

## **Aufbruchstimmung in Bremen: Die Transformation der Bremer Innenstadt als historische Chance klug kommunikativ begleiten und positiv besetzen**

**CityInitiative Bremen Werbung e.V., Stand Mai 2026.**

Es ist bereits in aller Munde: Mit den großen Projektentwicklungen der ehemaligen Horten-Immobilie sowie dem Parkhaus Mitte, den Umbaumaßnahmen der ehemaligen C&A-Immobilie und des Galeria-Gebäudes steht ein großer Umbruch im Herzen der Innenstadt bevor – mit einmaligen Chancen für die Identität der Stadt, Wegebeziehungen und die Schaffung von attraktivem Lebensraum. Die Investitionen zeigen: Die Bremer Innenstadt ist auf einem sehr guten Kurs und nimmt mit den avisierten Projekten eine Vorreiterrolle ein, auch im weiteren Städtevergleich.

Doch dies ist noch nicht alles: Die Langenstraße hat durch die Projektentwicklungen von Dr. Jacobs bereits ein neues Gesicht bekommen, das traditionsreiche Gebäude der Wallhaus GmbH „Am Brill“ wird entwickelt und konnte bereits durch erste neue Nutzungen das Quartier revitalisieren. Große Innenstadtprojekte der öffentlichen Hand werden zudem das Bild der Bremer Innenstadt verändern und zukunftsfähig machen: der Ausbau der Glocke, der Umbau der Domsheide, das Alte Postamt 1 (Domsheide) sowie die Infrastrukturerüchtigungen der Brücken oder der Fernwärmeausbau.

Alle benannten Projekte zeigen: In Bremen herrscht Aufbruchstimmung. Mit einmaligen Chancen für eine wirtschaftlich vitale, Nutzungsdurchmischte Zukunft der Bremer Innenstadt. Und alle benannten Projekte werden das Bild der Innenstadt maßgeblich verändern und neue Perspektiven schaffen. Rechnet man alle Investitionen zusammen, wird in den nächsten Jahren nahezu eine Milliarde Euro in den innerstädtischen Raum fließen. Diese Dimension ist historisch, deutschlandweit einmalig und sprengt in ihrer Wirkung und Reichweite die Vorstellungskraft vieler Menschen.

Bis zu ihrer Vollendung bringt die anstehende Transformation allerdings auch enorme Herausforderungen mit sich. Insbesondere die anstehenden Großmaßnahmen – wie der Abriss des Parkhauses Mitte und des Kaufhof-Gebäudes – werden maßgebliche Eingriffe in Verkehr, Logistik, Wegführung, Aufenthaltsqualität und Alltag bedeuten. Staub, Lärm, Umleitungen und Barrieren werden unvermeidbar sein. Für Gewerbetreibende, Kundinnen und Kunden, Besucherinnen und Besucher, Touristinnen und Touristen sowie die gesamte Stadtgesellschaft entstehen dadurch spürbare Belastungen. Damit die Bremer Innenstadt auch während dieser von Baustellen und Beeinträchtigungen geprägten Zeit ihre Rolle als pulsierendes Zentrum Nordwestdeutschlands behaupten und ausbauen kann, gilt es, neben einer klugen und maßvollen Baustellenkoordination, genau jetzt beginnend – nicht später – die Maßnahmen in Form einer Marketing- und Kommunikationsstrategie zu begleiten und so Sympathie, Akzeptanz und eine positive Grundhaltung für die Herausforderungen zu generieren. Es heißt: jetzt die Menschen mitnehmen und die einmaligen Chancen, die sich in Bremen bieten, nutzen. Deshalb schlagen wir vor:

### **1. Kommunikationsstrategie und Struktur**

Ein starkes, konsistentes und positiv orientiertes Narrativ des Innenstadtumbruchs wird wesentlich dazu beitragen, dass Chancen und Zukunftsaussichten höher bewertet werden als die unausweichlichen Einschränkungen. Es kann Orientierung geben, Sinn stiften und erklären, warum dieser Wandel notwendig ist

– und was am Ende für Bremen gewonnen wird. Dieses Narrativ muss professionell formuliert, breit getragen und aktiv vermittelt werden – in Politik, Verwaltung, Stadtmarketing und vor Ort.

- Die Kommunikation muss als positive Klammer alle Projekte integrieren und zentral gesteuert werden.
- Zur Steuerung und Entwicklung einer effektiven Kommunikation soll eine gemeinsame Struktur von öffentlicher Hand und privaten Akteuren geschaffen werden, bspw. ein Verein, der die Themen positiv bis mindestens 2031 besetzt.
- Ziel ist die Entwicklung eines starken, positiven Narrativs für den Umbruch der Bremer Innenstadt, welches die Chancen des Transformationsprozesses aufzeigt, Erklärungen für etwaige Konflikte bietet, Meilensteine und Erreichtes kenntlich macht und den Wandel positiv auflädt.

## **2. Kommunikationselemente im öffentlichen Raum**

Entlang des gesamten Entwicklungsraums – vielleicht sogar schon vom Polizeihaus bis zum Brill – wird ein durchgehender, einheitlich gestalteter Informationskorridor im öffentlichen Raum erstellt. Hier werden alle Projekte sichtbar dargestellt. Dieser Pfad schafft Sichtbarkeit von Projekten und Chancen, Transparenz, stärkt Vertrauen und macht den Fortschritt im Stadtraum physisch erlebbar.

- Besucher werden an jedem Standort über die Daten und Fakten sowie Meilensteine informiert, ob mittels eigener Projektstele, Tafel oder Installation, Bauzaunbanner; bis zum 1. Oktober fertiggestellt.
- Ein einheitliches Corporate Design erhöht die Klammerwirkung und stärkt die positive Erzählung.
- Aussichtspunkt und Hochstand für Einblicke in Baufortschritte werden geschaffen.
- Punktuelle Beleuchtung für sichere, atmosphärische Akzente.
- Zudem wird ein immer aktuelles Wegeleitsystem geschaffen, mit „Heute offen“-Markierungen für Handel und Gastronomie und Hinweisen auf verkehrliche Erreichbarkeiten (Reaktivierung des Park-and-Ride-Systems, Parkhaushinweise etc.).
- Ein Infopoint/Container wird zum zentralen Informationszentrum zu Fortschritten und Maßnahmen und zum Veranstaltungsort rund um die Baustellen.

## **3. Erlebnisformate**

Damit das Narrativ positiv aufgeladen wird, braucht es ergänzende Erlebnisformate:

- Regelmäßige Baustellenführungen unterschiedlicher Art und zu unterschiedlichen Themenschwerpunkten (Architektur, Klima, Verkehr etc.).
- Stadtführungen, die die Baustellenentwicklungen integrieren („Gestern–Heute–Morgen“, „Baustellen bei Nacht“ etc.).
- „Meet the Makers“ – kurze Gespräche mit Planenden und Bauenden.
- Für Familien und Kinder: kleine Bauspielplätze, Mitmach-Baustellen, kindgerechte Erklärtafeln.

## **4. Werbung und Kommunikation**

- Ein gemeinsames Corporate Design stärkt die positive Erzählung und zieht die Klammer.
- Eine zentrale Webseite informiert über Bauprojekte, Fortschritt und Erreichbarkeiten, ein gemeinsamer Social-Media-Kanal stärkt den direkten Kommunikationsweg zu Bürgerinnen und Bürgern.

- In einer digitalen Karte können die Bauprojekte und neue Bauabschnitte erlebt werden.
- Eine Marketingkampagne zur Erreichbarkeit der Innenstadt und den Meilensteinen schafft auch überregional Aufmerksamkeit.

Es gibt echte Chancen für Bremen, eine einmalige Aufbruchstimmung zu schaffen und deutschlandweit eine Vorreiterrolle im Bereich der Innenstadtentwicklung einzunehmen.

Wir bitten Politik und Verwaltung daher um eine zeitnahe Priorisierung, klare Verantwortlichkeiten und eine verbindliche Umsetzung bzw. Unterstützung dieser Agenda.