

Dezernat: I

Datum, 30.04.2021

Fachamt /Referat: Referat für Wirtschaft (I/8)

Ansprechpartner/Tel.: Frau Klinger / 2776

Haushaltskapitel: 6782

Prüfraster für die Anmeldung von Finanzmitteln aus dem Bremerhaven-Fonds

(Allgemeiner Hinweis: Prüfraster und Anmeldebogen sind vollständig auszufüllen)

Gremium	Sitzung am	Vorlagen-Nr.:	Maßnahmenbezeichnung/Titel der Vorlage: <i>(Der Titel der Vorlage muss einen eindeutigen Hinweis auf den Corona-Bezug enthalten)</i>
Magistrat			Stärkung der Innenstadt zur Bewältigung der Folgen der Corona-Krise Hier: Ehem. Karstadt Warenhaus und Hafenspassage - Temporäre Dekoration und Nutzung der Schaufenster und Teilflächen
FWA			

Maßnahmenkurzbeschreibung:

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

Nachdem Karstadt im Zuge der Corona-Pandemie sein Haus in Bremerhaven geschlossen hat, steht die Karstadt-Fläche einschließlich der zur Immobilie gehörenden Flächen von dreizehn Ladenlokalen seit Januar 2021 vollständig leer. Um der Verödung und zunehmenden Verwahrlosung dieses zentralen Innenstadtbereichs zu begegnen, sollen die Schaufenster in der Hafenspassage und von Karstadt kreativ bespielt werden. Geplant sind virtuelle Einkaufsflächen über die Kunden mittels QR-Codes detaillierte Produktinformationen des innerstädtischen Einzelhandels abrufen können und die Beklebung von Schaufenstern z. B. mit qualitativ hochwertigen Panoramafotos, mit Wegweisern und Beschreibungen zu Sehenswürdigkeiten sowie touristischen Einrichtungen. Im unteren Eingangsbereich im Erdgeschoss ist geplant mehr über Bremerhaven, z. B. als Fischereilandort zu informieren.

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

Beginn:

sofort

voraussichtliches Ende:

31.12.2021

1. Kurzfristige aktuelle Maßnahmen zur unmittelbaren Krisenbekämpfung
2. Kurz- und mittelfristige Maßnahmen zur Verhinderung struktureller Einbrüche in Wirtschaft und Gesellschaft
3. Kurz- und mittelfristige Maßnahmen zur Verhinderung sozialer Verwerfungen
4. Mittel- und langfristige Maßnahmen zur Unterstützung des gesellschaftlichen Neustarts nach der Krise

Zuordnung zur Schwerpunktklinie bei **mittel- bis langfristigen Maßnahmen** (insbesondere Schwerpunktbereich 4 (Auswahl):

- ◆ Digitale Transformation
- ◆ Ökologische Transformation
- ◆ Wirtschaftliche Transformation
- ◆ Soziale Kohäsion und Geschlechtergerechtigkeit

Zielgruppe/-bereich:

(Wer wird unterstützt?)

Zielgruppe:

Einzelhandel, Gastgewerbe
und Tourismusbranche

Bereich, Auswahl:

- Gesundheitsversorgung
- Zivilgesellschaft
- **Wirtschaft und
Arbeitsmarkt**
- Versorgungssicherheit
- **Kritische Infrastrukturen**
- Öffentliche Verwaltung
- Sonstige: ...

Maßnahmenziel:

(Wie lautet das angestrebte Ziel im Zusammenhang mit der Bewältigung der Corona-Pandemie und deren Folgen?) Welche (nachhaltigen) Wirkungen sollen erreicht werden? Klimaschutzziele? Unterschiedliche Betroffenheiten der Geschlechter?

Steigerung der Attraktivität der Innenstadt durch Gestaltung der massiven Leerstände, zwischen den Havenwelten und der Innenstadt um negativen Auswirkungen auf die angrenzenden Handelsflächen zu begegnen (Broken-Window-Effekt).

Kennzahlen zur Messung der Zielerreichung	Einheit	2020	2021 (2. HJ)
genutzte Schaufenster	qm		430
Virtueller Einkaufsflächen (Beteiligung)	Anzahl Nutzer		5

Als Orientierung/ Information: Bestehen ähnliche/vergleichbare Maßnahmen in anderen Städten?

(Städte und (Förder-)Maßnahme auflisten bzw. Verweis auf bundesweite Mehraufwendungen

Es ist davon auszugehen, dass auch andere Städte Maßnahmen zur Attraktivierung zentraler Leerstände in den Innenstädten vornehmen. Ob genau diese Maßnahmen durchgeführt werden, ist nicht bekannt.

Darstellung der Klimaverträglichkeit

Die Maßnahme hat keine negativen Auswirkungen auf das Klima.

Darstellung der Betroffenheit der Geschlechter

Auch wenn die Maßnahmen grundsätzlich geschlechterneutral sind, profitieren insbesondere Frauen von einer Stabilisierung des Einzelhandels und Gastgewerbes wegen ihres überproportionalen Anteils an den Beschäftigten in den genannten Branchen.

Begründungen und Ausführungen zu

1. Zur Betroffenheit:

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

Wenn ja, weiter mit Ziffer 2., ansonsten nicht förderfähig.

Der stationäre Einzelhandel ist, mit wenigen Ausnahmen, durch die Corona-Krise unmittelbar betroffen. Auf Umsatzausfälle aus dem ersten Lockdown, zusätzliche Kosten für Hygieneauflagen bei gleichzeitig geringeren Umsätzen aufgrund der geltenden Abstandsregelungen, folgte - mitten im Weihnachtsgeschäft - der erneute Lockdown, der den Einzelhandel und das Gastgewerbe zunehmend in Existenznot bringt.

Immer mehr Leerstände ziehen den verbleibenden Einzelhandel dabei in eine Abwärtsspirale, da die Attraktivität der Innenstadt erheblich leidet. Das gilt umso mehr für den Leerstand des ehemaligen Karstadt Kaufhauses und der zur Immobilie dazugehörigen Geschäfte in der Hafenspassage, der wegen seiner Größe und exponierten Lage ein besonders trostloses Bild bietet. Seit der Schließung von Karstadt verwaist die Hafenspassage wahrnehmbar. Um dem Broken-Window-Effekt entgegenzuwirken müssen deshalb kurzfristig gestalterisch ansprechende kreative Lösungen umgesetzt werden, die durch abwechslungsreiche und interessante Ausblicke den Eindruck der Verödung stoppen und bestenfalls eine Art Aufbruchsstimmung erzeugen.

Die Maßnahmen dienen dazu, die aus den Leerständen resultierende Abwärtsbewegung des Einzelhandels und Gastgewerbes in der Innenstadt zu stoppen.

2. Zur Spezifität der Maßnahme:

Wäre die Maßnahme ohne Pandemie in der definierten Spezifität durchgeführt worden?

Wenn ja, weiter mit Ziffer 2.1, wenn nein, weiter mit Ziffer 2.2.

Die Maßnahmen resultieren aus der Corona-bedingten Schließung insbesondere von Karstadt und den zur Immobilie gehörenden Geschäften in der Hafenspassage. Sie wäre ohne Corona-Pandemie nicht notwendig geworden.

2.1. Hätte ein Verzicht auf die Maßnahme irreversible Folgen? Wenn ja, weiter mit Ziffer 2.2, ansonsten nicht förderfähig.

Ein Verzicht auf die Maßnahmen hätte irreversible Folgen, weil er erhebliche Auswirkungen auf die Attraktivität der Innenstadt hätte, mit der Folge, dass auch nach Beendigung des Lockdowns, weniger Besucher in die Bremerhavener Innenstadt kommen und weitere Geschäfte schließen müssen.

2.2. Dient die Maßnahme der Gefahrenabwehr oder der Linderung der Krisenfolgen?

Wenn ja, förderfähig, ansonsten nicht förderfähig.

Vermieden werden sollen weitere Geschäftsschließungen des Einzelhandels und des Gastgewerbes in der Innenstadt. Damit soll weiteren Arbeitsplatzverlusten in diesen beschäftigungsintensiven Branchen entgegengewirkt werden, die insbesondere auch niedrige Lohngruppen und Geringqualifizierte betreffen, die ohnehin von Arbeitslosigkeit stärker betroffen und auch nur schwerer zu vermitteln sind.

3. Interventionsintensität

Wie hoch ist die Interventionsintensität bei der Implementierung der Maßnahme? Lässt sich die Maßnahme ohne weitreichende Änderung von Gesetzen, Regelwerken, Verfahren umsetzen? Werden Umstrukturierungsprozesse unterstützt?)

Ist die Interventionsintensität niedrig bis mittel, dann weiter mit Ziffer 4, ist die Interventionsintensität hoch, dann nicht förderfähig.

Niedrige Interventionsintensität,
Zustimmung der RFR-Holding für eine kostenlose Realisierung Voraussetzung

4. Folgekosten

Werden durch die Maßnahme Folgekosten verursacht und wie können diese langfristig gedeckt werden?

(Projekte mit Folgekosten, die über die Laufzeit des Bremerhaven-Fonds hinausgehen, sind nur insofern förderfähig, als dauerhafte Folgekosten aus anderen Finanzierungsquellen gedeckt werden müssen.)

Wenn ja, dann in der Start- und Anlaufphase förderfähig, ansonsten weiter mit Ziffer 5.

nein

5. Finanzierungslücke

Welche anderen öffentl. Finanzierungen z. B. EU-, Bundes- oder Landesmittel bestehen bzw. sind geprüft worden?

Sofern andere öffentl. Finanzierungen vorhanden sind, dann nicht förderfähig, ansonsten förderfähig (gilt auch für Kofinanzierungen)

Es sind keine anderen Finanzierungsmöglichkeiten bekannt.

Mitteleinsatz:

(Mittelabflusszeitpunkt; Rücklagen können nicht gebildet werden!)

Betroffener Haushalt (Fachamt/Referat/Haushaltskapitel):

(Beträge in €)

STADT BREMERHAVEN

Aggregat	Finanzierung aus dem Bremerhaven-Fonds		Erforderliche Finanzierung aus Haushaltsmitteln, Rücklagen, Drittmittel (Abdeckung durch VE)	
	Betrag 2020	Betrag 2021	Betrag 2022	Beträge 2023ff
Personalausgaben				
VZÄ (Dauer in Monaten)				
Konsumtiv		35.000 €		
Investiv				

Beigefügte Unterlagen:

WU-Übersicht (**wenn nein, dann Begründung**)

ja

nein

Auf Basis der Corona-bedingt unsicheren Lage lässt sich keine seriöse Wirtschaftlichkeitsuntersuchung durchführen. Zu viele Effekte beeinflussen die Entwicklung, sodass eine quantitative Nutzenkalkulation der isolierten Maßnahme nicht möglich ist.

ja

nein

ja

nein

gez. Grantz

Grantz

Oberbürgermeister

Projektskizze: Temporäre Dekoration und Nutzung der Schaufenster und Teilflächen des ehemaligen Karstadt Warenhauses und der Hafendpassage

Hintergrund und Motivation

Nach fast 100 Jahren wurde das Warenhaus Karstadt am Standort Bremerhaven geschlossen. Seit Januar 2021 steht die Immobilie inklusive der Schaufenster leer. Das Aus für das Karstadt Warenhaus, bedeutet auch das Aus für drei weitere Geschäfte im Erdgeschossbereich sowie zehn Geschäfte in der Hafendpassage. Seit diesem Zeitpunkt verwaist die Hafendpassage wahrnehmbar. Um dem Broken-Window-Effekt entgegenzuwirken, ist es notwendig die leerstehenden Schaufenster kreativ zu gestalten und anderweitig zu nutzen. Das gilt umso mehr, als die Hafendpassage eine zentrale Verbindung von der Innenstadt zu den Havenwelten darstellt.

Die verwaisten Schaufenster möchte die Stadt Bremerhaven kreativ nutzen, um für die Besucher:innen der Innenstadt abwechslungsreiche und interessante Ausblicke zu schaffen. Für die Umsetzung dieser Maßnahme werden unterschiedliche Gestaltungsformate genutzt:

1. Virtuelle Einkaufsflächen

Mit virtuellen Einkaufsflächen hat der stationäre Einzelhandel die Möglichkeit, mittels digitalem Content dem gewerblichen Leerstand entgegenzuwirken und ihren Offline-Handel mit der Online-Welt zu verknüpfen. Dafür wird eine Folie mit Fotos von Produkten zusammen mit passenden QR-Codes bedruckt, die von den Passierenden per Smartphone eingescannt werden können. Dies setzt voraus, dass die Händler über einen Online Shop verfügen. Da dies noch nicht durchgängig der Fall ist, wollen wir den Quartieren auch die Möglichkeit geben andere Formen der Imagewerbung anzubringen. Dies muss im Detail jedoch noch mit den Händlern abgestimmt werden.

2. Schaufenster Beklebung

Schaufenster an weniger frequentierten Stellen werden mit qualitativ hochwertigen Panoramafotos, Wegweisern und Beschreibungen zu den Einrichtungen versehen und analog des bereits bestehenden Wegweiser Systems (Deichspaziergang und Stadtpaziergang) farblich unterschieden.

Planung Hafendpassage (unterer Bereich)

Der große Eingangsbereich des Warenhauses Karstadt bietet sich optimal als Projektionsfläche an. Hier ist vorgesehen, die Besucher:innen über den Fischereihafen zu informieren und eine Plattform für das inspirierende „Fischerlebnis“ der Seestadt zu bieten. Die Geschichte der Seestadt kann so lebendig erlebt werden und die Kernbotschaft „Bremerhaven – Maritimes Erleben“ wird in gleicher Weise aufgegriffen.



Eingang unten links (ehemals Ernsting's Family)

Weitere Schaufenster wie z.B. im ehemaligen Ernsting's Family sind für die Darstellung der Bremerhavener Quartiere angedacht. Dort soll die Vielfalt der Quartiere mit ihrer Mischung aus Handel, Gastronomie und Unterhaltung präsentiert werden.

Für die gesamte Schaufensterfront des Außenbereichs zur Fußgängerzone ist ebenfalls eine großflächige Beklebung mit qualitativ hochwertigen Panoramafotos, Wegweisern und Informationen zum Integrierten Innenstadtkonzept oder zu den Quartieren der Seestadt Bremerhaven vorgesehen, um dem Gebäude einen stimmigen und einladenden Gesamteindruck zu geben.



Schaufenster außen Fußgängerzone

Angedacht ist an dieser Stelle auch das Thema „Schaufenster Shopping“ auszuprobieren und den Händlern sogenannte „Virtuelle Einkaufsflächen“ anzubieten. Aufgrund der Corona-Pandemie gewinnt der Online Handel immer mehr an Bedeutung. Durch ein verändertes Konsumverhalten könnten schon bald neue Technologien das Einkaufserlebnis für die Kunden bereichern. Zukünftig sollen Kunden bereits virtuell stöbern und durch die Nutzung von QR-Codes detailliertere Produktinformationen erhalten.

Denkbar wären hier auch kreative Nutzungen wie zum Beispiel Selfie Points.



Beispiel für einen Selfie-Point vor dem Kunstwerk des Künstlers Ingmar Süß.

In die Gestaltung ließen sich Bremerhavener Schulen und Kindertagesstätten miteinbinden. Allen gemalten „Kunstwerke“ würde so eine Plattform in der Innenstadt gegeben werden.

Copyright © Ingmar Süß

Planung Hafentour (oberer Bereich)

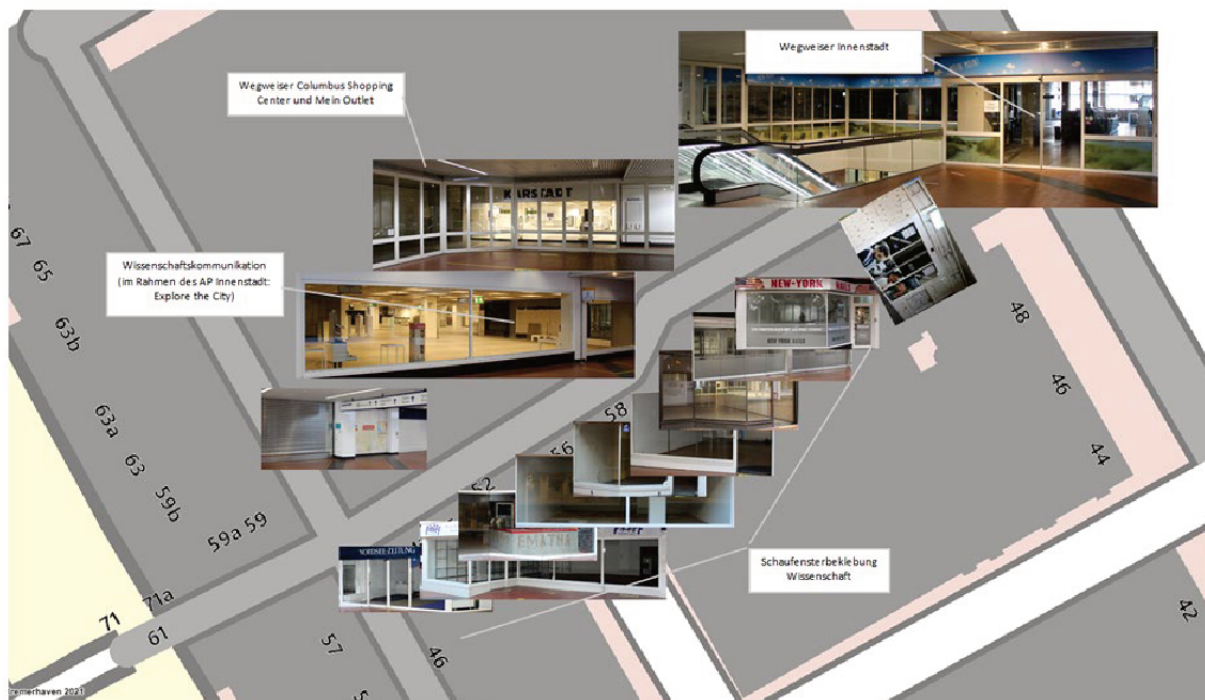
Der obere Bereich der Hafentour wird nun vorrangig zur Wissenschaftskommunikation genutzt und aus dem Budget „Explore the City“ finanziert.

Der vordere Eingangsbereich des Karstadt-Warenhauses (ehemals Kiosk) soll mit Schaufenster Beklebung und einem Hinweis auf das Columbus Shopping Center und Mein Outlet - Shoppingcenter zur Aufwertung der Hafenpassage beitragen.



Karstadt Eingang oben (ehemalige Kiosk mit Schiebetüren)

Gesamtübersicht Hafenpassage (oberer Bereich)



Kostenplan:

Bezeichnung	qm / Anzahl	Einzelpreis	Gesamtpreis
Reinigung	430	8 €	3.440 €
Aufmaß	70	15 €	1.050 €
Gestaltung/Fotografie	70	200 €	14.000 €
Digitaldruck pro Folie und nach Aufmaß	430	24 €	10.320 €
Montage	123	15 €	1.050 €
Ausbesserungsarbeiten (Entfernung Werbung)	ca. 10		5.140 €
Summe (netto)			35.000 €