

Status- Report

Standortstrategie für das Zentrum Vegesacks

Räumliche und thematische Analyse des Status-Quo

Inhaltsverzeichnis

Ausgangslage und Zielsetzung	4
Zentrale Grundlagen	7
Räumliche und thematische Analyse des Status-Quo	23
Ausblick	45

Ausgangslage und Zielsetzung

Ausgangslage und Zielsetzung

Das Mittelzentrum Vegesack verfügt mit dem Imagekonzept bereits seit 2012 über eine zielgerichtete Standortstrategie. In den vergangenen elf Jahren haben sich jedoch vielfältige Entwicklungen ergeben, welche auch im Vegesacker Zentrum spürbar sind. So hat die Covid19-Pandemie den Strukturwandel im Handel erheblich beschleunigt. Auch übergeordnete Trends, wie die Digitalisierung, der Klimawandel, wirtschaftliche und sozioökonomische Entwicklungen sowie der Wertewandel innerhalb der Gesellschaft, wirken sich auf die Zentren aus. Die Folge sind u. a. zunehmende Leerstände, sinkende Passant:innenfrequenzen sowie eine deutlich differente und individuellere Wahrnehmung der Zentren durch die Gesellschaft.

Aufgrund ebendieser Entwicklungen und den damit einhergehenden veränderten Rahmenbedingungen und Ansprüche an das Zentrum ist eine Aktualisierung der Standortstrategie erforderlich. Hierfür hat Vegesack Marketing e. V. das Planungs- und Gutachterbüro Stadt + Handel beauftragt.

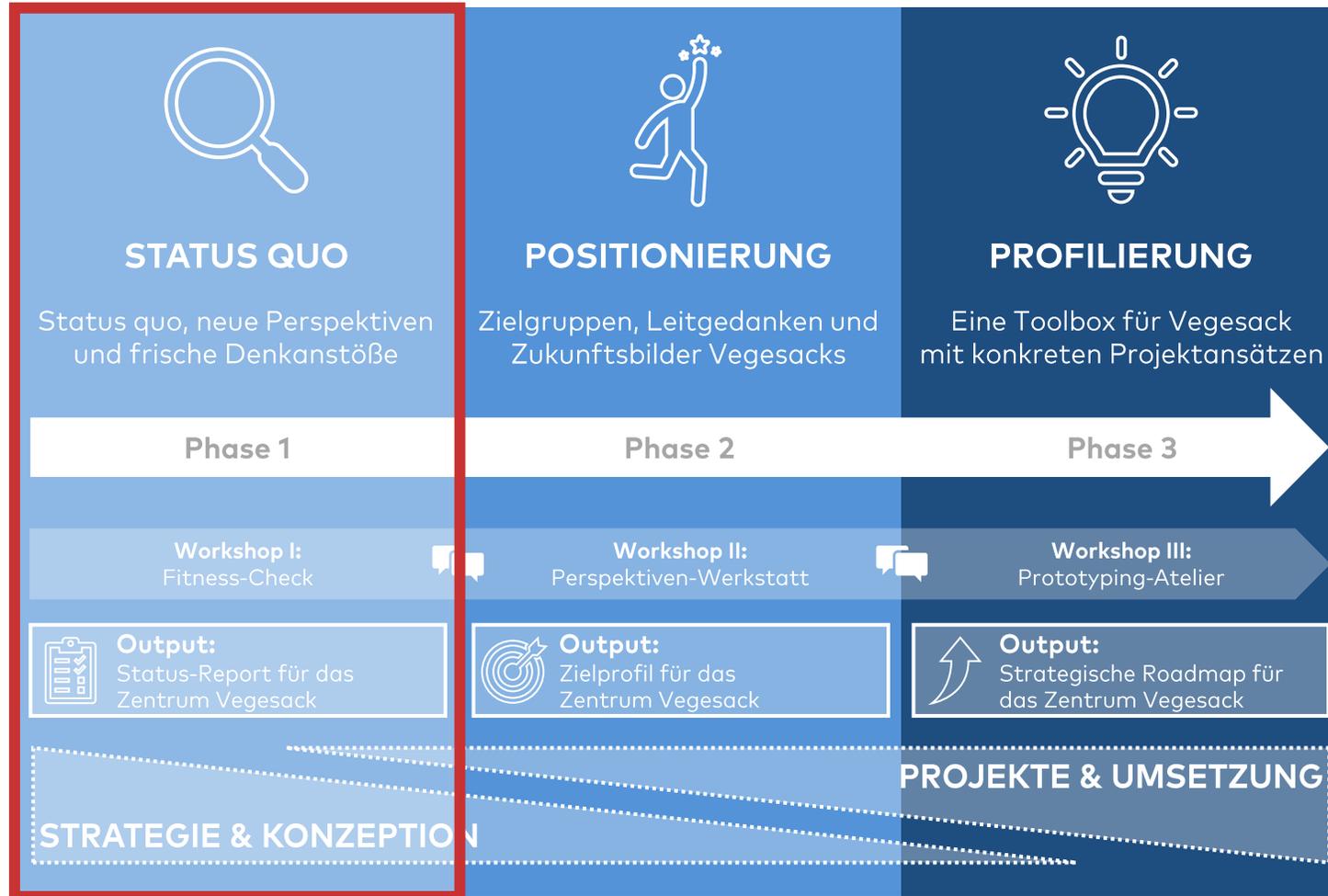
Ziel der zu aktualisierenden Standortstrategie ist insbesondere eine strategische Positionierung des Vegesacker Zentrums für die kommenden zehn Jahre. Dabei wird sich die kompakte und mit den lokalen Stadtmacher:innen vor Ort konsensual erarbeitete Positionierungsstrategie u. a. mit der Zielgruppenausrichtung und der Herausarbeitung von Alleinstellungsmerkmalen beschäftigen. Am Ende steht ein übergeordnetes Entwicklungsleitbild sowie ein sich daraus ableitender Zeit- und Maßnahmenplan mit konkreten, praxisnahen Handlungsempfehlungen.

Von zentraler Bedeutung wird das Thema der Identität Vegesacks und seiner Bürger:innen sein. Das maritime Erbe liegt auf der Hand, jedoch ist im Erarbeitungsprozess zu eruieren, inwieweit Maritimität in Vegesack heutzutage noch eine große Rolle spielt und welchen Stellenwert das maritime Erbe in Zukunft einnehmen soll. Darüber hinaus wird es darum gehen, den Wandel, welchen Vegesack in den kommenden Jahren aufgrund zahlreiche stadtbildprägender zentraler Bauprojekte vollziehen wird, proaktiv und positiv mit zu begleiten.

Gute Zentrenentwicklung kann nicht nur durch Einzelakteur:innen gelingen! Daher wird die Aktualisierung der Standortstrategie durch eine Vielzahl an Stadtmacher:innen mit unterschiedlichsten Interessen- und Tätigkeitsschwerpunkten im Rahmen mehrerer Workshops begleitet.

Der vorliegende Status-Report dokumentiert kompakt die wesentlichen Analyseergebnisse des Vegesacker Zentrums und schließt mit einem zusammenfassenden Potenzial-Defizit-Plan sowie einer SWOT-Darstellung ab. Der Status-Report bildet eine wichtige Grundlage für die kommenden Positionierungs- und Profilierungsschritte.

Konzeptbausteine und Zeitplan



Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Zentrale Grundlagen

Vegesack im Wandel

Aktuelle Bauprojekte im Zentrum



Wie eingangs erwähnt befindet sich Vegesack auch in städtebaulicher Hinsicht im Wandel. So sind aktuell vier größere Bauprojekte im Vege-sacker Zentrum geplant bzw. werden derzeit bereits schon umgesetzt. Bei allen vier Vorhaben handelt es sich um Schaffung von misch-genutzten Quartieren, welche neben Wohnraum auch gewerbliche und öffentliche Nutzungen bereitstellen werden.

Die damit verbundenen Bautätigkeiten prägen das Zentrum bereits heute schon. Lärmimmissionen, Baustellenverkehr und baustellenbedingte Verschmutzungen werden sich auch in den kommenden Jahren in Vegesack zeigen. In Bezug auf die Standortstrategie gilt es, diesen Wandel mit seinen aktuell überwiegend negativ wahrgenommenen Auswirkungen proaktiv zu begleiten.

Zentrale Grundlagen

Übersicht

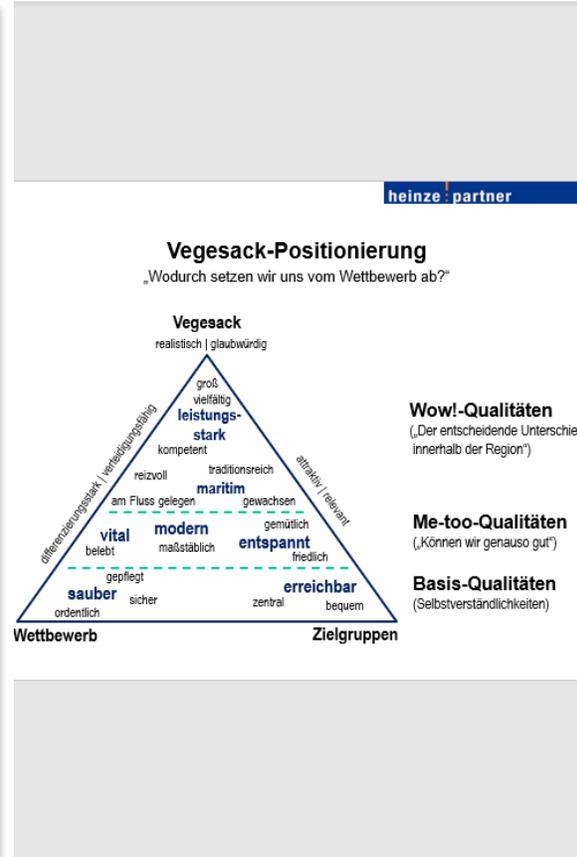
Das Mittelzentrum Vegesack ist bereits in bestehenden Gutachten und weiteren Konzepten thematisiert worden bzw. liegt im Geltungsbereich entsprechender Dokumentationen. Die zentralen Erkenntnisse aus den bestehenden Gutachten und Konzepten werden in den vorliegenden Status-Report sowie in die zu entwickelnde Positionierung miteinbezogen und liefern eine wichtige Grundlage für die weitere Erarbeitung. Dabei werden folgende Gutachten und Materialien betrachtet:

- Imagekonzept (2012)
- Freizeit- und Naherholungskonzept Bremen-Nord (2014)
- IAW-Studie „Bremen-Nord – Chancen zur Neupositionierung nutzen“ (2016)
- Fortschreibung des Zentren- und Nahversorgungskonzepts Bremen (2020)
- Landestourismusstrategie Bremen 2025
- Integriertes Struktur- und Entwicklungskonzept für den Bremer Norden (Entwurf) (2018)
- IfH-Studie „Vitale Innenstädte“ (2014, 2016, 2018, 2020)



Zentrale Grundlagen

Imagekonzept von 2012



Im Rahmen des Imagekonzepts aus dem Jahr 2012 wurden Befragungen von Bürgern, Unternehmen und Einrichtungen durchgeführt, um eine Strategie sowie Maßnahmen für Vegesack zu erarbeiten. Im Rahmen der Analyse wurde insbesondere deutlich, dass das bestehende Image den Vegesacker Qualitäten nicht gerecht wird. So wurden zahlreiche Aspekte subjektiv z. T. deutlich negativer bewertet als dies in objektiver Hinsicht der Fall ist. Auf Grundlage der Analyse würden fünf strategische Ziele erarbeitet:

- Halten der heutigen Besucher!
- Rückeroberung der Region!
- Verjüngung der Besucherstruktur!
- Heben der Besuchshäufigkeit!
- Bündeln der Kräfte!

Daraus ergibt sich das Vegesack-Programm, welches zahlreiche Maßnahmen in den folgenden Arbeitsfeldern formuliert:

- SOS-Maßnahmen
- Werbemaßnahmen
- Inszenierungsmaßnahmen
- Maßnahmen zur Angebotsverbesserung
- Gestaltungsmaßnahmen
- Mobilisierungsmaßnahmen

Zentrale Grundlagen

Imagekonzept von 2012

heinze : partner

Ziel-Profil Vegesack

„Welches Bild Vegesacks wollen wir in der Nahregion verankern?“

- Wir sind ein **leistungsstarkes Einzelhandels- und Dienstleistungszentrum**, das mit Abstand größte der Nahregion, dessen Stärken die Anzahl, die Vielfalt und die Dichte der Kleinbetriebe sind.
- Wir sind der **größte Gastronomiestandort** und das **kulturelle Zentrum** der Nahregion.
- Wir sind ein **Zentrum am Fluss** mit **traditionsreichem Hafen**. Das sucht im Umfeld seinesgleichen.

- Wir zeigen uns – werblich – **vital und belebt** und tragen dazu bei, indem wir die „Nachbarschaft“ wieder aktiver einladen.
- Wir kultivieren den **entspannten und gemütlichen Charme**, der uns nachgesagt wird.
- Wir demonstrieren **„Familienfrieden“**. Wenn wir streiten müssen, dann freundschaftlich und ohne Publikum.

- Wir bieten der Nahregion die im Umfeld beste Kombination aus **Auswahl + Beratung + Service**.
- Wir bieten **Flussflair mit reizvollen An- und Aussichten**, mit denen in der Nahregion sonst niemand aufwarten kann, wenige Schritte von der Auflage entfernt.
- Wir haben eine **bewegte und bewegende Geschichte** und können so – anders als manch anderer Standort - anregende **Geschichten** erzählen.
- Als **Verkehrsknotenpunkt** sind wir für die Nahregion bequem erreichbar.

- Optisch assoziiert man mit uns das **gesamte Zentrum** samt Weser, Hafen und Haven Hööv't – und nimmt uns so groß wahr, wie wir tatsächlich sind.
- Wir haben ein **modernes, gepflegtes Stadtbild** mit **angenehmer Maßstäblichkeit**, man fühlt sich hier wohl und sicher.
- Viele neue innere Bilder gibt es nicht – aber das **Positive darin wird erkannt**.
- Werblich zeigen wir **Gesicht**.



Zusätzlich wurde ein Ziel-Profil für Vegesack erarbeitet, welches sich auf die folgenden vier Bereiche aufgreift:

Kompetenzen:

- leistungsstarkes Einzelhandels-, Gastronomie- und Dienstleistungszentrum
- kulturelles Zentrum und größter Gastronomiestandort am Fluss mit traditionsreichem Hafen

Persönlichkeit:

- vital und belebt bei nachbarschaftlicher und familiärer Atmosphäre
- gemütlicher und entspannter Charme

Nutzen:

- Auswahl sowie Beratungs- und Servicegedanke des Angebots
- Flussflair mit An- und Aussichten sowie bewegte und bewegende Orte der Geschichte
- bequem erreichbarer Verkehrsknotenpunkt

Bilder:

- positive Wahrnehmung des gesamten Zentrums
- modernes und gepflegtes Stadtbild mit Gesicht

Zentrale Grundlagen

Freizeit- und Naherholungskonzept Bremen-Nord 2014

heinze partner

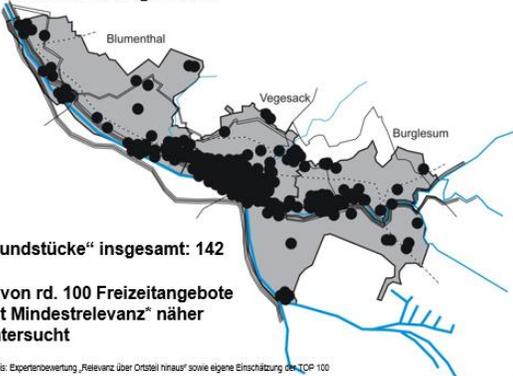
Freizeit- und Naherholungskonzept Bremen Nord



Ergebniszusammenfassung

Angebotsüberblick: Umfang

Bremen Nord hat einen beachtlichen Umfang an Freizeit- und Naherholungszielen



„Fundstücke“ insgesamt: 142
davon rd. 100 Freizeitangebote mit Mindestrelevanz* näher untersucht

* Basis: Expertenbewertung „Relevanz über Ortsteil hinaus“ sowie eigene Einschätzung der TCP 100

Im Freizeit- und Naherholungskonzept Bremen-Nord 2014 wurde zunächst die Angebotssituation der Freizeitangebote analysiert. Hier ist festzuhalten, dass Bremen-Nord zwar über einen **beachtlichen Umfang an Freizeit- und Naherholungszielen mit einem wassertouristischen Schwerpunkt** verfügt. Das entwickelte **Maßnahmenprogramms** greift vier Schwerpunktbereiche auf:

- **Distributionspolitik:** Anlaufstellen schaffen, Zugang per Rad ausbauen, Fahrtangebot des öffentlichen Verkehrs ausbauen und aufwerten
- **Produktpolitik:** Museumslandschaft neu inszenieren, Qualitäten der Parks sichtbar machen, Touristische Gütesiegel im Qualitätsmanagement, Vielfalt der Landschaftsbilder herausarbeiten, Events als Frequenzbündler, Gastronomie stärker als Freizeit- bzw. Ausflugsziele positionieren
- **Preispolitik:** Gezielte Besuchs- und Wiederkehranreize setzen
- **Kommunikationspolitik:** Übersichtsdarstellung des Angebots schaffen, Sichtbarkeit/Werbepresenz erhöhen, Hilfestellungen für digitale Angebotsvermarktung
- **Der Freizeitsektor soll als ein Motor für die Entwicklung von Bremen-Nord genutzt werden**
- **Vegesack nimmt dabei die Rolle eines Hafenstädtchen mit Kultur, Geschäften und Gastronomie ein**

Zentrale Grundlagen

IAW-Studie 2016 „Bremen-Nord – Chancen zur Neupositionierung nutzen“



Stärken	
Arbeit / Wirtschaft	<ul style="list-style-type: none">- Attraktive Gewerflächen¹³⁷⁸⁹ – K- Erfolgreicher Besatz an Gewerbe- und Industrieunternehmen¹⁵⁶⁷⁸
Wohnen	<ul style="list-style-type: none">- Hohe Wohnqualität durch Wasser und Parks¹³⁴⁵⁶⁸⁹- Günstige Mieten (und Grundstückspreise)⁸⁹⁹
Versorgung	<ul style="list-style-type: none">- Differenziertes Einzelhandelsangebot¹⁴⁷⁸⁹ – K- Fußgängerzone Vegesack als Mittelzentrum⁸¹²- Wohnortnahe Gesundheitsversorgung¹ - K
Verkehr	<ul style="list-style-type: none">- Gute ÖPNV-Anbindung durch Regio-S-Bahn¹³⁴⁵⁸ – K- Überdurchschnittlich gute funktionale und stadträumliche Straßenraumverträglichkeit¹⁶
Bildung	<ul style="list-style-type: none">- Hochkarätige Bildungseinrichtung und Internationale Präsenz durch die Jacobs University¹³⁷⁸ – K
Freizeit	<ul style="list-style-type: none">- Vielseitiges kulturelles Angebot (vor allem in Vegesack: Kito ...), beliebte Events¹²⁷⁸ - K

Chancen	
Arbeit / Wirtschaft	<ul style="list-style-type: none">- Potenzial an Arbeitskräften¹⁶⁸- Günstiges Angebot an Industrie- und Gewerbeflächen (BWK und BIP)³- Neue Entwicklungen Science Park und Lesum Park als Chance für eine wirtschaftliche Ausdifferenzierung⁸¹³
Wohnen	<ul style="list-style-type: none">- Nachverdichtungs- und Wohnbauflächenpotenziale für attraktiven Wohnraum¹²⁶- Hohe Naherholungs- und Aufenthaltsqualität als zentraler Faktor für die Stärkung des Wohnstandortes⁶¹²
Verkehr	<ul style="list-style-type: none">- Fertigstellung der A 281 als Vorteil für Wirtschaft⁶⁷⁸
Freizeit	<ul style="list-style-type: none">- „Bunker Valentin“ als Anziehungspunkt für regionale und überregionale Besucher²
Verwaltung	<ul style="list-style-type: none">- SWAH und WIB verfolgen die Entwicklung Bremen-Nords mit Engagement und stellen Finanzmittel für Studien und Konzepte zur Verfügung⁸¹²

Im Jahr 2016 wurde die IAW-Studie „Bremen-Nord – Chancen zur Neupositionierung nutzen“ veröffentlicht. Im Rahmen einer SWOT-Analyse findet auch der Stadtteil Vegesack Berücksichtigung. Unter Stärken im Bereich der Versorgung wird die Fußgängerzone Vegesacks als Mittelzentrum identifiziert. Im Bereich Freizeit mit einem vielseitigen kulturellen Angebot wird vor allem Vegesack: Kito betont.

Als konkrete Ansatzpunkte für Interventionen in Bremen-Nord wurde in Bezug zu Vegesack folgendes im Bereich Zentrenentwicklung formuliert:

- „Vegesacks Rolle als Mittelzentrum klären, braucht es weitere Interventionen oder ist ein stabiler Zustand erreicht?“
- „Was ist Vegesacks Anspruch an seine Rolle in Zukunft und wie sind die realistischen Aussichten?“

→ **Vegesacks zukünftige Rolle sollte noch weiter herausgearbeitet werden**

Zentrale Grundlagen

Fortschreibung des Zentren- und Nahversorgungskonzepts Bremen 2020



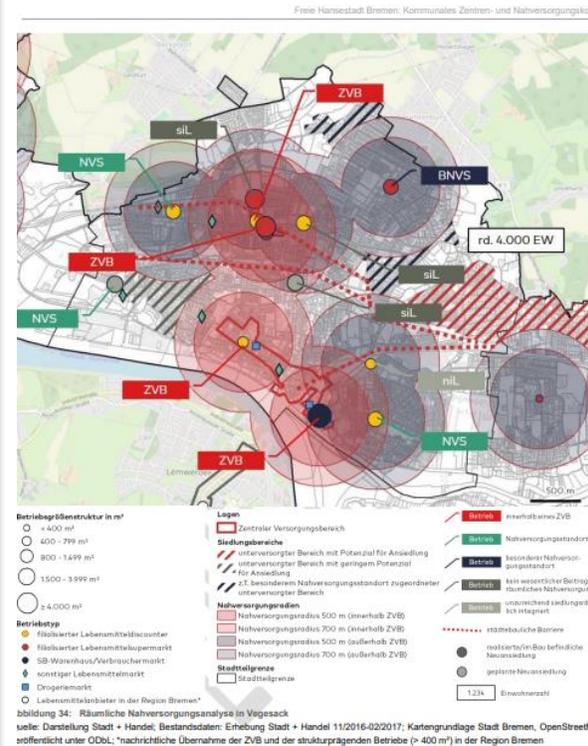
Kommunales Zentren- und Nahversorgungskonzept Bremen

Fortschreibung 2020

Abgestimmter Entwurf 16. September 2020

Die Senatorin für Klimaschutz, Umwelt, Mobilität, Stadtentwicklung und Wohnungsbau
Freie Hansestadt Bremen

Die Senatorin für Wirtschaft, Arbeit und Europa
Freie Hansestadt Bremen

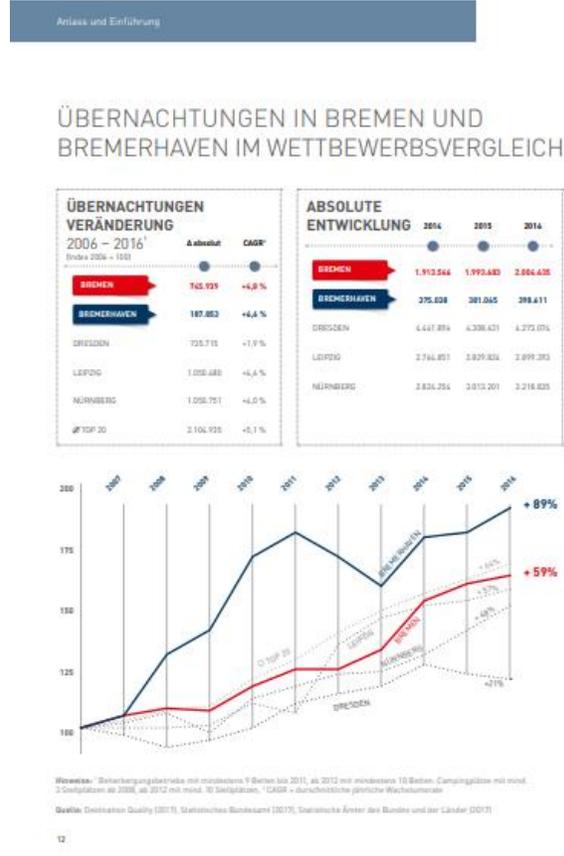


Die Fortschreibung des Kommunalen Zentren- und Nahversorgungskonzept Bremen aus dem Jahr 2020 hält für Vegesack nachfolgende Entwicklungsperspektive fest:

- Fortschreibung als besonderes Stadtteilzentrum
- Sicherung und Stärkung der Angebots- und Branchenvielfalt des Zentrums unter Berücksichtigung der Versorgungsfunktion für den Norden Bremens
- Erhalt und Ausbau der Funktionalität des Einzelhandels sowie 2. Priorität zur Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente
- Stärkung und Weiterentwicklung des Branchenmixes, insb. junge Mode, Sportartikel und Neue Medien/(Unterhaltungs-) Elektronik
- Bedarfsgerecht angepasste Nachnutzung des Einkaufszentrums Haven Hövdt und Verbesserung des städtebaulich-funktionalen Zusammenhangs zwischen Einkaufszentrum und Hauptlage
- Etablierung einer funktionierenden Knochenstruktur in der Hauptlage (z. B. Entwicklung Markthalle/Sedanplatz, Kirchheide)
- Ergänzungsbereiche: Fokus auf zentrenergänzende Funktionen (insb. Gastronomie, Kultur und Freizeit)

Zentrale Grundlagen

Landestourismusstrategie Bremen 2025



Die Landestourismusstrategie 2025 stellt die **Leitstrategie für die Tourismusedwicklung im Bundesland Bremen** dar. Es werden Vorgaben zur langfristig erfolgreichen Tourismusedwicklung der Städte Bremen und Bremerhaven benannt. Die **Gästeübernachtungen** im Land Bremen sind in den letzten zehn Jahren **gestiegen** und werden als eine gute touristische Entwicklung für Bremen angesehen. Im Vergleich zu deutschen Großstädten ist das Wachstum allerdings zu relativieren. Das konkrete **Ziel der Strategie** beläuft sich darauf, die Übernachtungen im Land Bremen um knapp 1 Mio. **auf 3,45 Mio. zu erhöhen**. Zur Umsetzung wurden drei Handlungsfelder als Aufgabenschwerpunkte entwickelt:

- Strategische Entwicklung: u.a. Fortschreibung der integrierten Umsetzung der Tourismusstrategien, Optimierung der Angebots-, Service und Qualitätsentwicklung
- Profilbildung & Markenentwicklung: u.a. Synergieentfaltung bei gemeinsamen Profilt Themen, Förderung von neuen Impulsen/BIKE.IT!
- Infrastrukturentwicklung: u.a. Unterstützung von Infrastrukturentwicklungen, Kompetenzstelle Digitalisierung
- **Impulse für neue Angebote sollen die touristischen Umsätze sowie den Wirtschaftsmotor des Tourismus stärken**
- **Konkrete Zielstellungen für Vegesack werden im Rahmen der Strategie nicht formuliert**

Zentrale Grundlagen

Integriertes Struktur- und Entwicklungskonzept für den Bremer Norden (Entwurf)

„Der Bremer Norden in Bewegung“

Integriertes Struktur- und Entwicklungskonzept für den Bremer Norden

In der vorläufigen Version des Integriertes Struktur- und Entwicklungskonzeptes für den Bremer Norden aus dem Jahr 2018 wurden folgende Punkte für Vegesack festgehalten, welche die Entwicklung und **Stärkung von lebendigen Zentren** als Ziel haben:

- Stärkung der zentralen Funktion in Vegesack
- Ansiedlung zentraler Einrichtungen
- Nutzung der Potenziale im Bereich Kultur und Bildung
- Stärkung der Anziehungskraft für das Umland und die sonstige Stadt Bremen

Die **priorisierten Maßnahmen** zur Umsetzung sind:

- Umgestaltung und Aufwertung Bahnhofsplatz Vegesack
- Revitalisierung des Haven Höövts
- Neuausrichtung Markthalle und Absicherung des Wochenmarktes
- Fortführung des koordinierten Marketings durch Vegesack Marketing e.V., lokalen Akteuren und mit Koordination der Wirtschaftsförderung Bremen GmbH

Zentrale Grundlagen

„Vitale Innenstädte“ in den vergangenen Jahren



Vitale Innenstädte 2014
Auswertungsergebnisse für Bremen-Vegesack
Köln 2014

Fragebogen



Wochentag der Befragung (→ Vom Interviewer auszufüllen)

Donnerstag
 Samstag

Zeit der Befragung (→ Vom Interviewer auszufüllen)

Bis 10:00 Uhr
 10:00-12:00 Uhr
 12:00-14:00 Uhr
 14:00-16:00 Uhr
 16:00-18:00 Uhr
 18:00-20:00 Uhr
 Nach 20:00 Uhr

1. Welche Schulnote würden Sie dieser Innenstadt in Bezug auf ihre Attraktivität geben?
Schulnoten: 1=sehr auf bis (ungenügend)

1
 2
 3
 4
 5
 6

2. Wie bewerten Sie die Attraktivität dieser Innenstadt im Hinblick auf die folgenden Aspekte?
(alle vorlesen, Benotung nach Schulnoten 1 bis 6, zusätzlich weiß ich nicht / kann ich nicht beurteilen)

	1	2	3	4	5	6	weiß nicht, nicht relevant
Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln	<input type="checkbox"/>						
Erreichbarkeit mit PKW	<input type="checkbox"/>						
Einrichtungen	<input type="checkbox"/>						
Eröffnungszeiten	<input type="checkbox"/>						
kaufbare Sonntage	<input type="checkbox"/>						
Erlebnisangebot (Tink- und Essmöglichkeiten)	<input type="checkbox"/>						
Zeitaltangebot (Kino, Theater, Museen, Ausstellungen, Fitness etc.)	<input type="checkbox"/>						
Wartungsangebot (Friseur, Reinigung, Änderungsschneider etc.)	<input type="checkbox"/>						
generelles Ambiente / Flair der Innenstadt	<input type="checkbox"/>						
Städte / Fassaden	<input type="checkbox"/>						
Grün, Wege, Grünflächen etc.	<input type="checkbox"/>						
Stimmung der Innenstadt (Stützengestellen, Spielgeräten, Laternen etc.)	<input type="checkbox"/>						
Verfügbarkeit	<input type="checkbox"/>						

© IFH Institut für Handelsforschung GmbH

Im Rahmen der Studien „Vitale Innenstädte“ werden mit Hilfe von standardisierten Fragebögen Passant:innenbefragungen durchgeführt. Bremen-Vegesack nahm in den Jahren von 2014 bis 2020 teil.

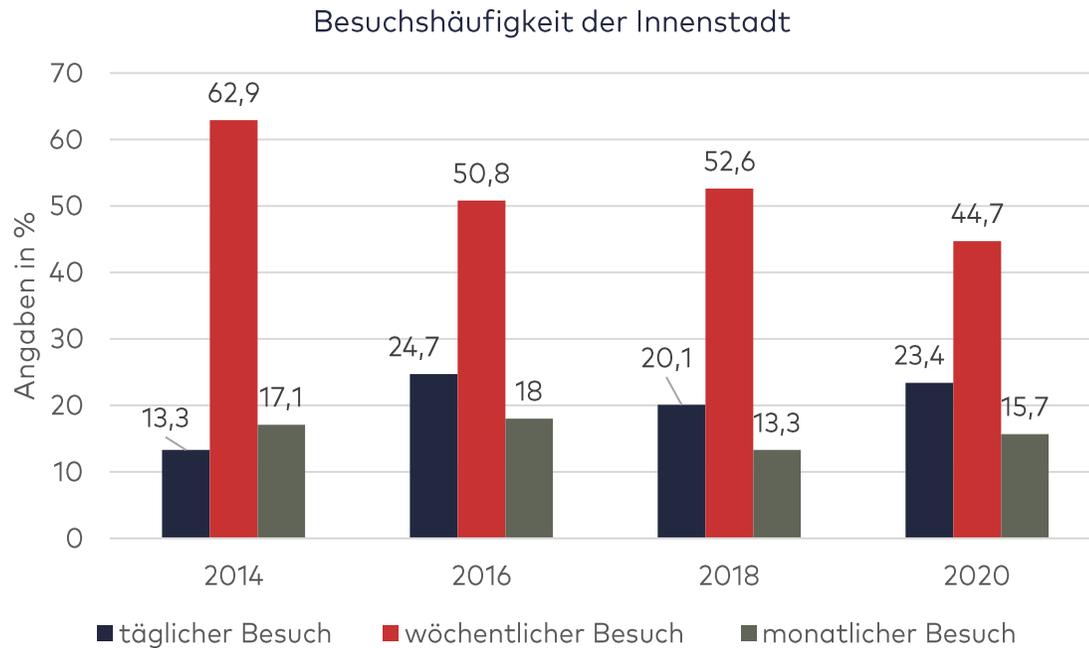
In den unterschiedlichen Jahren wurden u. a. folgende Fragen gestellt:

- Wer besucht die Innenstadt?
- Warum und wie wird die Innenstadt besucht?
- Wie shoppen die Besucher in der Innenstadt?
- Wie bewerten die Besucher die Innenstadt?
- Wie online-affin sind die Besucher der Innenstadt?

Die zentralen, vergleichbaren Ergebnisse der Befragungen aus den vergangenen Jahren sind auf der nachfolgenden Folie dargestellt.

Zentrale Grundlagen

„Vitale Innenstädte“ in den vergangenen Jahren



- **Wie shoppen die Besucher:innen in der Innenstadt?:** Der Großteil der Besucher:innen besucht die Innenstadt wöchentlich, wobei der Anteil von 2014 bis 2020 deutlich gesunken ist. Dafür ist der Anteil der täglichen Besuche von 2014 bis 2020 angestiegen um rund 10 %. Die Besuchsdauer liegt dabei bei den meisten zwischen 1-2 Stunden oder unter einer Stunde: 2014: 52,4 % unter 1 Std.; 30,4 % 1-2 Std.; 2020: 26,6 % unter 1 Std.; 43,5 % 1-2 Std. Die meisten Besucher:innen besuchen 1,2 oder 3-5 Geschäfte.
- **Innenstadtbesuchende:** Anteil der weiblichen Besuchenden höher; Durchschnittsalter ist von 45 auf 54 Jahre gestiegen; der Großteil kommt aus Vegesack
- **Hauptbesuchsgrund** ist das Einkaufen mit über 60%, danach der Behördengang mit ca. 15%
- **Besuchsdauer/Häufigkeit:** Aufenthalt zwischen 30 min und 1-2 Std.; der Großteil besucht 1, 2 oder 3-5 Geschäfte und besucht die Innenstadt 1x die Woche
- **Bewertung der Innenstadt:** Durchschnittsnote im Hinblick auf Attraktivität von 3,0 auf 3,3 gestiegen; die Erreichbarkeit wird recht gut bewertet; die Freizeitangebote eher schlecht
- **Online-Affinität:** bis 2020 hat der Großteil keinen besonderen Wert auf die Online-Präsenz, die Online-Bestellmöglichkeit oder Click & Collect gelegt; das Einkaufsverhalten hat sich durch die Online-Möglichkeiten nur bei rund 15-20% dahingehend verändert, dass die Innenstadt seltener besucht wird

Zentrale Grundlagen

Workshop I: Fitness-Check



Am 27. April kamen zahlreiche Akteur:innen aus unterschiedlichen Tätigkeitsbereichen im Vegesacker Bürgerhaus zu einem ersten Workshop zusammen. In einer kurzen Einführung und einem Fachimpuls wurde die Notwendigkeit der Aktualisierung der Standortstrategie thematisiert sowie neue Denkanstöße und Perspektiven für die Zentrenentwicklung aufgezeigt.

Im Nachgang hatten die Teilnehmenden in Kleingruppen an Dialogstationen die Möglichkeit, thematische Stärken und Schwächen zu nennen. An den sechs Dialogstationen wurden die folgenden Themenbereiche diskutiert:

- Nutzungsvielfalt und -qualitäten
- Stadtraumqualitäten
- Erscheinungsbild von Läden, Immobilien und Leerständen
- Veranstaltungen, Erlebnisse und Attraktionen
- Kooperation und Zusammenarbeit
- Identität und Sichtbarkeit

Die zentralen Ergebnisse der Dialogstationen wurden im Anschluss im Plenum durch die jeweiligen Moderator:innen der Diskussionsrunden vorgestellt und sind zudem auf den nachfolgenden Seiten dargestellt. Insgesamt liefern die Ergebnisse eine wichtige Grundlage für den vorliegenden Status-Report.

Zentrale Grundlagen

Workshop I: Fitness-Check



Gunnar Sgolik
Stellvertretender Ortsamtsleiter

“

Ausgesprochen positiv habe ich die zielorientierte Zusammenarbeit der anwesenden Gäste wahrgenommen. Durch die unterschiedlichen Hintergründe der Akteure haben sich an der von mir moderierten Station konstruktive und interessante Gespräche ergeben. Die erzielten Ergebnisse waren dabei – häufig überraschend – oft deckungsgleich mit anderen Arbeitsgruppen. Trotz des abstrakten Themas, welches für einige Teilnehmer schwer greifbar war, sowie schwer zu definierenden Leitfragen konnten die Teilnehmer ihren Gedanken und Meinungen angemessen Ausdruck verleihen. Abschließend kann man festhalten, dass die „Kooperation & Zusammenarbeit“ so umfangreich diskutiert werden könnte, dass es einen eigenen Abend füllen würde.

”

“

Das Vegesacker Zentrum bietet mit Blick auf die Nutzungsvielfalt ein differenziertes Bild. Angebote aus Dienstleistung und Gastronomie werden überwiegend als gut beschrieben, während im Einzelhandel bestimmte Sortimente vermisst werden. Einzelne Leerstände und der stark schwankende Marktauftritt der verschiedenen Geschäfte, führen zu einer ungleichmäßig anmutenden Nutzungsqualität. Besonders entlang der Gerhard-Rohlfs-Straße und im Einkaufszentrum Kontor werden Verbesserungspotentiale angeregt. Leerstände in den Einkaufsbereichen und Tendenzen zur Verschlechterung des Stadtbildes sollten aktiv angegangen werden.

”



Karsten Nowak
Handelskammer Bremen

Zentrale Grundlagen

Workshop I: Fitness-Check



Jörn Gieschen

Geschäftsführer Vegesack Marketing e.V.

“

„Immer was los in Vegesack“, so die einhellige Meinung über das breite jährliche Veranstaltungsangebot in Vegesack, das viel gelobt wurde. Viel diskutiert wurde dagegen das Thema Maritimes Erbe (Schiffbau, Fischfang) und dessen mangelnde zeitgemäße Erlebbarkeit, insbesondere am Museumshafen und entlang der Maritimen Meile. An Museen und Darstellung der reichen Historie Vegesacks mangle es nicht, auch das Kulturangebot sei hervorragend aufgestellt. Die maritime Seite wie aber auch Freizeitangebote generell sollten aber niedrighschwelliger, interaktiver und erlebbarer aufgestellt werden, insbesondere auch für jüngere Zielgruppen. Bemängelt wurde zudem die zunehmende Bürokratie, die zum Beispiel der Organisation von Kleinveranstaltungen an Orten wie dem Stadtgarten im Weg stehe.

”

“

Für die Shopping-Meile ist für die Zukunft ein besserer Branchenmix enorm wichtig. Hierbei sind neue Anbieter für Kinder- und Jugendmode, Sport, Freizeit, Elektronik, Schuhe und Bekleidung wünschenswert. Auch die Aufenthaltsqualität sollte erhöht und die Gastronomie ausgebaut werden für alle Zielgruppen. Mithilfe von Aufwertung der vorhandenen Immobilien, Fassaden, Schaufenstern und Innenbereichen sowie einer schnelleren Vermarktung von Leerständen und Immobilien sollte die Shopping-Meile attraktiv gestaltet werden. Themen wie Sauberkeit und Ordnung sollten dabei in Zukunft einen noch höheren Stellenwert ausmachen.

”



Werner Pohlmann

Geschäftsführung Modehaus Leffers,
Vorstand Vegesack Marketing

Zentrale Grundlagen

Workshop I: Fitness-Check



Anne Köhler

Stellvertretende Vorsitzende
Vegesack Marketing e. V.

“

Spannend war der individuelle Eindruck der teilnehmenden Personen. Wo zum einen das (maritime) Image als starkes Potenzial gesehen wird, ist auf der anderen Seite auch der Ruf nach einer Modernisierung des Images laut geworden. Interessant wird es sein, das maritime Erbe zukunftsfähig zu gestalten und sich nicht nur darauf auszuruhen. Des Weiteren fiel auf, dass eine gewisse "Betriebsblindheit" herrscht. Beim näheren Betrachten einzelner Punkte wurden sich einige TeilnehmerInnen bewusst, was es hier schon alles gibt und was bereits genutzt wird. Meiner Meinung nach ist das gefühlte Image schlechter, als der Tatsachenbestand. Hier wäre es wichtig, die Kommunikation besser zu gestalten & die Identität zu stärken. Für Vegesacker und Außenstehende. #mehrliebzumstadtteil

”

“

Nach Meinung der Mitwirkenden verfüge Vegesack über viele hochkarätige Freiräume und Stadträume. Stolz sein könne man insbesondere auf Stadtgarten, Hafen, Utkiek und die Bebauung an der Weserstraße. Problembehaftet sei nach Ansicht vieler Mitwirkenden jedoch die Innenstadt mit ihren Zugängen: Das Erscheinungsbild der Fußgängerzone leide unter fehlender Sauberkeit und einem in die Jahre gekommenen Stadtmobiliar; Sedanplatz und Bahnhofplatz seien für die Innenstadt wichtige Ankunftsorte, die jedoch eher abschrecken als einladen.

”

René Kotte

Bauamt Bremen-Nord

Räumliche und thematische Analyse des Status-Quo

Funktionale Qualität

Funktionsstruktur & Anker nutzungen



Marken- & Angebotsportfolio



Nutzungsqualitäten



Städtebauliche Qualität

Stadtgestaltung & Städtebauliche Struktur



Erreichbarkeit & Orientierung



Immobilienqualitäten



Markenqualität

Image



Marketing



Digitale Sichtbarkeit



Im Folgenden wird das Vegesacker Zentrum hinsichtlich seiner funktionalen, städtebaulichen und Markenqualitäten anhand der nebenstehenden neun Handlungsfelder analysiert. Die Handlungsfelder bilden die einzelnen Bausteine aus welchen sich ein Zentrum zusammensetzt und stellen folglich eine geeignete Analysegrundlage dar. Die Analyse stützt sich des Weiteren auf die Erkenntnisse der bestehenden Gutachten, Konzepte und weiteren Materialien zum Vegesacker Zentrum sowie auf eigene Vor-Ort-Analysen.

Ein anschließender Potenzial-Defizit-Plan fasst die aus der Analyse gewonnenen wesentlichen Erkenntnisse (karto-)grafisch zusammen.



Funktionsstruktur & Anker nutzungen

Legende

Schwerpunktnutzungen

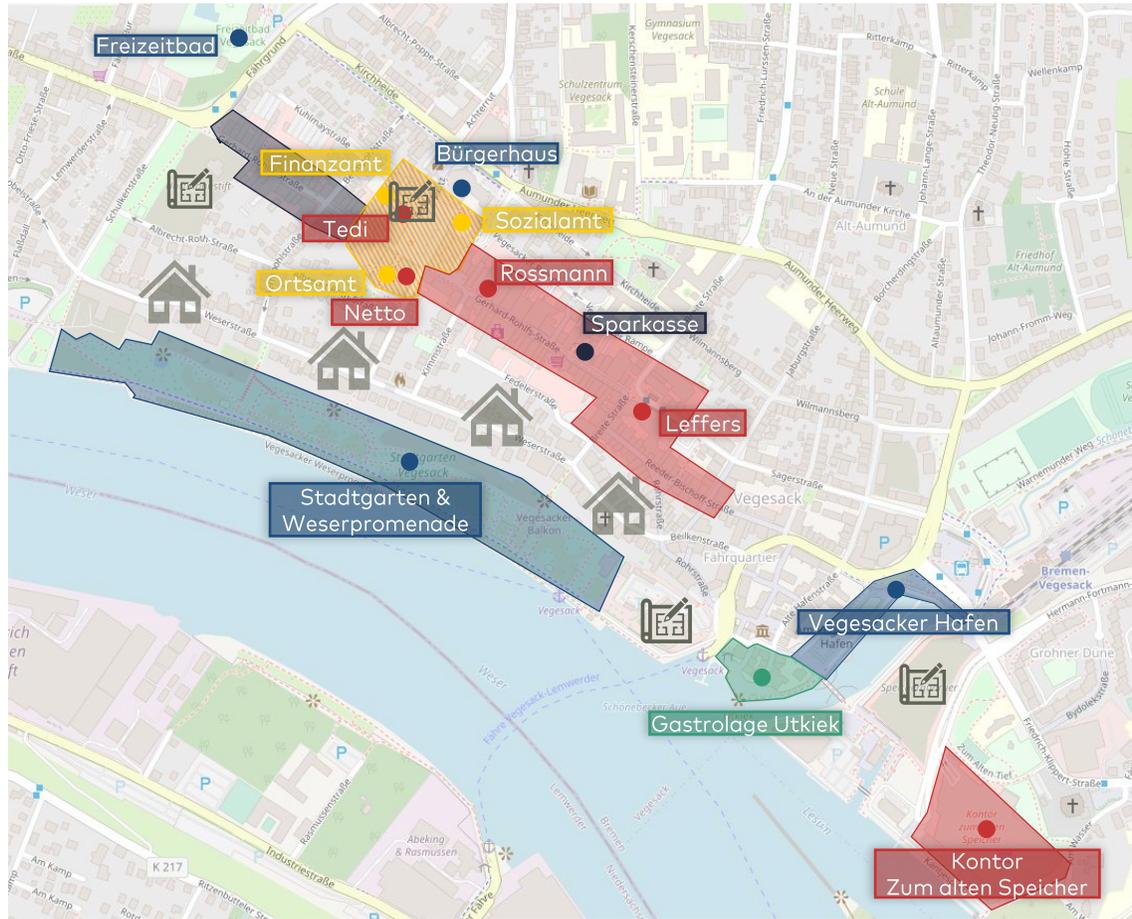
- Einzelhandel
- öffentliche Einrichtungen
- Gastronomie
- Kultur & Freizeit
- Dienstleistungen

Kristallisationspunkte

- Einzelhandel
- Gastronomie
- Dienstleistung
- Kultur & Freizeit
- öffentliche Einrichtungen

- Schwerpunkt Wohnen
- größere Bauprojekte

100 m



Im Vegesacker Zentrum können unterschiedliche Nutzungsschwerpunkte ausgemacht werden. Das Einkaufszentrum Kontor (ehem. Hafen Hööv't) sowie der südöstliche Bereich der Gerhard-Rohlf's-Straße und die Reeder-Bischoff-Straße bilden mit den Magnetbetrieben Leffers, Rossmann und Kaufland die klaren **Einzelhandelsschwerpunkte**. Rund um den Sedanplatz, welcher als Marktplatz fungiert, finden sich neben prägenden Einzelhandelsnutzungen (optisch insb. Tedi, nutzungsstrukturell insb. Netto) auch zahlreiche öffentliche Einrichtungen wieder (u. a. Ortsamt). Einige der Funktionen werden jedoch im Zuge der geplanten Neuentwicklung am Sedanplatz weichen.

Ein **gastronomischer Schwerpunkt** kann räumlich im Bereich des Utkiek identifiziert werden. Hier befinden sich eine Reihe an Restaurants und Bars mit z. T. entsprechender Außengastronomie wieder.

Dienstleistungen spielen im Zentrum vor allem in der nordwestlichen Gerhard-Rohlf's-Straße eine Rolle. Auch die Sparkasse im südwestlichen Verlauf bildet einen wichtigen Magneten im Zentrum, welcher perspektivisch jedoch in den Bereich Sedanplatz verlagern wird.

Räume der **Kultur und Freizeit** sind entlang des Stadtgartens/Weserpromenade sowie im Vegesacker Hafen anhand einiger Verweil- und Spielmöglichkeiten auszumachen.

Auch das Thema **Wohnen** eine hohe Bedeutung im Vegesacker Zentrum ein. Vor allem die ehemaligen Kapitän's- und Reederhäuser sind dabei zu benennen.



Marken- & Angebotsportfolio



Hinsichtlich des **Einzelhandels** ist das Marken- und Angebotsportfolio als variierend zu beschreiben. Insgesamt ist die **quantitative Angebotsausstattung** für ein Mittelzentrum mit rd. 35.000 Einwohnenden angesichts der Nähe zur Bremer Innenstadt als angemessen zu bewerten. Dabei ist grundsätzlich eine hinreichende Sortimentsvielfalt im Zentrum gegeben. Einschränkungen in Bezug auf das Angebotsportfolio bestehen insb. hinsichtlich der Nischen-sortimente (z. B. Hobbybedarf) oder stark online-affiner Warengruppen (z. B. Spielzeug). Das damit implizierte geringe absatzwirtschaftliche Potenzial und das Konsumverhalten lassen entsprechende Angebotsetablierung wenig realistisch erscheinen.

Der **Angebotschwerpunkt** liegt insb. auf dem mittelfristigen Bedarfsbereich und hier auf dem Sortiment Bekleidung. Vor allem das Modehaus Leffers bietet hierbei ein breites und qualitatives Angebot an. Darüber hinaus bilden Netto, Kaufland und Rossmann starke nahversorgungsrelevante Anker.

Die **Angebotsqualität** zeigt sich variierend. Neben einigen Anbietern mit wertigen und z. T. individuellen (Marken-) Produkten finden sich auch weniger qualitätvolle discontorientierte Angebote wieder. Vor allem die bestehenden Filialisten (z. B. Woolworth, Tedi, Deichmann) verfügen über ein Angebot im Discountsegment. Die vertretenden inhabergeführten, meist kleinteiligen Geschäfte bieten hingegen oftmals ein qualitativvolles Angebot mit individuelleren Marken.



Marken- & Angebotsportfolio



Das Marken- und Angebotsportfolio **abseits des Handels** kann weitestgehend sowohl hinsichtlich der Angebotsqualität als auch in Bezug auf das Preisniveaus als **standardisiert** bezeichnet werden.

Als ausbaufähig kann – insbesondere aufgrund der wachsenden Bedeutung als Frequenzbringer und Verweilgarant – das **gastronomische Angebot** bewertet werden. Neben Cafés (oftmals in Verbindung mit einer Bäckerei), italienischer Küche und gut bürgerlichen Einkehrmöglichkeiten befinden sich im Vegesacker Zentrum wenig individuelle und speziellere Gastronomieangebote. Neben der geringen Vielfalt des gastronomischen Möglichkeiten ist zudem das Angebot an Außengastronomie als eingeschränkt zu bewerten. Auch das Thema und Potenzial Maritimität zeigt sich in der Gastronomie nur teilweise.

Zum anderen bildet der nordwestliche Bereich der Gerhard-Rohlf's-Straße eine Besonderheit. Dieser Bereich wird primär durch Dienstleistungen und ergänzend auch Handel geprägt, welche der **Medizin- und Gesundheitsbranche** zuzuordnen sind.



Marken- & Angebotsportfolio



Hervorzuheben ist zum einen das Angebot im **Bereich Freizeit und Kultur**. Eine Besonderheiten bildet das Bürgerhaus am Sedanplatz. Dieses bietet ein mit der VHS, Circus mit Indoorspielmöglichkeiten, multifunktionalen Treffpunkten und Kursangeboten ein umfangreiches Freizeit-, Kultur-, und Bildungsangebot. Das Geschichtenhaus und das Overbeck-Museum ergänzen das Kulturangebot im Zentrum.

Ein wesentliches attraktives Alleinstellungsmerkmal stellt der Stadtgarten mit seiner Weserpromenade sowie der Vegesacker Hafen inkl. des verbindenden Utkieks dar. Diese innenstadtnahen Freiräume tragen wesentlich zur Aufenthaltsqualität im Vegesacker Zentrum bei und bieten eine Reihe an meist ansprechenden Verweilmöglichkeiten. Hier finden sich neben den Spielschiff, weiteren Spiel- und Sportmöglichkeiten oder Veranstaltungen wie dem Festival Maritim und dem Loggermarkt zahlreiche Freizeitangebote wider.

Anzumerken ist jedoch, dass zielgruppenspezifisch in Bezug auf das Freizeitangebot in Vegesack Entwicklungspotenzial besteht, was sich insbesondere hinsichtlich der Angebote für junge Menschen (Kinder sowie Jugendliche) zeigt.



Nutzungsqualitäten



In Bezug auf die **Nutzungsqualitäten** können im Vegesacker Zentrum räumliche Unterschiede festgestellt werden. Der gewerbliche Besitz entlang der **Breite Straße, der Reeder-Bischoff-Straße sowie Am Vegesacker Hafen** ist tendenziell kleinteiliger strukturiert und oftmals inhabergeführt. Hier finden sich häufig ansprechend dekorierte Schaufenster, einladend gestaltete Eingangsbereiche sowie ansprechende Elemente der Werbegestaltung wieder. Dies betrifft sowohl Einzelhandels- als auch Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe.

Entlang der **Gerhard-Rohlfs-Straße sowie im Einkaufszentrum Kontor** sind die Nutzungsqualitäten überschlüssig allerdings abfallend. Dies zeigt sich insb. hinsichtlich der funktionalen und markanten Warenpräsentation im Straßenraum sowie in Bezug auf die Werbegestaltung.

Eine Sonderstellung hinsichtlich der Nutzungsqualitäten nehmen die bestehenden **Leerstände** ein. Insbesondere in der Gerhard-Rohlfs-Straße sowie am Sedanplatz sind stadtbildprägende Leerstände lokalisiert (v. a. ehemalige Schuhgeschäfte). Diese wirken oftmals dunkel und wenig gepflegt und beeinflussen damit das Erscheinungsbild der Fußgängerzone negativ.

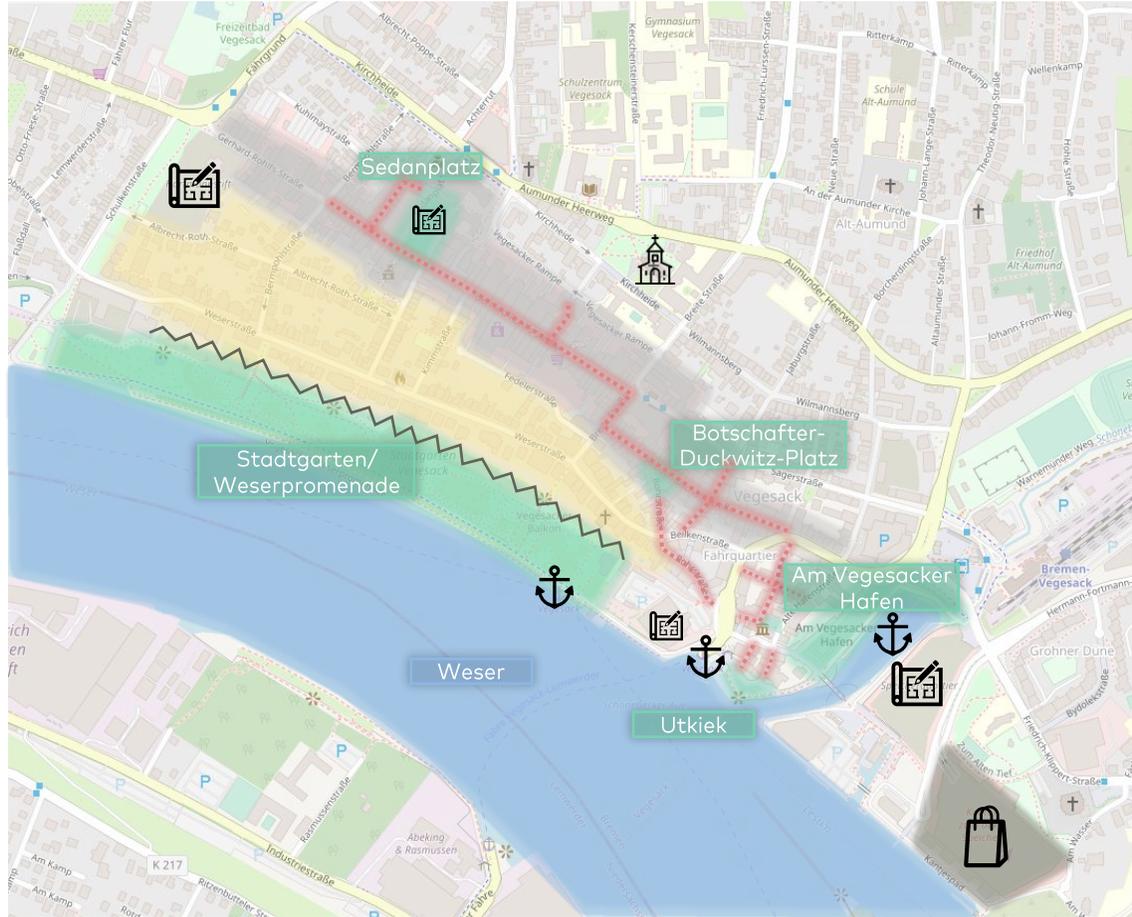


Stadtgestaltung & Städtebauliche Struktur

Legende

-  Freiräume/Plätze
-  Wasserfläche
-  dichte, gewerbliche Strukturen
-  aufgelockerte Wohnbaustrukturen
-  großflächige, funktionale Einzelhandelsstruktur
-  Fußgängerzone
-  Topografischer Bruch
-  Hafen
-  größere Bauprojekte
-  Kirche

100 m



Das Vegesacker Zentrum weist vielfältige städtebauliche Strukturen auf. Prägend ist vor allem die Lage an der **Weser** mit dem dazugehörigen **Hafen**. Entlang der Weser verläuft die Weserpromenade und der Stadtgarten als großflächige **maritime Parkanlage**, die zum Verweilen einlädt. Daneben befinden sich mit dem **Utkiek**, welcher einen guten Ausblick auf die Weser sowie die südlich angrenzenden Werften gewährt und saisonal in Teilen durch Außengastronomie bespielt wird, und dem **Vegesacker Hafen** noch weitere Plätze mit direktem Bezug zur Weser.

Entlang der **Fußgängerzone**, welche im Wesentlichen in der Gerhard-Rohlf's-Straße und Reeder-Bischoff-Straße erstreckt, reihen sich vor allem dichte und gewerbliche Strukturen aneinander. Der **Sedanplatz**, welcher perspektivisch neuentwickelt wird, wird dabei von tendenziell kompakteren Strukturen umgeben, während der **Botschafter-Duckwitz-Platz** kleinteiliger strukturiert ist. Südlich an die gewerblichen Strukturen knüpfen aufgelockerte und z. T. begrünte Wohnbaustrukturen an. Anzumerken ist dabei der deutliche topografische Unterschied zwischen der höher gelegenen **Wohnbebauung** und dem direkt am Wasser gelegenen Stadtgarten. Die **Reliefunterschiede** werden auch in der Fußgängerzone sichtbar, welche von Westen nach Osten hin abfallend gestaltet ist.

Räumlich sowie stadtstrukturell davon abgekoppelt liegt das Einkaufszentrum Kontor, welches als **großflächige und funktional geprägte Einzelhandelsstruktur** bezeichnet werden kann.

Quelle: Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende; Darstellung: Stadt + Handel.



Stadtgestaltung & Städtebauliche Struktur



Das Vegesacker Zentrum verfügt über zahlreiche stadtgestalterische Elemente. Entlang der **Fußgängerzone** finden sich in regelmäßigen Abständen **Begrünungselemente** (insb. Bäume, Pflanzkübel) sowie vereinzelt **Spielgeräte** und Kunstinstallationen wieder. Diese stehen oftmals in Verbindung mit **Sitzgelegenheiten**, welche in unterschiedlicher Gestalt in der Fußgängerzone verortet sind. Diesbezüglich anzumerken ist der bauliche Zustand und die Sauberkeit der Elemente, welche in Teilen als ausbaufähig zu bewerten sind. Die in die **Pflasterung** der Fußgängerzone integrierte wellenartige Struktur greift das Thema „Maritimität“ auf und fungiert gleichzeitig als indirektes Leitsystem durch den Geschäftsbereich.

Eine Ausnahme bildet der überwiegend funktional geprägte **Sedanplatz**, welcher keine nennenswerten stadtgestalterischen Elemente aufweist. Aufgrund des Veranstaltungsorts des Grünmarkts auf dem Sedanplatz sind weitreichende stadtgestalterische Elemente zwar nur eingeschränkt möglich, dennoch besteht hier – insbesondere auch vor dem Hintergrund des Platzes als Ankommensort – durchaus weiteres Entwicklungspotenzial. Gleiches betrifft den **Bahnhofsvorplatz**, welcher verkehrlich stark durch die umgrenzenden Straßenzüge geprägt ist und aufgrund fehlender Gestaltungselemente kaum Aufenthaltsqualität bietet.



Stadtgestaltung & Städtebauliche Struktur



Insgesamt spielt auch das Thema „**Sauberkeit**“ eine Rolle im Zentrum Vegesacks, welches in Bezug auf das vorhandene Stadtmobiliar (insb. Mülleimer), einige Ladenlokale (insb. Leerstände) und den öffentlichen Raum in der Gesamtheit in Teilen als mangelhaft zu bewerten ist. Im Zuge der größeren Bautätigkeiten (z. B. Speicherquartier) erfährt die Sauberkeit des Stadtraums eine zusätzliche Belastung.

Der Bereich des **Hafens** sowie entlang der **Weserpromenade** und des **Stadtgartens** weist ein **hohes Maß an Aufenthaltsqualität** auf. Die Bereiche können als weitestgehend gepflegt bewertet werden und bieten sowohl für **Jung** (z. B. Spielschiff, Spielplatz) und **Alt** (z. B. Mosaikgarten, Bänke in regelmäßigen Abständen) entsprechende Verweilmöglichkeiten.

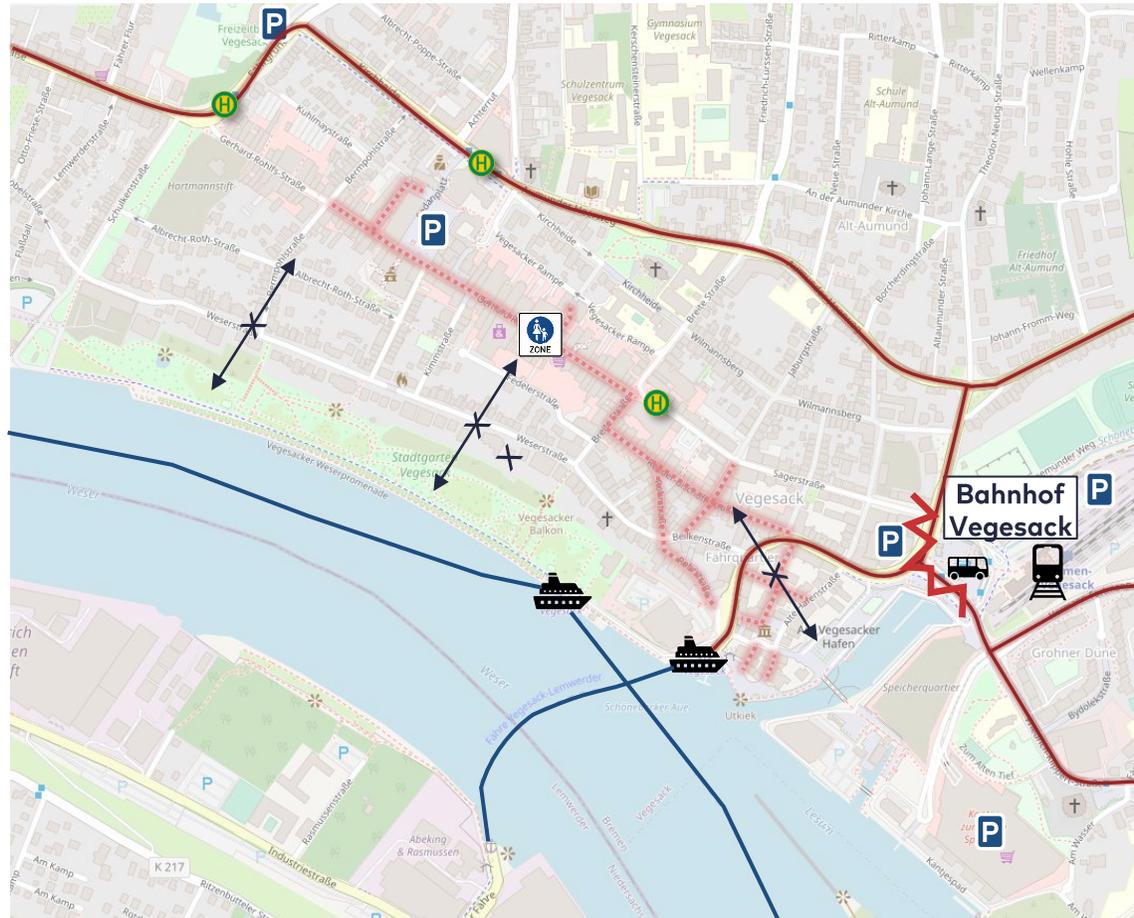




Erreichbarkeit & Orientierung

Legende

- zentrale Verkehrsachse
- Fährroute
- Fußgängerzone
- eingeschränkte Verknüpfungen
- Barrierewirkung
- Bahnhof
- Busbahnhof
- Fährhafen
- ÖPNV-Haltestelle
- größere Parkmöglichkeit



Den **verkehrlichen Knotenpunkt** im Vegesacker Zentrum bildet der Bereich rund um den **Bahnhof** des Mittelzentrums. Neben dem Bahnhof des Schienenverkehrs befindet sich hier auch der zentrale Busbahnhof. Damit stellt der Bahnhof einen zentralen **Ankommensort** insb. für Pendler:innen und Besucher:innen dar. Aufgrund der hohen **verkehrlichen Belastung** im Kreuzungsbereich Friedrich-Klippert-Straße/ Zur Vegesacker Fähre wird die direkte Anbindung an die Maritime Meile und die Fußgängerzone allerdings eingeschränkt.

Das Zentrum Vegesacks ist über diverse Zuwegungen für den MIV erreichbar. Für den MIV stehen mehrere größere **Parkmöglichkeiten** (insb. Parkhaus Sedanplatz) mit direktem Bezug zur Fußgängerzone und zum Einkaufszentrum zur Verfügung. Darüber hinaus bestehen vielfältige Möglichkeiten des straßenbegleitenden Parkens. Aus südlicher Richtung gewährleistet der **Fährbetrieb** die Anbindung Vegesacks über die Weser hinweg (z. B. Lemwerder).

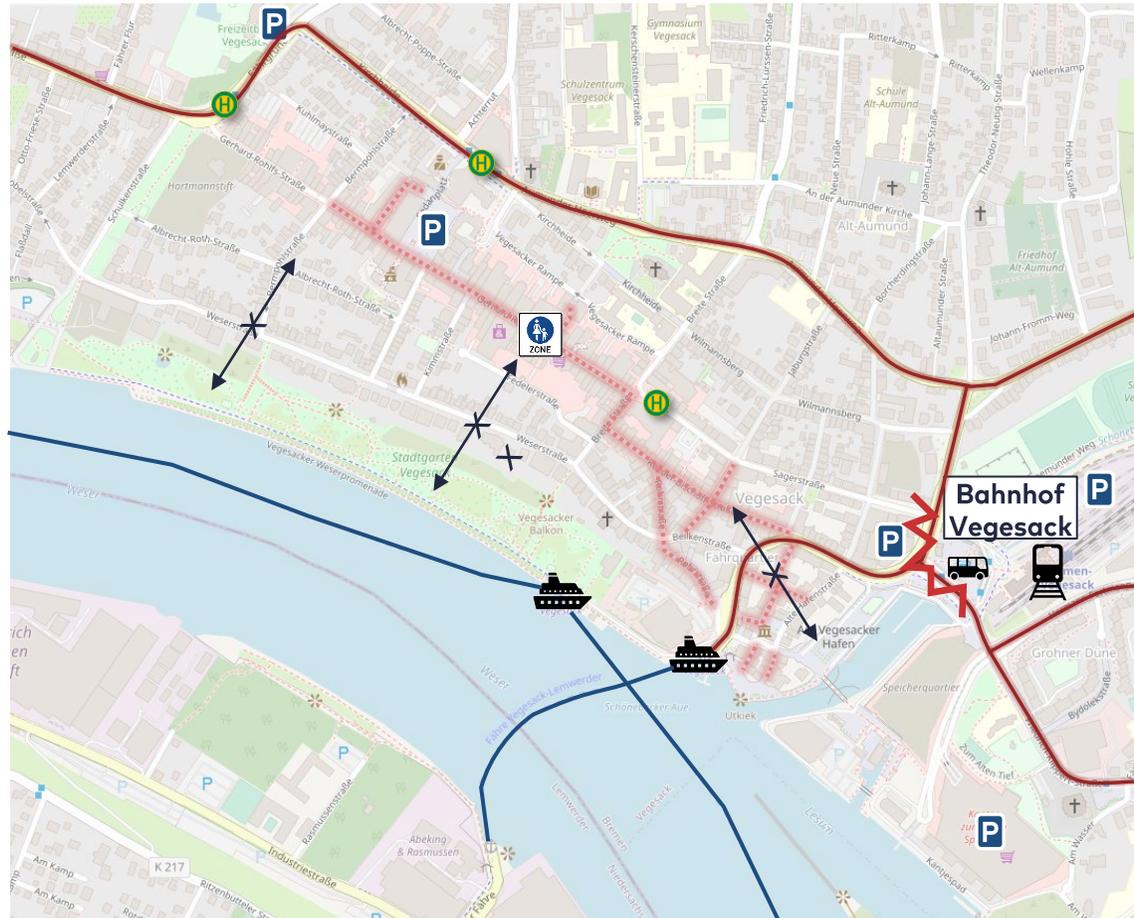
Quelle: Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende; Darstellung: Stadt + Handel.



Erreichbarkeit & Orientierung

Legende

- zentrale Verkehrsachse
- Fährroute
- Fußgängerzone
- eingeschränkte Verknüpfungen
- Barrierewirkung
- Bahnhof
- Busbahnhof
- Fährhafen
- ÖPNV-Haltestelle
- größere Parkmöglichkeit



Darüber hinaus ist das Zentrum auch über ausgewiesene **Fahrradwege** aus den umliegenden Siedlungsbereichen zu erreichen. In den Eingangsbereichen zur Fußgängerzone und zur Maritimen Meile sichern **Fahrradabstellmöglichkeiten** eine entsprechende Erreichbarkeit. Insgesamt weist die Fahrradfreundlichkeit des Zentrums – insbesondere vor dem Hintergrund der zunehmenden Bedeutung des (E-) Fahrrads bzw. Lastenfahrrads als wichtiges Fortbewegungsmittel – in Teilen jedoch Entwicklungspotenzial auf (z. B. durchgängige Radwege, geschützte Fahrradabstellmöglichkeiten). Zusätzlich ist anzumerken, dass der gut frequentierte Weserradweg, welcher eine überregionale Bedeutung innehat, nicht auf Vegesacker Stadtgebiet verläuft, sondern auf der anderen Weserseite die Kommune Lemwerder quert.



Erreichbarkeit & Orientierung



Wie die Analyse der städtebaulichen Struktur (S. 30) gezeigt hat, setzt sich das Vegesacker Zentrum aus mehreren Teilbereichen zusammen, kann folglich in Teilen als fragmentiert bezeichnet werden und verfügt in Richtung Weser über einen nicht unerheblichen Reliefunterschied. Zur besseren Orientierung innerhalb des Zentrums sowie im Sinne einer guten Lesbarkeit des Zentrums befinden sich daher in regelmäßigen Abständen **Informationstafeln** und gut sichtbare **Wegbeschilderungen** im Stadtraum. Diese tragen wesentlich dazu bei, die topografischen und stadtstrukturellen Unterschiede innerhalb des Zentrums insb. für die Besucher:innen zu überwinden, wenngleich weiterhin eine intuitive Verknüpfung der unterschiedlichen Lagen nicht vollumfänglich gegeben ist.

Bei den Informationstafeln handelt es sich um Stadtpläne, auf welchen vier Quartiere (Shoppingmeile, Kapitän- und Reederhäuser, Stadtgarten und Museumshaven) mit ihren jeweiligen Sehenswürdigkeiten und dazugehörigen Informationen abgebildet sind. Des Weiteren sind auf den Karten mögliche Wegeverbindungen zwischen den einzelnen Quartieren abgebildet.



Immobilienqualitäten



Ebenso wie die Nutzungsqualitäten (S. 29) variieren auch die Immobilienqualitäten. Das Vegesacker Zentrum offenbart einen **vielfältigen Baustilmix**, welcher sowohl gründerzeitliche und nachkriegszeitliche Bebauung als auch Gebäude aus den 80er-Jahren und jünger umfasst. Mit den Neuentwicklungen wird das Zentrum perspektivisch um weitere, modern und überwiegend ortstypische Baukörper erweitert.

Aufgrund dieser oftmals punktuell ausgeprägten baulichen Vielfalt entsteht allerdings **kein einheitliches städtebauliches Erscheinungsbild**. Dieser Eindruck wird dadurch verstärkt, dass der Zustand der jeweiligen Immobilien ausdifferenziert zu bewerten ist. Neben modernen und sauberen Immobilien sowie ansprechend sanierten und gepflegten Gebäuden finden sich zudem Immobilien, welche mittlerweile Einschränkungen in Bezug auf ihre Bausubstanz und Sanierungsbedarf aufweisen.



Image



Insgesamt nimmt das Thema „**Maritimität**“ einen zentralen Stellenwert in Bezug auf das Vegesacker Image ein. Vegesacks Geschichte als bedeutende Hafenstadt, die direkte Lage an der Weser sowie die heutige Gestalt des Vegesacker Hafens tragen hierzu maßgeblich bei. Dabei zeigt sich die Maritimität überwiegend in direkter Wesernähe. In der Fußgängerzone hingegen sind maritime Elemente nur vereinzelt festzustellen (z. B. Beschilderung, Wandbemalung, Kunstobjekt mit Bezug zur See, wellenartige Pflasterung).

Insgesamt wird Vegesack jedoch **unterschiedlich wahrgenommen**: Insbesondere in der Stadt Bremen hat Vegesack einen tendenziell schlechteren Ruf, welcher vor allem durch sozioökonomische Faktoren bedingt wird. Unter den Vegesacker:innen zeigt sich ein anderes Bild. Viele Vegesacker:innen schätzen ihre eigenständige Stadt und das damit verbundene maritime Erbe sowie das familiäre Umfeld. Demzufolge ergeben sich unterschiedliche Aufgaben für das Binnen- und Außenmarketing.

Im Zuge der Aktualisierung der Standortstrategie wird es von zentraler Bedeutung sein, zu eruieren, **wie maritim Vegesack sich zukünftig aufstellen möchte** und wie mit dem maritimen Erbe umgegangen werden soll.



Marketing



VEGESACK ENTDECKEN & ERLEBEN SHOPPEN & SCHLEMMEN INTERESSEN & INITIATIVEN



Vermarktet wird Vegesack weitestgehend über **Vegesack Marketing e. V.** mit Unterstützung von **vege.net**. Über die **Vegesacker Website** erhalten Vegesacker:innen, Besucher:innen und weitere Interessierte vertiefende Einblicke in aktuelle Veranstaltungen und Angebote, die Geschichte Vegesacks, Informationen zu konkreten Standortbereichen des Zentrums sowie zur Vereins- und Organisationslandschaft. Auch die **Social-Media-Kanäle** (Instagram und Facebook) werden regelmäßig bespielt. Somit kann insgesamt eine **breite Zielgruppe** angesprochen werden, wenngleich keine eindeutige Zielgruppenfokussierung in den Marketingaktivitäten ersichtlich wird.

Des Weiteren ist Vegesack auch auf der **Website Bremens** präsent, wobei die Informationsvielfalt hier deutlich eingeschränkter ist. Ebenso wird Vegesack über die **Wirtschaftsförderung Bremen GmbH** („Der Bremer Norden“) vermarktet. Entsprechende Bewerbungen finden sich online sowie vereinzelt im Vegesacker Stadtraum wieder. Zudem berichten die **lokalen Zeitungen** (insb. *Weser Kurier*, *das BLV*) regelmäßig über das Zentrum.



Marketing

Größere Veranstaltungen & Festivitäten



Das Marketing der Stadt Vegesack wird auch durch zahlreiche **Veranstaltungen** begünstigt. Auf der nachfolgenden Seite werden die größten und beliebtesten Veranstaltungen im Überblick für das Jahr 2023 dargestellt. Dabei wird deutlich, dass das Veranstaltungsangebot breit aufgestellt ist, jedoch vor allem Kinder und Erwachsene 40+ anspricht. Für Jugendliche und junge Erwachsene ist das Veranstaltungsangebot als ausgedünnt zu bewerten.

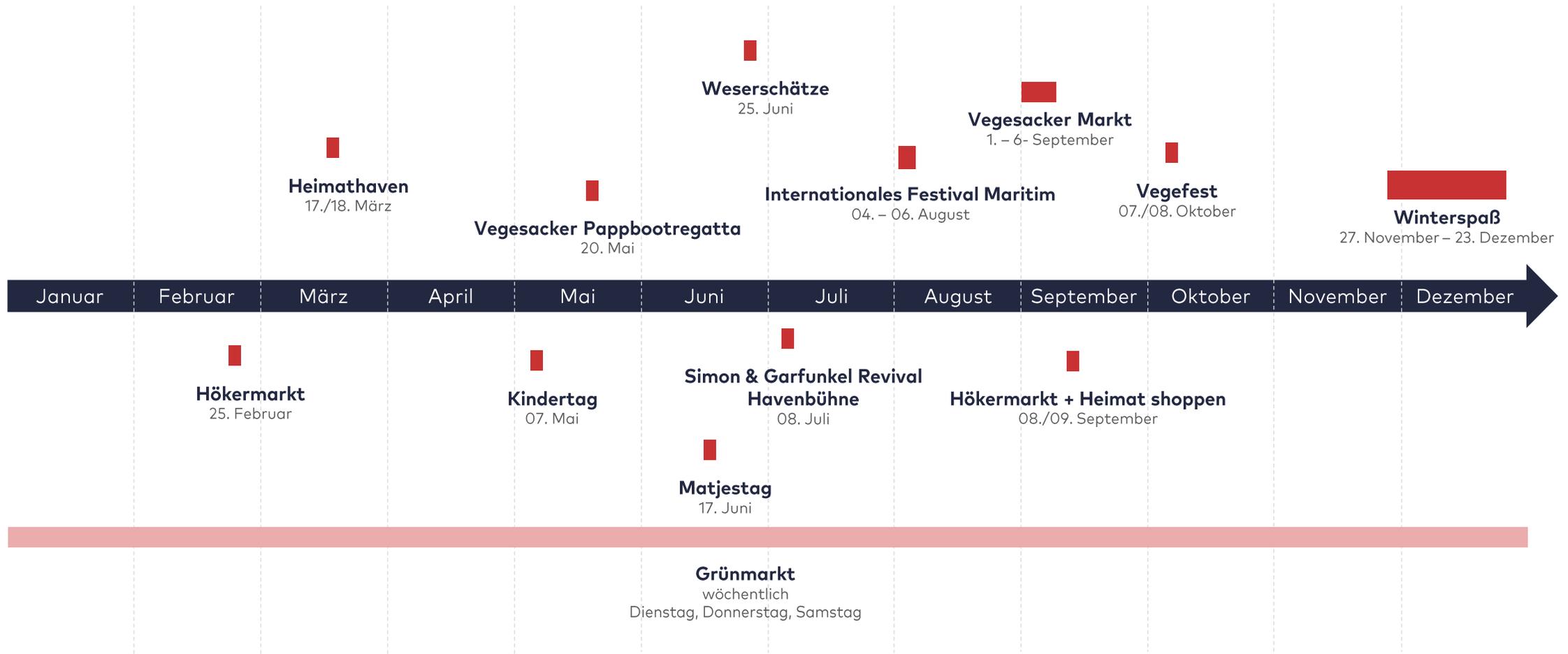
Vor allem jährlich wiederkehrende Veranstaltungen wie das Festival Maritim oder die Vegesacker Pappbootregatta verfügen über eine **hohe Strahlkraft** und greifen das maritime Potenzial Vegesacks auf. In Bezug auf die Märkte in Vegesack ist vor allem der **Grünmarkt** als klassischer Wochenmarkt zu nennen, welcher dreimal wöchentlich auf dem Sedanplatz stattfindet und zahlreiche Besucher:innen damit in die Innenstadt zieht. Auch das **vielfältige kulturelle Angebot** (z. B. Overbeck-Museum, Angebote des KITO) ist positiv hervorzuheben und wird insbesondere über das Kulturbüro Bremen Nord entsprechend vermarktet.

Handlungsbedarf ist hinsichtlich der **Erlebbarkeit der Maritimen Meile** auszumachen. Mit dem Hafen und der Weserpromenade (inkl. Stadtgarten) verfügt Vegesack über ein hohes erlebnisorientiertes Potenzial, welches in Teilen bereits als Veranstaltungsort oder durch Freizeitmöglichkeiten genutzt wird. Weitere zielgruppenspezifische Attraktionen können den Erlebniswert Vegesacks zusätzlich erhöhen und damit zur Markenschärfung Vegesacks beitragen.



Marketing

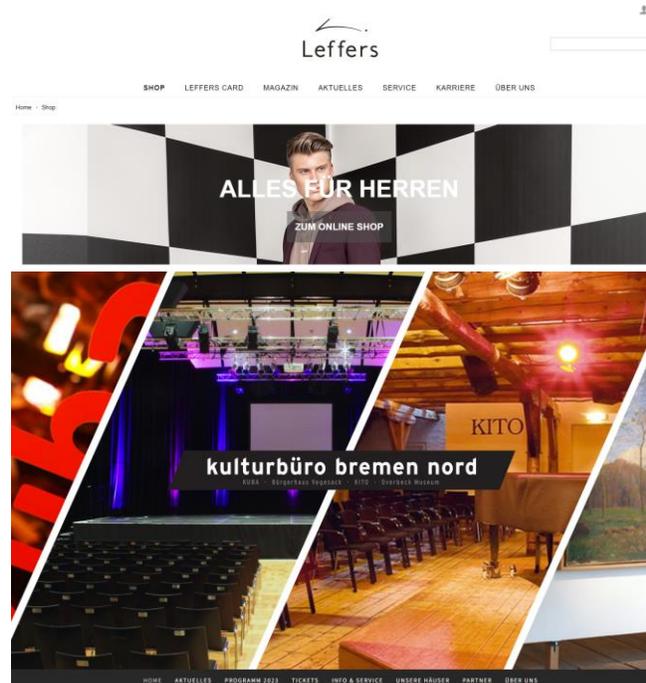
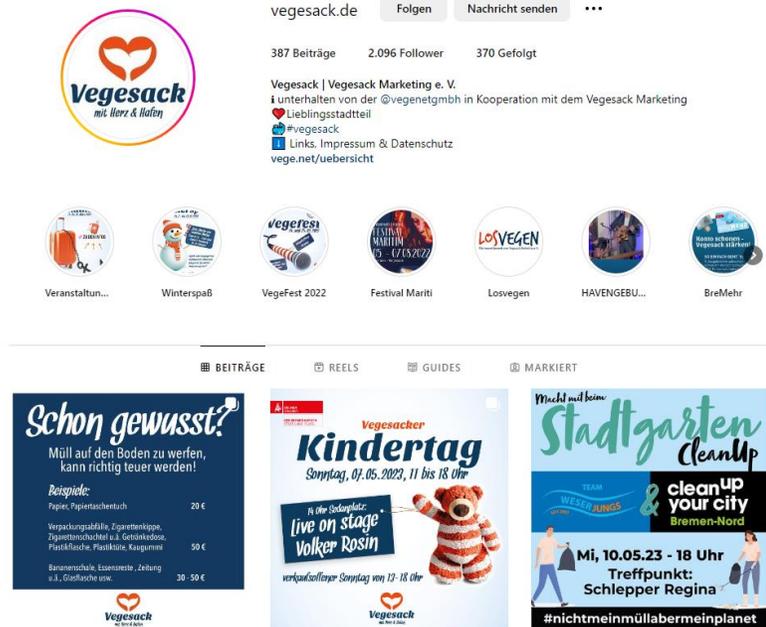
Größere Veranstaltungen & Festivitäten*



Quelle: Darstellung Stadt + Handel; * Veranstaltungsjahreskalender (bisher durchgeführt und terminiert) für das Jahr 2023.



Digitale Sichtbarkeit



Wie zuvor angemerkt nutzt das Mittelzentrum Vegesack digitale Plattformen zur Ansprache der Bürger:innen und Besucher:innen. So werden über den **Facebook-** und **Instagram-Account** sowie der Website ansprechend aufbereitete Informationen zu aktuellen Anlässen sowie weitere Nice-to-Know-Aspekte geteilt. Digitale Angebote im Stadtraum, wie z. B. eine digitale Stadtführung oder Informationen über QR-Codes, sind im Zentrum hingegen nicht vorhanden.

Die digitale Sichtbarkeit der **einzelnen Geschäfte** in Vegesack ist grundsätzlich als gut zu bewerten. Ein Großteil der Betriebe (sowohl Einzelhandels also auch Gastronomie und Dienstleistungen) verfügt über einen Internetauftritt, welche Informationen zu Öffnungszeiten, Angeboten und Standort umfasst. Über einen eigenen Online-Shop verfügen lediglich ein kleiner Teil der Betriebe im Zentrum. Dabei handelt es sich maßgeblich um bekannte Filialisten (z. B. Rossmann, Thalia, Leffers). Die Vegesacker Website gibt einen ersten Überblick über bestehende Einzelhandels- und Gastronomiebetriebe. Dieser Plattformgedanke kann im Sinne eines Online-Schau-fensters weiter ausgebaut werden.

Auch das kulturelle und freizeitorientierte Angebot in Vegesack wird online für alle Interessierte gut ersichtlich. Insbesondere das Webpräsenz des **Kulturbüros Bremen Nord** verfügt über umfangreiche Informationen zu Veranstaltungen, Freizeitmöglichkeiten und ihre Standorte.

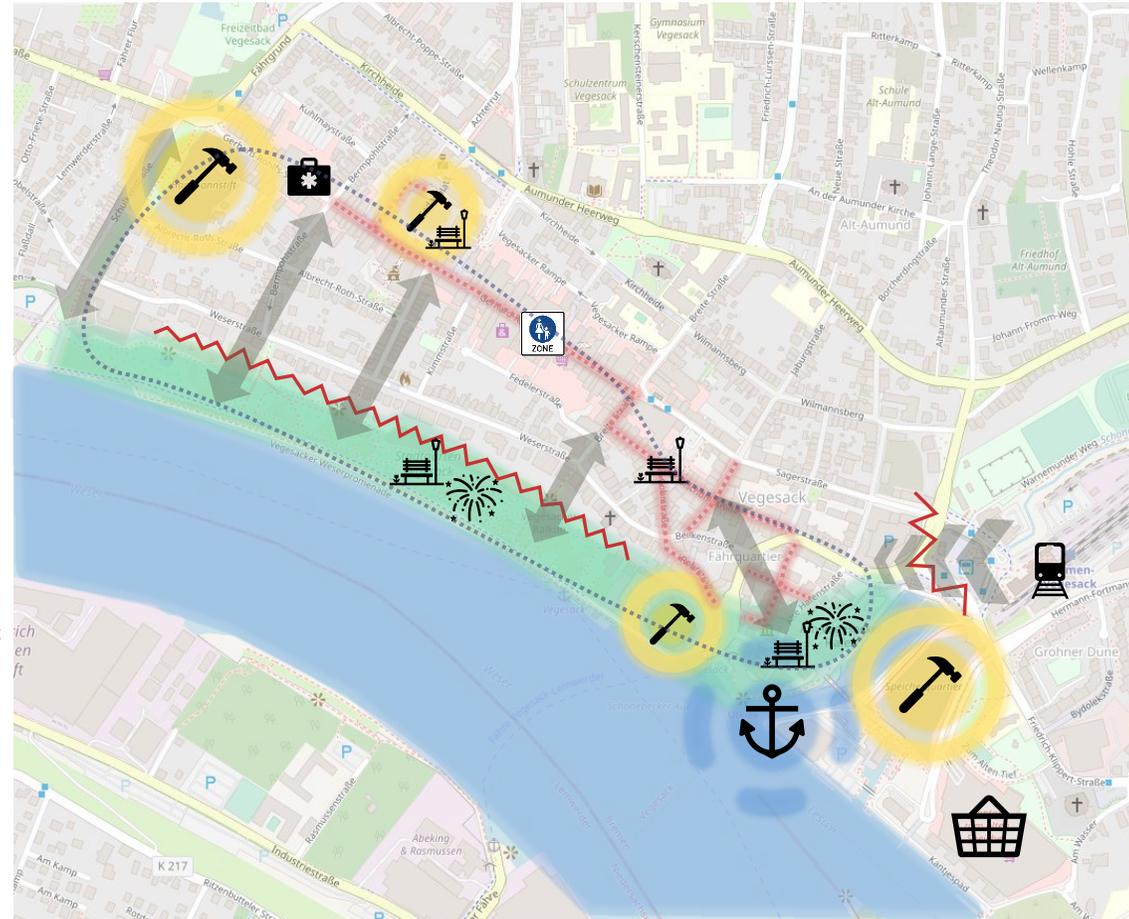
Zusammenfassende Analyse

Potenzial-Defizit-Plan

Legende

- Freiräume
- Fußgängerzone
- attraktive Wegeverbindung
- Eingangssituation
- Barrierewirkung
- möglicher Rundlauf
- Aufenthaltsraum
- Erlebnis
- Projektentwicklung
- Hafen
- Bahnhof
- Versorgungsschwerpunkt
- Gesundheitscluster

100 m



Quelle: Kartengrundlage: OpenStreetMap-Mitwirkende; Darstellung: Stadt + Handel.

Zusammenfassende Analyse

SWOT-Darstellung

Stärken

- direkte Lage an der Weser, Hafen sowie maritimes Erbe
- hohe Aufenthaltsqualität im Stadtgarten und im Vegesacker Hafen
- grundsätzlich breites Einzelhandelsangebot mit weitestgehend guter Angebotsqualität
- hohes Interesse der Innenstadtakteur:innen am Positionierungsprozess
- vielfältige und attraktiv vermarktete Veranstaltungen und Events
- bestehendes Wegeleitsystem und Informationstafel mit positiver Wirkung auf die Orientierung und Lesbarkeit des Zentrums
- professioneller Marketingverein
- Wohnqualität und familiäre Atmosphäre
- Bürgerhaus als multifunktionale Freizeit-, Bildungs- und Kultureinrichtung

Schwächen

- untergenutzte innerstädtische Räume (v. a. Sedanplatz, Botschafter-Duckwitz-Platz)
- fehlende Erlebbarkeit der Maritimen Meile (inkl. fehlender Verknüpfung)
- Bahnhof als unattraktiver und unübersichtlicher Ankommensort insb. für Besucher:innen
- topografische und nutzungsstrukturelle Unterschiede mit eingeschränkter Wahrnehmung der Verbindung Fußgängerzone – Stadtgarten
- in Teilen SOS nur bedingt gegeben
- kein einheitliches Erscheinungsbild (z. B. Baustil, Verweilelemente)
- vereinzelte Mindernutzungen mit negativ wirkenden Nutzungsqualitäten
- Fragmentierung des Zentrum in einzelne Lagebereiche
- introvertierte Lage des Bürgerhauses

Zusammenfassende Analyse

SWOT-Darstellung

Chancen

- große Projektentwicklungen mit positiven Impulsen für das Stadtbild und die Angebotsqualität
- verstärkte Fokussierung einzelner Zielgruppen in Abhängigkeit der Nutzungsstruktur einzelner Lagen sowie Profilschärfung des Zentrums
- Erhöhung der Sichtbarkeit einzelner Lagen
- zunehmende Erlebnisorientierung der Gesellschaft
- Anlaufpunkt für die nördliche, ländlicher geprägte Region

Risiken

- negatives Image der Nicht-Vegesacker:innen
- Nähe zur Bremer Innenstadt und dem damit verbundenen Wettbewerbsdruck
- langfristige Frequenzrückgänge und Bedeutungsverlust des Zentrums aufgrund fehlender zielgruppenspezifischer Angebote (sowohl Einzelhandel als auch Gastronomie, Kultur und Freizeit)
- Zunahme von Umsatzverlusten und Betriebsaufgaben im Zuge der wachsenden Konkurrenz durch den Online-Handel
- unzureichende Positionierung und Profilierung des Zentrums
- Zunahme der sozialen Herausforderungen innerhalb des Zentrums

Ausblick

Ausblick

Die Analyse des Status-Quo hat gezeigt, dass das Vegesacker Zentrum über zahlreiche Potenziale verfügt: Neben der direkten Wesernähe, dem Stadtgarten und dem Vegesacker Hafen sind in der Fußgängerzone zusätzlich die hier verorteten attraktiven Magnetnutzungen (z. B. Leffers, Bürgerhaus, Grünmarkt) zu nennen. Gleichwohl zeigen sich für die weitere Entwicklung des Zentrums auch einige Herausforderungen. Hierunter zählt beispielsweise die eingeschränkten Verknüpfungen der Lagebereiche untereinander oder die teils mangelhafte Angebots- und Nutzungsqualität in der Fußgängerzone.

Auf dieser Grundlage wird es darum gehen, eine Positionierungsstrategie zu erarbeiten, klare Zielgruppen zu definieren und gemeinsam ein Leitbild für die kommenden zehn Jahre zu formen. Der Wandel der städtebaulichen und nutzungsstrukturellen Gestalt kann diese Entwicklung proaktiv mitbegleiten. Im Zuge dessen gilt es auch, die Identität Vegesack weiter zu schärfen.

Im darauffolgenden Schritt, der Profilierung, nimmt der Umsetzungsgedanke des Erarbeitungsprozess deutlich zu. Hier werden konkrete und realisierbare Handlungsempfehlungen und Projekte entwickelt, die auf das Zielprofil Vegesacks einzahlen. Auch die weiteren Schritten erfolgen unter Einbezug der Stadtmacher:innen!



Anhang

Quellenverzeichnis

Freie Hansestadt Bremen (Hrsg.) (2019): Landestourismusstrategie Bremen 2025., Bremen.

Freie Hansestadt Bremen (Hrsg.) (2020): Kommunales Zentren- und Nahversorgungskonzept Bremen. Fortschreibung 2020., Bremen.

Heinze und Partner (2012): Imagekonzept Vegesack, Dortmund.

Heinze und Partner (2014): Freizeit- und Naherholungskonzept Bremen-Nord, Dortmund.

Institut Arbeit und Wirtschaft & Arbeitnehmerkammer Bremen (2016): Bremen-Nord: Chancen zur Neupositionierung nutzen! Zwischenbilanz – Perspektiven – Gesamtstrategie, Bremen.

Institut für Handelsforschung (IfH Köln) (2014 – 2020): Vitale Innenstädte. Befragungsergebnisse der Jahre 2014, 2016, 2018 und 2020., Köln.

o. N. (o. J.): Integriertes Struktur- und Entwicklungskonzept für den Bremer Norden (Entwurf).