



KOINNO-PRAXISBEISPIEL

Innovatives Projekt aus der öffentlichen Beschaffung

- Innovatives Produkt – E-Government
- Praxisbeispiel 147



Ansiedlungsmanagement – Identifizierung von Nachnutzungskonzepten leerstehender innerstädtischer Ladenlokale in internationalen Zielländern (Niederlande und Dänemark)

Ausgangssituation

Verschiedene Faktoren führten im Laufe der Jahre zu einer Zunahme an leerstehenden Ladenflächen in Bremen, die das Stadtbild prägten. Das Projekt „Ansiedlungsmanagement – Identifizierung von Nachnutzungskonzepten leerstehender innerstädtischer Ladenlokale in internationalen Zielländern (Niederlande und Dänemark)“ zielte darauf ab, innovative und spannende Konzepte zur Wiederbelebung leerstehender Einzelhandelsflächen zu finden.

Der zunehmende Einfluss des Online-Handels, der demographische Wandel und die Auswirkungen der COVID-19-Pandemie haben vermehrt zu leerstehenden Ladenlokalen geführt. Es ist notwendig, innovative und nachhaltige Lösungen zu entwickeln, um die Herausforderungen des Leerstands in den Innenstädten anzugehen.

Projektziele

Das Projekt zur Stärkung der Bremer Innenstadt verfolgte sowohl kurzfristige als auch langfristige Ziele. Die Sichtbarkeit von Bremen war ein Hauptziel des Projekts – die Stadt sollte sich als attraktive Destination für internationale Unternehmen positionieren. Durch die Ansiedlung innovativer und internationaler Unternehmen sollte das Innenstadtbild der Bremer Innenstadt positiv beeinflusst werden. Als Kernziel lässt sich die Steigerung der Lebensqualität und Attraktivität der Innenstadt benennen. Das Projekt sollte ein ansprechendes und lebendiges Stadtbild

fördern, das sowohl Einheimische als auch Touristinnen und Touristen anzieht. Hierbei stand der Aufbau eines klaren Unique Selling Point (USP) („Hyggefeeling“ skandinavischer Konzepte) im Fokus.

Vorgehensweise

Die Wirtschaftsförderung der Stadt Bremen/Abteilung Akquisition und Projekte, die Kommunikationsabteilung der Wirtschaftsförderung sowie Bürgerinnen und Bürger und lokale Interessengruppen waren beim Planungsprozess die wichtigsten Akteure. Es galt die richtigen Ansprechpersonen zu identifizieren und persönlichen Kontakt zu den internationalen Unternehmen aufzunehmen sowie die Vorzüge des Standorts Bremen optimal zu platzieren.

Ein Mix an Nutzungskonzepten und Läden könnte durch die internationalen Impulse ein Alleinstellungsmerkmal schaffen und würde die Attraktivität der Stadt Bremen nachhaltig steigern. Diese Kontakte werden nun intensiviert und langfristig aufgebaut.

Zunächst wurde analysiert, wie der Leerstand reduziert werden kann. Um eine gezielte Kommunikation zu potenziellen Unternehmen aufbauen zu können, müssen diese erst identifiziert und akquiriert werden.

Ein besonderer Fokus wurde auf niederländische und dänische Konzepte gelegt, da bei ihnen ein zunehmender Expansionstrend festzustellen war, bei gleichzeitig bestehender Nachfrage nach skandinavischen Produkten.

Bremens unmittelbare Nähe zu den Zielländern ermöglicht eine doppelte Attraktivität: Einerseits finden dänische und niederländische Gäste ein vertrautes Angebot, andererseits erhalten deutsche Besucherinnen und Besucher Zugang zu einem internationalen Sortiment.

Umsetzung und Wirtschaftlichkeit

Das Projekt wurde im Zeitraum vom 1. April bis zum 31. Dezember 2023 umgesetzt. Somit erstreckte sich die gesamte Projektdauer über etwa neun Monate.

Für die Beschaffung wurde eine Leistungsbeschreibung erstellt und der Auftrag über einen offenen Vergabeprozess vergeben.

Es gab wesentliche Herausforderungen im Verlauf des Projektes, die überwunden wurden. Die Identifikation der korrekten Ansprechpersonen von ausländischen Unternehmen, die bislang nicht ins Ausland expandiert haben, war schwierig, entweder mangels bestehender Strukturen oder fehlender Kontaktinformationen.

Vielen Unternehmen im Ausland war der Standort Bremen mit seinen lokalen Gegebenheiten nicht vertraut und musste zunächst erfolgreich vermarktet werden. Ein letztes entscheidendes Kriterium war die Risikobereitschaft der Unternehmen, eine Expansion ins Ausland zu wagen. Einige Unternehmen bevorzugten dazu Franchiselösungen oder vergleichbare Modelle, was einen Partner vor Ort für die Umsetzung braucht.

Im Rahmen des Projekts wurden bereits einige bemerkenswerte Erfolge erzielt. Es konnten insgesamt 40 Konzepte übermittelt werden. Durch die Intensivierung der Kontakte wurde unter anderem ein Netzwerk von wichtigen Stakeholdern aufgebaut, das für die Umsetzung der internationalen Ansiedlungen entscheidend ist und den zukünftigen Informationsaustausch erleichtert.

Fazit

Ein Anwerben internationaler Unternehmen beinhaltet viele Herausforderungen, birgt aber ein großes Potenzial durch das entstehende Netzwerk.

Die Konzepte sollten auf langfristige wirtschaftliche Nachhaltigkeit abzielen. Entsteht ein Leerstand, kann präventiv auf die neu entstandenen Kontakte zurückgegriffen werden. Eine gezielte Öffentlichkeitsarbeit kann helfen, das Projekt unter Immobilien-Eigentümern bekannt zu machen und weitere Unterstützung zu gewinnen.

Mit den gewonnenen Erkenntnissen können zukünftige Initiativen effektiver geplant und umgesetzt werden, was zu einer Revitalisierung der Innenstadt und einer Verbesserung der Lebensqualität der Bürgerinnen und Bürger beiträgt.

Ein wichtiger Bestandteil ist die weitere Zusammenarbeit mit den Leerstandslotsen, um potenzielle Unternehmen gezielt zu identifizieren und für den Standort zu gewinnen. Das Projekt kann als Modell für andere Städte in Europa dienen, die mit ähnlichen Herausforderungen konfrontiert sind.

Impressum

Herausgeber:

Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (BMWE)
10115 Berlin
www.bmwk.de

Redaktion:

Bundesverband Materialwirtschaft, Einkauf und Logistik e.V. (BME)
Frankfurter Straße 27
Deutschland – 65760 Eschborn
www.bme.de

Umsetzung: www.frischeminze.com

Bildnachweis: © Detmar Schmoll

Ansprechpartner und Kontakt

WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH
Ansgaritorstraße 11, 28195 Bremen
Larissa Kurtz
Projektleiterin nationale Ansiedlung und Projekte
Abteilung Akquisition und Projekte
Telefon: +49 421 96 00 255, Mobil: +49 1515 4037402
E-Mail: Larissa.Kurtz@wfb-bremen.de
www.wfb-bremen.de

Weitere Praxisbeispiele: www.koinno-bmwk.de