

Bremen neu denken – Innenstadt attraktiv gestalten

Dieses Papier zeichnet das Bild einer lebendigen, zeitgenössischen Bremer Innenstadt. Damit der Traum auch Realität werden kann, schlagen wir als FDP-Fraktion in der Bremischen Bürgerschaft folgende Maßnahmen vor:

Stadt der Lebensfreude – Bedingungen erfolgreicher Transformation

Ziel: Bremen muss eine lebendige, nachhaltige und familienfreundliche Stadt am Wasser werden

Weg: Stadtkultur und Stadtstruktur spielen mit Tradition und Moderne – das Weltkulturerbe als Magnet aufwerten, mit Stadtgrün und Wasserläufen Erholungsräume gestalten; Vielfalt in Handel und Gastronomie denken; Wohnen und Arbeiten ermöglichen; Bürgerbeteiligung stärken, Geschwindigkeit in der Umsetzung erhöhen; professionelles Management; Innenstadt-Agentur mit Innenstadt-Forum; Transformationsprozess gestalten; Innenstadtfonds

Definition und Abgrenzung: Für eine progressive Innenstadtentwicklung unterscheiden wir zwei Betrachtungsräume, den Kernbereich und den erweiterten Innenstadtbereich. Der **Kernbereich** ist im Nordosten durch den Wall begrenzt und schließt im Nordwesten mit der Bürgermeister-Smidt-Straße ab, im Südwesten ist die Weser die natürliche Grenze und im Südosten reicht der Kernbereich bis zum Theaterberg. **Der erweiterte Bereich** umfasst den Hauptbahnhof inklusive Herdentorsteinweg, den Fockegarten mit der Überleitung zur Überseestadt, den Teerhof, den Goetheplatz mit Überleitung zum Ostersteinweg und das Viertel. Der erweiterte Bereich kann je nach Entwicklungsschritt zudem darüber hinaus ausgedehnt werden, als Beispiel ist hier die Alte Neustadt denkbar. Darüber hinaus ist es wichtig, dass die Bremer Innenstadt Anknüpfungspunkte zu jedem umliegenden Quartier hat. Eine positive, wegweisende Ausstrahlung und gebündelte, oberzentrale Aufgaben, geben der Innenstadt ihre magnetische Wirkung auf die Stadt Bremen, Bremerhaven, die Metropolregion und den Nordwesten Deutschlands zurück. Nur so kann das städtische Herz wieder kraftvoll schlagen.

Die **Bremer Innenstadt ist ein zentraler Teil des Oberzentrums** für die Gesamtstadt, die Metropolregion und den gesamten Nordwesten Deutschlands. Als Oberzentrum soll die Innenstadt nicht nur spezialisiert, leistungsfähig und attraktiv, sondern möglichst vielfältig mit hochrangigen Einrichtungen und Dienstleistungen ausgestattet sein. Sie ist historisch gewachsen und hat ihr Gesicht über die Jahrhunderte vielfach geändert. Einmal mehr steht die Stadtentwicklung vor der großen Herausforderung, klug auf den gesellschaftlichen Wandel zu reagieren: Die Digitalisierung prägt unseren Umgang miteinander, neue Handels- und Arbeitsformen haben sich etabliert, Umwelt und Verkehr müssen neu gedacht werden. Das zwingt die Innenstadt zu einem Wandel. Dabei darf es keine Denkverbote geben, denn es geht nicht nur um den Bestandserhalt, sondern um eine Weiterentwicklung im Sinne der Moderne und der Bedürfnisse aller. Der aktuelle Niedergang kann nur gestoppt werden, wenn die **Notwendigkeit fundamentaler Veränderungen** anerkannt wird, wenn neben der evolutionären Entwicklung auch radikale Veränderungen ermöglicht werden. Der nachhaltige Transformationsprozess soll sich dabei an der „Neuen Leipzig-Charta“ von 2020 orientieren. Die Handlungsfelder „gerechte“, „grün-blaue“ und „produktive“ Innenstadt sind der Orientierungsrahmen für die Transformation der Innenstadt. Der lokale Entwicklungsprozess sollte sich dabei in den räumlichen Kontext einbetten, eine Koordinierung und ein integrierter Ansatz auf allen räumlichen Ebenen ist hierbei unerlässlich.

Unser **Ziel** ist eine lebendige, familienfreundliche und nachhaltige Innenstadt am Wasser. Dabei soll das Wechselspiel zwischen Tradition und Moderne den Charme des Zentrums bestimmen. Wir brauchen einen Aufbruch ohne Denkbarrieren und reflexhaftes Verneinen, um unsere Stadt zukunftsfähig aufzustellen. Die nachhaltige und widerstandsfähige Innenstadtentwicklung ist in den Bereichen Wohnen, Handel und Wirtschaft, Mobilität, Dienstleistungen, grüne und blaue Infrastruktur, Materialströme, Daseinsvorsorge und Energieversorgung durch einen integrierten Ansatz aufeinander abzustimmen.

Bremen ist einmalig: Das gotische Rathaus als Weltkulturerbe und der Roland aus dem 15. Jahrhundert, die Bremer Stadtmusikanten, der Schnoor und die Schlachte als ehemaliger Hafen Bremens, die Kulturmeile und Böttcherstraße sowie viele historischen Bauten sind ein **Magnet für Touristen** aus nah und fern. Für die Bremerinnen und Bremer sind sie vor allem eines: die Wahrzeichen ihres Zuhauses, **Heimat und Herzensort**. Diese Wahrzeichen und Bremer Besonderheiten gilt es hervorzuheben, damit können wir den Tourismus nach der Pandemiezeit erfolgreich wiederbeleben.

Leerstand als Aufgabe: Auf der anderen Seite ist die Innenstadt geprägt von einem Strukturwandel im Einzelhandel. Ein unpassendes Flächenangebot und großer Leerstand lassen daran schon optisch keinen Zweifel. Dieser Wandel wirkt sich auf die gewachsene Struktur der Innenstadt und der Gesamtstadt aus. Vielfältig und komplex sind deshalb die aktuellen Herausforderungen, soll Bremen den modernen Anforderungen an eine Metropolregion gerecht werden.

Prozessual denken: Die Bremer Innenstadt braucht eine zukunftsweisende Vision. Innenstadtstruktur und Innenstadtkultur müssen in einem gemeinsamen Veränderungsprozess neu entwickelt werden. Eine Stadt ist für Bürger und Besucher erst dann attraktiv, wenn sie über eine **Innenstadt mit Erlebnischarakter** verfügt. Eine Schlachte allein wird dieser Aufgabe nicht gerecht. Eine Innenstadt im Wandel braucht einen proaktiven Transformationsprozess, der den demografischen Wandel, die gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Strukturen gleichermaßen berücksichtigt sowie innovative, flexible und übertragbare Lösungen integriert. Hierzu ist eine **integrative (räumlich, sektoral, zeitlich) Innenstadtentwicklung** nötig, welche sowohl den Bestand als auch den raschen und notwendigen Wandel im Prozess mitdenkt. Die Prinzipien der guten Stadtentwicklung der Leipzig-Charta 2020 sind hierbei anzuwenden.

Flexibilität und Geschwindigkeit: Keine Frage, die Bremer Innenstadt braucht große Leuchtturmprojekte mit hoher Signalwirkung. Aber sie braucht auch die kleinen, charmanten Ideen mit experimentellem Charakter, vielleicht nicht für die Ewigkeit, aber immer Zeugnis von Innovation und Lebendigkeit. Dinge schnell anzupassen, auch mal zu beenden, wenn sie nicht funktionieren, das ist moderner Stadtgeist. Das muss im Rahmen einer klaren Vision, Strategie und Struktur erfolgen, vor allem aber datenbasiert. Neben einer schnelle Realisierung eines **virtuellen Stadtportals** braucht Bremen eine konsequente Digitalstrategie, ausgerichtet auf die unterschiedlichsten Bedarfe und Anforderungen der Innenstadtnutzer. Parallel soll eine **Bürgerwerkstatt als Ideenhafen** etabliert werden, nur so wird ein partizipativer Zugang zur Innenstadtentwicklung ermöglicht. Passgenaue Lösungen, Erfolg und Verbindlichkeit werden nur so garantiert.

Teampplay: Bremen braucht eine vitale Innenstadt mit regionaler Wertschöpfung und Strahlkraft. Das garantiert allein eine **qualitativ hochwertige Mischung** aus Handel, Verwaltung, Gastronomie, Veranstaltungen, Kultur, Wohnen und Natur- und Erholungsräumen. Eine nachhaltige, zukunftsorientierte und lebendige Innenstadt funktioniert nur, wenn die Kommune, der Handel, die Gastronomie sowie Immobilieneigentümer und verschiedenen Akteure **zusammenarbeiten** und an einem Strang ziehen – gemeinsam für eine hohe Aufenthaltsqualität.

Lust am Verweilen: Eine Innenstadt, in der man sich gern aufhält, braucht mehr als gepflasterte Plätze und nackte Fassaden großer Kaufhäuser. Ein Masterplan für innenstädtisches Grün, Wasserläufe und -spiele, kleine Erholungsräume für kurzweilige Aufenthalte in einer nachhaltigen, blühenden Innenstadt. Die Begrünung geeigneter Flächen steht dabei im Vordergrund, um die Aufenthaltsqualität zu steigern. Den vergessenen Fluss Balge neu zu entdecken, kann eine Bereicherung für die Innenstadtlandschaft sein.

Zentral wohnen und arbeiten: Nach Geschäftsschluss werden die Bürgersteige hochgeklappt, das ist kein Konzept für eine lebendige Innenstadt. Der Rückgang an Arbeitsplätzen im Handel muss unbedingt gestoppt werden, um die Negativentwicklung abzubremsen und umzukehren. Leider haben

Unternehmen, Banken und die öffentliche Hand Arbeitsplätze aufgrund mangelnder Attraktivität verlagert. Setzt sich dieser Prozess fort, verliert die Stadt täglich an Attraktivität. In einer lebendigen Innenstadt aber wohnen und arbeiten Menschen. Bremens historische Bauten – der Bremer Tempelbezirk – sind eine einmalige Basis für die Stadtentwicklung. Nur gute Ideen für die Sektoren Arbeiten, Wohnen, Shoppen, Ausgehen und Verweilen, welche miteinander sinnvoll verzahnt sind, können eine neue Metropole entstehen lassen. Anspruchsvolle Architektur und die Sicherung der innerstädtischen Ökonomie tragen maßgeblich zur zukunftsorientierten Entwicklung einer Gesamtstadt für alle bei. Die Bremer Innenstadt als aufregender Ort mit einer neuen **Kombination aus Verwaltung, Handel, Beratung, Dienstleistung, Handwerk, Gastronomie, Kommunikation, Bildung und Kunst** steigert die Attraktivität, die Aufenthaltsqualität, die Lust am Verweilen. Schlüssel zum Erfolg sind Systeminnovationen: Regionale und internationale Patenschaften, klare Kommunikation, digitale Innovationen, Synergien auf vielen Ebenen regen die notwendigen **gemeinsamen Anstrengungen**, unsere Stadt wieder aufblühen zu lassen. Führen wir die Innenstadt gemeinsam ins 21. Jahrhundert.

Wandel braucht Geschwindigkeit: Träge Verwaltungsvorgänge und lange Kommunikationswege sind der Tod jedes innovativen Gedankens. Deshalb fordern wir endlich ein zügiges, zielorientiertes Handeln und eine starke interkommunale Zusammenarbeit. Von den Ideen und dem Erfolg anderer Städte zu lernen, kann Bremen nur voranbringen. Nur durch eine gestärkte zielgerichtete und maßvolle Steuerung kann die Versorgung und der Einzelhandel in der Innenstadt langfristig gesichert werden.

Wandel braucht Management: Soll die Bremer Innenstadt wieder attraktiv werden, braucht es einen nachhaltigen Wandel in den Bereichen Immobilienentwicklung, der Gestaltung von Handelsflächen und Büros sowie der Gastronomie. Diese Veränderungsprozesse sind so komplex, umfassend und tiefgreifend, dass sie aktiv moderiert werden müssen. Wir fordern ein **ressortübergreifendes Innenstadtdmanagement** mit Entscheidungskompetenz, eine Ansprechperson, die jeder kennt, die symbolisch für den Wandel steht, angesiedelt in der Chefetage und im stetigen Austausch mit der Innenstadtagentur. Sie ist Motor und Taktgeber des Innenstadtwandels. Um die Innenstadt seitens der Kommunalverwaltung aktiv gestalten zu können, braucht Bremen einen Innenstadtmanager. Ihm obliegt die Aufgabe, kommunale Instrumente zur Belebung und Attraktivitätssteigerung der Innenstadt zu erarbeiten, diese an den stetigen Wandel anzupassen und umzusetzen. Weiterhin ist der Innenstadtmanager für die interkommunale Kooperation und Kommunikation insbesondere innerhalb der Metropolregion, aber auch darüber hinaus zuständig. Die Gestaltung der Innenstadt ist und bleibt eine Gemeinschaftsaufgabe aller Ressorts, hier ist der Innenstadtmanager für die interne Abstimmung, Kommunikation, das Prozessmanagement und die Konfliktlösung zuständig. Er ist zudem das Bindeglied zwischen der Innenstadt-Agentur, der City-Initiative, der Wirtschaftsförderung und der Tourismus-Zentrale.

Innenstadt-Agentur: Als vorausschauendes und verbindendes Glied zukünftiger Innenstadtentwicklungen fordern wir eine unabhängige Innenstadt-Agentur (Entwicklungsgesellschaft) mit einem **Innenstadt-Forum**. Dieser obliegt nicht nur die langfristige und strategische Ausrichtung der Innenstadt, sondern ist insbesondere als bindendes Element zwischen der Zivilgesellschaft, dem Handel, den Beteiligten, wie der City-Initiative und der Handelskammer, sowie der Politik definiert. Die Innenstadt-Agentur betreibt das **Netzwerkmanagement** und fördert den **Wissenstransfer**, sie bietet **Beratungs- und Serviceleistungen** im Bereich der transformativen Innenstadtentwicklung an. Die Agentur bereitet und koordiniert bestehende Angebote und Strukturen auf und ist für die Bereitstellung und Erarbeitung neuer Strukturen und Angebote im Laufe des Transformationsprozesses verantwortlich. Wir fordern hier transparente Ausschreibungsprozesse und verbindliche Zusagen für alle Absprachen zur Innenstadtentwicklung. Ein weiterer wichtiger Tätigkeitsbereich ist die Kommunikation und Vernetzung der vorhandenen und zukünftigen Strukturen und Angebote innerhalb der interkommunalen Zusammenarbeit. Letztendlich obliegt ihr das Marketing und Monitoring (Projekt- und Prozessmanagement) der Innenstadtentwicklung und die langfristige Transformation in eine zukunftsorientierte und resiliente Innenstadt. Als mögliche Ausgestaltung der Agentur oder Gesellschaft ist eine öffentlich-private Partnerschaft für die Innenstadtentwicklung denkbar. Der Innenstadtmanager ist das Bindeglied zwischen der Innenstadt-Agentur und dem Rathaus.

Transformationsprozess gestalten: Die Stadt als Gesamteinheit kann nur funktionieren, wenn sie aus der Mitte heraus entwickelt wird und diese Entwicklung auf alle Teile und Bereiche der Stadt überspringt. Hierfür ist eine **integrierte Stadtentwicklung** nötig. Die Zukunft der Innenstadt ist Chefsache und muss durch eine breite Unterstützung und Akzeptanz gefestigt werden. Hierzu sind vielfältige Vorgehensweisen möglich. Angefangen von einem transparenten und stetig aktualisierten **Projekt-Prozess-Management** bis hin zu einem breit angelegtem **Bottom-Up Verfahren**. Hierzu gehört neben einer breitaufgestellten Bürgerbefragung und -beteiligung die Begeisterung für das Projekt „Zukunft Innenstadt“. Es bedarf der Einbindung der Wissenschaft und der Hochschulen genauso wie der Wirtschaft und des Handels. Hierfür bieten sich **digitale Innenstadtforen** an, die über den Innenstadt-Manager moderiert werden.

Für die Beschreibung der Ausgangssituation bedarf es einer kleinteiligen **Analyse des Ist-Zustandes** und einer stetigen **SWOT-Analyse**, um den zukünftigen, transformativen Prozess zu begleiten. Es bedarf klarer Definitionen von strategischen Zielen und Ausrichtungen für die Zukunft der Innenstadt. Hierbei kann eine Roadmap unterstützen. Im Weiteren müssen klar kommunizierte Handlungsfelder und Maßnahmen entwickelt und auf ihre Umsetzbarkeit geprüft werden. Ein **Konzept mit kurz-, mittel- und langfristigen Handlungsfeldern und Maßnahmen** als Säule für den weiteren Prozess ist hierfür zu erstellen. Ein holistischer Ansatz mit der Devise „einfach mal machen, statt zu zögern“ zeigt

Mut und sorgt für Sicherheit und Akzeptanz. Eine **digitale Stadtsimulation** könnte den transformativen Prozess und Wandel der Bremer Innenstadt begleiten und unterstützen. In allen Prozessschritten sind sowohl private Unternehmen, Investoren und Eigentümer als auch öffentliche Einrichtungen, die verschiedenen Abteilungen der Kommune und alle Beteiligten einzubinden und zu informieren. Schlüsselimmobilien müssen zu identitätsstiftenden Stadtentwicklungsbausteinen qualifiziert werden. Hierfür braucht es Mut zum Experimentieren – immer mit dem Ziel, der Negativspirale zu entkommen.

Innenstadtfonds: Die Stärkung der Zukunftsfähigkeit ist immer auch eine Frage des Geldes. Bremen braucht einen eigenen Innenstadtfond, um zukünftig schneller auf den Wandel reagieren zu können. Hier werden die **finanziellen Mittel gebündelt** und die Finanzierung der Maßnahmen zur Belebung der Innenstadt koordiniert. Der Fonds soll sowohl kommunale als auch private Aktivitäten unterstützen und gegebenenfalls Komplementärmittel bereitstellen.

Maritime Stadt und lokale Schwerpunkte

Ziel: eine maritime Stadt breitet in Unterzentren ihre Vielfalt aus

Weg: Wasserspiele und Wasserläufe sorgen für Spaß und ein gesundes Stadtklima; Stadtgrün ausweiten; Obernstraße als Erlebnisraum; Wallanlagen durch Vielfalt aufwerten

Wasser macht Stadt: Bremen ist Bremen, weil die Stadt am Wasser liegt. Der historische Bezug zum Wasser muss wieder stärker sichtbar werden. **Maritimes Flair** mit verschiedenen wassernahen Aktivitäten und Wasserrundläufen muss verstärkt aufgebaut und fest in einem Erholungs- und Tourismuskonzept etabliert werden. Der vergessene Fluss **Balge** muss in der Bremer Innenstadt wieder sichtbar werden, an geeigneten Standorten können Wasserläufe geführt und durch Lichtspiele in Szene gesetzt werden. Ziel ist es nicht, die Balge wieder freizulegen, sondern sie oberirdisch durch verkehrssichere Wasserläufe wieder in Erinnerung zu bringen.

Wasserspiele: Das Wasser, die blaue Lebensader der Stadt, das Basiselement des Lebens, muss auf ganz unterschiedliche Weise im Stadtraum thematisiert werden und das bestimmende **Grundthema der zukünftigen Stadtentwicklung** sein. Brunnen sorgen für ein besseres Mikroklima, bewegte und offene Wasserflächen und -läufe beugen der sommerlichen Hitze vor und versorgen das städtische Grün mit Wasser – ganz nebenbei entstehen anziehende Spiel- und Aufenthaltsorte. Dafür muss die blaue Infrastruktur neu gedacht werden, denn so kann eine Synergie aus der Gestaltung des Raumes, der Klimaanpassung und in Teilen neuer Mobilitätsformen erblühen.

Grün für ein gesundes Stadtklima: Die grüne Infrastruktur in den stark verdichteten Räumen der Innenstadt muss deutlich sichtbarer werden. Es bedarf einer vorbildlichen öffentlichen

Innenstadt Begrünung mit der blühenden Innenstadt als Motto. Wir fordern den Senat auf, hierzu geeignete Konzepte und Maßnahmen zu erarbeiten und diese in ein mittel- bis langfristiges Innenstadtentwicklungskonzept aufzunehmen. Durch Stadtbäume, vertikale Begrünung und grüne Dachgärten profitiert das Stadtleben auf vielfältige Art. Bäume und Pflanzen spenden Schatten, sie filtern die Luft und speichern Regenwasser. Ganz nebenbei lassen sich viele öffentlich zugängliche Flächen attraktiv gestalten und laden zum Verweilen ein. Hierfür ist eine **klimaresiliente Bepflanzung** etwa mit Bäumen wie dem Dreizahn-Ahorn, der Purpur-Esche oder dem persischen Eisenholzbaum, dem Ginkgo oder der Zerreiche nötig. Wir fordern die Stadtverwaltung auf, geeignete Flächen zu benennen und einen Masterplan für eine **grüne Innenstadtinfrastuktur** vorzulegen. Die Dächer der öffentlichen Gebäude sind zeitnah auf die Möglichkeit einer Dachbegrünung zu untersuchen. Hier sollte die Kommune mit gutem Beispiel voranschreiten und zur Verbesserung des Stadtklimas sowie der Förderung des Tourismus einen Beitrag leisten.

Obernstraße als Erlebnisraum entwickeln: Die Obernstraße wird bisher völlig unter ihrem Potenzial genutzt. Um hier aus den Vollen zu schöpfen, muss die Straßenbahn verlegt werden. Wir plädieren für eine Führung der **Straßenbahn über die Neustadt**. Der gewonnene Erlebnisraum kann beispielsweise für verschiedene Märkte und Veranstaltungen, aber auch für Stadtgrün und Erlebnisorte genutzt werden. Die Aufwertung der Erdgeschossflächen gelingt nur, wenn die Straßenbahn der Aufwertung des öffentlichen Raumes weicht. Langfristig benötigt die Obernstraße ein **nachhaltiges Nutzungskonzept**, um den Straßenraum zielgerichtet und für alle als Erlebnisraum mit Verkauf, Gastronomie und Veranstaltungen entwickeln zu können. Die Obernstraße gilt es zu individualisieren und an den demografischen Wandel anzupassen. Hierzu müssen alle Durchgänge und Querungen barrierefrei gestaltet und Sitzgelegenheiten geschaffen werden. Dabei sind die Obernstraße und die Hutfilterstraße stadtverträglich zu einer **Flanier- und Erlebnisstraße** zu entwickeln, welche exklusiv als Fußgängerzone ausgewiesen werden und nur mit Ausnahmen von anderen Verkehrsteilnehmern benutzt werden dürfen. Die Obernstraße braucht ein innovatives Konzept ohne Denkverbote. Der freigewordene Raum kann durch kleine Cafés mit Hütten, zum Beispiel Glas-Iglus aufgewertet und somit für die Bremerinnen und Bremer, wie auch für Touristen eine echte Attraktion werden.

Grüner Gürtel Wallanlagen: Die Wallanlagen, die auf die spät-mittelalterliche Stadtstruktur hinweisen, bieten nicht nur grüne Flächen, Wasser und Erholung, sondern können um vielfache Aspekte bereichert werden. **Sport und Spiel** können hier ihren Platz finden, attraktive Bepflanzung zum Spaziergang einladen. Erlebnisspielplätze, die thematisch den Bezug zur mittelalterlichen Stadtstruktur aufnehmen, ermöglichen nicht nur das Spiel im Freien, sondern eröffnen einen neuen Weg zu historischem Wissen. Der Theaterberg kann durch kurzzeitiges, unterschiedliches thematisches Zuspitzen immer wieder neu belebt werden – ein FoodtruckFestival etwa kann schon Bestehendes ergänzen. Stadtplanerisch muss der Wall den **Übergang** von der Kernstadt zum Viertel besser gestalten.

Sicher und sauber

Ziel: Sicherheit und Sauberkeit als Selbstverständlichkeit

Weg: stringentes Sicherheitskonzept vorlegen; Beleuchtungskonzept modernisieren; Sauberkeit erhöhen

Alles, aber sicher: Grünflächen, großzügige Verkehrsflächen und öffentliche Plätze werden nur dann von den Bürgern angenommen, wenn sie sich dort sicher fühlen. Wir fordern deshalb ein modernes **Sicherheitskonzept** für den öffentlichen Raum, das auch die Wegeverknüpfungen zu Zentralorten der Stadt, etwa dem Hauptbahnhof umfasst. Nur wer sich sicher fühlt, kommt gerne wieder. Dazu gehört eine attraktive und adaptive Beleuchtung der Innenstadt, insbesondere der vielen dunklen Ecken. Deshalb fordern wir ein smartes und umweltverträgliches Lichtkonzept und einen Lichtmasterplan (intelligente Lichtsteuerung). Ein Beleuchtungskonzept, das auf die jeweilige Jahreszeit und Ereignisse wie den Weihnachtsmarkt abgestimmt ist, sorgt nicht nur für die nötige Sicherheit, es verstärkt auch das Erleben der Stadt positiv. Die Beleuchtung einzelner Gebäude zu den Abendstunden setzt Highlights, historische Gebäude können so perfekt inszeniert werden, die Denkmäler werden auch im Dunkeln sichtbar und selbst wenn der Handel längst Feierabend hat, lädt die Stadt noch zu einem Spaziergang ein.

Alles, aber sauber: Viele Besucher bemängeln die Sauberkeit der Bremer Innenstadt. Neben einem Smart-Waste-Konzept und mehr intelligenten Mülleimern brauchen wir moderne, saubere (sich selbstreinigende) öffentlichen Toiletten. Die *nette Toilette* ist ein charmantes Konzept, bedarf aber einer besseren Planung und Vermarktung.

Smarter Lebensort

Ziel: Bremen – ein smartes Zuhause für jeden

Weg: Smart-City als Strategie; Innenstadt-App; WiFi öffnen

Smart-City: Eine Stadt im 21. Jahrhundert ist eine smarte Stadt. Der abstrakte Begriff muss mit Leben gefüllt werden. Dabei müssen die Belange aller Bremerinnen und Bremen, aber auch der Wirtschaft und Verwaltung berücksichtigt werden. Eine smarte Innenstadt muss die Gesamtstadt und die umliegenden Gemeinden vernetzen. Verwaltung, Wirtschaft und Wissenschaft dieser Stadt bringen das nötige Know-how mit, eine Lösung für die Stadtgesellschaft zu entwickeln. Eine integrierte und gemeinwohlorientierte **Smart-City-Strategie** muss zudem eine Folgeabschätzung beinhalten, welche die langfristigen Auswirkungen berücksichtigt. Ziel ist es, eine umfassende und leistungsfähige öffentliche Dateninfrastruktur und -Verwaltung einzuführen, die sowohl in normalen Zeiten resilient ist und in Krisenzeiten die Handlungsfähigkeit der Innenstadt sichert und stärkt. Die Smart-City-Strategie

sollte Baustein zu Themen wie smartes Wohnen und Bauen, smarte Innenstadtentwicklung und smarte Energie, smarte Mobilität, smarte Wirtschaft und Innenstadtökonomie, smarte Umgebung und Umwelt, smarte Verwaltung und Partizipation sowie smartes (lebenslanges) Lernen beinhalten.

Innenstadt-App: Wir fordern im Zuge einer Smart-City-Strategie für Bremen eine Innenstadt-App. Kern der Innenstadt-App sollte ein Online-Portal aller Innenstadtgeschäfte sein, welches die Angebote bündelt und den Besuchern zeigt, wo welche Waren angesehen werden können und wo er Beratung zu einem Produkt findet. Hier gilt es den Vorteil des stationären Handels, die Anpassbarkeit der Ware, mit den inzwischen von den meisten Menschen gelernten Online-Shoppingmöglichkeiten zu verknüpfen. Durch entsprechende Hintergrundlogistik und gemeinsame Hubs mit integriertem Lieferservice ist der **gemeinsame stadteigene Online-Shop** zu ergänzen und attraktiv zu gestalten. Die Ware kann entweder mitgenommen oder per Paketdienst geliefert werden. So werden auch die Menschen erreicht, die schauen und dennoch bestellen wollen. Durch den Zusammenschluss wird ein attraktives Angebot möglich, das großen Online-Shops auf Grund seiner regionalen Strahlkraft die Stirn bieten kann.

Free WiFi öffnen: Das in der Innenstadt geplante kostenlose WiFi soll für Location Based Services (LBS) der Unternehmen in der Innenstadt geöffnet werden. Dieser Markt, der weltweit über 15 Milliarden Euro Umsätze pro Jahr erwirtschaftet, wird in Bremen bisher wenig bis gar nicht genutzt. So können Menschen, die die LBS-Funktion aktiviert haben, beim Flanieren durch die Innenstadt mit Sonderangeboten oder Gutscheinen in die Geschäfte gelockt werden. Analoges soll auch für Jobangebote *on the fly* oder für touristisch attraktive, digitale Infobroschüren und Add-Ons gelten. Natürlich ist der Datenschutz stets zu gewährleisten.

Generationengerechte Stadt

Ziel: die Bremer Innenstadt wird den Bedürfnissen aller Generationen gerecht

Weg: polyfunktionale Orte; Angebote für alle Bedürfnisse und Generation; Geschichten und Bewegung machen die Stadt lebendig

Lebendige Orte: Bremens Innenstadt hat einige öffentliche Plätze mit viel Potenzial, das noch nicht voll ausgeschöpft ist. Der Domshof etwa ist am Nachmittag und Abend eine große leere Fläche. Hier sind – vergleichbar dem Münchner Viktualienmarkt – Installationen vorstellbar, die vormittags dem Markttreiben dienen und sich am Abend in eine Open-Air-Erlebnisstätte verwandeln. Aber auch für andere Plätze im Innenstadtbereich müssen gezielte Maßnahmen ergriffen werden, um die Verweildauer zu erhöhen – Konzerte, Außengastronomie, Getränkeausschank in den Abendstunden, hier ist

vieles vorstellbar. Unterschiedliche Generationen haben zu verschiedenen Zeitpunkten sehr diverse Ansprüche an ein städtisches Umfeld – **polyfunktionale Orte** können dem gerecht werden.

Platz für alle: Ein lebendiger Stadtraum wird den Bedürfnissen aller Generationen gerecht. Kinder, Familien, Senioren, Jugendliche, Innenstadtjobber – sie alle haben verschiedene Vorstellungen von einer attraktiven Innenstadt. Der öffentliche Raum muss deshalb **smart, innovativ gestaltet und vernetzt betrieben** werden. Wir erwarten hier eine entsprechende Strategie, vermehrt neue Mischräume für alle Generationen zu schaffen. Diese Räume brauchen neue Idee, um rund um die Uhr attraktiv zu sein, ein Sicherheitskonzept muss die spezifischen Bedürfnisse berücksichtigen und die Erreichbarkeit soll zu jeder Zeit sichergestellt sein.

Märchenhaft fit: Die Bremer Innenstadt kann viele Geschichten erzählen. Daraus müssen wir für die Jüngsten unserer Stadt ein Angebot entwickeln, dass die ganze Familie in die Stadt zieht. Die Welt der Märchen und Geschichten facettenreich zu eröffnen, **aktive Erlebniswelten** zu schaffen, Puppentheatern und Freilichtbühnen ihren festen Platz zu geben, Spielflächen zu integrieren und Bildungsorte schaffen, das macht Bremen erlebbar. **Innovative Bewegungsflächen** halten Jung und Alt fit – Sport in den Wallanlagen, Erlebnispfade an den Weserpromenaden, da steckt noch viel ungenutztes Potenzial in den öffentlichen Orten. Die Stadt ist hier gefordert, sich mit möglichen Akteuren wie etwa dem Sportbund auszutauschen und unterschiedliche Erfahrungen in ein Konzept einfließen zu lassen.

Stadt des Handels

Ziel: Stadtbummel als Freizeitgestaltung generationengerecht ermöglichen; Komfort verbessern; Vielfalt erhöhen; Regionalität fördern

Weg: Innenstadtmanager mit Entscheidungskompetenz; zielgruppenorientierte Leitlinien für die Entwicklung unterschiedliche Facetten städtischen Lebens; Stadtverwaltung als Akteur und Moderator verschiedener Interessen; Erdgeschossflächen städtebaulich herausstellen; professionelles Leerstandmanagement

Einkaufen in der Innenstadt: Das Konsumverhalten der Menschen ändert sich, der Onlinehandel übt Druck auf den stationären Handel aus – das gilt für alle europäischen Städte. Doch es gibt gute Nachrichten – Untersuchungen zeigen, dass noch immer der **Einkauf der Hauptbesuchsgrund** von Innenstädten ist, bis zu 60 Prozent der Menschen suchen noch immer das analoge Einkaufserlebnis. Der Onlinehandel als stärkster Konkurrent des stationären Einzelhandels kann eben für viele Verbraucher nicht den Einkaufsbummel und das damit verbundene Erlebnis in der Innenstadt ersetzen.

Mit anderen Worten: Die Bremer Innenstadt braucht den Handel und der Handel braucht die Innenstadt. Das Einkaufserlebnis und die Vielfalt des Angebots sind die Erfolgsfaktoren für eine lebendige Innenstadt. Der Stadtbummel als Teil der **Freizeitgestaltung**, nicht primär auf die Deckung des täglichen Bedarfs gerichtet, sondern verbunden mit kultureller Unterhaltung und Gastronomie. Eine vitale Bremer Innenstadt braucht eine vielfältige und gut funktionierende Einzelhandelsstruktur, um möglichst allen Generationen ein attraktives Angebot zu machen. Mit guter **Erreichbarkeit** lässt sich die Kundenzufriedenheit steigern, aber auch der **Komfort** muss gewährleistet sein: saubere öffentliche Toiletten, Sitzgelegenheiten und ein breites Netz an digitalen und analogen Informationen sorgen für Wohlfühlatmosfera.

Zielgruppenorientierung: Will die Bremer Innenstadt für alle Altersgruppen attraktiv sein, braucht sie ein differenziertes und an verschiedenen Zielgruppen orientiertes Einzelhandelsangebot. Weitreichende Kooperationen sind hier nötig, vor allem aber braucht es die offenen Arme für potenzielle Interessenten, hier schnell mit attraktiven Angeboten zu reagieren und dabei eng mit Immobilieneigentümern und der Verwaltung zu kooperieren. Nur so lässt sich Wandel gestalten. Die Frage, was an welchem Ort entstehen soll, welche Facetten städtischen Lebens an welchem Teil der Innenstadt miteinander kombiniert werden, wo welcher Schwerpunkt gesetzt wird, dafür müssen in einem offenen Prozess **klare Leitlinien** entwickelt werden. Hier ist die **Stadt als Motor** der Entwicklung gefordert. Sie ist Initiator für einen integrierten Ansatz, sie moderiert die sich anbahnenden Kooperationen, sorgt für zeitnahe Umsetzung und wirbt mit attraktiven Angeboten. Gleichzeitig muss die Stadtverwaltung den öffentlichen Raum so umgestalten, dass eine **zeitgemäße Infrastruktur** entsteht, die den ganz unterschiedlichen Bedürfnissen verschiedener Altersgruppen gerecht wird. Das sind die entscheidenden Impulsgeber für einen wirtschaftlichen Aufschwung.

Sonntagsleben: Freizeit haben Menschen am Wochenende, das ist die Zeit für gemeinsame Erlebnisse, Einkaufsbummel, Museumsbesuche und gemütliche Aufenthalte in sympathischen Lokalen. Schon heute erledigen Menschen ihre Einkäufe sonntags – dieses Geschäft sollten wir nicht Amazon überlassen. Die Regelungen zur **Sonntagsöffnung** müssen dringend angepasst werden, viel häufiger müssen wir auch an Sonntagen mit einer offenen Stadt locken.

Fokus Erdgeschoss: Öffentliche Erdgeschossbereiche sorgen für lebendige Straßen und Städte. Jane Jacobs wies schon in der 1960er-Jahren darauf hin, dass öffentlich zugängliche Erdgeschosszonen mit Cafés, Restaurants und Geschäften eine Stadt beleben. Gestaltung, Attraktivität und Vielfalt steigern diesen Effekt. Die Erdgeschossflächen sind das Verbindungselement zwischen dem öffentlichen Außenbereich und dem vielfältigen Drinnen. Soll das funktionieren, muss der öffentliche Raum attraktiv gestaltet, sauber und sicher sein. Zusammen mit den bereits ansässigen und potenziellen Unternehmen, Cafés und Restaurants muss ein Konzept entstehen, wie **attraktive Erdgeschossflächen eng mit einem neu gestalteten öffentlichen Raum verzahnt** werden können. Gastronomie

und kleinteiliger Handel, lokales Handwerk und Künstler müssen dabei im Fokus stehen. Sie geben der Stadt neben den großen Marken und Ketten einen individuellen Charakter. Erst eine gewisse Vielfaltigkeit und Qualität garantieren den Erfolg.

Leerstand vermeiden: Eine erfolgreiche Innenstadtbelebung braucht ein professionelles Leerstandsmanagement. Leerstände in der Innenstadt und in den Fußgängerzonen müssen die Ausnahme bleiben. Im Moment erleben wir die Folgen eines negativen Dominoeffektes von Schließungen, der durch die Corona-Krise verstärkt wird. Diese Abwärtsspirale zu stoppen, muss das Ziel aller Unternehmungen sein. **Concept- und Pop-up-Stores** sind ein kleiner, attraktiver Teil einer Lösung – vorbildhaft hier das Bikini Center in Berlin, in Bremen bietet sich das Sparkassengelände am Brill dafür an. Steigern wir hier die Attraktivität, dehnt sich der positive Wandel auch auf das Faulenquartier aus. Denkmalschutz ist kein Hinderungsgrund. Historisches im Stadtbild sicht- und erlebbar zu machen, steigert die Bindung an die Stadt. Ein zweiter Wochenmarkt auf der Obernstraße kann sinnvoll sein, vorstellbar auch eine große **Markthalle** nach dem Vorbild von Rotterdam. Regional einkaufen, regional genießen, sich dabei wetterunabhängig an den Besonderheiten der Region erfreuen: das steigert die Lebensfreude. Entsteht so eine lebendige Stadt, siedeln sich auch **innovative Unternehmen** und **lokales Handwerk** an, sie selbst werden wieder zum Magnet für diverse Formen des Handels und des Vergnügens.

Stadt des Wohnens und Arbeitens

Ziel: die Innenstadt als Wohn- und Arbeitsort planen

Weg: Fokus Wohnungsbau und Lebensbedingungen; Bildungseinrichtungen etablieren; Bürokataster; direkte Erreichbarkeit

Wohnen und Leben: Damit in der Bremer Innenstadt mehr Leben stattfindet, braucht es mehr Menschen, die sich dort aufhalten und dort leben. Immer mehr Menschen entdecken die Innenstadt als attraktiven Wohnort für sich. Daher müssen wir bei der Bebauung der Innenstadt den Wohnungsbau in den Fokus nehmen und für **gute Wohnbedingungen** sorgen. Das bedeutet das Vorhandensein einer breiten Infrastruktur und gleichzeitig müssen sich die Bewohner der Innenstadt auch nach 20 Uhr noch sicher fühlen. Es ist daher wichtig, Angebote wie die Außengastronomie mit **unbürokratischen Regeln** (beispielsweise Erlaubnis von Heizpilzen) zu stärken. Aber auch in den oberen Etagen ist noch viel Luft. Viele **Dachflächen** könnten mit Unterstützung und einfachen Genehmigungsverfahren genutzt werden, um sie für Gastronomie oder Veranstaltungen zu nutzen. Für traditionelle **Kleinhandwerks- und Kunsthandwerksbetriebe** muss es ermöglicht werden, ihr Handwerk wieder erlebbar zu machen und in Form eines Handwerksquartiers zum städtischen Magnet zu werden.

Arbeiten und Lernen: Eine lebendige Innenstadt profitiert von denen, die in ihr arbeiten und lernen. Wir wollen daher die **Innenstadt als Arbeits- und Lernraum stärken**, wollen die Ansiedlung von wissenschaftlichen Einrichtungen der Hochschulen in der Innenstadt unterstützen und auch Orte der frühkindlichen Bildung schaffen. Wir wollen ein echtes Gründerhaus mit Co-Working-Space in der Innenstadt. Es ist vorstellbar, den Fachbereich Wirtschaftswissenschaften der Universität als Bremen Business School in der Innenstadt anzusiedeln.

Um die Ansiedlung von Unternehmen zu forcieren, wollen wir einen **detaillierten Bürokataster** einrichten. Damit soll schnell sichtbar werden, wo nachgesteuert werden muss, was frei und benutzbar ist. Bei der Baulückenschließung und der Dachgeschossaufstockung muss Leben und Arbeiten stärker zusammen gedacht werden.

Wir wollen die Innenstadt mit **Schnellbussen** (Shuttle-Verbindungen) an die Park-and-Ride-Parkplätze in Bremen anschließen, sodass sie ohne Halt **direkt erreichbar** wird. Hierzu muss die Anbindung und Erreichbarkeit der Park-and-Ride-Plätzen überdacht werden, sodass während der Hauptverkehrszeiten der Shuttle weiterhin problemlos in die Innenstadt kommt. Davon profitieren nicht nur die Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer in der Innenstadt, sondern alle, die schnell und einfach in die Innenstadt wollen und dabei ihr Auto lieber woanders abstellen.

Stadt des Tourismus

Ziel: Attraktivität des Tourismusstandortes Bremen steigern; Tourismus als Wirtschaftszweig wertschätzen und ausbauen

Weg: Bedürfnisse Ankommender berücksichtigen; Stärkung des Stadtmarketings; Gästetickets für ÖPNV und Kultur; maritimes Stadtfest; Geschichte erlebbar machen; Flusskreuzfahrten; Wassersport

Tourismus als Wirtschaftsfaktor: Bremen ist ein beliebter Tourismusstandort. Als echter Wirtschaftsfaktor aber wird er von der Politik nur bedingt ernst genommen. Dabei sind die Ausgaben der Tages- und Übernachtungsgäste erheblich und unverzichtbar. Allerdings fehlen konkrete Maßnahmen, noch mehr Touristen in die Stadt zu locken und wirklich überregional attraktiv zu sein. Nur steigende Gästezahlen sorgen für Leben, steigern die Umsätze und verstärken den positiven Wandel der Stadt. Hier gilt es, die zentralen Bedürfnisse Ankommender bei der Neukonzipierung des Innenstadtkerns als Erlebnisraum zu berücksichtigen. Zur vollen Entfaltung aller Potenziale ist eine **Stärkung des Stadtmarketings** unbedingt erforderlich. Hier modern und technisch innovativ mit den Besonderheiten der Stadt zu locken, das muss uns gelingen.

Tickets für Gäste: Touristen verweilen oft nur kurze Zeit in der Stadt. Ein Tourismus-Ticket für den ÖPNV ist für sie attraktiv und in vielen großen Städten längst Standard. Eine Kulturkarte kann zum roten Erlebnisfaden für die Besonderheiten der Stadt werden. Kombiniert mit attraktiven Gutscheinen für den Einzelhandel und die Gastronomie profitieren davon alle Innenstadtakteure.

Feste feiern: Traditionell sind die Osterwiese, der Bremer Weihnachtsmarkt und der Freimarkt die längst legendären Stadtfeste für Bremer und Gäste. Diese Tradition gilt es fortzusetzen. Andere Highlights können parallel entstehen, die den besonderen Charakter der Stadt betonen. Bremen ist immer schon ein Schifffahrtsstandort gewesen. Hafenarbeiter, Werften und Reedereien prägten lange das Stadtbild. Diesen Charakter kann ein **maritimes Stadtfest** aufnehmen. Es bedient sich der Geschichte einer imposanten Hansestadt und profitiert heute von den Impulsen einer weltweiten Globalisierung. Eine moderne Kommunikationsstrategie und europäische Erreichbarkeit müssen immer gewährleistet sein.

Hanseschnack: Über 400 Jahre hat die Hanse Wirtschaft, Handel und Politik an Nord- und Ostsee bestimmt. Der Handel brachte Wohlstand und formte das Selbstbewusstsein unserer Stadt. Dieses Selbstbewusstsein gilt es wiederzubeleben. Die Geschichte der Hanse zu erzählen und ihren Geist in die Moderne zu transformieren, das muss ein gelungenes Innenstadtkonzept leisten. Eine historisch gewachsene und maritime Innenstadt zu inszenieren, eröffnet nicht nur neue Erlebnismodelle für Touristen, sie gibt auch uns Bremern die Chance, sich einmal mehr mit der Stadt zu identifizieren. Dafür muss im Stadtraum unbedingt die heute singulär stehende Schlachte planerisch besser eingebunden werden.

Marketing – nie mehr ohne: Erzählen, entdecken und erkunden, das muss für Bremerinnen und Bremer so lustvoll sein wie für Touristen. Bremer Geschichten von Bremer Bürgern an Bremer Orten - so schaffen wir eine emotionale Verbindung zur Innenstadt, so entstehen Identifikationsorte. Ein digitaler Einkaufsführer, der gleichzeitig auf die historischen Orte verweist, örtliche Leuchttürme markiert und serviceorientiert ist, das brauchen wir. Vor Ort überrascht, überzeugt und von lokalen Produkten verführt zu werden, das schenkt Lebensfreude, das lässt Menschen wiederkommen. Interaktiv durch die Stadt streifen, aktuelle und historische Bezüge erleben, das macht einen Tourismusmagneten aus. Dafür brauchen wir ein starkes Tourismusmanagement und -marketing, dass das Potenzial dieses Wirtschaftszweiges erkennt und nutzt. P+R-Flächen, ein einfaches Parkleitsystem und kundenfreundliche Gebühren sind ein Garant für zufriedene Touristen, hier gilt es nachzubessern. Die Innenstadt und ihre einmaligen Attraktionen zu inszenieren, Fußgänger mit beleuchteten Leitsystemen zu führen, da kann noch viel möglich gemacht werden.

Flusskreuzfahrten: Schiffstouristen beleben die Innenstadt, zudem werden Flusskreuzfahrten immer beliebter und gewinnen für die Belebung der Innenstädte immer mehr an Bedeutung. Die Weser ist Bremens Lebensader und ihre Ufer sind beliebte Aufenthaltsorte. Ein **Flusskreuzfahrtterminal** mit

direkter Anbindung an die Innenstadt wäre ein Gewinn und würde das Flair einer Stadt am Wasser noch einmal deutlich betonen. Die Stadt muss prüfen, ob ein solches Terminal bei den Anlegern an der Schlachte umgesetzt werden kann. Gespräche mit den entsprechenden Reedereien müssen initiiert werden, eine Machbarkeitsstudie ist hierfür der erste Schritt.

Wassersport: Bremen ist eine Stadt am Wasser, das eröffnet viel Möglichkeiten, die Aufenthaltsqualität für Touristen und Einheimische zu steigern. Dazu wollen wir **mehr Wassersportmöglichkeiten** im Innenstadtbereich der Weser schaffen. Hierfür ist eine gezielte Abstimmung mit den Sportvereinen nötig. Dafür muss geprüft werden, welche Anlegestellen etwa für Kanus und Kajaks verkehrssicher umgebaut werden müssen und wo Orte geschaffen werden können, wo die Boote sicher ein- oder ausgeladen werden können. Attraktive Schwimm- und Freibäder sind für jede Stadt ein Gewinn - in Bremen zusätzlich das Flussschwimmen im urbanen Raum zu ermöglichen wäre ein Highlight. Hier ist die Stadtgemeinde gefordert, sie muss erarbeiten, wie eine **Swim-City Bremen** die Sicherheit der Schwimmenden garantiert.

Stadt der mutigen Architektur

Ziel: Neu- und Umbauten schnell realisieren

Weg: Bürokratische Hürden minimieren; architektonische Blickfänge schaffen; Stadträume neu entdecken – über den Dächern Bremens. Der Fokus liegt auf der Erneuerung und Revitalisierung der Innenstadt.

Blickfang Architektur: Die Umnutzung von (leerstehenden) Gebäuden, der Hoch- und Neubau und die Aufstockung müssen im Innenstadtbereich beschleunigt und die **bürokratischen Hürden minimiert** werden. Die Bremer Innenstadt braucht **neue architektonische Blickfänge**. Die Entwicklung des Sparkassenareals wurde mutlos aufgegeben, obwohl sich hier enormes Potenzial ergeben hätte. Auch bei der Umnutzung großer Kaufhäuser muss die Stadt mutiger sein, insbesondere was die Architektur betrifft. Bremen braucht einen **Hochhausrahmenplan**, um zu erörtern, wo wie hoch gebaut werden kann und darf und wo ein Hochbau auf unüberwindbare Hürden trifft. Viele Städte in benachbarten Ländern machen es Bremen bezüglich einer mutigen Entwicklung vor. Hierbei spielt es nicht so sehr die Rolle, was gebaut wird (großflächiges Fahrradparkhaus am Bahnhof, Markthalle wie in Rotterdam o.a.), sondern dass hier ein für die Zukunft tragfähiges Konzept erarbeitet wird und die Rahmenbedingungen hierfür geschaffen werden.

Die Pandemie zeigt einmal mehr, wie verwundbar die Innenstadt ist. Die Auswirkung der Pandemie auf die Innenstadt wird enorm und überproportional sein. Umso wichtiger sind **großartige Ideen**,

welche auch über das derzeitige Vorstellbare hinausgehen - ebenso wird die Wichtigkeit eines **ganzheitlichen Konzeptes** unterstrichen. Der Hanseatenhof wird demnächst leer stehen, der Umbau des Lloydhofes zum „Lebendigen Haus“ zieht sich und die langfristige Umnutzung des Galeria-Kaufhof-Gebäudes ist auch noch nicht in Stein gemeißelt. Doch genau dort brauchen wir jetzt einen **Ideenwettbewerb mit mutigen Architekturen und zukunftsfähige Konzepte**, um das gesamte Quartier lebendiger zu gestalten. Ob es ein **Ikea-City** wie in Hamburg-Altona oder zukünftig in Berlin wird oder andere Schlüsselprojekte entstehen, muss jetzt entschieden werden. Hier muss schnell und zielführend gehandelt werden, damit wichtige Verbindungsachsen erhalten und ausgebaut werden können.

Bremen von oben: Die Öffnung der Dächer als Dachterrassen für die Gastronomie, aber auch als Sehenswürdigkeit und Veranstaltungsort muss bei der zukünftigen Entwicklung berücksichtigt und ein Umsetzungsrahmen definiert werden.

Bewegung ermöglichen, Verkehr planen

Ziel: eine Stadt der Bewegung, aber des gemäßigten Verkehrs

Weg: Attraktivität des Fußverkehrs steigern; Laufwege optimieren; digitale Stadtpläne; Radverkehr regulieren; Verkehr reduzieren; Mobilitätsmix ermöglichen; Mobilitätsservices; Innenstadtringverkehr mit umweltfreundlichen Bussen als verbindendes Element und Touristenmagnet; integrativ und barrierefrei planen; smartes Citylogistikkonzept etablieren

Die polyzentrische Struktur der Innenstadt sollte optimal innerhalb der Innenstadt und darüber hinaus mit den Quartieren angebundener werden. **Kurze, gut angebundene, smarte und sichere Wege** zwischen Wohnung, Arbeit, Schule, Freizeit, Nahversorgung und Dienstleistungen minimieren das Verkehrsaufkommen, was zur Reduzierung der Verkehrsfläche im Innenstadtbereich führen kann.

Zu Fuß unterwegs: Die wichtigsten Verkehrsteilnehmer der Innenstadt sind die Fußgänger. Daher müssen ihre Bedürfnisse bei allen Überlegungen zur Innenstadt im Mittelpunkt stehen. Alle Laufwege müssen barrierefrei und in einem guten, verkehrssicheren Zustand sein. Die Attraktivität des Fußverkehrs als **originäre Fortbewegungsart** durch gezielte Optimierung, Aufwertung und Ausweitung der Fußwege und Wegeverbindungen muss oberste Priorität haben. Hierzu muss auch die Pflasterung in der Bremer Innenstadt nach und nach überarbeitet werden. Die teilweise Überdachung der wichtigen Flanier- und Einkaufsstraßen ist zu prüfen und zu entwickeln, um die Bremer Innenstadt zu einer Art Innenstadt-Mall auch an regnerischen Tagen aufzuwerten. Fußgänger sind in der Innenstadt die Mehrheit und bringen das Leben in die Stadt. Die fußgängergerechte Innenstadt muss sich stetig dem demografischen Wandel anpassen, es müssen **attraktive und saubere Aufenthaltsgelegenheiten** insbesondere für Menschen geschaffen werden, die zwischendurch eine Pause einlegen möchten.

Eine inklusive Innenstadtentwicklung ist das oberste Ziel. Die traditionellen Einkaufs- und Flanierachsen müssen dabei durch geeignete Maßnahmen exklusiv für den Fußverkehr belebt und attraktiv ausgestaltet werden.

Laufwege optimieren und digital leiten: Gute und vernetzter Rundläufe und übersichtliche Wegestrukturen werten jede Innenstadt deutlich auf. Mit einem digitalen Stadt- und Sehenswürdigkeiten-Plan werden Fragen etwa nach dem Standort des Schnoor-Viertels überflüssig. An wichtigen Punkten in der Stadt sehen wir digitale Stadtpläne, wie sie aus Shoppingmalls oder von Flughäfen bekannt sind. So kann sich jeder einfach und schnell zurechtfinden und den Weg zu wichtigen Teilen der Bremer Innenstadt finden. Ein intuitives und intelligentes Wegeleitsystem, das alle wichtigen Haupt-routen und Ankunftspunkte mit der Bremer Innenstadt und den Sehenswürdigkeiten verbindet, stärkt den Fußverkehr nachhaltig, gibt Orientierung und ist besonders für Touristen und Auswärtige ein deutliches Plus.

Freigabe für den Radverkehr: Bei der Freigabe von Fußgängerzonen für den Radverkehr zum Beispiel an Randzeiten gilt es, klare Verhaltensregeln für Radfahrer im Innenstadtbereich zu etablieren und durchzusetzen: Fußgänger haben immer Vorrang und es gilt **Schrittgeschwindigkeit**. Hierfür ist es notwendig, den Ordnungsdienst so aufzustellen, dass die Verhaltensregeln in den Fußgängerzonen auch konsequent eingehalten werden.

Verkehrsarme Innenstadt: Multioptionalität und Multimodalität sind der Schlüssel für eine verkehrsberuhigte Innenstadt. Die Bremer Innenstadt braucht einen vernünftigen, nachhaltigen **Mobilitätsmix**, um die Erreichbarkeit zu gewährleisten. Hierfür müssen Anreize und Alternativen geschaffen werden! Dazu gehört die Herstellung (neuem) öffentlichen Parkraums an strategisch wichtigen Punkten am Rande der Kernstadt – auch als Ersatz für wegfallenden Parkraum im Zuge der Innenstadtentwicklung. Es bedarf klarer Zufahrtsregeln für den Innenstadtverkehr mit Sonderzufahrtsrechten für den Handel, für die Anwohner, für das Handwerk und die Lieferanten.

On-Demand-Shuttle können ebenfalls zum Umdenken beitragen. Selbst- bzw. autonom fahrende On-Demand-Shuttle sind zur besseren Anbindung der Innenstadt einzurichten. Bis autonome Shuttle zur Verfügung stehen, sollten On-Demand-Shuttle mit Fahrern zum Einsatz kommen.

Im Kernbereich der Innenstadt (Fußgängerzonen) wollen wir grundsätzlich eine **fahrrad- und e-rol-lerfreie Innenstadt**. Dafür müssen Fahrräder zu sicheren, sauberen und gut erreichbaren zentralen Fahrradabstellflächen geführt werden. Das muss neben einer guten Routenführung durch Bremen über eine digitale App gewährleistet werden.

Die Bremer Innenstadt braucht im Zuge der integrierten Innenstadtentwicklung ein umfangreiches Angebot an **Mobilitätsservices**. Hierfür fordern wir an strategisch wichtigen Knotenpunkten

multimodale Mobilitätsstationen in Kombination mit autonom fahrenden **Shuttlediensten** mit einer **intelligenten Verkehrssteuerung** und einem modernen **Parkraummanagement** inklusive intelligentem Parkleitsystem. Nur so kann der Durchgangsverkehr, der Ziel- und Quellenverkehr nachhaltig gesteuert und die Verkehrsbelastung reduziert werden. Hierfür brauchen wir eine auf die Innenstadtentwicklung abgestimmte und ohne Denkverbote austarierte **Strategie für eine verkehrsarme Innenstadt**.

Weiter gilt es, die Möglichkeit zur Etablierung von schienenungebundenen **Elektro-Kleinbahnen als Zubringerdienste** ähnlich der bereits bestehenden Touristenbahn als Highlight zu prüfen, diese können flexibel und bedarfsgerecht eingesetzt werden. Ein Leuchtturmprojekt für Bremen soll zudem die Einrichtung eines **Innenstadt-Ringverkehrs** mit umweltfreundlichen batterie- oder wasserstoffbetriebenen (autonomen) Bussen sein. In einem dichten Takt sollen diese Fahrzeuge den Ring Brill/Obernstraße/Wall bedienen. Damit werden das Faulenquartier, der Wall und auch sogenannte 1b-Lagen, wie zum Beispiel die Knochenhauerstrasse zu neuem wirtschaftlichem Leben erweckt. Neben der praktischen und verkehrstechnischen Funktion wird hiermit auch eine **touristische Attraktion** geschaffen. Weil es sich hierbei um eine für Deutschland erstmalige Entwicklung handelt, wären für ein solches Leuchtturmprojekt **Fördermittel vom Bund und von Brüssel** zu erwarten.

Barrierefreiheit: Insbesondere die zentralen Haltestellen und Mobilitätsstationen müssen hinsichtlich der Barrierefreiheit weiterentwickelt werden. Die Domsheide, der Brill und der Schlüsselkorb müssen so ausgebaut und umgestaltet werden, dass eine barrierefreie und sichere Erreichbarkeit vom Hauptbahnhof gewährleistet werden kann.

Die **Martinstraße** muss ebenfalls umgestaltet werden, hier bedarf es mittel- bis langfristig einer intelligenten und **verkehrsberuhigten Lösung**, sodass die Barrieren zwischen der Obernstraße und der Schlachte reduziert werden und die aktuell zerschnittenen Strukturen besser zusammenwachsen können. Wir fordern breite Übergänge und eine Reduktion auf einen Fahrstreifen pro Fahrtrichtung beziehungsweise eine teilweise Umnutzung der Martinstraße, sobald der Durchgangsverkehr umgeleitet wurde. Hierfür bedarf es eines Verkehrsgutachtens und neuer Daten, wie die Bremer City zum Beispiel durch einen neuen Ringverkehr von dem Durchgangsverkehr entlastet werden kann. Die Martinstraße braucht einen stufenweisen Umsetzungs- und Erprobungsplan, welcher verschiedene Möglichkeiten zur Verkehrsberuhigung und Erreichbarkeit der Schlachte ermittelt und analysiert.

Citylogistik: Zur besseren Optimierung der Lieferverkehre gilt es, ein auf die zukünftige Innenstadtentwicklung abgestimmtes dynamisches, smartes Citylogistikkonzept zu entwickeln, welches sich stetig an die Herausforderung der Innenstadt anpasst. Um den Verkehr des steigende Paketaufkommens im Innenstadtbereich und auf dem letzten Kilometer zu entlasten, sind **City-Hubs** und Mikrodepots zu etablieren, wo Paketanlieferungen gebündelt und über moderne Mobilitätsformen ausgeliefert

werden. Gerade **die letzte Meile** kann Bremen **aktiv und nachhaltig mitgestalten**. **Moderne und autonome Systeme**, sogenannte „Ducktrains“, bieten sich an, sobald diese marktreif sind. Doch schon jetzt gilt es, die Voraussetzung hierfür zu schaffen, mit Anbietern von autonomen Systemen in Kontakt zu treten und Erprobungen in einem eingegrenzten Innenstadtbereich als Modell zu etablieren. City-Hubs und autonome Systeme sparen Zeit, Wege und reduzieren den Verkehr und somit die Belastungen für Mensch und Umwelt. Hierzu fordern wir eine Strategie zur **Innenstadtlogistik**, die sowohl verschiedene **Hub-Systeme** als auch die **Tagesrand- und Nachtlogistik und digitale Ladezonen** mitberücksichtigt und eine Umsetzungsstrategie, die auf die Bedürfnisse des Handels (Belieferung der Läden und der Kunden mit der gekauften Ware), aber auch der zukünftigen Anforderungen der Innenstadtentwicklung abgestimmt ist.

Schlussbemerkung

Auch zukünftig wird der Handel in der Bremer Innenstadt eine wichtige Rolle einnehmen, es wird jedoch auch einen vielfältigen Wandel geben. Die Bremer Innenstadt muss für alle Generationen attraktiv, zugänglich und erreichbar sein. Um den Wandel erfolgreich meistern zu können, braucht es eine optimistische Herangehensweise und Mut zu Neuem, Innovationen und Veränderungen. Es bedarf innovativer Köpfe aus allen Bereichen, die den Wandel der Innenstadt begleiten und mitgestalten. Dabei spielt eine breite Partizipation, Schnelligkeit, aber auch ein breiter Konsens eine bedeutende Rolle. Eine erfolgreiche Transformation kann nur mit einer Umbau-Strategie und einer auf die Gesamtstadt abgestimmten integrierten Innenstadtentwicklung gelingen. Die Anbindung des Umlandes und die Stärkung der Bremer Innenstadt als Oberzentrums kann nur gelingen, wenn die interkommunale Zusammenarbeit weiter stark ausgebaut wird. Die aktuellen und zukünftigen Herausforderungen und Chancen der Bremer Innenstadt müssen stetig überarbeitet und angepasst werden. Hierzu bedarf es einer Kompetenzzentrale, die in enger Abstimmung mit dem Bürgermeister und der Stadtverwaltung die Herausforderungen und Chancen kontinuierlich ermittelt und Maßnahmen erarbeitet.