

Städte testen Konzepte gegen Leerstand

Mietfrei in der Bremer Innenstadt: Gründer können Geschäftsideen ohne Kosten ausprobieren

Von Helen Hoffmann

BREMEN/BERLIN. Die Lage ist top und der Laden kostet vorerst keine Miete. Mitten in der Bremer Innenstadt haben drei Freunde ein nachhaltiges Kaufhaus mit fair produzierten, recycelten und plastikfreien Produkten eröffnet. Auf der rund 600 Quadratmeter großen Ladenfläche in der Fußgängerzone gibt es zudem ein Café und Platz für Veranstaltungen. „Wir wollen einen Begegnungsort haben“, sagt Diplom-Kaufmann Urs Siedentop über das Kaufhaus ekofair. Dass er und seine Kollegen bis Ende März 2022 keine Miete zahlen müssen, liegt an einem Innenstadt-Programm des Bremer Senats. Und an überzeugenden Plänen, denn bei einem Wettbewerb für einen sogenannten Concept-Store setzten sie sich gegen 32 Mitbewerber durch. Ziel war ein „Konzeptladen“, der viele innovative Ideen und Anbieter unter einem Dach vereint.

Bundesweit suchen Politikerinnen und Politiker nach Lösungen, um Leerstand in den Innenstädten zu vermeiden. Zwischennutzungen haben dabei an Bedeutung gewonnen, wie Sandra Wagner-Endres vom Deutschen Institut für Urbanistik in Berlin sagt. In den vergangenen Jahren seien sogenannte Concept- und Pop-up-Stores in Großstädten zum Trend geworden. Läden, die zunächst für einen begrenzten Zeitraum öffnen, gehören der Wissenschaftlerin zufolge zum



Top Lage, keine Miete: Das Kaufhaus „ekofair“ in Bremen ist eines von vier Geschäften, deren Betreiber sich kostenfrei in der Innenstadt ausprobieren dürfen.

Foto: Sina Schuldt/dpa

Stadtmarketing, um Menschen in die Innenstädte zu ziehen. Das Konzept bietet demnach viele Vorteile. Gründerinnen und Gründer können ihre Produkte testen, Kommunen ihre Städte beleben und Leerstand vermeiden, Eigentümer erhalten Miete. Dass Städte im Rahmen von Förderprogrammen regionalen Produzenten kostenfreie Flächen zur Verfügung stellen, könne die lokale und regionale Wirtschaft unterstützen.

Die Pandemie hat die Bedeutung von Pop-up-Stores verstärkt, wie das Bundeswirtschaftsministerium mitteilt. „Durch die Corona-Krise haben die Besucherzahlen in den Innenstädten stark ab-

genommen“, schreibt eine Sprecherin auf Nachfrage. Der stationäre Einzelhandel sei stark betroffen, Ladensterben und Leerstand seien die Folgen. „Pop-up-Stores können Abwechslung zu bestehenden Sortimenten bieten und damit wieder mehr Besucher in die Innenstädte ziehen“, so die Sprecherin. Dies komme auch anderen Geschäften zugute.

Die Erfahrungen im kleinsten Bundesland, das leere Ladenflächen jüngst über Wettbewerbe an Menschen mit besonderen Konzepten vermittelt hat, werden bundesweit beachtet. Denn gemeinsam mit anderen Städten beteiligt sich Bremen an der Initiative Stadtlabore des Bundeswirt-

schaftsministeriums. Dabei testen Städte innovative Ideen und teilen ihre Ergebnisse. „Das Ministerium steht in engem Austausch mit Bremen über die dortigen Maßnahmen zu Steigerung der Attraktivität der Innenstadt“, so die Sprecherin in Berlin. Das nachhaltige Kaufhaus wird auf der Internetseite des Ministeriums als ein Beispiel zur Belebung von Innenstädten genannt.

Ziel ist, dauerhaft zu bleiben

Neben diesem Concept-Store gibt es in Bremen drei Pop-up-Stores, die Flächen über einen Wettbewerb des Wirtschaftsressorts erhalten haben. Zehn Monate lang können sich die Gewinner kostenfrei in der Innenstadt ausprobieren. „Wir sind super glücklich über diese Chance“, sagt Max Maurer, der mit zwei Kollegen Geschäftsführer von m:pura ist und 3-D-Lichtobjekte und LED-Leuchtkästen verkauft. „Jetzt können wir unsere Sachen einem breiten Publikum zeigen.“ Ein weiterer Pop-up-Store bringt regelmäßig neue Modelabel nach Bremen, ein anderer verkauft Secondhand-Damenmode im skandinavischen Stil.

Ob das Konzept aufgeht, wird sich in den nächsten Monaten zeigen. Geschäftsführer Maurer von m:pura hofft, dass sein Laden kein klassischer Pop-up-Store bleibt, der für eine befristete Zeit öffnet und dann verschwindet. „Unser Ziel ist, dauerhaft in der Innenstadt zu bleiben.“ (dpa/pej)