

Maßnahmenkatalog Weihnachten 2020
der CityInitiative Bremen Werbung e.V.

Das „etwas andere Weihnachtsgeschäft“ in der Bremer City 2020

Stand: Juni 2020

Aufgrund der Corona-Pandemie und den daraus folgenden Einschränkungen und Auflagen ist davon auszugehen, dass der Weihnachtsmarkt zusammen mit dem Schlachte-Zauber in Umfang und Ausgestaltung nicht wie in den vergangenen Jahren durchgeführt werden kann. Da nicht auszuschließen ist, dass es im Jahr 2020, bspw. im Herbst, zu einer zweiten Infektionswelle und in Folge dessen zu erneut strikteren Maßnahmen kommen kann, soll folgendes Konzept bei der Planung des Weihnachtsmarktes helfen und darüber hinaus Maßnahmen aufzeigen, die in der Bremer Innenstadt durchgeführt werden können, um die Attraktivität der Innenstadt zur wichtigsten Zeit für den Einzelhandel zu steigern – unabhängig davon, ob und in welcher Form ein Weihnachtsmarkt stattfinden kann. Im Weihnachtsgeschäft werden segmentabhängig bis zu über 25 % des Jahresumsatzes erzielt, sodass ein ausbleibendes Weihnachtsgeschäft oder reduziertes Kaufverhalten der Konsumenten für viele Geschäftstreibende weitreichende Folgen hätte.

1. Weihnachtszeit ohne Weihnachtsmarkt – Das etwas andere Weihnachtsambiente

Als Worst Case-Szenario wurde ein Konzept entwickelt, welches auch ohne Weihnachtsmarkt für eine stimmungsvolle Atmosphäre in der gesamten City sowie zusätzliche Anreize für einen Innenstadtbesuch sorgt. Das Oberthema lautet dabei: Die Innenstadt wird zur Weihnachtswelt – die Bremer City mit allen Sinnen erleben. Folgende Maßnahmen sind zu planen:

- Licht und Illuminationen in der ganzen Innenstadt, die über die alljährliche standardmäßige Ausstattung hinausgehen, sorgen für eine neue, spektakulär erleuchtete Bremer Innenstadt. Beleuchtete Schriftzüge, Lichtvorhänge, Baumilluminationen sowie weitere Leuchtkörper werden ergänzt durch besondere „Highlights“, wie beispielsweise 3D-Lichtinstallationen. Darüber hinaus werden, z. B. mit dem Bremer Unternehmen Urban Screen, Projektionen an verschiedenen Orten installiert und sorgen für ein weiteres visuelles Erlebnis. Über diese Großkinos oder Projektionen können auch zum Beispiel Weihnachtsmärchen gezeigt werden.
- Live-Musik und Lesungen sorgen für die richtige Stimmung und spiegeln die Vielfalt Bremens und seiner Kulturszene wider, Stichwort „Stadtmusikanten“. Musiker der verschiedenen Bremer Orchester könnten an zentralen Orten, zum Beispiel aus Fenstern heraus, Lieder spielen. Leerstände können als Bühnen genutzt werden.
- Ohne den Weihnachtsmarkt fehlt es auch an typischen Weihnachtsdüften, daher sorgt eine Verteilung von natürlichen Aromen für die passende sinnliche Begleitung.



- Die gesamte Innenstadt sollte mit zusätzlicher Dekoration in eine Weihnachts-/Winterlandschaft verwandelt werden. Zahlreiche Tannenbäume bilden über die Straßen hinweg verteilt eine ansprechende Winterlandschaft.
- Eine Eisbahnfläche, beispielsweise auf dem Domshof, lädt mit Shows zum Verweilen sowie zum Spaß für die ganze Familie auf dem Eis ein.
- Um für mehr Aufenthaltsqualität und Entzerrung zu sorgen, sollte die Straßenbahn während des Weihnachtsmarktes nicht in der Obernstraße fahren.
- Artikel, die sonst auf keinem Weihnachtsmarkt fehlen dürfen, könnten alternativ in leerstehenden Geschäften angeboten werden. Hier kann der Zugang und damit einhergehend die Einhaltung von Hygienekonzepten gut kontrolliert werden.
- Mit einer Werbekampagne, die insbesondere auch Online (Facebook, Instagram etc.) geschaltet wird, wird die weihnachtliche Bremer City mit den diesjährigen besonderen Highlights beworben. Es wird deutlich, dass man in der Innenstadt sicher und in einer stimmungsvollen, weihnachtlichen Atmosphäre Bummeln gehen kann und ein Besuch auch ohne Weihnachtsmarkt lohnend ist.
- Die veränderten Bedingungen in diesem Jahr bieten die Gelegenheit neue Dinge auszuprobieren und zu gestalten. Daher plädiert die CityInitiative für geringe Reglementierungen und Auflagen bei der Umsetzung neuer Ideen.



2. Weihnachtszeit mit einem „etwas anderen Weihnachtsmarkt“

Unter der Prämisse, dass ein Weihnachtsmarkt stattfinden kann, befürwortet die CityInitiative folgende Rahmenbedingungen zu schaffen und Maßnahmen umzusetzen, um den Kunden und Besuchern einen sicheren und angenehmen Aufenthalt in der Bremer Innenstadt zu bieten.

- Eine der wichtigsten Voraussetzungen für die Durchführung eines Weihnachtsmarktes ist, den Weihnachtsmarkt auf einer größeren Fläche umzusetzen und damit die Besucherströme zu entzerren. Das oberste Gebot sollte sein, dichtes Gedränge zu vermeiden und Mindestabstände einzuhalten. Weihnachtsmarktstände können beispielsweise auch auf dem Hanseatenhof und Ansgarikirchhof platziert werden.
- Für einzelne Weihnachtsmarktabschnitte oder auch Innenstadtbereiche (insbesondere Schnoor und Böttcherstraße) sorgen Zutrittskontrollen für Sicherheit und die Möglichkeit die Mindestabstände einzuhalten und damit für ein entspanntes Bummeln und Erleben.
- Wie bereits unter Punkt 1. aufgeführt können zudem Leerstände als Erweiterungsfläche genutzt werden.

3. Services allgemein, auch ohne Weihnachtsmarkt

- Insbesondere zum Weihnachtsgeschäft sollte den Kunden die Möglichkeit gegeben werden, Waren in Ihren Lieblingsgeschäften der Innenstadt direkt vor Ort zu kaufen, aber auch zu bestellen und sich dann per Lieferservice zustellen zu lassen.

- Ein besonderer Service würde die Einrichtung von Gesundheitscheck-Stationen mit Temperaturmessungen und kostenlosen Corona-Tests bieten. Eine Corona-App kann zudem helfen, dass nur Gesunde Zugang in die Innenstadt/auf den Weihnachtsmarkt erhalten.
- Zusätzliche Öffentliche Toiletten sorgen für Sauberkeit in der City, da in den Gastronomien und Geschäften nur geringere Frequenzen erlaubt sein werden.
- Die Taktung der Touristen-Busse und damit der Besuch von größeren Besuchergruppen muss gesteuert und kontrolliert werden. Den Touristen muss vermittelt werden, dass der Besuch der Bremer Innenstadt zur Weihnachtszeit sicher und trotzdem stimmungsvoll ist.

4. Kommunikation/Marketing

- Die Neuerungen auf dem Bremer Weihnachtsmarkt müssen für alle Zielgruppen entsprechend medial begleitet und präsentiert werden (z. B. Wochenserie bei buten un binnen oder dem Weser-Kurier).
- Insgesamt ist eine größere mediale Präsenz der Bremer Innenstadt, vor allem zur Weihnachtszeit, erforderlich.
- Die übliche Weihnachtswerbung muss um die zusätzlichen Botschaften: Die Bremer City ist neu, sicher, spannend anders und (be)sinnlich ergänzt werden.