorflinde, auf dem zweimal wöchentlich auch der Wochenmarkt stattfindet, ein großes Zelt (ca. 10 x 20 m) aufzubauen. Um das Zelt sollen Stände mit kulinarischen Köstlichkeiten und Getränken (Softgetränke, Wein, aber auch Bier) aufgebaut werden. Auf einer Bühne sind Musikdarbietungen vorgesehen, die zur Ausgestaltung des Festes passen. Die Borgfelder Geschäftsleute und Gastronomen sollen in die Gestaltung des Festes einbezogen werden, indem sie Stände vor ihren Geschäften aufbauen. Die Restaurants und Cafés werden Speisen und Getränke im Außenbereich anbieten. Für die Kinder wird es außerhalb des Zeltes Angebote geben. Hier sollen die Borgfelder Vereine, insbesondere Sportvereine, aber auch örtliche Geschäfte (z.B. Lütje Lü) einbezogen werden. Das Weinfest dient der Wiederbelebung des Borgfelder Zentrums, der Erhöhung der Aufenthaltsqualität. Es soll die Bürger\*innen auf das attraktive Angebot des Borgfelder Zentrums aufmerksam machen.

#### Projektverantwortlich (und beteiligte Stellen)

Verantwortlich für die Durchführung des Weinfestes ist der Bürgerverein Borgfeld e.V., der in den letzten neun Jahren auch das Borgfelder Sommerfest durchgeführt hat. Er wird unterstützt durch die Borgfelder Schützengilde e.V., die ebenfalls auf eine große

Erfahrung bei der Organisation von Schützenfesten verfügt. Beteiligte Stellen sind außerdem der Beirat Borgfeld, das Ortsamt Borgfeld und Kooperationspartner aus dem Borgfelder Einzelhandel.

Terminierung (Anfang & Ende)

09.10.2021 (12 - 24 Uhr) und 10.10.2021 (ab 11 Uhr bis 20 Uhr).

Projektkosten in €:

Zuschussbedarf: 13.000 € (ca. 17.600 € Gesamtkosten, ca. 4.600 € Eigenmittel).  
Das Wirtschaftsressort wird hier die Organisator\*innen auffordern, weitere Eigenmittel/Standgebühren zu generieren-

## **Stadtteilzentrum Huchting**

### Aufenthaltsqualität erhöhen

**Weihnachts- und Lichterfest Huchting, 8 T€**

### Attraktivität durch Nutzungsvielfalt steigern

**Huchtinger Food-Court, 5 T€**

**Outdoor-Familientage – Spiel, Spaß, Shoppen, 45 T€**

**Huchting-Art, 6 T€**

### Marketing und Erreichbarkeit stärken

**Marke Huchting, 12 T€**

**Huchting gesamt: 76 T€**

## **Weihnachts- und Lichterfest Huchting**

### Quartier / thematischer Schwerpunkt

Stadtteilzentrum Huchting, Huchtinger Dorfplatz, Böses Park, Alter Dorfplatz / Marketing und Aufenthaltsqualität erhöhen

### Problem / Ausgangssituation

Das Eingangsportal des Stadtteilzentrums Huchting vermittelt einen negativen, abwertenden Eindruck. Bei der Einfahrt blickt man auf eine Ruine und einen unbelebten, dunklen Alten Dorfplatz. Dieser wird zurzeit ausschließlich als Verkehrsfläche genutzt. Dieses Umfeld wirkt sich negativ auf die Atmosphäre und das Empfinden der Kund\*innen aus. Einkaufsatmosphäre entsteht nur durch ein freundliches und ansprechendes Umfeld.

Der negative Eindruck setzt sich bis ins Herz des Stadtteilzentrums fort. Reine, nicht mehr zeitgemäße, unattraktive öffentliche Flächen ohne Aufenthaltsqualität, städtebauliche Missstände, leerstehende Gebäude sowie zwei Autohandelsbetriebe tragen nicht zur Attraktivität des Quartieres am Rand des Stadtteilzentrums bei.

### Kurzbeschreibung Maßnahme

Der Alte Dorfplatz am Anfang des Stadtteilzentrums muss aufgewertet werden, damit Besucher\*innen und Kunden\*innen einen positiven Eindruck gewinnen, wenn sie ins Stadtteilzentrum kommen. Mit dem Weihnachts- und Lichterfest soll der Alte Dorfplatz belebt und in der Weihnachts-/Adventszeit wieder erleuchtet. Der Bereich als Eingangsportal zum Stadtteilzentrum vermittelt so einen einladenden, stimmungsvollen Eindruck und soll Menschen in das Stadtteilzentrum ziehen.

Außerdem soll der Weihnachtsmarkt an dieser Stelle wiederaufleben. Die Initiative im vergangenen Jahr wurde durch die Corona-Pandemie gebremst.

Mit Lichtinstallationen und –illuminationen sollen markante Gebäude, Objekte, Bereiche beginnend am Alten Dorfkrug und der Kirche entlang der Verkehrsachse Kirchhuchtinger Landstraße über Böses Park bis zum Center-Point quasi als Leuchtpunkte einer Lichterkette in Szene gesetzt werden und so das Stadtteilzentrum insgesamt in eine interessante, attraktive Stimmung versetzt werden.

Durch das Weihnachts- und Lichterfest wird Einkaufen, Erlebnis, Wohlfühlen und Genießen verbunden. Gewerbetreibende, Geschäfte, Huchtinger Akteurinnen u. Akteure wirken mit, präsentieren und werben für sich. Die jeweiligen Corona- und Hygienebestimmungen werden in jedem Fall berücksichtigt.

Projektverantwortlich (und beteiligte Stellen)

Ortsamt Huchting, IHU, Akteurinnen u. Akteure aus dem Stadtteil

Terminierung (Anfang & Ende)

Ende November 2021

Projektkosten in €

8.000

**Huchtinger Food-Court**

Quartier / thematischer Schwerpunkt

Stadtteilzentrum Huchting, Huchtinger Dorfplatz / Marketing und Aufenthaltsqualität erhöhen

Problem / Ausgangssituation

Die Gewerbetreibenden im Stadtteilzentrum Huchting leiden aufgrund der aktuellen Corona-Pandemie an temporären, angeordneten (Teil-)Schließungen bzw. erheblichen Betriebseinschränkungen und die geöffneten Betriebe an einer stark reduzierten Kundenfrequenz. Die Umsätze sind eingebrochen oder gar auf dem Nullpunkt angelangt. Lauf-, Mitnahme- und Synergieeffekte bleiben fast völlig aus. Die Anlässe und Anreize, das Stadtteilzentrum zu besuchen, sind gering. Öffentliche Plätze und private Gewerbeflächen sind verwaist. Wo sonst Kundenströme und reges Treiben herrscht, begegnet man heute kaum jemandem.

Kurzbeschreibung Maßnahme

Mit Veranstaltungen und Aktionen sollen Kundinnen und Kunden ins Stadtteilzentrum Huchting eingeladen und angelockt werden. Es soll eine Wiederbelebung, eine Abwechslung zu der der äußerst schwierigen Lage und eine positive Atmosphäre geschaffen werden. Mit Erlebnisaktionen soll das Stadtteilzentrum wieder erlebbar und lebendig gemacht werden. Ziel ist die Bindung und die Identifikation mit dem Stadtteilzentrum Huchting. Die Huchtinger Food-Courts sind solche Veranstaltungen. Der Huchtinger Dorfplatz wird zum Food-Court, indem Gewerbetreibende und Gastronomen Stände aufstellen zum Verkauf, aber auch zur Werbung und Information. Zum einen zieht Essen und Trinken Menschen an. Außerdem ist Essen und Trinken „to go“ unter Corona- und Hygienebestimmungen gut umsetzbar. Zum anderen können sich Gewerbetreibende aus dem Stadtteil, nicht nur Gastronomen, sowie andere Dienstleister\*innen auf den Food-Courts präsentieren, natürlich unter Einhaltung der Corona-Vorgaben. Eine Wiederholung/Fortsetzung ist geplant.

Projektverantwortlich (und beteiligte Stellen)

Ortsamt Huchting, Interessengemeinschaft Huchtinger Unternehmer:innen (IHU), Huchtinger Gastronomie- und Gewerbebetriebe

Terminierung (Anfang & Ende)

Juli bis September 2021

Projektkosten in €

5.000

**Outdoor-Familientage – Spiel, Spaß, Shoppen**

Quartier / thematischer Schwerpunkt

Stadtteilzentrum Huchting; Huchtinger Dorfplatz und Parkplatz Roland-Center/ Marketing und Aufenthaltsqualität erhöhen

Problem / Ausgangssituation

Die Gewerbetreibenden im Stadtteilzentrum Huchting leiden aufgrund der aktuellen Corona-Pandemie an temporären, angeordneten (Teil-)Schließungen bzw. erheblichen Betriebseinschränkungen und die geöffneten Betriebe an einer stark reduzierten Kund\*innenfrequenz. Die Umsätze sind eingebrochen oder gar auf dem Nullpunkt angelangt. Lauf-, Mitnahme- und Synergieeffekte bleiben fast völlig aus. Die Anlässe und Anreize, das Stadtteilzentrum zu besuchen, sind gering. Öffentliche Plätze und private Gewerbeflächen sind verwaist. Wo sonst Kund\*innenströme und reges Treiben herrscht, begegnet man heute kaum jemandem.

Kurzbeschreibung Maßnahme

Mit Veranstaltungen und Aktionen sollen Kundinnen und Kunden ins Stadtteilzentrum Huchting eingeladen und angelockt werden. Es soll eine Wiederbelebung, eine Abwechslung zu der der äußerst schwierigen Lage und eine positive Atmosphäre geschaffen werden. Mit Erlebnisaktionen soll das Stadtteilzentrum wieder erlebbar und lebendig gemacht werden. Ziel ist die Bindung und die Identifikation mit dem Stadtteilzentrum Huchting. Die Outdoor-Familientage sind entsprechende Veranstaltungen und sollen insbesondere Familien in das Stadtteilzentrum einladen. Vor, während oder nach dem Einkauf oder der Inanspruchnahme von Dienstleistungen können sich Kinder und Jugendliche an Outdoor-Spiel-, Spaß- und Bewegungsangeboten wie Bungee-Trampolin, mobile Skating-Anlage, Graffiti Live-Sprayen, Wasserspielen u.v.m. erfreuen.

Mit den Outdoor-Familientagen sollen gerade Familien mit Kindern angezogen werden und das Stadtteilzentrum Huchting auch während der anhaltenden Corona-Pandemie als Magnet und Anziehungspunkt wirken. Gewerbetreibende, Geschäfte, Huchtinger Vereine und Einrichtungen wirken mit, präsentieren und werben für sich. Die jeweiligen Corona- und Hygienebestimmungen werden in jedem Fall berücksichtigt.

Projektverantwortlich (und beteiligte Stellen)

Ortsamt Huchting, Interessengemeinschaft Huchtinger Unternehmer:innen (IHU), Center-Point, Roland-Center, Huchtinger Vereine und Einrichtungen

Terminierung (Anfang & Ende)

Juli bis September 2021

Projektkosten in €

45.000

## **Huchting-Art**

### Quartier / thematischer Schwerpunkt

Stadtteilzentrum Huchting / Aufenthaltsqualität erhöhen

### Problem / Ausgangssituation

Das Stadtteilzentrum weist städtebauliche Defizite und Missstände auf. Öffentliche Flächen sind nicht mehr zeitgemäß und unattraktiv. Sie erfüllen ausschließlich Verkehrsfunktionen und bieten kaum bis überhaupt keine Aufenthaltsqualität. Des Weiteren stören leerstehende Gebäude das Gesamtbild. Ein solches Umfeld wirkt sich negativ auf Einzelhandel und Dienstleistungsbetriebe aus. Die Corona-Pandemie verstärkt die negativen Rahmenbedingungen zusätzlich. Des Weiteren werden in Kürze große Baumaßnahmen wie die Verlängerung der Straßenbahnlinien 1 und 8 beginnen und das Stadtbild erheblich durch Bauzäune, Tiefbauarbeiten, Baufahrzeuge verändern und vor allem beeinträchtigen sowie die Erreichbarkeit der Betriebe durch Absperrungen und Umleitungen wesentlich erschweren.

### Kurzbeschreibung Maßnahme

Mit künstlerischen Gestaltungen und Objekten soll das Stadtbild aufgewertet werden. Öffentliche Flächen sollen durch Kunstobjekte und künstlerische Gestaltungen an Aufenthaltsqualität gewinnen. Leerstehende Objekte sollen bespielt werden und ihre negative Ausstrahlung durch Kunst in interessante, positive Ansichten umgekehrt werden. Bauzäune und andere Elemente sollen als Gestaltungsfläche künstlerisch genutzt werden, um einen ansehnlichen Eindruck und eine positive Atmosphäre im Stadtteilzentrum Huchting zu erzielen.

### Projektverantwortlich (und beteiligte Stellen)

Ortsamt Huchting, Kulturladen Huchting, weitere Bremer Künstler\*innen

### Terminierung (Anfang & Ende)

Mai – Dezember 2021

6.000

## **„Marke Huchting“**

### Quartier / thematischer Schwerpunkt

Stadtteilzentrum Huchting / Marketing und Aufenthaltsqualität erhöhen

### Problem / Ausgangssituation

Das Stadtteilzentrum Huchting ist ein starkes, zentrales Einzelhandels-, Versorgungs- und Dienstleistungszentrum im Bremer Süden, allerdings zunehmend der Konkurrenz von Einzelhandels-, Dienstleistungs- und Nahversorgungszentren im niedersächsischen Umland ausgesetzt. Die aktuelle Corona-Pandemie verstärkt den Druck zusätzlich. Diesen schwierigen Rahmenbedingungen und Downgrading-Tendenzen stehen aber gleichzeitig erhebliche Potentiale und Chancen wie verfügbare, städtische Flächen, Verlängerung der Straßenbahn, zahlreiche Anfragen von Investoren gegenüber. Um den negativen Tendenzen entgegenzuwirken sowie die Potentiale und Chancen für das Stadtteilzentrum Huchting heben zu können, bedarf es einer „Marke Huchting“.

Kurzbeschreibung Maßnahme

Die „Marke Huchting“ soll für das Stadtteilzentrum Huchting stehen und dieses nach innen und außen darstellen. Ziel ist eine positive Wahrnehmung, Verbesserung des Images, Aufmerksamkeit und Identifikation mit dem Stadtteilzentrum. Die „Marke Huchting“ soll grafisch und textlich (Claim, Slogan) gestaltet sein, Merkmale und Eigenheiten des Stadtteils aufgreifen, prägnant und einprägsam sein, Alleinstellungsmerkmale aufweisen und sich von anderen Marken oder Logos abheben. Die „Marke Huchting“ soll für Schriftverkehr, Broschüren, Flyer, Plakate, Werbung an Fahrzeugen, Zeitungsanzeigen, Banner, Fahnen, Abzeichen, Internet usw. verwendet werden. Daher muss die Druckvorlage vektorisiert sein.

Projektverantwortlich (und beteiligte Stellen)

Beirat und Ortsamt Huchting, IHU, Akteurinnen u. Akteure Stadtteil, Grafikagentur

Terminierung (Anfang & Ende)

Mai – Juli 2021

Projektkosten in €

12.000

## Nahversorgungszentrum Oberneuland

Attraktivität durch Nutzungsvielfalt steigern

**Eröffnung Nahversorgungszentrum und „Neue Mitte“ /  
Wir kommen (wieder) zusammen! 10 T€**

**Lange Shoppingnacht Apfelallee, 10 T€**

**Oberneuland gesamt: 20 T€**

**Eröffnung Nahversorgungszentrum mit der „Neuen Mitte“ /  
Wir kommen zusammen!**

Quartier / thematischer Schwerpunkt

Oberneuland / Mühlenfeldstr./ Eröffnung der neuen Mitte mit Einzelhandel und neuem Nahversorger / Bespielung des neuen Marktplatzes → Stadtteilstadt

Problem / Ausgangssituation

Coronabedingt konnte das neu gestaltete Nahversorgungszentrum (neue Mitte) noch nicht adäquat eröffnet werden: Eröffnung des Edeka der Fam. Maaß und ein „wieder Zusammenkommen“ der Oberneuländer Bevölkerung hat noch nicht stattgefunden.

Kurzbeschreibung Maßnahme

Unter Berücksichtigung der Corona-Verordnung des Landes Bremen planen wir eine Veranstaltung rund um Oberneulands neuer Mitte, unter Beteiligung der Einzelhändler und Gastronomiebetriebe, aber auch der Vereine und Verbände und der Einbeziehung der Bevölkerung

- Fest mit Pagoden auf dem neuen „Dorfplatz“
- Kulinarische Angebote vor den Gastronomiebetrieben
- Bühne mit künstlerischen Angeboten
- Angebot Lür Kropp Hof
- Sportaktion auf dem Multifunktionsplatz (z.B. TVO/FCO)
- Konzert vor/in der Kirche
- Sportvorführung der Schule(n) in der Turnhalle (wenn erlaubt)
- Angebote der Einzelhändler
- Angebot Polizei / Feuerwehr
- Garagenflohmarkt der Anwohner (optional)

Projektverantwortlich (und beteiligte Stellen)

Ortsamt, Edeka mit Betreiber Maaß, Beirat, Polizei, Freiwillige Feuerwehr Oberneuland, Gewerbetreibende und Dienstleister des Stadtteilzentrums, Gastronomiebetriebe (Flagman, Grand Central) Lür Kropp Hof, der Bürgerverein Horn-Lehe, Edeka Maaß, Hubertus Reitverein, ev. Kirchengemeinden, Sportvereine, Schulen (Elefanten, Tobias, Rockwinkel), Jugendzentrum Sasu e.V., Jugendbeirat

Terminierung (Anfang & Ende)

Mai – Okt. 2021 → je nach Corona Situation

Projektkosten in €

10.000,-

**Lange Shoppingnacht im Nahversorgungszentrum Apfelallee**

Quartier / thematischer Schwerpunkt

Oberneuland, Nahversorgungszentrum Apfelallee

Problem / Ausgangssituation

Corona, Lange Schließung der Einzelhändler → Motto: Wir sind noch da!

Kurzbeschreibung Maßnahme

Verkauf in und/oder vor den Einzelhändlern mit besonderem Angebot, das zum Verweilen einlädt, Sitzgelegenheit, mit besonderer Beleuchtung, auf einem zentralen Platz ein kulinarisches Angebot, Bühne mit musikalischem/kulturellem Programm.

Die lange Shopping Nacht sollte dabei schon tagsüber beginnen, um auch für Kinder und Jugendliche ein Angebot schaffen zu können.

Projektverantwortlich (und beteiligte Stellen)

Ortsamt, Beirat, Gewerbetreibende und Dienstleister des Stadtteilzentrums, Gastronomiebetriebe, Vereine (siehe oben)

Terminierung (Anfang & Ende)

Sep. – Okt. 2021

Projektkosten in €

10.000

## Anlage 2.a) Aufenthaltsqualität erhöhen

SWAE

31.05.2021

Produktplan 71

Kapitel

### Antragsformular Bremen-Fonds

<b>Senatssitzung:</b>	<b>Vorlagennummer:</b>	<b>Maßnahmenbezeichnung/Titel der Senatsvorlage:</b>
08.06.2021		NACHMELDUNG Aktionsprogramm Stadtteilzentren: Handlungsfeld Aufenthaltsqualität erhöhen

#### **Maßnahmenkurzbeschreibung:**

Bitte beschreiben Sie in zwei bis drei Sätzen den Kern der Maßnahme.

Die Auswirkungen der Corona-Pandemie erfordern nicht nur in der Bremer Innenstadt, sondern auch in den Stadtteilzentren, kurzfristige Interventionen. Die Lockdowns von März bis April 2020 und seit Dezember 2020 sowie die weiterhin bestehenden Einschränkungen haben tiefgreifende Auswirkungen auf den Handel, die Gastronomie und die Tourismuswirtschaft. Einige Anbieter sind bereits insolvent gegangen.

Vor diesem Hintergrund besteht die Notwendigkeit, diese Auswirkungen der Coronapandemie in den Stadtteilzentren durch geeignete kurzfristige Maßnahmen so zu begrenzen, dass eine künftig pandemie-resilientere Aufstellung dieser Quartiere erreicht werden kann. Ziel ist es, die dortige Frequenz durch geeignete Maßnahmen kurzfristig deutlich zu erhöhen und somit die negativen wirtschaftlichen Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Urbanität in den Stadtteilzentren zu minimieren.

Es sind dringend neue und ergänzende Impulse für die Wirtschaft in den Stadtteilzentren nötig, um Kaufkraft, Besucherfrequenzen, Aufenthaltsdauer etc. zu erhöhen und damit einen Beitrag zur Stabilisierung der Unternehmen vor Ort zu leisten. Ein Baustein ist die Erhöhung der Aufenthaltsqualität durch verschiedene geeignete Maßnahmen. Durch Verbesserungen in den Bereich Möblierung, Sauberkeit, Beleuchtung und der Nutzung von Freiflächen soll vor Ort Wohlfühlatmosphäre entstehen, so dass die Bewohner\*innen ihr Stadtteilzentrum gerne besuchen.

Nachdem der Senat am 02.03.2021, die Deputationen für Wirtschaft und Arbeit am

10.03.2021 und der Haushalts- und Finanzausschuss am 19.03.2021 das „Aktionsprogramm Aufenthalts- und Erlebnisqualität Stadtteilzentren 2021 zur Unterstützung des Handels und der Gastronomie bei den Folgen der Corona-Pandemie“ (kurz: „Aktionsprogramm Stadtteilzentren 2021“) mit einem Volumen von 1,217 Mio. € aus dem Bremen-Fonds (PPL 95 (Stadt), Schwerpunktbereich „2. Kurz- und mittelfristige Maßnahmen zur Verhinderung struktureller Einbrüche in Wirtschaft und Gesellschaft“) beschlossen hatten, haben weitere Stadtteile Bedarf angemeldet, der mit dieser „Nachmeldung“ zum Aktionsprogramm Stadtteilzentren 2021 abgedeckt werden soll.

**Maßnahmenzeitraum und –kategorie (Zuordnung Schwerpunktbereiche 1-4):**

Beginn: Juli 2021	voraussichtliches Ende: Dezember 2021
Zuordnung zu (Auswahl): 2.) Kurz- und mittelfristige Maßnahmen zur Verhinderung struktureller Einbrüche in Wirtschaft und Gesellschaft	

**Zielgruppe/-bereich:**

Zielgruppe: Einzelhändler*innen, Gastronom*innen, Dienstleister*innen in den Bremer Stadtteilzentren	Bereich, Auswahl: Wirtschaft und Arbeitsmarkt
---	--

**Maßnahmenziel:**

Ziel ist es die Besucher\*innenfrequenz und die Aufenthaltsdauer in den Bremer Stadtteilzentren kurzfristig deutlich zu erhöhen, um die negativen wirtschaftlichen Auswirkungen der Corona-Pandemie auf die Stadtteilzentren zu minimieren.

Kennzahlen zur Messung der Zielerreichung [Ergänzungsfeld]	Einheit	2020	2021
Bericht der Stadtteilmanager*innen über die Frequenz in den Stadtteilzentren (keine automatischen Passant*innenfrequenzzählanlagen in den Stadtteilzentren vorhanden)	Anzahl	„X“	„X“ +10 %

## Begründungen und Ausführungen zu

### **1. dem eindeutigen, nachweisbaren Bezug der Maßnahme zur Corona-Pandemie:**

(Inwieweit dient die Maßnahme unmittelbar zur Bewältigung der Corona-Pandemie bzw. mittelbar für die Bewältigung der Folgen der Corona-Pandemie (Kausalität)?)

Die in der Nachmeldung zum Aktionsprogramm Stadtteilzentren unter dem Handlungsfeld „Aufenthaltsqualität erhöhen“ vorgeschlagenen Maßnahmen

- Temporäre Möblierung Außengastronomie Marktplatz Blumenthal (Blumenthal)
- Verschönerung leerstehender Schaufenster (Blumenthal)
- Weihnachts- und Lichterfest Huchting (Huchting)

sollen insbesondere durch das Bespielen der öffentlichen Räume und Plätze Anlässe für Bremer\*innen schaffen, „ihre“ Stadtteilzentren zu besuchen und zu nutzen anstatt. Sie sollen Urbanität erleben anstelle online zu shoppen.

Die Maßnahmen leisten vor allem einen Beitrag zur Steigerung der Aufenthaltsqualität im Grundsatz und insbesondere unter den Anforderungen an Hygiene, Sauberkeit, Sicherheit und Ordnung unter Coronabedingungen.

### **2. der Erforderlichkeit der Maßnahme im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie:**

(Ist die Maßnahme erforderlich zur Bewältigung der Corona-Pandemie bzw. deren Folgen?)

Ohne die vorgeschlagenen Maßnahmen würde sich die Frequenzsteigerung deutlich langsamer oder gar nicht gestalten. Positive wirtschaftliche Effekte würden sich so kurz und mittelfristig nicht einstellen. Insolvenzen und Leerstände wären zu erwarten, was zu einer weiteren Minderung der Attraktivität der Bremer Stadtteilzentren auch in Konkurrenz zu Einkaufszentren und zum Online-Handel führen würde.

#### **2.1. Dazu als Orientierung/ Information: Bestehen ähnliche/vergleichbare Maßnahmen in anderen Bundesländer? (Bundesländer und (Förder-)Maßnahme auflisten bzw. Verweis auf bundesweite Mehraufwendungen) [Ergänzungsfeld]**

In vielen deutschen Städten sind Maßnahmen in der Bearbeitung und Entwicklung, um im Kontext der Coronakrise die Attraktivität und Aufenthaltsqualität der Innenstädte und der Stadtteilzentren und damit die Besucher\*innenfrequenz und Umsätze im Handel und Gastgewerbe zu erhöhen. Für Bremerhaven ist zum Jahresanfang mit ähnlichem Inhalt das Programm „Für eine lebendige und attraktive

Innenstadt Bremerhaven – Aktionsprogramm Aufenthalts- und Erlebnisqualität Innenstadt 2020/2021“ beschlossen worden.

**3. dem Schadensbewältigungscharakter der Maßnahme**

(Schadensbeseitigung, -minderung, -vermeidung):

(Handelt es sich um eine vorrangig temporär erforderliche Maßnahme zur Beseitigung/Minderung/Vermeidung von Schäden/negativen Folgen der Corona-Pandemie? Um welche Schäden handelt es sich?)

Minderung von Umsatzrückgang, Leerstand und damit zunehmender Attraktivitätsverlust. Insolvenzen und Verlust von Arbeitsplätzen wird mit den Maßnahmen gezielt entgegengewirkt.

**4. anderweitige Finanzierungsmöglichkeiten:**

(Welche anderen öffentl. Finanzierungen z.B. Bremische Programmmittel oder EU- oder Bundesmittel sind geprüft worden?)

Die Maßnahmen sind weder für den Haushalt noch für das EFRE-Programm angemeldet. Eine Darstellung innerhalb bestehender Deckungsmöglichkeiten des Haushalts ist nicht möglich. Für eine kurzfristige Umsetzbarkeit stehen aktuell keine Förderprogramme auf Bundes- oder EU-Ebene zur Verfügung.

**5. Darstellung der Klimaverträglichkeit [Ergänzungsfeld]**

Die Maßnahmen weisen keine negative Klimaverträglichkeit auf.

**6. Darstellung der Betroffenheit der Geschlechter [Ergänzungsfeld]**

Die Maßnahmen betreffen Männer wie Frauen gleichermaßen. Im Einzelhandel und in der Gastronomie gibt es einen prozentual höheren Frauenanteil. Sowohl Frauen wie Männer profitieren von den geschaffenen Angeboten und Maßnahmen. Die zu erarbeitenden Marketingmaßnahmen sowie die genannten Veranstaltungen werden generationsübergreifend Frauen, Männer und insbesondere auch Familien ansprechen.

<b>Ressourceneinsatz:</b>					
<b>Betroffener Haushalt: (Beträge in T €)</b>					
<input type="checkbox"/> <b>LAND</b>			<input checked="" type="checkbox"/> <b>STADT</b>		
Aggregat	Betrag 2020	Betrag 2021	Aggregat	Betrag 2020	Betrag 2021
Mindereinnahmen			Mindereinnahmen		
Personalausgaben			Personalausgaben		
VZÄ (plus Angabe Dauer in Monaten)			VZÄ (plus Angabe Dauer in Monaten)		
Konsumtiv			Konsumtiv		28
Investiv			Investiv		
Verrechnung/Erst. an Bremen					
Verrechnung/Erst. an Bremerhaven					

<b>Geplante Struktur:</b>
Verantwortliche Dienststelle: SWAE
Keine Regelaufgabe, zusätzliche Projekte
Ansprechpersonen: <span style="background-color: black; color: black;">[REDACTED]</span>

Beigefügte Unterlagen:

WU-Übersicht

ja

nein

ja

nein

ja

nein



## Anlage 2.b) Attraktivität durch Nutzungsvielfalt steigern

SWAE

31.05.2021

Produktplan 71

Kapitel

### Antragsformular Bremen-Fonds

<b>Senatssitzung:</b>	<b>Vorlagennummer:</b>	<b>Maßnahmenbezeichnung/Titel der Senatsvorlage:</b>
08.06.2021		NACHMELDUNG Aktionsprogramm Stadtteilzentren: Handlungsfeld Attraktivität durch Nutzungsvielfalt steigern

#### **Maßnahmenkurzbeschreibung:**

Bitte beschreiben Sie in zwei bis drei Sätzen den Kern der Maßnahme.

Die Stadtteilzentren haben eine wichtige kleinräumige Versorgungsfunktion und sind zugleich bedeutsame soziale Treffpunkte und ein wichtiger Baustein in der „Stadt der kurzen Wege“. Neben den Innenstädten müssen daher auch die Stadtteilzentren mitgedacht und gestärkt werden.

Nach den beiden coronabedingten Lockdowns werden einige Ladengeschäfte aus wirtschaftlichen Gründen nicht mehr öffnen können. Durch diese Leerstände verlieren diese Lagen wesentlich an Attraktivität und es ist zu befürchten, dass die Besucher\*innenströme weiter zurück gehen werden. Die wirtschaftlichen Auswirkungen für noch vorhandene Geschäfte wären fatal. Es gilt diese Abwärtsspirale zu stoppen. Leergefallene Läden sollen mit neuen Nutzungen belegt werden, Schaufenster sollen phantasievoll bespielt und bestehende Geschäfte sollen dazu angeregt werden, über ergänzende Nutzung nachzudenken.

Es ist erforderlich, durch ein aktives innovatives und unkonventionelles Zwischennutzungsmanagement attraktive Konzepte, mutige Ideen und neue Handlungsansätze zu fördern und nachhaltig zu unterstützen. Niedrigschwellige Zugänge erlauben es auch Start-Ups neue Ideen auszuprobieren und sich so am Markt zu etablieren. Pilotprojekte sollen Mut machen in Corona Zeiten mit neue Angebote und Nutzungsmischungen nachzuahmen und den Horizont zu öffnen.

Nachdem der Senat am 02.03.2021, die Deputationen für Wirtschaft und Arbeit am 10.03.2021 und der Haushalts- und Finanzausschuss am 19.03.2021 das „Aktionsprogramm Aufenthalts- und Erlebnisqualität Stadtteilzentren 2021 zur

Unterstützung des Handels und der Gastronomie bei den Folgen der Corona-Pandemie“ (kurz: „Aktionsprogramm Stadtteilzentren 2021“) mit einem Volumen von 1,217 Mio. € aus dem Bremen-Fonds (PPL 95 (Stadt), Schwerpunktbereich „2. Kurz- und mittelfristige Maßnahmen zur Verhinderung struktureller Einbrüche in Wirtschaft und Gesellschaft“) beschlossen hatten, haben weitere Stadtteile Bedarf angemeldet, der mit dieser „Nachmeldung“ zum Aktionsprogramm Stadtteilzentren 2021 abgedeckt werden soll.

**Maßnahmenzeitraum und –kategorie (Zuordnung Schwerpunktbereiche 1-4):**

Beginn: Juli 2021	voraussichtliches Ende: Dezember 2021
Zuordnung zu (Auswahl): 2.) Kurz- und mittelfristige Maßnahmen zur Verhinderung struktureller Einbrüche in Wirtschaft und Gesellschaft	

**Zielgruppe/-bereich:**

Zielgruppe: Einzelhändler*innen, Gastronom*innen, Dienstleister*innen in den Bremer Stadtteilzentren	Bereich, Auswahl: Wirtschaft und Arbeitsmarkt
---	--

**Maßnahmenziel:**

Einem möglichen Verfall der Stadtteilzentren durch zunehmende Leerstände und damit verstärkten negativen wirtschaftlichen Entwicklungen soll entgegengewirkt werden insbesondere durch attraktive Zwischennutzungen. Neue Nutzungen sollen ausprobiert werden. Das trägt dazu bei, Leerstände zu minimieren und zusätzliche Besucherströme in die Stadtteilzentren zu lenken. Ziel ist es, die zentralen Lagen der Stadtteile trotz der coronabedingten Verluste zu stabilisieren. Weitere Attraktivität soll durch vielfältige Events geschaffen werden.

Kennzahlen zur Messung der Zielerreichung <i>[Ergänzungsfeld]</i>	Einheit	2020	2021
Durch Zwischennutzung bespielte Leerstände	Anzahl	--	3
Veranstaltungen in den Stadtteilzentren	Anzahl	--	6

## Begründungen und Ausführungen zu

### **1. dem eindeutigen, nachweisbaren Bezug der Maßnahme zur Corona-Pandemie:**

(Inwieweit dient die Maßnahme unmittelbar zur Bewältigung der Corona-Pandemie bzw. mittelbar für die Bewältigung der Folgen der Corona-Pandemie (Kausalität)?)

Die im Aktionsprogramm Stadtteilzentren unter dem Handlungsfeld „Attraktivität durch Nutzungsvielfalt steigern“ vorgeschlagenen Maßnahmen

- Borgfelder Weinfest (Borgfeld)
  - Huchtinger Food-Court (Huchting)
  - Outdoor-Familientage – Spiel, Spaß, Shoppen (Huchting)
  - Huchting-Art (Huchting)
  - Eröffnung Nahversorgungszentrum und „Neue Mitte“ (Oberneuland)
  - Lange Shoppingnacht im Nahversorgungszentrum Apfelallee (Oberneuland)
- sollen insbesondere durch die Attraktivierung von Leerständen und von öffentlichen Plätzen sowie durch spannende Events neue Kaufanreize in die Stadtteilzentren bringen.

### **2. der Erforderlichkeit der Maßnahme im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie:**

(Ist die Maßnahme erforderlich zur Bewältigung der Corona-Pandemie bzw. deren Folgen?)

Ohne die vorgeschlagenen Maßnahmen würden die Leerstände zunehmen und als Folge davon Frequenzsteigerung deutlich langsamer oder gar nicht erfolgen. Positive wirtschaftliche Effekte würden sich so kurz und mittelfristig nicht einstellen. Insolvenzen und Leerstände wären zu erwarten, was zu einer weiteren Minderung der Attraktivität der Bremer Stadtteilzentren auch in Konkurrenz zu Einkaufszentren und zum Online-Handel führen würde.

#### **2.1. Dazu als Orientierung/ Information: Bestehen ähnliche/vergleichbare Maßnahmen in anderen Bundesländer? (Bundesländer und (Förder-)Maßnahme auflisten bzw. Verweis auf bundesweite Mehraufwendungen) [Ergänzungsfeld]**

In vielen deutschen Städten sind Maßnahmen in der Bearbeitung und Entwicklung, um im Kontext der Coronakrise die Attraktivität und Aufenthaltsqualität der Innenstädte und der Stadtteilzentren und damit die Besucher\*innenfrequenz und Umsätze im Handel und Gastgewerbe zu erhöhen. Für Bremerhaven ist zum Jahresanfang mit ähnlichem Inhalt das Programm „Für eine lebendige und attraktive

Innenstadt Bremerhaven – Aktionsprogramm Aufenthalts- und Erlebnisqualität Innenstadt 2020/2021“ beschlossen worden.

**3. dem Schadensbewältigungscharakter der Maßnahme**

(Schadensbeseitigung, -minderung, -vermeidung):

(Handelt es sich um eine vorrangig temporär erforderliche Maßnahme zur Beseitigung/Minderung/Vermeidung von Schäden/negativen Folgen der Corona-Pandemie? Um welche Schäden handelt es sich?)

Minderung von Umsatzrückgang, Leerstand und damit zunehmender Attraktivitätsverlust. Insolvenzen und Verlust von Arbeitsplätzen wird mit den Maßnahmen gezielt entgegengewirkt.

**4. anderweitige Finanzierungsmöglichkeiten:**

(Welche anderen öffentl. Finanzierungen z.B. Bremische Programmmittel oder EU- oder Bundesmittel sind geprüft worden?)

Die Maßnahmen sind weder für den Haushalt noch für das EFRE-Programm angemeldet. Eine Darstellung innerhalb bestehender Deckungsmöglichkeiten des Haushalts ist nicht möglich Für eine kurzfristige Umsetzbarkeit stehen aktuell keine Förderprogramme auf Bundes- oder EU-Ebene zur Verfügung.

**5. Darstellung der Klimaverträglichkeit [Ergänzungsfeld]**

Die Maßnahmen weisen keine negative Klimaverträglichkeit auf.

## 6. Darstellung der Betroffenheit der Geschlechter [Ergänzungsfeld]

Die Maßnahmen betreffen Männer wie Frauen gleichermaßen. Im Einzelhandel und in der Gastronomie gibt es einen prozentual höheren Frauenanteil. Sowohl Frauen wie Männer profitieren von den geschaffenen Angeboten und Maßnahmen. Die zu erarbeitenden Marketingmaßnahmen sowie die genannten Veranstaltungen werden generationsübergreifend Frauen, Männer und insbesondere auch Familien ansprechen.

### Ressourceneinsatz:

#### Betroffener Haushalt:

(Beträge in T €)

<input type="checkbox"/> LAND			<input checked="" type="checkbox"/> STADT		
Aggregat	Betrag 2020	Betrag 2021	Aggregat	Betrag 2020	Betrag 2021
Mindereinnahmen			Mindereinnahmen		
Personalausgaben			Personalausgaben		
VZÄ (plus Angabe Dauer in Monaten)			VZÄ (plus Angabe Dauer in Monaten)		
Konsumtiv			Konsumtiv		89
Investiv			Investiv		
Verrechnung/Erst. an Bremen					
Verrechnung/Erst. an Bremerhaven					

### Geplante Struktur:

Verantwortliche Dienststelle: SWAE

Keine Regelaufgabe, zusätzliche Projekte

Ansprechpersonen: XXXXXXXXXX

Beigefügte Unterlagen:

WU-Übersicht

ja

nein

ja

nein

ja

nein



## Anlage 2.c) Marketing und Erreichbarkeit stärken

SWAE

31.05.2021

Produktplan 71

Kapitel

### Antragsformular Bremen-Fonds

<b>Senatssitzung:</b>	<b>Vorlagennummer:</b>	<b>Maßnahmenbezeichnung/Titel der Senatsvorlage:</b>
08.06.2021		NACHMELDUNG Aktionsprogramm Stadtteilzentren: Handlungsfeld Marketing und Erreichbarkeit stärken

#### **Maßnahmenkurzbeschreibung:**

Bitte beschreiben Sie in zwei bis drei Sätzen den Kern der Maßnahme.

Die Stadtteilzentren haben eine wichtige kleinräumige Versorgungsfunktion und sind zugleich bedeutsame soziale Treffpunkte und ein wichtiger Baustein in der „Stadt der kurzen Wege“. Neben den Innenstädten müssen daher auch die Stadtteilzentren mitgedacht und gestärkt werden.

Neben den zuvor ausgeführten Schwerpunkten „Aufenthaltsqualität erhöhen“ und „Attraktivität durch Nutzungsmischung steigern“ zielt dieser Schwerpunkt darauf ab, durch individuelles Marketing in den Stadtteilzentren wieder vermehrt Kund\*innen in die zentralen Quartiere zu bringen, um diese nach den coronabedingten Schließungen wieder zu beleben und Umsatz zu generieren.

Nachdem der Senat am 02.03.2021, die Deputationen für Wirtschaft und Arbeit am 10.03.2021 und der Haushalts- und Finanzausschuss am 19.03.2021 das „Aktionsprogramm Aufenthalts- und Erlebnisqualität Stadtteilzentren 2021 zur Unterstützung des Handels und der Gastronomie bei den Folgen der Corona-Pandemie“ (kurz: „Aktionsprogramm Stadtteilzentren 2021“) mit einem Volumen von 1,217 Mio. € aus dem Bremen-Fonds (PPL 95 (Stadt), Schwerpunktbereich „2. Kurz- und mittelfristige Maßnahmen zur Verhinderung struktureller Einbrüche in Wirtschaft und Gesellschaft“) beschlossen hatten, haben weitere Stadtteile Bedarf angemeldet, der mit dieser „Nachmeldung“ zum Aktionsprogramm Stadtteilzentren 2021 abgedeckt werden soll.

<b>Maßnahmenzeitraum und –kategorie (Zuordnung Schwerpunktbereiche 1-4):</b>	
Beginn: Juli 2021	voraussichtliches Ende: Dezember 2021
Zuordnung zu (Auswahl): 2.) Kurz- und mittelfristige Maßnahmen zur Verhinderung struktureller Einbrüche in Wirtschaft und Gesellschaft	

<b>Zielgruppe/-bereich:</b>	
Zielgruppe: Einzelhändler*innen, Gastronom*innen, Dienstleister*innen in den Bremer Stadtteilzentren	Bereich, Auswahl: Wirtschaft und Arbeitsmarkt

<b>Maßnahmenziel:</b>			
Ziel ist es, durch individuell für jedes Stadtteilzentrum entworfene gezielte Marketingmaßnahmen Aufmerksamkeit für die einzelnen Quartiere zu erzielen, für die Veranstaltungen und Angebote gezielt zu werben und damit die Besucher*innenfrequenz, die Aufenthaltsdauer und die Umsätze in den Betrieben zu erhöhen, und damit einen Beitrag zur Stabilisierung der dortigen Wirtschaft zu leisten.			
<b>Kennzahlen zur Messung der Zielerreichung [Ergänzungsfeld]</b>	<b>Einheit</b>	<b>2020</b>	<b>2021</b>
Werbekampagnen/-aktionen insgesamt in den Stadtteilzentren	Anzahl	--	1

### **Begründungen und Ausführungen zu**

<p><b>1. dem eindeutigen, nachweisbaren Bezug der Maßnahme zur Corona-Pandemie:</b> (Inwieweit dient die Maßnahme unmittelbar zur Bewältigung der Corona-Pandemie bzw. mittelbar für die Bewältigung der Folgen der Corona-Pandemie (Kausalität)?)</p>
<p>Die im Aktionsprogramm Stadtteilzentren unter dem Handlungsfeld „Marketing und Erreichbarkeit stärken“ vorgeschlagenen Maßnahme</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Marke Huchting (Huchting)</li> </ul>

soll insbesondere durch die Marketingmaßnahmen oder veranstaltungsbasiertes Marketing Kund\*innen für ihren Stadtteil begeistern und so die Frequenz vor Ort erhöhen.

**2. der Erforderlichkeit der Maßnahme im Zusammenhang mit der Corona-Pandemie:**

(Ist die Maßnahme erforderlich zur Bewältigung der Corona-Pandemie bzw. deren Folgen?)

Die Marketingmaßnahmen sind erforderlich, um Aufmerksamkeit für die Angebote, Aktivitäten und Veranstaltungen in den Bremer Stadtteilzentren zu generieren mit dem Ziel, die Frequenz zu steigern und Umsätze in der Wirtschaft vor Ort.

**2.1. Dazu als Orientierung/ Information: Bestehen ähnliche/vergleichbare Maßnahmen in anderen Bundesländer?**  
(Bundesländer und (Förder-)Maßnahme auflisten bzw. Verweis auf bundesweite Mehraufwendungen) *[Ergänzungsfeld]*

In vielen deutschen Städten sind Maßnahmen in der Bearbeitung und Entwicklung, um im Kontext der Coronakrise die Attraktivität und Aufenthaltsqualität der Innenstädte und der Stadtteilzentren und damit die Besucher\*innenfrequenz und Umsätze im Handel und Gastgewerbe zu erhöhen. Für Bremerhaven ist zum Jahresanfang mit ähnlichem Inhalt das Programm „Für eine lebendige und attraktive Innenstadt Bremerhaven – Aktionsprogramm Aufenthalts- und Erlebnisqualität Innenstadt 2020/2021“ beschlossen worden.

**3. dem Schadensbewältigungscharakter der Maßnahme**

(Schadensbeseitigung, -minderung, -vermeidung):  
(Handelt es sich um eine vorrangig temporär erforderliche Maßnahme zur Beseitigung/Minderung/Vermeidung von Schäden/negativen Folgen der Corona-Pandemie? Um welche Schäden handelt es sich?)

Über die genannten Marketingmaßnahmen wird Aufmerksamkeit für die Bremer Stadtteilzentren generiert, mit dem Ziel die Besucher\*innenfrequenzen zu erhöhen und damit verbunden die Minderung von Umsatzrückgang, Leerstand und damit zunehmender Attraktivitätsverlust.

**4. anderweitige Finanzierungsmöglichkeiten:**

(Welche anderen öffentl. Finanzierungen z.B. bremische Programmmittel oder EU- oder Bundesmittel sind geprüft worden?)

Die Maßnahmen sind weder für den Haushalt noch für das EFRE-Programm angemeldet. Eine Darstellung innerhalb bestehender Deckungsmöglichkeiten des Haushalts ist nicht möglich Für eine kurzfristige Umsetzbarkeit stehen aktuell keine Förderprogramme auf Bundes- oder EU-Ebene zur Verfügung.

**5. Darstellung der Klimaverträglichkeit [Ergänzungsfeld]**

Die Maßnahmen weisen keine negative Klimaverträglichkeit auf.

**6. Darstellung der Betroffenheit der Geschlechter [Ergänzungsfeld]**

Die Maßnahmen betreffen Männer wie Frauen gleichermaßen. Im Einzelhandel und in der Gastronomie gibt es einen prozentual höheren Frauenanteil. Sowohl Frauen wie Männer profitieren von den geschaffenen Angeboten und Maßnahmen. Die zu erarbeitenden Marketingmaßnahmen sowie die genannten Veranstaltungen werden generationsübergreifend Frauen, Männer und insbesondere auch Familien ansprechen.

**Ressourceneinsatz:**

**Betroffener Haushalt:  
(Beträge in T €)**

<input type="checkbox"/> LAND			<input checked="" type="checkbox"/> STADT		
Aggregat	Betrag 2020	Betrag 2021	Aggregat	Betrag 2020	Betrag 2021
Mindereinnahmen			Mindereinnahmen		
Personalausgaben			Personalausgaben		
VZÄ (plus Angabe Dauer in Monaten)			VZÄ (plus Angabe Dauer in Monaten)		
Konsumtiv			Konsumtiv		12
Investiv			Investiv		
Verrechnung/Erst. an Bremen					
Verrechnung/Erst. an Bremerhaven					

**Geplante Struktur:**

Verantwortliche Dienststelle: SWAE

Keine Regelaufgabe, zusätzliche Projekte

Ansprechpersonen: XXXXXXXXXX

Beigefügte Unterlagen:

WU-Übersicht

ja

nein