BUTTER BEI DIE ZUKUNFT

Beteiligung zur Neugestaltung des Kaufhaus-Areals in der Bremer Innenstadt

Ergebnisse der Online-Beteiligung

Bremen, Juni 2026

BRESTADT

Inhalt

Zentrale Erkenntnisse 3

Zusammenfassung 4

1. Leitmotiv (Prioritäten) 5
2. Nutzungen 5
3. Ausgangslage & zentrale Anforderungen 5
4. Profil, Kleinteiligkeit, lokale Verankerung 5
5. Mobilität 6
6. Nachhaltigkeit 6
7. Prozess & Kommunikation 6
8. Zentrale Spannungsfelder 6
9. Fazit 6

Methodik der Auswertung 7

Ergebnisse der Dialogkarte 7

Ergebnisse der Umfrage 13

Zusammenführung der Anregungen, Hinweise und Ideen nach Themenfeldern 44

Ergebnisse der Online-Beteiligung

Im Rahmen der Online-Beteiligung zur Entwicklung des neuen Quartiers in der Bremer Innenstadt haben sich mehr als 1.400 Menschen mit Ideen, Einschätzungen und konkreten Vorschlägen eingebracht. Die Ergebnisse zeigen ein klares Bild davon, welche Erwartungen die Stadtgesellschaft an die Zukunft des ehemaligen Kaufhausareals hat.

Zentrale Erkenntnisse

- Die Bremer Innenstadt soll künftig stärker als grüner, sozialer und kultureller Lebensraum wahrgenommen werden und weniger als reine Einkaufsdestination.
- Besonders wichtig sind vielfältige inhabergeführte Geschäfte, mehr Grünflächen sowie öffentliche Orte ohne Konsumzwang.
- Gewünscht wird ein lebendiges, gemischt genutztes Quartier mit Gastronomie, Kultur, Aufenthaltsflächen und Einzelhandel.
- Öffentliche Räume sollen klimaangepasst, konsumfrei, niedrigschwellig und komfortabel nutzbar sein.
- Die Innenstadt soll mutiger, identitätsstiftender und architektonisch prägnanter entwickelt werden.
- Nachhaltigkeit wird als Grundvoraussetzung verstanden.
- Kulturelle Angebote, soziale Begegnungsorte und kreative Nutzungen werden als zentrale Bausteine eines lebendigen Quartiers gesehen.

Kennzahlen der Online-Beteiligung

- Zeitraum: 09.04. – 03.05.2026
- 3.197 Website-Besuche auf https://bremen.mitmachen.app
- 1.418 gestartete und 1.121 abgeschlossene Umfragen
- 150 Anregungen und Ideen, 26 Kommentare, 387 Likes auf der Dialogkarte
- Stärkste vertretene Altersgruppe: 25-34 Jahre (N = 393)
- 56 % der Teilnehmenden weiblich

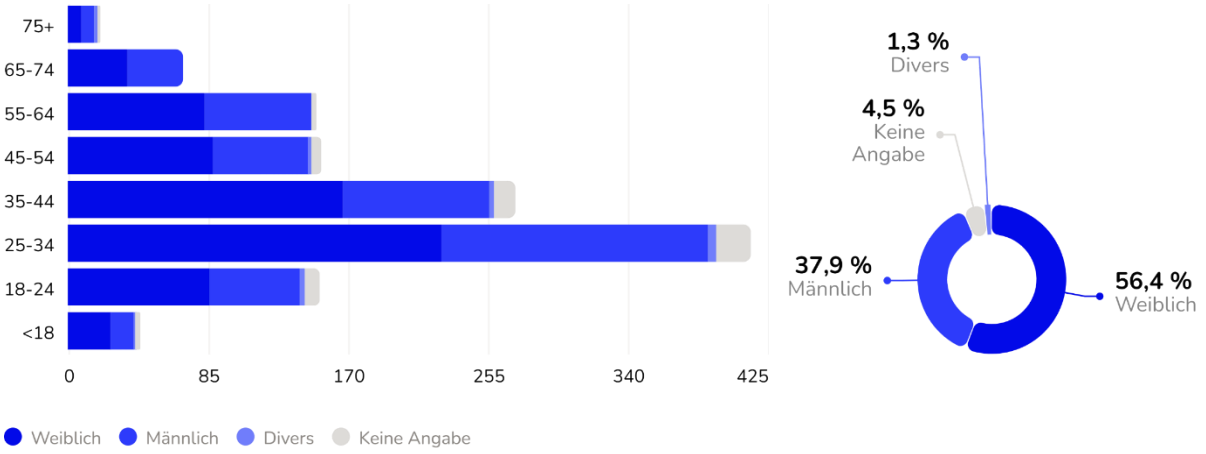


Abb.: Demografische Daten (Alter/Geschlecht)

<18 J: N = 44, 18- 24 J: N = 144, 25-34 J: N = 393, 35-44 J: N = 264, 45-54 J: N = 148, 55-64 J: N = 175, 65-74 J: N = 83, 75+ J: N = 21

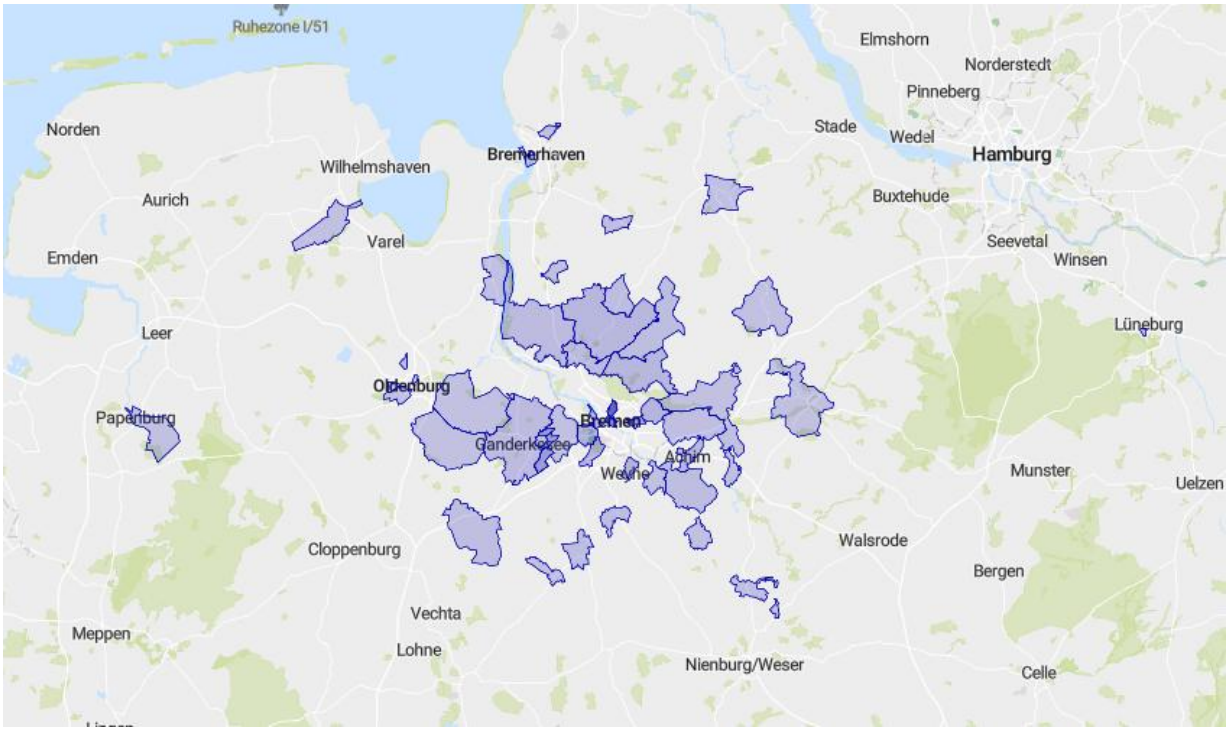


Abb.: Räumliche Verteilung der Nutzer:innen entsprechend angegebener PLZ-Bereiche

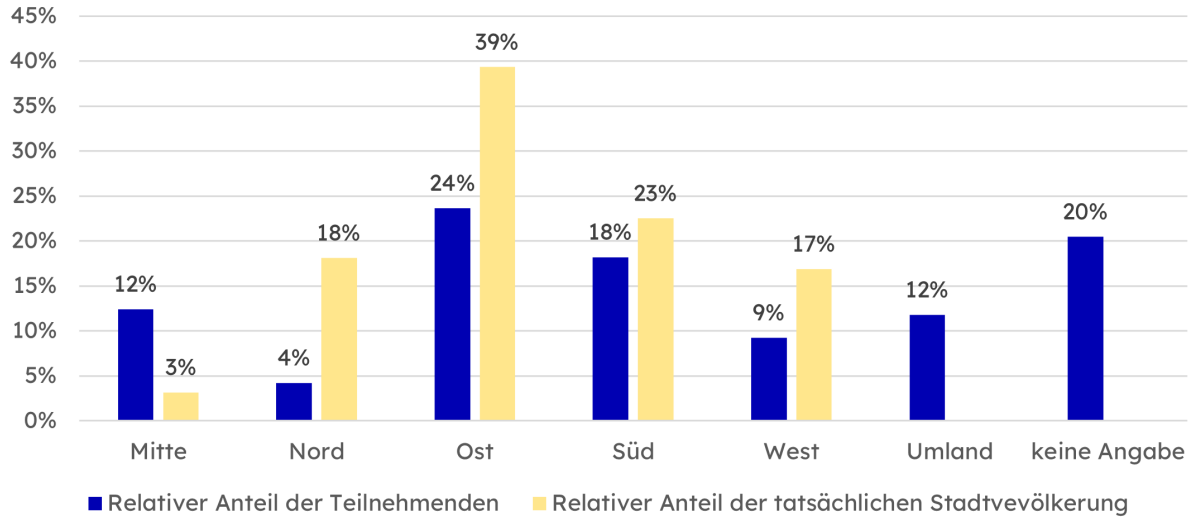


Abb.: Grafische Verteilung der Teilnehmenden im Bremer Stadtgebiet

Zusammenfassung

Im Rahmen der Online-Beteiligung wurden vielfältige Hinweise und Einschätzungen zur zukünftigen Entwicklung des Kaufhaus-Areals sowie der Bremer Innenstadt gesammelt. Teilnehmende konnten sich dabei über zwei Formate einbringen: über eine Dialogkarte (interaktive Karte/WebGIS-Anwendung) sowie über eine Umfrage. In der Auswertung wurden die Rückmeldungen thematisch gebündelt.

Insgesamt ergibt sich ein differenziertes, in zentralen Punkten konsistentes Bild: Im Kern steht der Wunsch nach einem Wandel – weg von einer überwiegend konsumorientierten

Einkaufsfunktion hin zu einem grünen, sozial vielfältigen, kulturell attraktiven und gestalterisch hochwertigen Stadtraum, der Alltag, Begegnung, Kultur und Freizeit gleichermaßen ermöglicht.

1. Leitmotiv (Prioritäten):

Im Vordergrund stehen vielfältige, inhabergeführte Angebote, mehr Grünflächen sowie öffentliche Orte ohne Konsumzwang. Ebenfalls wichtig sind Außengastronomie und Kulturangebote.

2. Nutzungen im neuen Quartier (Top-Nennungen):

Gewünscht wird vor allem ein lebendiges Nutzungsgemisch aus Gastronomie, Kunst/Kultur/Veranstaltungen sowie Grün- und Aufenthaltsflächen. Einzelhandel bleibt wichtig, soll jedoch klar in dieses Gesamtprogramm eingebettet sein. Ergänzend werden Märkte, Bildungsangebote sowie soziale und nachbarschaftliche Nutzungen hervorgehoben.

3. Ausgangslage & zentrale Anforderungen:

Aufenthaltsqualität ist die Schlüsselgröße. Das Umfeld des Kaufhaus-Areals wird vielfach als dunkel, stark versiegelt, ungepflegt und eher als Durchgangsraum beschrieben (u. a. Lloyd-Passage, Hanseatenhof, angrenzende Gassen). Genannt wird insbesondere der Bedarf an mehr Grün und Schatten, Sitzmöglichkeiten, Orientierung, Sauberkeit, Beleuchtung, Barrierefreiheit sowie alltagstauglicher Infrastruktur (z. B. öffentliche Toiletten).

Ein wiederkehrendes Leitmotiv ist die Bedeutung sogenannter **„Dritter Orte“:** niedrigschwellige, öffentlich zugängliche Räume ohne Konsumzwang, die Aufenthalt, Treffen, Lernen und Arbeiten verbinden.

Eng damit verknüpft ist der Wunsch nach **konsequenter Nutzungsmischung.** Erdgeschosszonen werden als „öffentliches Gesicht“ des Quartiers verstanden und sollen vor allem Gastronomie, Handel und hybride Formate (z. B. Laden + Café) aufnehmen. Gleichzeitig werden öffentliche Angebote (z. B. Stadtteiltreff/Bibliothek), Kulturangebote und konsumfreie Innenräume als wichtige Bausteine genannt. Diese Mischung soll Belebung über den ganzen Tag ermöglichen und Monofunktionen vermeiden.

4. Profil, Kleinteiligkeit, lokale Verankerung:

Viele Beiträge sprechen sich gegen austauschbare Ketten- und Großformate aus und betonen inhabergeführte Fachgeschäfte, **lokale Konzepte** und sichtbares Handwerk. Für Handel und Gastronomie werden zudem **erlebnisorientierte, wetterunabhängige Formate** (z. B. Markthalle/Food-Konzept, Arkaden, Dachterrassen) als Frequenz- und Aufenthaltsanker genannt.

Bezahlbarkeit wird wiederkehrend als Voraussetzung genannt – beim Wohnen ebenso wie bei Gewerbe-, Kultur- und Arbeitsräumen. Wohnen wird als möglicher Beitrag zu Belebung und sozialer Durchmischung gesehen, zugleich aber auch kontrovers diskutiert und häufig an Bedingungen geknüpft (bezahlbar, sozial ausgewogen, nicht dominierend).

5. Mobilität:

Gefordert werden bessere Bedingungen für Fuß- und Radverkehr (inkl. (motorisierter) Individualverkehr und Barrierefreiheit) sowie eine gute ÖPNV-Anbindung. Die Erreichbarkeit für Besucher:innen, Pendelnde sowie den Liefer- und Wirtschaftsverkehr wird als zu klärende Rahmenbedingung benannt.

6. Nachhaltigkeit:

Als Querschnittsthema wird Nachhaltigkeit sehr deutlich eingefordert. Im Fokus stehen eine klimaresiliente Gestaltung (Verschattung, Kühlung, Hitzeminderung), Begrünung, die Nutzung erneuerbarer Energien sowie wassersensible Konzepte (Versickerung, Speicherung). Ergänzend werden ressourcenschonende Bauweisen und Biodiversität betont.

7. Prozess & Kommunikation:

Gewünscht werden transparente Kommunikation, nachvollziehbare Entscheidungen und eine ernsthafte Beteiligung.

8. Zentrale Spannungsfelder (Gestaltungsaufgaben):

- Offenheit und Zugänglichkeit vs. Bedarf an Pflege, Ordnung und Sicherheit
- Nutzungsmischung vs. Nutzungskonflikte (z. B. Wohnen und Nachtleben)
- Qualität und Vielfalt vs. wirtschaftliche Tragfähigkeit/Bezahlbarkeit
- Belebung (auch abends) vs. Ruhebedürfnisse

Diese Spannungsfelder sind nicht als Widersprüche, sondern als zentrale Gestaltungsaufgaben zu verstehen.

9. Fazit

Aus Sicht der Teilnehmenden soll sich die Bremer Innenstadt zu einem offenen, vielfältigen, klimaangepassten und identitätsstarken Stadtraum entwickeln. Leitend sind hohe Aufenthaltsqualität, ein gemischtes Programm (Gastronomie, Kultur, Handel, Bildung, soziale Angebote) sowie tragfähige Rahmenbedingungen für Bezahlbarkeit, Betrieb/Pflege, Sicherheit und Erreichbarkeit.

Zu erkennen sind jedoch auch unterschiedliche Perspektiven zwischen den Geschlechtern und Altersgruppen. Während männliche Teilnehmende häufiger die Themen Architektur, urbane Belebung und Verkehr in den Vordergrund stellen, legen weibliche Befragte besonderen Wert auf soziale Teilhabe, Barrierefreiheit, Sicherheit und ökologische Nachhaltigkeit.

Auch zwischen den Altersgruppen variieren die Schwerpunkte: Jüngere Teilnehmende wünschen sich vor allem attraktive Treffpunkte, zeitgemäße Angebote und innovative Konzepte, während ältere Befragte stärker Fragen der langfristigen Stadtentwicklung, Eigentumsverhältnisse, Prozessqualität und historischen Einbindung thematisieren. Die mittleren Altersgruppen betonen insbesondere Nutzungsmischung, Generationengerechtigkeit und eine strategische Gesamtplanung des Quartiers.

Methodik der Auswertung

Die Auswertung fasst die Rückmeldungen aus der Online-Beteiligung zusammen. Teilnehmende konnten Hinweise über die Dialogkarte (interaktive Karte/WebGIS) sowie über eine Online-Umfrage einbringen. Die Ergebnisse aus beiden Formaten wurden für eine übersichtliche Darstellung thematisch geclustert und – je nach Fragentyp – quantitativ und/oder qualitativ ausgewertet.

- **Datengrundlage:** Dialogkarte mit räumlich verorteten Freitext-Hinweisen sowie Online-Umfrage mit 13 Fragen. In der Umfrage wurden Multiple-Choice-Fragen mit offener Freitextkategorie, reine Textantworten (Freitext) sowie Bewertungs-/Rankingfragen eingesetzt.
- **Quantitative Auswertung (Umfrage):** Ergebnisse aus geschlossenen Antwortformaten sowie Bewertungen/Rankings wurden quantitativ ausgewertet und in der Ergebnisdarstellung zusammengefasst
- **Qualitative Auswertung (Freitext):** Offene Hinweise aus Dialogkarte und Umfrage wurden inhaltlich ausgewertet. Beiträge mit mehreren Anregungen wurden für die Analyse in einzelne Aspekte aufgeteilt („zerschnitten“) und anschließend den jeweiligen Themenfeldern zugeordnet; die Inhalte wurden je Thema zusammenfassend verdichtet.
- **Clusterung/Kategoriensystem:** Als Hauptkategorien für die thematische Zuordnung wurden die Kategorien der Dialogkarte genutzt: Einzelhandel & Gastronomie; Dienstleistungen & Gewerbe; Wohnen; Bildung; Grün, Aufenthalt & Bewegung; Mobilität & Verkehr; Sonstiges. Innerhalb der Hauptkategorien wurden Unterkategorien gebildet.
- **Erweiterung & Auflösung der Kategorie „Sonstiges“:** Ergänzend wurden neue Hauptkategorien gebildet (z. B. Architektur & Stadtbild sowie Sicherheit, Sauberkeit & Ordnung). Die Ergebnisse der Kategorie „Sonstiges“ wurde in passende Themenfelder überführt bzw. zur Bildung neuer Kategorien genutzt.
- **Zusammenführung der Formate:** Nach der thematischen Zuordnung wurden Hinweise aus Dialogkarte und Umfrage je Thema zusammengeführt, um ein konsistentes Gesamtbild über beide Beteiligungsformate hinweg zu ermöglichen.

Ergebnisse der Dialogkarte

Über die interaktive Dialogkarte wurden im Zeitraum vom 9. April 2026 bis 3. Mai 2026 insgesamt 150 Beiträge eingereicht. Die Beiträge konnten sowohl ohne als auch mit konkretem Ortsbezug (als Punkt, Linie oder Fläche) übermittelt werden. Für eine leichtere Zuordnung der Hinweise wurden insgesamt sieben Themenkategorien vorgeschlagen:

- Einzelhandel & Gastronomie
- Dienstleistungen & Gewerbe
- Wohnen
- Bildung
- Grün, Aufenthalt & Bewegung

- Mobilität & Verkehr
- Sonstiges

Die u.s. Grafik zeigt die Verteilung der Hinweise nach Themenkategorien und Ort.

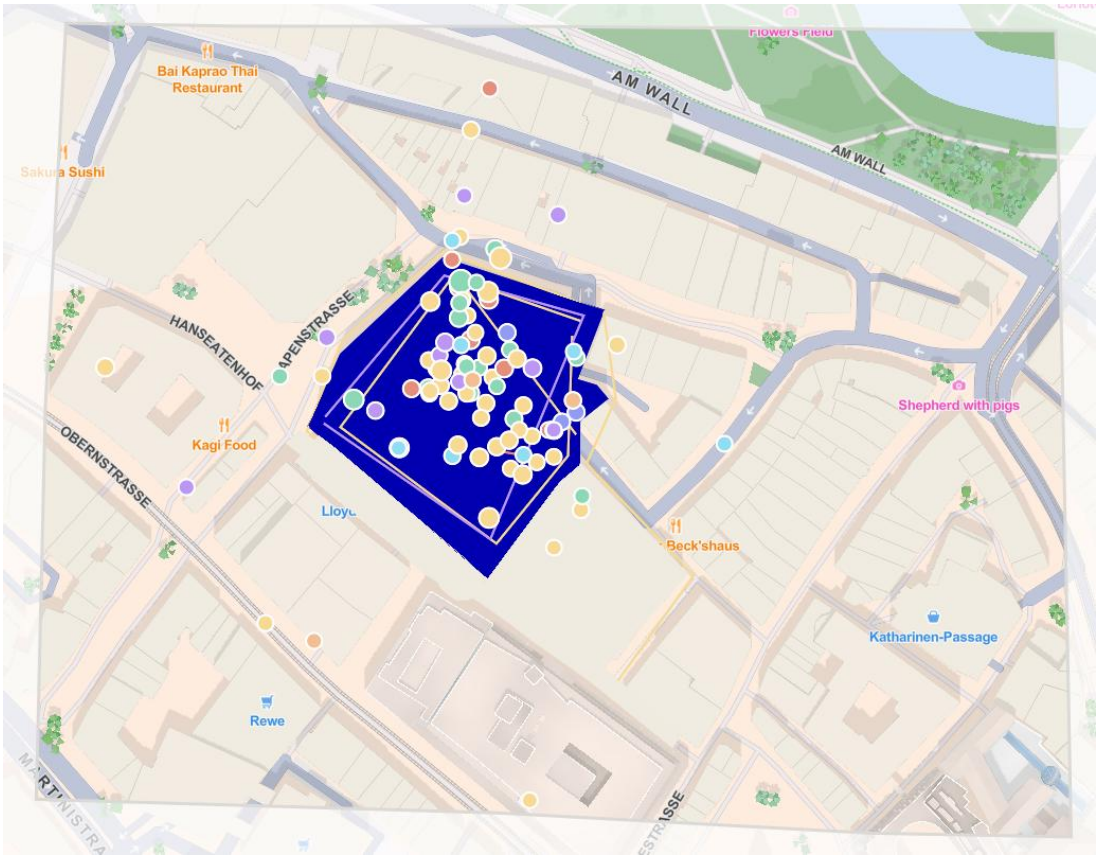


Abb. Verteilung der Hinweise nach Ort

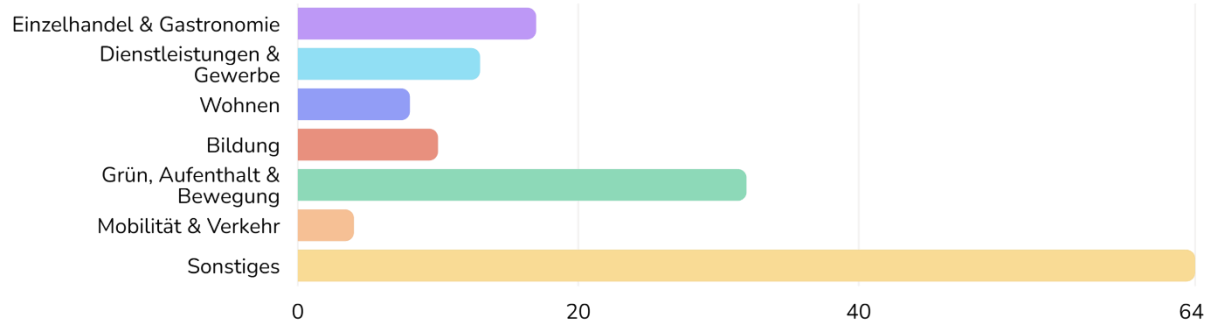


Abb. Verteilung der Hinweise nach Themenkategorien

1. Einzelhandel und Gastronomie:

Die insgesamt 17 Beiträge, 5 Kommentare und 44 Likes zeigen ein differenziertes Meinungsbild im Themenbereich Einzelhandel und Gastronomie.

Ein Konsens besteht bei der zentralen Bedeutung von Gastronomie: Die Teilnehmenden wünschen sich vielfältige kulinarische Angebote und internationale Spezialitäten – ergänzt

durch innovative Konzepte. Als ein Beispiel hierfür wird der „Time-Out-Market" in Lissabon genannt, eine Markthalle in der junge Köch:innen ihre Ideen und Konzepte testen können. Überdachte Außenbereiche (z. B. Arkaden) und die Nutzung der Dachflächen als Dachterrassen machen die Angebote wetterfest und attraktiver.

Kontrovers diskutiert wird das Thema Einzelhandel: Während einige Teilnehmende ein modernes Einkaufszentrum mit bekannten internationalen Marken befürworten, sprechen sich viele Teilnehmende gegen Ketten aus und wünschen sich stattdessen explizit kleine Fachgeschäfte.

Einigkeit herrscht über den gewünschten Erlebnischarakter des neuen Quartiers: Statt reinem Einkaufen sollen Events, Kultur- und Freizeitangebote sowie eine Belebung auch am Abend und in der Nacht die Bremer Innenstadt attraktiver machen.

2. Dienstleistungen und Gewerbe:

Im Themenbereich Dienstleistungen und Gewerbe zeigen die insgesamt 13 Beiträge und 9 Likes ein breites Spektrum an Nutzungsideen. Die Hinweisgebenden wünschen sich ein lebendiges Quartier mit Kreativität, Handwerk und urbaner Produktion, geprägt von Teilhabe und Innovation.

Die Teilnehmenden können sich am Standort u. a. ein Kreativzentrum vorstellen, dass Proberäume für Musiker:innen, Ateliers für lokale Künstler:innen sowie offene Werkstätten umfasst. Denkbar ist eine Erweiterung dieser Elemente mit Wohnungen.

Ebenfalls präsent ist das Thema Handwerk und klassische Dienstleistungen: Von Schlüsseldienst über Schuhmacher bis zu Reinigungen sollen traditionelle Gewerbe wieder einen Platz in der Innenstadt finden. Die Idee, Handwerksberufe in offenen Werkstätten erlebbar zu machen, unterstreicht den Wunsch nach Authentizität und lokaler Wertschöpfung.

Innovative Konzepte wie Aquaponik-Systeme (Fischzucht kombiniert mit Gemüseanbau), Vertical Farming (Anbau von Pflanzen in geschlossenen Räumen auf mehreren, übereinander gestapelten Ebenen) und sog. „FabLabs“ (Abk. für „fabrication laboratory“, eine offene Hightech-Werkstatt, die Einzelpersonen Zugang zu computer-gesteuerten Produktionsmaschinen wie 3D-Druckern, Lasercuttern und CNC-Fräsen, etc. bietet) zeigen, mutige und zukunftsweisende Nutzungskonzepte auf.

Darüber hinaus wurden Ideen in den Bereichen Gesundheit und Soziales, Familie und Freizeit sowie öffentliche Einrichtungen genannt: Angeregt wurde die Einrichtung eines Gesundheitszentrums in Kombination mit Wohnraum und Begegnungsräumen, ergänzt durch Grünflächen zur Erholung. Auch Event-Flächen für Veranstaltungen finden Erwähnung. Hinsichtlich öffentlicher Einrichtungen wird eine Erweiterung der Meldebehörde und des Finanzdienstes der Stadt Bremen angeregt.

3. Grün, Aufenthalt und Bewegung:

Im Themenbereich Grün, Aufenthalt und Bewegung wurden insgesamt 32 Beiträge mit 90 Likes und 2 unterstützenden Kommentaren abgegeben.

Ein zentrales Anliegen ist die Schaffung eines sogenannten „Dritten Ortes“: Die Hinweisgebenden wünschen sich öffentlich zugängliche Räume für Aufenthalt und Begegnung, die ohne Konsumzwang funktionieren und allen Menschen offenstehen. Sitzmöglichkeiten, Grünflächen und flexibel nutzbare Räume werden als wichtige Elemente genannt.

Grünflächen und Begrünung werden als zentral für die Aufenthaltsqualität und das Mikroklima angesehen. Die Vorschläge reichen von Fassadenbegrünung und hängenden Gärten über tiergerechte Gebäude mit Nistmöglichkeiten bis hin zu einem begrünten Turm als moderne Interpretation der historischen Lloyd-Flasche.

Auch die Nutzung der Dachflächen wird häufig thematisiert: Öffentlich zugängliche Dachterrassen mit Grünflächen, Sitzgelegenheiten und kleinen Bühnen nach dem Vorbild des Salling ROOFTOP in Aarhus, der Oodi-Bibliothek in Helsinki oder ein begrünter Weg zum Schlendern nach dem Vorbild der High Line in New York werden als Bereicherung für die Bremer Innenstadt genannt. Auch Wasser findet als Gestaltungselement, z. B. Wasserflächen und Wasserspiele, Erwähnung.

Im Bereich Bewegung und Sport werden niedrigschwellige, offene Flächen vorgeschlagen, die Menschen aller Altersgruppen ansprechen. Das Konzept „Hood Training“ wird als Beispiel genannt, wie Bewegung, Respekt und Gemeinschaft verbunden werden können.

Hinsichtlich Nachhaltigkeit werden die Nutzung von Erdwärme und Photovoltaik, sowie insekten- und vogelschutzgerechte Beleuchtung vorgeschlagen. Ein offenes Holz-Hybrid-Skelett statt Beton wird als transparente und klimafreundliche Bauweise angeregt.

4. Mobilität und Verkehr:

Mit nur 4 Beiträgen und 5 Likes ist das Thema Mobilität & Verkehr deutlich weniger prominent als andere Themenbereiche.

Themen sind die Stärkung des Radverkehrs: Vorgeschlagen werden bspw. ein Parkdeck oder eine Tiefgarage für Fahrräder, Lastenräder und E-Bikes, um Bremen als Fahrradstadt weiter zu positionieren. Die Niederlande, bspw. das Forum in Groningen, werden als Vorbild genannt.

Für den Fußverkehr wird eine Aufwertung der Fußgängerzone in der Obernstraße und Hutfilterstraße angeregt, ergänzt durch Außengastronomie und Grünflächen. Die Idee einer Flaniermeile wird formuliert. Als Grundanforderung wird Barrierefreiheit im gesamten neuen Quartier genannt.

Mit Blick auf den Pkw-Verkehr bilden die Beiträge das Spektrum der Debatte ab: Während ein Beitrag kostenlose Parkplätze fordert, lehnt ein Kommentar Autos in der Innenstadt grundsätzlich ab.

5. Wohnen:

Das zentrale Anliegen der Hinweisgebenden im Themenbereich Wohnen mit insgesamt 8 Beiträgen, 1 Kommentar und 16 Likes ist die Schaffung von bezahlbarem Wohnraum – sowohl für einkommensschwache Haushalte bis hin zu Großfamilien. Die Sorge vor einer Entwicklung, die nur sehr einkommensstarken Bevölkerungsgruppen zugutekommt, wurde formuliert.

Das Quartier soll möglichst durch eine Mischnutzung belebt werden: In den Erdgeschossflächen können Handel und Gastronomie Platz finden. Coworking-Spaces, öffentliche Treffpunkte sowie soziale und Bildungseinrichtungen sollen das Quartier ergänzend beleben. Denkbar sind Kitas, universitäre Einrichtungen oder Infrastruktur für Senior:innen. Darüber hinaus können ergänzende Angebote wie ein Begegnungs-Café und ein überkonfessioneller Raum der Stille das Quartier lebenswert machen.

6. Bildung:

Im Themenbereich Bildung wurden insgesamt 10 Beiträge mit 37 Likes abgegeben. Ein häufig genannte Nutzungsidee ist die Schaffung einer Stadtbibliothek als offener Lernort mit integriertem Café und Veranstaltungsräumen. Als Referenz wird das Forum Groningen genannt, das Kultur, Wissen und Begegnungsräume unter einem Dach vereint. Eine Erweiterung dieses Konzepts um eine VHS und Touristeninformation wird ebenfalls thematisiert.

Mehrfach angesprochen werden universitäre Einrichtungen: Ein Hörsaal für Studierende, der auch für öffentliche Veranstaltungen genutzt werden kann, sowie ein Ableger der Universität Bremen oder eine Kunsthochschule werden als mögliche Nutzungen genannt.

Im Bereich der kulturellen Bildung finden sich Vorschläge wie interdisziplinäre Kunstausstellungen, VHS-Kurse und kreative Angebote wie Theater und Kino. Genannt wird auch die Idee einer Kunstschau mit internationaler und lokaler Beteiligung.

Das Konzept eines „Hauses des Lernens" wird vorgeschlagen: Ein Ort für Familien mit Etagen für unterschiedliche Altersgruppen, kreativen Angeboten, Spiel- und Bewegungsflächen sowie flexibler Kinderbetreuung. Ergänzend werden kostenlos nutzbare Ateliers, Töpferwerkstätten und Workshops genannt.

Auch naturwissenschaftliche Bildungsangebote werden thematisiert: Ein Planetarium und ein Aquarium könnten Astronomie und Meereskunde vermitteln.

7. Sonstiges:

In der Kategorie Sonstiges wurden insgesamt 64 Beiträge mit 184 Likes und 14 Kommentaren abgegeben. Die Auswertung dieser Beiträge zeigt, dass neben den bereits definierten Themenbereichen weitere neue Kategorien identifiziert werden konnten: Im Fokus stehen dabei die Themen Architektur & Stadtbild sowie Kultur & Veranstaltungen. Darüber hinaus wurden Hinweise zu weiteren Aspekten wie Einzelhandel & Gastronomie, Bildung, Soziales, Mobilität & Verkehr sowie Umwelt, Natur & Nachhaltigkeit formuliert.

Die städtebauliche Gestaltung des neuen Quartiers wird intensiv thematisiert. Ein häufig genanntes Anliegen ist die Rekonstruktion historischer Gebäude: Das ehemalige Lloydgebäude mit seinem markanten Turm sowie die Ansgarii-Kirche werden als Wahrzeichen genannt, deren Wiederaufbau angeregt wird.

Mehrfach angesprochen wird die Ablehnung eines monolithischen Großbaus: Statt eines einzelnen Blocks wird eine kleinteilige Bebauung mit mehreren Gebäuden, Gassen und Plätzen vorgeschlagen. Das Konzept „Schnoor, nur größer" wird als Orientierung genannt.

Hinsichtlich der Fassadengestaltung werden sowohl historisierende Ansätze (Weserrenaissance-Stil, Lloyd-Zitat) als auch moderne Konzepte (begrünte Fassaden) vorgeschlagen.

Die Hinweisgebenden äußern zudem einen Bedarf an kultureller Infrastruktur am Standort. Das Spektrum reicht vom Wunsch nach einem neuen Opernhaus, über eine moderne Konzerthalle bis hin zu Räumlichkeiten für Tanzveranstaltungen, Ausstellungen, Ateliers sowie Workshops.

Einige Beiträge beziehen sich nicht auf konkrete Nutzungsideen, sondern auf den Planungsprozess selbst: Kritik am geplanten Abriss, Anregungen für den geplanten Architekturwettbewerb sowie der Wunsch nach transparenter Kommunikation und einer Bedarfsanalyse für den Standort werden formuliert.

Ergebnisse der Umfrage

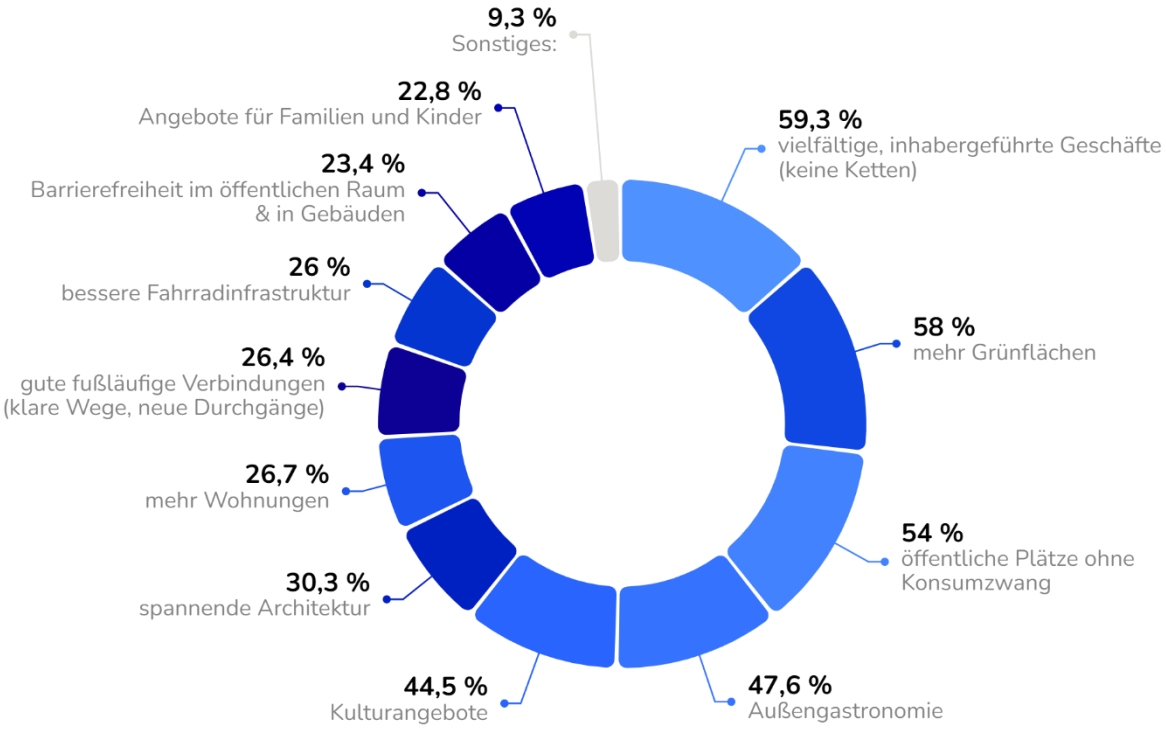
Frage 1: Ihre Prioritäten für die Bremer Innenstadt

Teilnehmende (N) = 1.384

Aus den vorgegebenen Antwortkategorien konnten bis zu fünf Antwortmöglichkeiten ausgewählt werden.

Aufgrund der möglichen Mehrfachauswahl kann die Prozentsumme über 100% liegen.

In der Kategorie „Sonstiges“ (N = 129 (9,3%)) konnten die Teilnehmenden ergänzende Hinweise, Anregungen und Ideen zu dieser Fragestellung formulieren. Für eine bessere Übersichtlichkeit wurden die Ergebnisse fragenübergreifend nach Themen zusammengefasst. Auf eine quantitative Auswertung wird aufgrund der Vielfalt der Antworten verzichtet.



Die Bremer Innenstadt wird von den meisten Befragten weniger als reine Einkaufsmeile und stärker als grüner, sozialer, kultureller und gestalteter Stadtraum gedacht. Funktionale Themen bleiben wichtig, sind jedoch dem Anspruch auf Aufenthaltsqualität, Identität und Urbanität nachgeordnet.

Mit 59,3 % der Nennungen stehen **vielfältige, inhabergeführte Geschäfte** an oberster Stelle, dicht gefolgt von **mehr Grünflächen** mit 58 % sowie **öffentlichen Plätzen ohne Konsumzwang** mit 54 %. Diese drei Themen bilden den klaren Schwerpunkt der Befragung und lassen den Wunsch nach einer Innenstadt erkennen, die weniger monofunktional und stärker als Aufenthalts- und Lebensraum gedacht wird.

Ebenfalls hohe Zustimmung erhalten **Außengastronomie** (47,6 %) und Kulturangebote (44,5 %).

Mit 30,3 % wurde zudem **spannende Architektur** vergleichsweise häufig genannt. In Verbindung mit den offenen Antworten wird deutlich, dass Architektur nicht als Selbstzweck verstanden wird, sondern als wichtiger Faktor für **Identität, Wiedererkennungswert und Aufenthaltsqualität**. Erwartet werden Gebäude und Stadträume mit Charakter, die Bremen erkennbar machen und sich positiv auf das Stadterlebnis auswirken.

Themen wie **gute fußläufige Verbindungen** (26,4 %), bessere **Fahrradinfrastruktur** (26 %), **mehr Wohnungen** (26,7 %) sowie **Barrierefreiheit** im öffentlichen Raum und in Gebäuden (23,4 %) bilden ein breites Mittelfeld. Sie unterstreichen den Anspruch an eine funktionierende, inklusive und alltagstaugliche Innen-stadt. **Angebote für Familien und Kinder** erreichen mit 22,8 % ebenfalls relevante Zustimmung, wenngleich nachgelagert zu den übergeordneten Aufenthalts- und Qualitätsfragen.

Auswertung der Prioritäten für die Bremer Innenstadt nach Geschlecht

Eine differenzierte Analyse konzentriert sich auf die Geschlechtergruppen „Weiblich“ (n = 632) und „Männlich“ (n = 422). Auf eine gesonderte Auswertung der Kategorien „Divers“ (n = 14) und „Keine Angabe“ (n = 48) wird verzichtet, da die geringen Fallzahlen keine statistisch belastbaren Aussagen zulassen. Die Daten dieser Gruppen fließen in die Gesamtauswertung ein.

<u>Top 5 Prioritäten der befragten Frauen:</u>

1. Vielfältige, inhabergeführte Geschäfte
2. Mehr Grünflächen
3. Öffentliche Plätze ohne Konsumzwang
4. Kulturangebote
5. Außengastronomie

<u>Top 5 Prioritäten der befragten Männer:</u>

1. Vielfältige, inhabergeführte Geschäfte
2. Öffentliche Plätze ohne Konsumzwang
3. Außengastronomie
4. Mehr Grünflächen
5. Spannende Architektur

Beide Geschlechter sind sich in einem zentralen Punkt einig: Vielfältige, inhabergeführte Geschäfte stehen an erster Stelle der Prioritäten. Dies zeigt einen klaren Wunsch nach einer authentischen, lokalen Einzelhandelsstruktur. Auch öffentliche Plätze ohne Konsumzwang und Außengastronomie finden sich bei beiden Gruppen unter den Top 5.

Die Unterschiede zeigen interessante geschlechtsspezifische Präferenzen: Frauen priorisieren stärker Themen wie Grünflächen, Kulturangebote und Barrierefreiheit – Aspekte, die auf Aufenthaltsqualität und soziale Inklusion abzielen. Männer zeigen ein deutlich höheres Interesse an spannender Architektur sowie am Thema Wohnen.

Auswertung der Prioritäten für die Bremer Innenstadt nach Altersgruppen

Die Analyse basiert auf folgenden Altersgruppen: 0-17 Jahre (n = 43), 18-34 Jahre (n= 484), 35-54 Jahre (n = 374), 55-74 Jahre (n = 197) und 75+ Jahre (n = 17). Aufgrund der geringen Fallzahlen in den Gruppen <18 und 75+ sind die Ergebnisse dieser Kategorie nur sehr eingeschränkt belastbar.

Über alle Altersgruppen hinweg erscheinen vier Themen konstant unter den Top 5:

1. Inhabergeführte Geschäfte
2. mehr Grünflächen
3. öffentliche Plätze ohne Konsumzwang
4. Außengastronomie.

Dies zeigt einen breiten gesellschaftlichen Konsens für diese Themen der Innenstadtgestaltung.

Unterschiede zwischen den Altersgruppen:

- **Angebote für Familien und Kinder:** In der Altersgruppe 0-17 Jahre hat dieses Thema mit 37,2% eine hohe Priorität (Rang 4). Bei den 35-54-Jährigen liegt der Wert bei 28,5%, bei den 18-34-Jährigen bei 22,4%. In den älteren Altersgruppen wird dieses Thema seltener priorisiert (55-74: 10,1%, 75+: 5,3%).

- Das Thema **Wohnen / Wohnraum** genießt insbesondere bei der Altersgruppe 75+ Jahre eine hohe Priorität (52,6%, Rang 2). Bei den 55-74-Jährigen liegt der Wert bei 39,4%.

- Eine **gute fußläufige Verbindung** ist insbesondere in den Altersgruppen 0-17 Jahre (30,2%, Rang 5) und 55-74 Jahre (41,9%, Rang 5) von Bedeutung.

- Das Thema **Fahrradinfrastruktur** wird in allen Altersgruppen konstant zwischen 25% und 30%, sprich von jeder dritte bis vierte Person, priorisiert.

- Das Thema **Barrierefreiheit** wird vergleichsweise häufiger in den Altersgruppen 18-34 Jahre (26,3%), 35-54 Jahre (23,9%) und 75+ Jahre (21,1%) priorisiert.

Auswertung der Prioritäten für die Bremer Innenstadt nach Bezirken

Die Analyse nach Stadtbezirken unterteilt die Antworten der Befragten in die Bezirke Mitte, Nord, Ost, Süd, West, sowie in das Bremer Umland. Abgebildet werden jeweils der Anteil der Befragten, die eine der Antwortoptionen ausgewählt haben. Da die Befragten mehrere Möglichkeiten wählen konnten, sind Gesamtwerte über 100% möglich.

Die Einteilung basiert auf der Angabe der Postleitzahl (n = 1.127). Antworten ohne Postleitzahl fließen nicht in die Auswertung mit ein. Ebenfalls ausgeschlossen wurden mögliche Freitextantworten. Wenn die Postleitzahl eines Gebiets nicht eindeutig zu einem Bezirk zuordnen ließ, wurde es dem Bezirk zugeordnet, der den Großteil dieses Gebiets abdeckt.

<u>Auswertung der Prioritäten für die Bremer Innenstadt nach Bezirken</u>

Die Analyse nach Stadtbezirken unterteilt die Antworten der Befragten in die Bezirke Mitte, Nord, Ost, Süd, West, sowie in das Bremer Umland. Abgebildet werden jeweils der Anteil der Befragten, die eine der Antwortoptionen ausgewählt haben. Da die Befragten mehrere Möglichkeiten wählen konnten, sind Gesamtwerte über 100% möglich.

Die Einteilung basiert auf der Angabe der Postleitzahl (n = 1.127). Antworten ohne Postleitzahl fließen nicht in die Auswertung mit ein. Ebenfalls ausgeschlossen wurden mögliche Freitextantworten. Wenn die Postleitzahl eines Gebiets nicht eindeutig zu einem Bezirk zuordnen ließ, wurde es dem Bezirk zugeordnet, der den Großteil dieses Gebiets abdeckt.

Gemeinsamkeiten

Insgesamt zeigt sich in allen Bezirken und dem Umland ein ähnliches Bild, das auch dem Gesamtergebnis entspricht: Unabhängig vom Wohnort wünschen sich Befragte eine Innenstadt, die durch inhabergeführte Geschäfte, mehr Grünflächen und konsumfreie Aufenthaltsorte geprägt ist.

Unterschiede

In Mitte priorisieren die Befragten Kulturangebote (52%) und Wohnen (34%) mehr und Angebote für Familien und Kinder (17%) geringer als in anderen Bezirken. Der Bezirk Nord hat mit Abstand den höchsten Wert bei Angeboten für Familien und Kinder (35%), gleichzeitig wünschen sich dort am wenigsten Befragte mehr Fahrradinfrastruktur (10%). Der Bezirk West und das Bremer Umland priorisieren Außengastronomie stärker als die anderen Gebiete (49% und 52%).

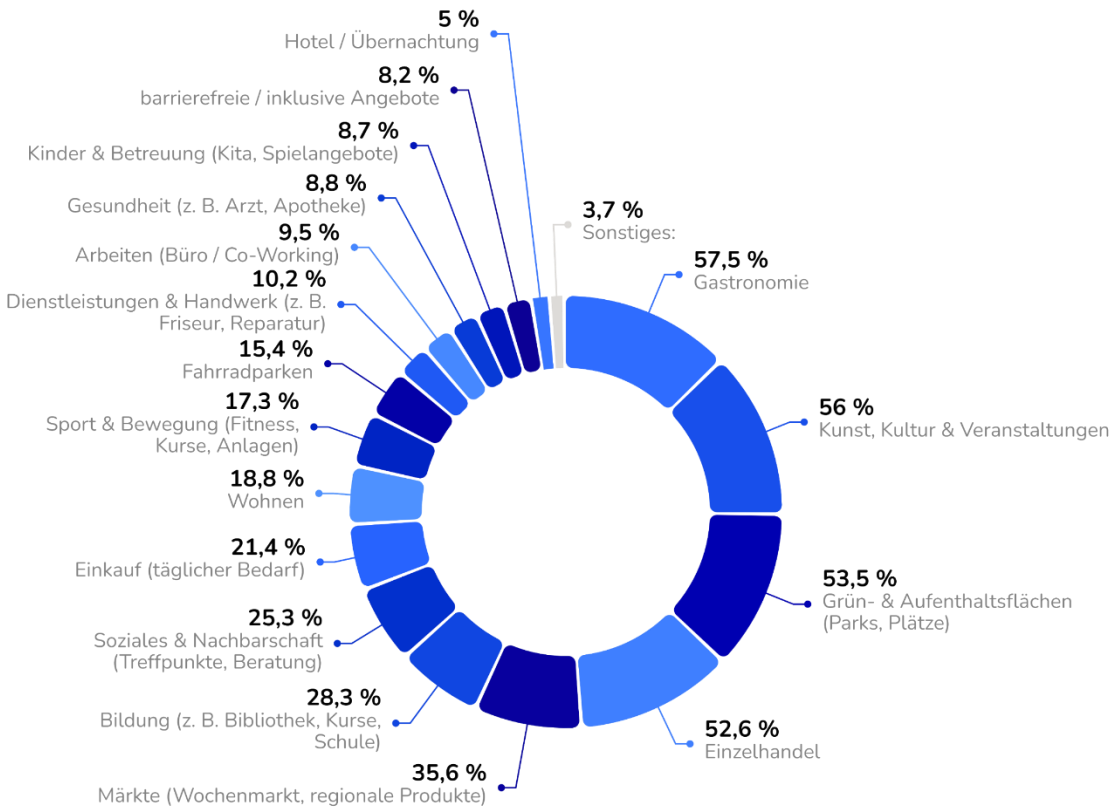
Frage 2: Welche Angebote würden Sie im neuen Quartier nutzen?

Teilnehmende (N) = 1.373

Aus den vorgegebenen Antwortkategorien konnten bis zu fünf Antwortmöglichkeiten ausgewählt werden.

Aufgrund der möglichen Mehrfachauswahl kann die Prozentsumme über 100% liegen.

In der Kategorie „Sonstiges“ (N = 129 (9,3%)) konnten die Teilnehmenden ergänzende Hinweise, Anregungen und Ideen zu dieser Fragestellung formulieren. Für eine bessere Übersichtlichkeit wurden die Ergebnisse fragenübergreifend nach Themen zusammengefasst. Auf eine quantitative Auswertung wird aufgrund der Vielfalt der Antworten verzichtet.



Hinweis: Die Prozentsumme kann über 100 % liegen, da Mehrfachnennungen möglich waren.

Das neue Quartier wird von der Mehrheit der Befragten als **öffentlicher, lebendiger und nutzungsgemischter Ort** gedacht, dessen Kern aus Gastronomie, Kultur, Grünflächen und Einzelhandel besteht. Funktionale oder rein serviceorientierte Nutzungen spielen eine ergänzende, aber nachgeordnete Rolle.

An oberster Stelle steht **Gastronomie** mit 57,5 % der Nennungen, dicht gefolgt von **Kunst, Kultur und Veranstaltungen** (56 %) sowie **Grün und Aufenthaltsflächen** (53,5 %). Auch der **Einzelhandel** erreicht mit 52,6 % einen sehr hohen Wert. Damit wird deutlich, dass Shopping weiterhin eine zentrale Rolle spielt, jedoch – im Kontext der übrigen Top Nennungen – klar eingebettet und nicht als alleinstehende Funktion. Einen weiteren wichtigen Block bilden **Märkte** (35,6 %), **Bildungsangebote** wie Bibliothek oder Kurse (28,3 %), **soziale und nachbarschaftliche Angebote** (25,3 %) sowie **Einkauf des täglichen Bedarfs** (21,4 %).

Diese Werte verdeutlichen den Wunsch nach einem Quartier, das nicht nur punktuell besucht wird, sondern alltagsnah und dauerhaft genutzt werden kann.

Nutzungen wie **Wohnen** (18,8 %), **Sport und Bewegung** (17,3 %) und **Fahrradparken** (15,4 %) bilden ein relevantes Mittelfeld. Sie unterstreichen den Anspruch an Nutzungsmischung und funktionale Ergänzungen, stehen jedoch klar hinter den Aufenthalts-

und Erlebnisfunktionen zurück. Klassische Infrastruktur und Dienstleistungsangebote wie **Dienstleistungen und Handwerk** (10,2 %), **Arbeiten / Co-Working** (9,5 %), **Gesundheit** (8,8 %) sowie **Kinder- und Betreuungsangebote** (8,7 %) werden ebenfalls genannt, allerdings deutlich seltener. Am unteren Ende der Nennungen stehen **barrierefreie / inklusive Angebote** (8,2 %) sowie **Hotel / Übernachtung** (5 %).

Auswertung der Prioritäten nach Geschlecht

Die differenzierte Analyse konzentriert sich auf die Geschlechtergruppen „Weiblich„ (n = 633) und „Männlich„ (n = 419). Auf eine gesonderte Auswertung der Kategorien „Divers" (n = 14) und „Keine Angabe" (n = 48) wird verzichtet, da die geringen Fallzahlen keine statistisch belastbaren Aussagen zulassen. Die Daten dieser Gruppen fließen in die Gesamtauswertung ein.

Top 5 Prioritäten der befragten Frauen:

1. Kunst, Kultur & Veranstaltungen
2. Grün- & Aufenthaltsflächen
3. Gastronomie
4. Einzelhandel
5. Märkte

Top 5 Prioritäten der befragten Männer:

1. Gastronomie
2. Einzelhandel
3. Kunst, Kultur & Veranstaltungen
4. Grün- & Aufenthaltsflächen
5. Märkte

Beide Geschlechter sind sich in mehreren zentralen Punkten einig: Gastronomie, Kunst, Kultur & Veranstaltungen, Grün- & Aufenthaltsflächen und Einzelhandel finden sich bei Frauen und Männern unter den Top 5 der gewünschten Angebote. Dies zeigt einen klaren Konsens über die Grundbedürfnisse im neuen Quartier – eine lebendige Mischung aus Einkaufsmöglichkeiten, kulturellem Angebot, Gastronomie und Aufenthaltsqualität im Freien.

Gleichzeitig zeigen sich interessante geschlechtsspezifische Präferenzen. Die Ergebnisse deuten an, dass die weiblichen Teilnehmenden mehr Wert auf soziale Infrastruktur, Bildung und familienfreundliche Angebote legen. Männliche Teilnehmende betonen stärker gastronomische Angebote sowie Wohn- und Arbeitsmöglichkeiten.

Auswertung der Prioritäten nach Altersgruppen

Die differenzierte Analyse konzentriert sich auf die fünf Altersgruppen: 0-17 Jahre (n = 43), 18-34 Jahre (n = 488), 35-54 Jahre (n = 375), 55-74 Jahre (n = 198) und 75+ Jahre (n = 18). Aufgrund der geringen Fallzahlen in den Gruppen <18 und 75+ sind die Ergebnisse dieser Kategorie nur sehr eingeschränkt belastbar.

Alle Altersgruppen sind sich in mehreren zentralen Punkten einig: Gastronomie, Grün & Aufenthaltsflächen, Einzelhandel und Kunst, Kultur & Veranstaltungen finden sich bei allen Gruppen unter den Top 5 der gewünschten Angebote. Auch Märkte sind

generationenübergreifend beliebt (außer bei den Jüngsten). Dies zeigt einen breiten Konsens über die Grundbedürfnisse im neuen Quartier.

Gleichzeitig zeigen sich interessante altersspezifische Präferenzen:

Jüngere Befragte (0-17 und 18-34 Jahre) legen besonderen Wert auf Sport & Bewegung, Soziales & Nachbarschaft sowie Bildungsangebote. Auch das Thema Wohnen ist bei den 18-34-Jährigen stärker ausgeprägt, was die Lebenssituation junger Erwachsener auf Wohnungssuche widerspiegelt.

Befragte im mittleren Alter (35-54 Jahre) zeigen das ausgewogenste Profil und priorisieren als einzige Gruppe verstärkt Kinder & Betreuung – ein klarer Hinweis auf die Familienphase dieser Altersgruppe. Auch Bildung bleibt für diese Gruppe wichtig.

Ältere Befragte (55-74 und 75+ Jahre) setzen deutlich stärker auf Einzelhandel. Themen wie Sport, Bildung und Kinderbetreuung treten eher in den Hintergrund.

Auswertung der Prioritäten für die Bremer Innenstadt nach Bezirken

Analog zur Auswertung nach Bezirken für die Frage !, werden auch hier die Antworten der Befragten in die Bezirke Mitte, Nord, Ost, Süd, West, sowie in das Bremer Umland unterteilt. Abgebildet werden jeweils der Anteil der Befragten, die eine der Antwortoptionen ausgewählt haben. Da mehrere Antwortmöglichkeiten möglich waren, können die Gesamtsummen 100% überschreiten. Freitextantworten wurden nicht berücksichtigt.

Die Einteilung basiert auf der Angabe der Postleitzahl (n = 1.127). Antworten ohne Postleitzahl fließen nicht in die Auswertung mit ein. Wenn die Postleitzahl eines Gebiets nicht eindeutig zu einem Bezirk zuordnen ließ, wurde es dem Bezirk zugeordnet, der den Großteil dieses Gebiets abdeckt.

<u>Gemeinsamkeiten</u>

Auch hier sind die Ergebnisse zwischen den Bezirken relativ homogen. Wie schon in den Gesamtergebnissen zu sehen, wünschen sich viele der Befragten Grün- & Aufenthaltsflächen (50-60%), Gastronomie (47-65%), sowie Kunst und Kulturangebote (53-67%)

<u>Unterschiede</u>

Auch bei dieser Frage wünschen sich die Befragten aus dem Bezirk Mitte vergleichsweise stark Kulturangebote (67%), auch wenn der Unterschied zu anderen Bezirken gering ist. Der Wunsch nach Möglichkeiten zum Fahrradparken ist im Bezirk West (24%) deutlich höher als den anderen Bezirken (14-17%). Im Bezirk Nord wünschen sich die Befragten im Vergleich kaum Angebote aus der Kategorien Bildung (22%) sowie Dienstleistung und Handwerk (3%). Angebote für Kinder wünschen sich vorallem Befragte aus den Bezirken Nord und Süd (15% und 12%).

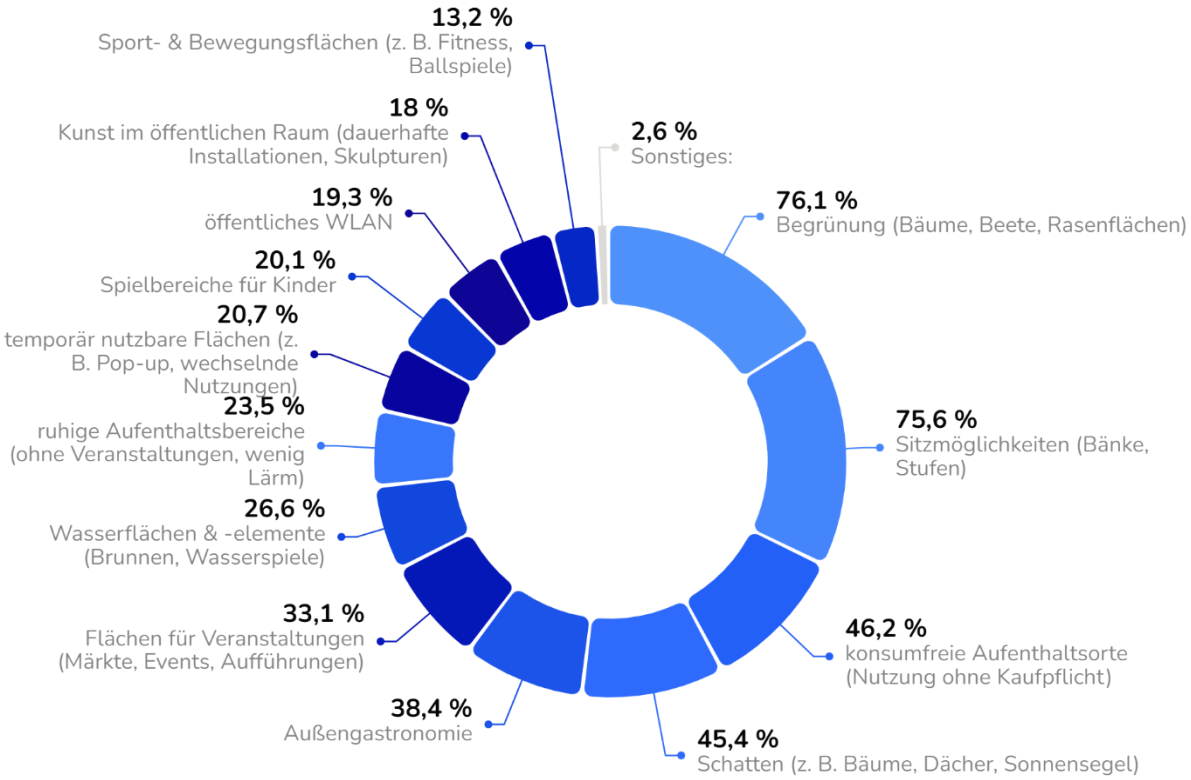
Frage 3: Wie sollten öffentliche Räume und Freiflächen gestaltet sein, damit sie von Ihnen genutzt werden?

Teilnehmende (N) = 1.332

Aus den vorgegebenen Antwortkategorien konnten bis zu fünf Antwortmöglichkeiten ausgewählt werden.

Aufgrund der möglichen Mehrfachauswahl kann die Prozentsumme über 100% liegen.

In der Kategorie „Sonstiges“ (N = 35 (2,6%)) konnten die Teilnehmenden ergänzende Hinweise, Anregungen und Ideen zu dieser Fragestellung formulieren. Für eine bessere Übersichtlichkeit wurden die Ergebnisse fragenübergreifend nach Themen zusammengefasst. Auf eine quantitative Auswertung wird aufgrund der Vielfalt der Antworten verzichtet.



Öffentliche Räume und Freiflächen sollten laut den Befragten vor allem **grün, klimatisch angenehm, konsumfrei und niedrigschwellig zugänglich** sein.

Mit 76,1 % der Nennungen steht **Begrünung** (Bäume, Beete, Rasenflächen) mit deutlichem Abstand an erster Stelle. Nahezu ebenso wichtig sind **Sitzmöglichkeiten** mit 75,6 %. Danach folgen **konsumfreie Aufenthaltsorte** (46,2 %) sowie **Schattenangebote** wie Bäume, Dächer oder Sonnensegel (45,4 %). Diese Ergebnisse verdeutlichen, dass Nutzbarkeit auch an Komfort, Klimaresilienz und die Möglichkeit geknüpft ist, sich ohne Konsum aufzuhalten – insbesondere bei Hitze oder längerer Verweildauer. Einen weiteren relevanten Block bilden **Außengastronomie** (38,4 %), **Flächen für Veranstaltungen** (33,1 %) sowie **Wasserflächen und -elemente** (26,6 %). Mittlere Zustimmung erhalten **Spielbereiche für Kinder** (20,1 %), **temporär nutzbare Flächen** wie Pop-up- Formate (20,7 %) sowie **Kunst im öffentlichen Raum** (18 %). Diese Nutzungen erhöhen die Vielfalt

und Zielgruppenansprache, sind jedoch nicht für alle Befragten gleichermaßen entscheidend. Deutlich seltener genannt werden **Sport und Bewegungsflächen** (13,2 %) sowie **öffentliches WLAN** (19,3 %).

Deutlich wird, dass viele Befragte zwischen **räumlicher Offenheit** und dem Bedürfnis nach **Ordnung, Pflege und Sicherheit** abwägen.

Auswertung der Prioritäten nach Geschlecht

Die differenzierte Analyse konzentriert sich auf die Geschlechtergruppen „Weiblich" (n = 632) und „Männlich“ (n = 425). Auf eine gesonderte Auswertung der Kategorien „Divers" (n = 14) und „Keine Angabe" (n = 48) wird verzichtet, da die geringen Fallzahlen keine statistisch belastbaren Aussagen zulassen. Die Daten dieser Gruppen fließen in die Gesamtauswertung ein.

Top 5 Prioritäten der befragten Frauen:

1. Begrünung
2. Sitzmöglichkeiten
3. Schatten
4. Konsumfreie Aufenthaltsorte
5. Außengastronomie

Top 5 Prioritäten der befragten Männer:

1. Sitzmöglichkeiten
2. Begrünung
3. Außengastronomie
4. Konsumfreie Aufenthaltsorte
5. Schatten

Die TOP 5 enthalten bei beiden Geschlechtern dieselben Themen, nur in leicht unterschiedlicher Reihenfolge. **Begrünung und Sitzmöglichkeiten** werden von beiden Geschlechtern mit deutlichem Abstand (>70%) priorisiert, während die nachfolgenden Kategorien jeweils unter 50% liegen.

Die Themen außerhalb der TOP 5 zeigen insgesamt geringere Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Auffällig sind vor allem die Kategorien **Spielbereiche für Kinder** (Frauen: 24,7%, Männer: 17,1%) und **Sport- & Bewegungsflächen** (Männer: 14,8%, Frauen: 10,5%), die klassische Rollenmuster widerspiegeln. **Wasserflächen & -elemente** werden von Männern etwas stärker priorisiert, während **ruhige Aufenthaltsbereiche** von Frauen leicht bevorzugt werden. Bei kulturellen Themen wie **Kunst im öffentlichen Raum** zeigen Frauen leicht mehr Interesse, während technische Infrastruktur wie **öffentliches WLAN** eher Männer anspricht. Bemerkenswert ist die völlige Übereinstimmung bei **Veranstaltungsflächen**.

Auswertung der Prioritäten nach Altersgruppen

Die differenzierte Analyse gliedert die Befragten in fünf Altersgruppen: unter 18 Jahre (n = 43), 18–34 Jahre (n = 488), 35–54 Jahre (n = 373), 55–74 Jahre (n = 196) sowie 75 Jahre und älter (n = 18). Die Gruppe der über 75-Jährigen weist eine geringe Fallzahl auf, wodurch die Ergebnisse nur eingeschränkt verallgemeinerbar sind.

Gemeinsamkeiten über alle Altersgruppen:

Begrünung und **Sitzmöglichkeiten** bilden in allen Altersgruppen die beiden am häufigsten genannten Prioritäten. Auch **Schatten** und **konsumfreie Aufenthaltsorte** erscheinen durchgängig unter den wichtigsten Themen. Dies verdeutlicht ein altersübergreifendes Grundbedürfnis nach grünen, schattigen Verweilmöglichkeiten ohne Konsumzwang.

Altersspezifische Unterschiede:

Die Kategorie **öffentliches WLAN** weist den größten Unterschied zwischen den Altersgruppen auf: Während über die Hälfte der unter 18-Jährigen dieses Thema priorisiert, sinkt der Anteil bei den 55–74-Jährigen auf nur 13,6%. Dies spiegelt die unterschiedliche Relevanz digitaler Infrastruktur für verschiedene Generationen wider.

Spielbereiche für Kinder erreichen ihren Höchstwert erwartungsgemäß bei den 35–54-Jährigen, was die typische Familienphase dieser Altersgruppe widerspiegelt. Bei den unter 18-Jährigen (11,6%) und den über 75-Jährigen (15,8%) ist das Interesse deutlich geringer.

Sport- & Bewegungsflächen werden von den Jüngeren stärker nachgefragt (< 18, 18 – 34 Jahre) und verlieren mit zunehmendem Alter an Bedeutung.

Außengastronomie ist bei den mittleren Altersgruppen am beliebtesten (35–54: 45,5%, 55–74: 43,9%), während sie bei den Jüngsten (30,2%) und vor allem bei den Ältesten (15,8%) weniger Priorität genießt.

Ruhige Aufenthaltsbereiche gewinnen mit zunehmendem Alter an Bedeutung.

Veranstaltungsflächen erreichen ihren höchsten Wert bei den 55–74-Jährigen, während die unter 18-Jährigen hier das geringste Interesse zeigen.

Frage 4: Wo sehen Sie im Umfeld Verbesserungsbedarfe?

Teilnehmende (N) = 711

Bei dieser Frage konnten die Teilnehmenden ihre Hinweise, Anregungen und Ideen auf einer interaktiven Karte (siehe Abbildung) verorten und erläutern. Für eine bessere Übersichtlichkeit wurden die Ergebnisse fragenübergreifend nach Themen zusammengefasst. Auf eine quantitative Auswertung wird aufgrund der Vielfalt der Antworten verzichtet.

Die identifizierten Verbesserungsbedarfe betreffen vor allem grundlegende stadträumliche Qualität, Nutzbarkeit und Atmosphäre des gesamten Umfelds.

Das Umfeld des Kaufhaus-Areals wird von vielen Befragten als **unattraktiv, dunkel, stark versiegelt, ungepflegt und überwiegend als Durchgangsraum** wahrgenommen – nicht als Ort zum Verweilen. Begriffe wie *„trostlos“, „tot“, „Angstraum“, „Hinterhofcharakter“* oder *„schmuddelig“* tauchen wiederholt auf.

Zentraler Kritikpunkt ist der **Mangel an Aufenthaltsqualität**: Zu wenig Grün, fehlender Schatten, kaum Sitzgelegenheiten, mangelnde Sauberkeit und eine insgesamt abweisende Atmosphäre führen dazu, dass diese Bereiche primär als **Transiträume** genutzt und bewusst gemieden werden. Viele Befragte geben an, dort keinen Anlass für einen Aufenthalt zu sehen – weder tagsüber noch abends.

Deutlich wird zudem, dass die vorhandenen **baulichen Strukturen als Barrieren** wahrgenommen werden: große, monolithische Gebäudekörper, dunkle Passagen, unklare Zugänge, fehlende Sichtachsen und wenig durchlässige Erdgeschosszonen. Insbesondere die Lloyd Passage wird häufig als in die Jahre gekommen, schlecht gepflegt und funktional überholt beschrieben – bei gleichzeitig ambivalenter Haltung zu ihrem grundsätzlichen Erhalt wegen Wetterschutz und Durchwegung.

Die Auswertung zeigt deutliche geschlechts- und altersspezifische Schwerpunkte bei weitgehender Übereinstimmung in den Grundthemen. Der Wunsch nach mehr Begrünung, besserer Aufenthaltsqualität und Sauberkeit ist alters- und geschlechterübergreifend. Frauen (n = 365) betonen stärker Sicherheits- und Wohlfühlaspekte, Männer (n = 282) eher funktionale und städtebauliche Themen. Jüngere Befragte fokussieren auf Modernität und Nachhaltigkeit, Ältere auf Komfort, Barrierefreiheit und qualitätvolle Gestaltung.

Frage 5: Weitere Hinweise und Ideen für zukunftsfähige öffentliche Räume

Teilnehmende (N) = 581

Bei dieser Frage konnten die Teilnehmenden ergänzende Hinweise, Anregungen und Ideen textlich erläutern. Für eine bessere Übersichtlichkeit wurden die Ergebnisse fragenübergreifend nach Themen zusammengefasst. Auf eine quantitative Auswertung wird aufgrund der Vielfalt der Antworten verzichtet.

<u>Übergreifende Befunde:</u>

Die Antworten gehen deutlich über konkrete Einzelvorschläge hinaus und formulieren ein starkes **Zukunftsbild für die Bremer Innenstadt**. Viele Teilnehmende nutzen diese offene Frage, um strategische Leitideen, internationale Vorbilder und grundsätzliche Haltungen zur Stadtentwicklung zu benennen.

Zentral ist der Wunsch nach einer **Innenstadt als sozialem, kulturellem und klimatisch resilientem Lebensraum** – nicht primär als Einkaufsort. Öffentliche Räume sollen Begegnung ermöglichen, vielfältig nutzbar sein, konsumbefreit funktionieren und gleichzeitig attraktiv, sicher und gepflegt wirken. Besonders häufig wird betont, dass Bremen sich wieder trauen müssen: zu klaren Entscheidungen, zu mutiger Architektur, zu mehr Grün, zu dauerhaft nutzbaren öffentlichen Orten und zu einer Abkehr von austauschbaren Lösungen.

Auffällig ist die starke Orientierung an europäischen Vorbildern, insbesondere aus den Niederlanden und Skandinavien. Diese werden weniger wegen einzelner Bauwerke genannt, sondern wegen ihrer Grundprinzipien:

- Nutzungsmischung,
- kleinteilige Strukturen,
- Aufenthaltsqualität,
- Fahrradfreundlichkeit,
- konsumbefreite Räume und
- starke kulturelle Anker.

Differenzierung nach Geschlechts- und Altersgruppen

Die Auswertung zeigt deutliche geschlechts- und altersspezifische Schwerpunkte bei weitgehender Übereinstimmung in den Grundthemen. Der Wunsch nach mehr Begrünung, konsumfreien Aufenthaltsräumen und lebendiger Nutzungsmischung ist alters- und geschlechterübergreifend.

Frauen (n = 314) betonen stärker soziale und atmosphärische Aspekte: Familienfreundlichkeit, Sauberkeit, schattige Verweilmöglichkeiten, kleine inhabergeführte Geschäfte und konsumfreie "Dritte Orte" für Begegnung und Entspannung.

Männer (n = 228) fokussieren häufiger auf städtebauliche und funktionale Themen: architektonische Leuchtturmprojekte, historische Rekonstruktionen, Fahrradinfrastruktur und technische Ausstattung öffentlicher Räume.

Jüngere Befragte (<18J (n = 23) und 18-34 J (n = 226) wünschen sich lebendige Treffpunkte, Grünflächen, Kulturangebote und moderne Konzepte für Arbeiten und Verweilen ohne Konsumzwang.

Die **mittlere Altersgruppe** (35-54 J, n = 197) legt besonderen Wert auf Familienfreundlichkeit, multifunktionale Räume und eine klare städtebauliche Identität. **Ältere Befragte** (55+ J (n = 122)) priorisieren Barrierefreiheit, ausreichende Sitzmöglichkeiten, Sauberkeit und qualitätvolle Gestaltung – verbunden mit dem Wunsch nach mutigeren politischen Entscheidungen.

Übergreifend zeigt sich: Die Bremer Innenstadt soll mehr sein als ein Einkaufsort – ein sozialer, kultureller und klimatisch angepasster Lebensraum, der Begegnung ermöglicht, vielfältig nutzbar ist und eine eigenständige Identität ausstrahlt. Während die grundlegenden Wünsche nach mehr Grün, weniger Konsumorientierung und europäischen Vorbildern geteilt werden, variieren die Prioritäten und Formulierungen je nach Lebenssituation und Geschlecht.

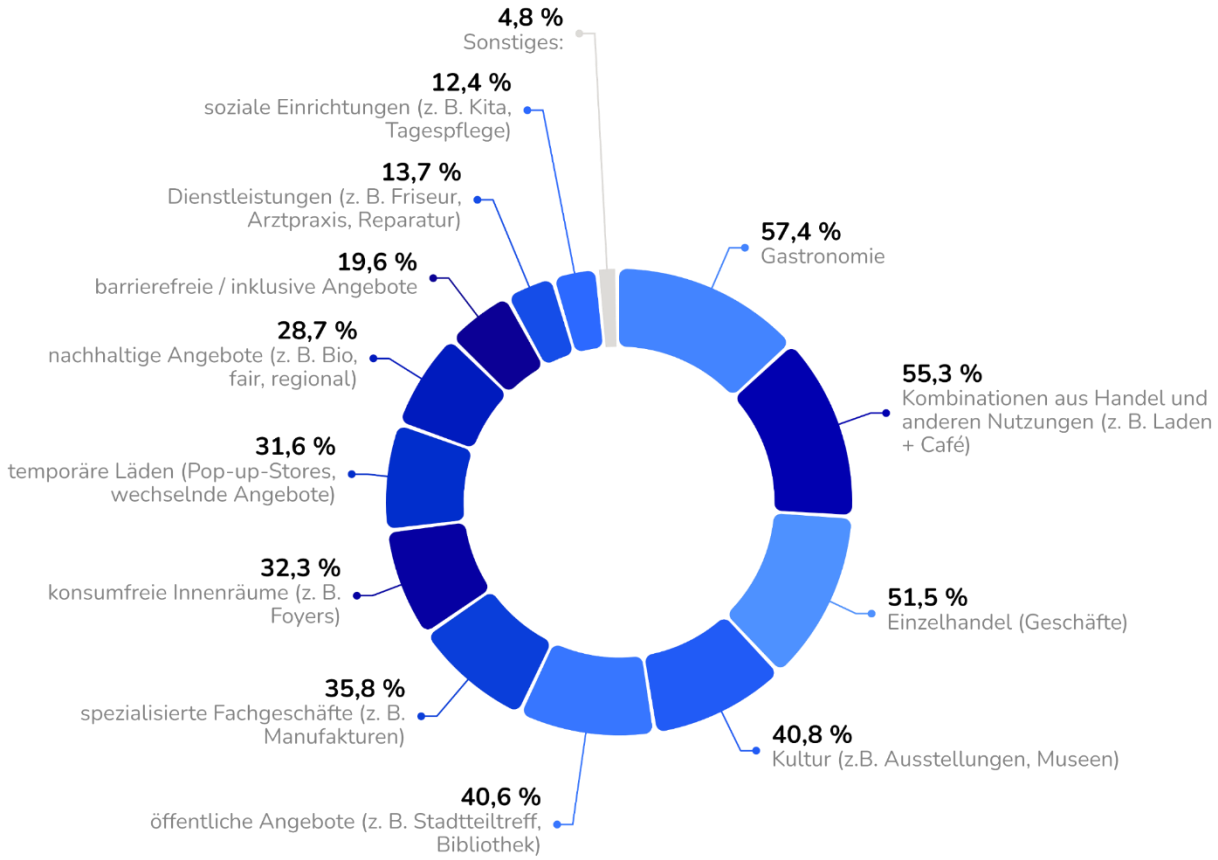
Frage 6: Welche Nutzungen und Angebote sollen die Erdgeschosszonen im neuen Quartier haben?

Teilnehmende (N) = 1.162

Aus den vorgegebenen Antwortkategorien konnten bis zu fünf Antwortmöglichkeiten ausgewählt werden.

Aufgrund der möglichen Mehrfachauswahl kann die Prozentsumme über 100% liegen.

In der Kategorie „Sonstiges“ (N = 56 (4,8%)) konnten die Teilnehmenden ergänzende Hinweise, Anregungen und Ideen zu dieser Fragestellung formulieren. Für eine bessere Übersichtlichkeit wurden die Ergebnisse fragenübergreifend nach Themen zusammengefasst. Auf eine quantitative Auswertung wird aufgrund der Vielfalt der Antworten verzichtet.



Hinweis: Die Prozentsumme kann über 100 % liegen, da Mehrfachnennungen möglich waren.

Offen, lebendig, vielfältig, nutzungsgemischt, vielseitig und niedrigschwellig – so sehen die Befragten die Erdgeschosszonen des neu entstehenden Quartiers. Am häufigsten genannt werden **Gastronomie** (57,4 %) sowie **Kombinationen aus Handel und anderen Nutzungen** wie z. B. Laden + Café (55,3 %). Direkt dahinter folgt **Einzelhandel** (51,5 %). Zusammen spiegeln diese Werte den klaren Wunsch wider, dass Erdgeschosszonen **nicht monofunktional**, sondern **gemischt, einladend und ganztägig belebt** sein sollen.

Einen weiteren zentralen Schwerpunkt bilden **öffentliche Angebote** wie Stadtteiltreffs oder Bibliotheken (40,6 %) sowie **Kulturangebote** wie Ausstellungen oder Museen (40,8 %). Diese hohen Werte unterstreichen, dass Erdgeschosszonen nicht nur wirtschaftlich funktionieren sollten, sondern eine **öffentliche und gesellschaftliche Rolle** übernehmen. Mit 35,8 % erreichen **spezialisierte Fachgeschäfte** (z. B. Manufakturen) ebenfalls hohe

Zustimmung, gefolgt von **temporären Läden / Pop-up-Stores** (31,6 %) sowie **nachhaltige Angebote** (28,7 %).

Ebenfalls relevant sind **konsumfreie Innenräume** wie Foyers (32,3 %), die den Aufenthalt ohne Kaufzwang ermöglichen. **Klassische Dienstleistungen** (13,7 %) und **soziale Einrichtungen** (12,4 %) werden als ergänzende Bausteine genannt. **Barrierefreie und inklusive Angebote** (19,6 %) spielen ebenfalls eine bedeutende Rolle.

Auswertung der Prioritäten nach Geschlecht

Die differenzierte Analyse konzentriert sich auf die Geschlechtergruppen „Weiblich“ n = 633) und „Männlich“ (n = 420). Auf eine gesonderte Auswertung der Kategorien „Divers" (n = 13) und „Keine Angabe" (n = 47) wird verzichtet, da die geringen Fallzahlen keine statistisch belastbaren Aussagen zulassen. Die Daten dieser Gruppen fließen in die Gesamtauswertung ein.

Top 5 Prioritäten der befragten Frauen:

1. Kombination aus Handel & anderen Nutzungen
2. Gastronomie
3. Einzelhandel
4. Öffentliche Angebote (z. B. Stadtteiltreff, Bibliothek)
5. Kultur

Top 5 Prioritäten der befragten Männer:

1. Gastronomie
2. Kombination aus Handel & anderen Nutzungen (z. B. Laden + Café)
3. Einzelhandel (Geschäfte)
4. Kultur (z. B. Ausstellungen, Museum)
5. Spezialisierte Fachgeschäfte (z. B. Manufakturen)

Die TOP 5 enthalten bei beiden Geschlechtern weitgehend dieselben Themen, jedoch in unterschiedlicher Reihenfolge und Gewichtung. Gastronomie und Kombinationen aus Handel und anderen Nutzungen bilden bei beiden Geschlechtern die Spitzenplätze – bei Frauen führen Kombinationskonzepte im Handel, bei Männern die Gastronomie. Einzelhandel ist für beide Geschlechter sehr wichtig. Einziger Unterschied in der TOP-5-Zusammensetzung: Während Frauen öffentliche Angebote (z. B. Stadtteiltreff, Bibliothek, o. ä.) priorisieren, setzen Männer auf spezialisierte Fachgeschäfte.

Die Themen außerhalb der TOP 5 zeigen teilweise deutliche Geschlechterunterschiede. Temporäre Läden (Pop-up-Stores), nachhaltige Angebote (Bio, fair, regional) sowie Barrierefreie/inklusive Angebote werden von den weiblichen Teilnehmenden höher priorisiert als von den männlichen Teilnehmenden.

Nahezu identisch bewerten beide Geschlechter konsumfreie Innenräume und soziale Einrichtungen wie Kitas. Letztere haben bei beiden Gruppen insgesamt die niedrigste Priorität.

Auswertung der Prioritäten nach Altersgruppen

Die differenzierte Analyse gliedert die Befragten in fünf Altersgruppen: unter 18 Jahre (n = 41), 18–34 Jahre (n = 482), 35–54 Jahre (n = 375), 55–74 Jahre (n = 197) sowie 75 Jahre und älter (n = 17). Die Gruppen unter 18 und über 75 Jahre weisen geringe Fallzahlen auf, wodurch die Ergebnisse nur eingeschränkt verallgemeinerbar sind.

Gemeinsamkeiten über alle Altersgruppen:

Einzelhandelsangebote, auch in der **Kombination aus Handel und anderen Nutzungen**, **Gastronomie** und **öffentliche Angebote** (z. B. Stadtteiltreff, Bibliothek) erscheinen allen Altersgruppen als geeignete Nutzungen für die Erdgeschossflächen. **Kulturelle Angebote** werden von den Altersgruppen 18+ Jahre als geeignete Nutzungen in den Erdgeschosszonen wahrgenommen.

Altersspezifische Unterschiede:

Die Kategorie **temporäre Läden/Pop-up-Stores** weist den größten Unterschied zwischen den Altersgruppen auf: Während die Altersgruppen unter 18 Jahren und 18–34 Jahre diese Nutzung als erdgeschosstauglich sieht, sinkt der Anteil mit zunehmendem Alter. **Spezialisierte Fachgeschäfte** (Manufakturen) zeigen hingegen einen gegenläufigen Trend: Mit steigendem Alter nimmt die Präferenz deutlich zu. Dies spiegelt unterschiedliche Konsumgewohnheiten wider. **Öffentliche Angebote** sowie **Nahversorgung** gewinnen ab den mittleren Altersgruppen als mögliche Nutzung an Bedeutung.

Konsumfreie Innenräume sind eher für die Altersgruppen <18 und 75+ relevant. Die Verortung **sozialer Einrichtungen** (z. B. Kita, Tagespflege) in den Erdgeschossen hat altersgruppenübergreifend eine eher niedrige Priorität, möglicherweise, weil Kitas und Tagespflege nicht als "Erdgeschossnutzung" in der Innenstadt wahrgenommen werden. Auch **Dienstleistungen** und **barrierefreie Angebote** bleiben deutlich unter dem Durchschnitt.

Frage 7: Welche Angebote aus den Bereichen Kreativwirtschaft und Produktion/Handwerk würden aus Ihrer Sicht gut in das neue Quartier passen?

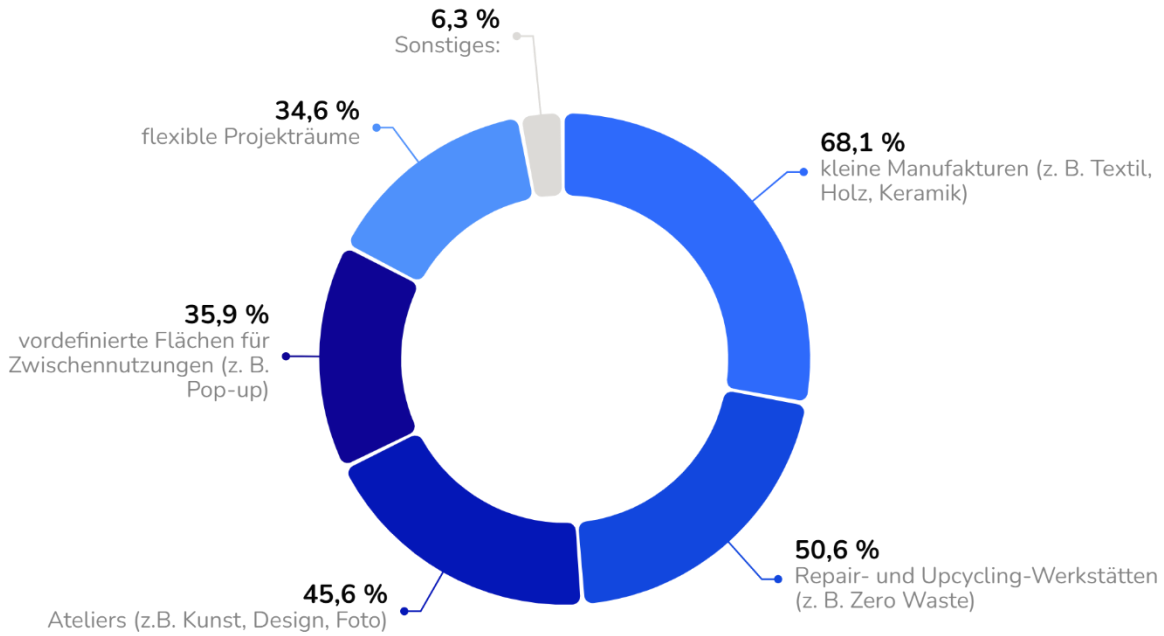
Teilnehmende (N) = 1.103

Aus den vorgegebenen Antwortkategorien konnten bis zu fünf Antwortmöglichkeiten ausgewählt werden.

Aufgrund der möglichen Mehrfachauswahl kann die Prozentsumme über 100% liegen.

In der Kategorie „Sonstiges“ (N = 69 (6,3%)) konnten die Teilnehmenden ergänzende Hinweise, Anregungen und Ideen zu dieser Fragestellung formulieren. Für eine bessere Übersichtlichkeit wurden die Ergebnisse fragenübergreifend nach Themen zusammengefasst. Auf eine quantitative Auswertung wird aufgrund der Vielfalt der Antworten

verzichtet.



Kreativwirtschaft und Handwerk werden sich im neuen Quartier vor allem **offen, sichtbar, alltagsnah und wirtschaftlich tragfähig** gewünscht.

Mit 68,1 % erhalten **kleine Manufakturen** (z. B. Textil, Holz, Keramik) die mit Abstand höchste Zustimmung. Dies signalisiert ein starkes Interesse an sichtbarer, lokaler Produktion, die Identität schafft, Handwerk erlebbar macht und sich vom Online- und Kettenangebot abhebt.

Ebenfalls sehr hoch bewertet werden **Repair- und Upcycling-Werkstätten** mit 50,6 %. Diese Nennung steht klar im Kontext von Nachhaltigkeit, Ressourcenschonung und einer Alltagsnähe, die viele Befragte für zukunftsfähig halten. Ateliers für Kunst, Design und Fotografie erreichen 45,6 %, gefolgt von vordefinierten **Flächen für Zwischennutzungen** (35,9 %) und **flexiblen Projekträumen** (34,6 %).

Kreativwirtschaft und Handwerk werden jedoch nicht einheitlich positiv gesehen. Neben vielen konkreten Ideen gibt es **Bedenken** hinsichtlich Finanzierbarkeit, Zielgruppenwirkung und tatsächlicher Belebung der Innenstadt.

Auswertung der Prioritäten nach Geschlecht

Die differenzierte Analyse konzentriert sich auf die Geschlechtergruppen „Weiblich" (n = 613) und „Männlich" (n = 394). Auf eine gesonderte Auswertung der Kategorien „Divers" (n = 12) und „Keine Angabe" (n = 45) wird verzichtet, da die geringen Fallzahlen keine statistisch belastbaren Aussagen zulassen. Die Daten dieser Gruppen fließen in die Gesamtauswertung ein.

Bei der Frage nach geeigneten Angeboten aus den Bereichen Kreativwirtschaft und Produktion/Handwerk zeigen sich weitgehende Übereinstimmungen zwischen den Geschlechtern. Kleine Manufakturen (z. B. Textil, Holz, Keramik) sind mit deutlichem Abstand

das beliebteste Thema bei beiden Geschlechtern. Auch Repair- und Upcycling-Werkstätten sowie Ateliers finden bei beiden Gruppen hohe Zustimmung.

Die deutlichsten Geschlechterunterschiede zeigen sich bei den Flächen für Zwischennutzungen (Pop-up) und den flexiblen Projekträumen. Pop-up-Flächen werden von Frauen deutlich stärker priorisiert. Flexible Projekträume hingegen sprechen Männer stärker an.

Insgesamt zeigt sich ein konsistentes Bild: Handwerkliche und kreative Angebote mit Bezug zu Nachhaltigkeit und lokaler Produktion (Manufakturen, Repair-Werkstätten) sind geschlechterübergreifend die wichtigsten Themen. Die Unterschiede liegen vor allem in der Nutzungsflexibilität – Frauen bevorzugen temporäre, experimentelle Formate (Pop-up), während Männer eher dauerhafte, multifunktionale Räume (Projekträume) priorisieren.

Auswertung der Prioritäten nach Altersgruppen

Die differenzierte Analyse nach Altersgruppen umfasst fünf Kategorien: unter 18 Jahre (n = 42), 18–34 Jahre (n = 460), 35–54 Jahre (n = 360), 55–74 Jahre (n = 185) und 75 Jahre und älter (n = 16). Aufgrund der geringen Fallzahl in der Gruppe 75+ sind die Ergebnisse dieser Kategorie nur eingeschränkt belastbar.

Gemeinsamkeiten über alle Altersgruppen:

Kleine Manufakturen (z. B. Textil, Holz, Keramik) sind in allen Altersgruppen das mit Abstand beliebteste Angebot. **Repair- und Upcycling-Werkstätten** finden ebenfalls in allen Altersgruppen hohe Zustimmung.

Das Interesse an **Ateliers** (Kunst, Design, Foto) steigt mit zunehmendem Alter. Andersherum verhält es sich bei **Flächen für Zwischennutzungen** (Pop-up): Hier zeigen sich jüngere Befragte sind deutlich interessierter. **Flexible Projekträume** werden über alle Altersgruppen hinweg relativgleichmäßig bewertet. Sowohl flexible Projekträume als auch Flächen für Zwischennutzungen belegen hinsichtlich der Priorität in den meisten Altersgruppen tendenziell eher die hinteren Ränge.

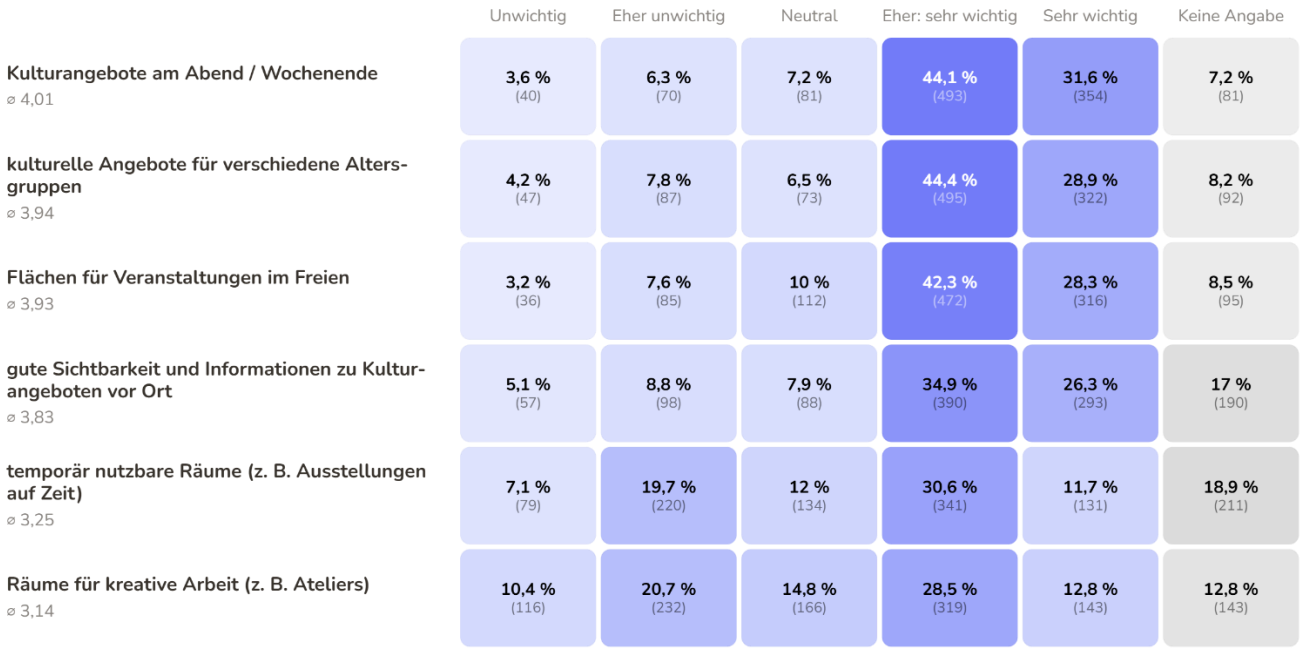
Besonderheiten der einzelnen Altersgruppen:

- Unter 18 Jahre (n = 74): Hohe Offenheit für experimentelle Formate; relativ gleichmäßige Verteilung der Interessen über alle Themen.
- 18–34 Jahre (n = 474): Stärkstes Interesse an Repair-/Upcycling-Angeboten; hohe Affinität zu temporären Nutzungen.
- 35–54 (n = 392) Jahre: Ausgewogenes Profil mit mittlerer bis hoher Zustimmung bei allen Themen.
- 55–74 Jahre: Höchste Werte bei Manufakturen und Ateliers.
- 75 Jahre und älter: Kaum Interesse an Pop-up-Flächen aber überdurchschnittlich hohes Interesse an Ateliers (52,6 %).

Frage 8: Wie wichtig sind Ihnen kulturelle Angebote im neuen Quartier?

Teilnehmende (N) = 1.120

Die Teilnehmenden konnten die vorgegebenen Antwortkategorien (Items) auf einer fünfstufigen Skala von „Unwichtig“ bis „Sehr wichtig“ (Skalenwerte 1 bis 5) bewerten. Es war möglich, einzelne Items oder den gesamten Fragenblock ohne Angabe zu überspringen. Die Abbildung zeigt die Items und die jeweiligen Bewertungsergebnisse einschließlich des Mittelwerts. Ein höherer Mittelwert (Annäherung an 5 = „Sehr wichtig“) steht dabei für eine insgesamt höhere zugeschriebene Bedeutung des Items, ein niedrigerer Mittelwert (Annäherung an 1 = „Unwichtig“) entsprechend für geringere Bedeutung; Werte um 3 markieren eine mittlere Einschätzung.



	Unwichtig	Eher unwichtig	Neutral	Eher: sehr wichtig	Sehr wichtig	Keine Angabe
Kulturangebote am Abend / Wochenende ⌀ 4,01	3,6 % (40)	6,3 % (70)	7,2 % (81)	44,1 % (493)	31,6 % (354)	7,2 % (81)
kulturelle Angebote für verschiedene Altersgruppen ⌀ 3,94	4,2 % (47)	7,8 % (87)	6,5 % (73)	44,4 % (495)	28,9 % (322)	8,2 % (92)
Flächen für Veranstaltungen im Freien ⌀ 3,93	3,2 % (36)	7,6 % (85)	10 % (112)	42,3 % (472)	28,3 % (316)	8,5 % (95)
gute Sichtbarkeit und Informationen zu Kulturangeboten vor Ort ⌀ 3,83	5,1 % (57)	8,8 % (98)	7,9 % (88)	34,9 % (390)	26,3 % (293)	17 % (190)
temporär nutzbare Räume (z. B. Ausstellungen auf Zeit) ⌀ 3,25	7,1 % (79)	19,7 % (220)	12 % (134)	30,6 % (341)	11,7 % (131)	18,9 % (211)
Räume für kreative Arbeit (z. B. Ateliers) ⌀ 3,14	10,4 % (116)	20,7 % (232)	14,8 % (166)	28,5 % (319)	12,8 % (143)	12,8 % (143)

Die Ergebnisse zeigen insgesamt sehr deutlich, dass **kulturelle Angebote für das neue Quartier eine zentrale Rolle** spielen. Insbesondere kulturelle Formate mit **öffentlicher Wirkung, Regelmäßigkeit und Zugänglichkeit** werden von vielen Befragten als wichtig bis sehr wichtig bewertet.

Das gilt vor allem für **Kulturangebote am Abend und am Wochenende**, die mit einem sehr hohen Zustimmungsniveau (Ø 4,01) als wesentlicher Baustein für Belebung, Aufenthaltsqualität und Frequenz außerhalb der Ladenöffnungszeiten gesehen werden. Ähnlich stark ausgeprägt ist die Bedeutung **kultureller Angebote für verschiedene Altersgruppen** (Ø 3,94) sowie von **Flächen für Veranstaltungen im Freien** (Ø 3,93). Auch die **gute Sichtbarkeit und Information** über Kulturangebote vor Ort wird überwiegend als wichtig eingeschätzt (Ø 3,83). Etwas differenzierter fällt die Bewertung bei **temporär nutzbaren Räumen sowie Räumen für kreative Arbeit** (z. B. Ateliers) aus. Beide Aspekte erreichen zwar insgesamt ebenfalls mehrheitlich positive Bewertungen, liegen mit Ø 3,25 bzw. Ø 3,14 jedoch unter den zuvor genannten Punkten. Gleichzeitig ist hier der Anteil neutraler oder zurückhaltender Einschätzungen höher. Das deutet darauf hin, dass diese Angebote eher als **ergänzende Bausteine** gesehen werden, deren Relevanz stark von

konkreter Ausgestaltung abhängt. Reine Produktions- oder Arbeitsräume ohne sichtbaren Bezug zum öffentlichen Leben werden damit deutlich weniger priorisiert als publikumswirksame Kulturformate.

Auswertung der Prioritäten nach Geschlecht

Die differenzierte Analyse konzentriert sich auf die Geschlechtergruppen „Weiblich“ (n = 620) und „Männlich“ (n = 411). Auf eine gesonderte Auswertung der Kategorien „Divers" (n = 13) und „Keine Angabe" (n = 46) wird verzichtet, da die geringen Fallzahlen keine statistisch belastbaren Aussagen zulassen. Die Daten dieser Gruppen fließen in die Gesamtauswertung ein.

Gemeinsamkeiten:

Beide Geschlechter bewerten „Kulturangebote am Abend/Wochenende" als wichtigsten Aspekt (Weiblich: 4,00 / Männlich: 4,05). Auch „Flächen für Veranstaltungen im Freien" werden nahezu identisch eingeschätzt (3,94 vs. 3,93).

Unterschiede:

Weibliche Teilnehmende priorisieren stärker:

- Kulturelle Angebote für verschiedene Altersgruppen (4,03 vs. 3,77)
- Räume für kreative Arbeit/Ateliers (3,29 vs. 2,90)
- Sichtbarkeit/Informationen zu Kulturangeboten (3,90 vs. 3,68)

Niedrigste Prioritäten:

„Temporär nutzbare Räume" haben bei Frauen die niedrigste Priorität (3,28). Bei Männern hingegen sind „Räume für kreative Arbeit (Ateliers)" der am niedrigsten bewertete Aspekt (2,90).

Auswertung der Prioritäten nach Altersgruppen

Die differenzierte Analyse nach Altersgruppen umfasst fünf Kategorien: unter 18 Jahre (n = 43), 18–34 Jahre (n = 474), 35–54 Jahre (n = 365), 55–74 Jahre (n = 191) und 75 Jahre und älter (n = 16). Aufgrund der geringen Fallzahlen in den Gruppen <18 und 75+ sind die Ergebnisse dieser Kategorie nur sehr eingeschränkt belastbar.

Gemeinsamkeiten über alle Altersgruppen:

Der Aspekt „Kulturangebote am Abend/Wochenende" erzielt in vier von fünf Altersgruppen (18-34, 35-54, 55-74, 75+) die höchste oder zweithöchste Bewertung (3,92–4,08). Auch „Flächen für Veranstaltungen im Freien" werden generationenübergreifend als eher wichtig eingeschätzt (3,85–4,01). „Räume für kreative Arbeit (Ateliers)“ hat in allen Altersgruppen die niedrigste oder zweitniedrigste Priorität (2,89–3,33).

Besonderheiten der einzelnen Altersgruppen:

Unter 18 Jahre: Diese Gruppe weicht deutlich vom Gesamtbild ab. „Kulturangebote am Abend/ Wochenende" werden mit 3,43 am niedrigsten bewertet. Stattdessen priorisieren Jugendliche „Flächen für Veranstaltungen im Freien" (3,98) als wichtigsten Aspekt.

18–34 Jahre: Die jungen Erwachsenen zeigen die höchste Präferenz für „Kulturangebote am Abend/Wochenende" (4,08). Auch „kulturelle Angebote für verschiedene Altersgruppen" werden hier am höchsten bewertet (3,98).

35–54 Jahre: Diese Altersgruppe bewertet „Flächen für Veranstaltungen im Freien" mit 4,01 am höchsten. Die Prioritäten ähneln stark der Gruppe 18–34, mit leicht geringerer Gewichtung der Abend-/Wochenendangebote.

55–74 Jahre: Die Bewertungen liegen insgesamt leicht unter dem Durchschnitt der jüngeren Gruppen. „Temporär nutzbare Räume" gewinnen leicht an Bedeutung

75 Jahre und älter: Diese Gruppe zeigt den höchsten Einzelwert der gesamten Auswertung bei „Sichtbarkeit/Informationen zu Kulturangeboten" (4,33) Auch „temporär nutzbare Räume" werden hier am höchsten bewertet (3,64).

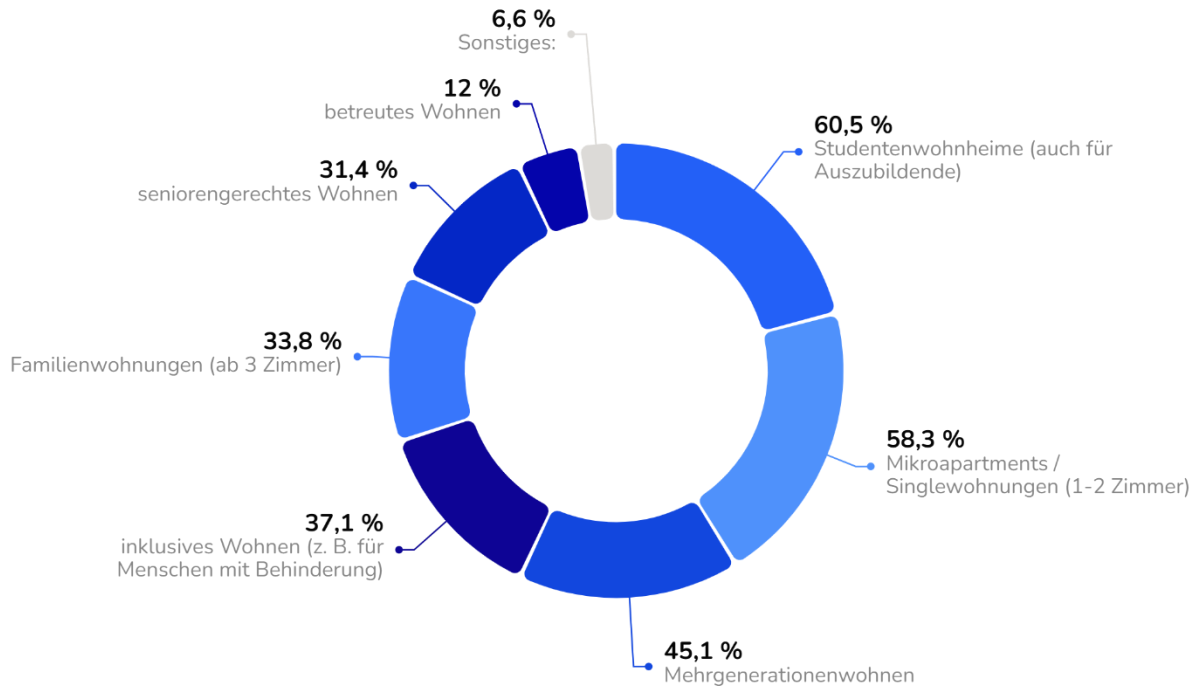
Frage 9: Welche Wohnformen passen gut in ein neues Quartier?

Teilnehmende (N) = 1.102

Aus den vorgegebenen Antwortkategorien konnten bis zu fünf Antwortmöglichkeiten ausgewählt werden.

Aufgrund der möglichen Mehrfachauswahl kann die Prozentsumme über 100% liegen.

In der Kategorie „Sonstiges“ (N = 73 (6,6%)) konnten die Teilnehmenden ergänzende Hinweise, Anregungen und Ideen zu dieser Fragestellung formulieren. Für eine bessere Übersichtlichkeit wurden die Ergebnisse fragenübergreifend nach Themen zusammengefasst. Auf eine quantitative Auswertung wird aufgrund der Vielfalt der Antworten verzichtet.



Wohnen wird von vielen Befragten als sinnvoller Bestandteil eines lebendigen Quartiers gesehen – insbesondere zur Stärkung von Alltagsnutzung und sozialer Durchmischung. Gleichzeitig ist die Akzeptanz stark davon abhängig, dass Wohnraum **bezahlbar, sozial ausgewogen und nicht dominierend** ist.

Mit 60,5 % erhält **Studierenden- und Auszubildenden-wohnen** die höchste Zustimmung. Ebenfalls sehr hoch bewertet werden **Mikro- und Singlewohnungen** mit 58,3 %, was auf eine breite Akzeptanz kompakter Wohnformen in zentraler Lage hindeutet. Darüber hinaus finden **Mehrgenerationenwohnen** (45,1 %) sowie **inklusive Wohnformen** für Menschen mit Behinderung (37,1 %) vergleichsweise hohe Zustimmung. **Familienwohnungen** (33,8 %) und **seniorengerechtes Wohnen** (31,4 %) werden ebenfalls befürwortet, wenngleich mit geringerer Priorität. Vergleichsweise gering fällt die Zustimmung für **betreutes Wohnen** aus (12 %).

Die offenen Antworten machen deutlich, dass Wohnen im Quartier deutlich stärker polarisiert als andere Themen der Umfrage. Neben einer klaren **Befürwortung unter bestimmten Bedingungen** gibt es auch eine relevante Gruppe, die **Wohnen an diesem Standort grundsätzlich ablehnt**.

Auswertung der Prioritäten nach Geschlecht

Die differenzierte Analyse konzentriert sich auf die Geschlechtergruppen „Weiblich" (n = 611) und „Männlich" (n = 402). Auf eine gesonderte Auswertung der Kategorien „Divers" (n = 14) und „Keine Angabe" (n = 47) wird aufgrund der geringen Fallzahlen verzichtet, da diese keine statistisch belastbaren Aussagen zulassen.

Top 3 Prioritäten der befragten Frauen:

1. Studentenwohnheime
2. Mikroapartments/Singlewohnungen
3. Mehrgenerationenwohnen

Top 3 Prioritäten der befragten Männer:

1. Mikroapartments/Singlewohnungen
2. Studentenwohnheime
3. Mehrgenerationenwohnen

Die TOP 3 enthalten bei beiden Geschlechtern dieselben Themen, nur in leicht unterschiedlicher Reihenfolge. **Mikroapartments** und **Studentenwohnheime** werden von beiden Geschlechtern mit deutlichem Abstand priorisiert, während **Mehrgenerationenwohnen** bei Frauen stärker ausgeprägt ist.

Die Themen außerhalb der TOP 3 zeigen insgesamt deutlichere Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Auffällig sind vor allem die Kategorien **inklusives Wohnen** und **seniorengerechtes Wohnen**, die von den weiblichen Teilnehmenden höher priorisiert werden. **Familienwohnungen** hingegen werden von den männlichen Teilnehmenden stärker priorisiert. Die Kategorie **betreutes Wohnen** belegt bei beiden Geschlechtern mit deutlichem Abstand den letzten Platz, was darauf hindeutet, dass diese Wohnform als weniger passend das neue Quartier wahrgenommen wird.

Auswertung der Prioritäten nach Altersgruppen

Die Analyse umfasst fünf Altersgruppen: <18 Jahre (n = 39), 18-34 Jahre (n = 461), 35-54 Jahre (n = 364), 55-74 Jahre (n = 191) und 75+ Jahre (n = 18). Aufgrund der geringen Fallzahlen in den Gruppen <18 und 75+ sind die Ergebnisse dieser Kategorie nur sehr eingeschränkt belastbar.

Gemeinsamkeiten über alle Altersgruppen:

Mikroapartments/Singlewohnungen und **Studentenwohnheime** gehören in allen Altersgruppen zu den am häufigsten gewählten Wohnformen. **Betreutes Wohnen** belegt durchgängig den letzten oder vorletzten Platz – eine Wohnform, die im Kontext eines neuen Quartiers offenbar als weniger passend wahrgenommen wird. **Mehrgenerationenwohnen** findet generationenüber-greifend Zuspruch, wenngleich in unterschiedlicher Intensität. Mit zunehmendem Alter verschiebt sich der Fokus von Studentenwohnheimen hin zu Mehrgenerationenwohnen und Seniorengerechtem Wohnen.

Besonderheiten der Altersgruppe <18 Jahre: Diese Gruppe zeigt die höchste Zustimmung zu Studentenwohnheimen. Auffällig ist die hohe Priorisierung von Familienwohnungen. Seniorengerechtes Wohnen hat hier erwartungsgemäß die geringste Relevanz aller Gruppen.

Besonderheiten der Altersgruppe 18-34 Jahre: Bemerkenswert ist das hohe Interesse an Inklusivem Wohnen – der höchste Wert aller Altersgruppen.

Besonderheiten der Altersgruppe 35-54 Jahre: Mehrgenerationenwohnen rückt erstmals unter die Top 3. Diese Gruppe zeigt die ausgewogenste Verteilung über alle Wohnformen.

Besonderheiten der Altersgruppe 55-74 Jahre: Mehrgenerationenwohnen erreicht in dieser Gruppe den höchsten Wert aller Gruppen. Seniorengerechtes Wohnen gewinnt deutlich an Bedeutung. Familienwohnungen und inklusives Wohnen verlieren im Vergleich zu jüngeren Gruppen an Priorität.

Besonderheiten der Altersgruppe 75+ Jahre: Mikroapartments erreichen den höchsten Wert aller Gruppen. Inklusives Wohnen fällt auf den niedrigsten Wert aller Altersgruppen.

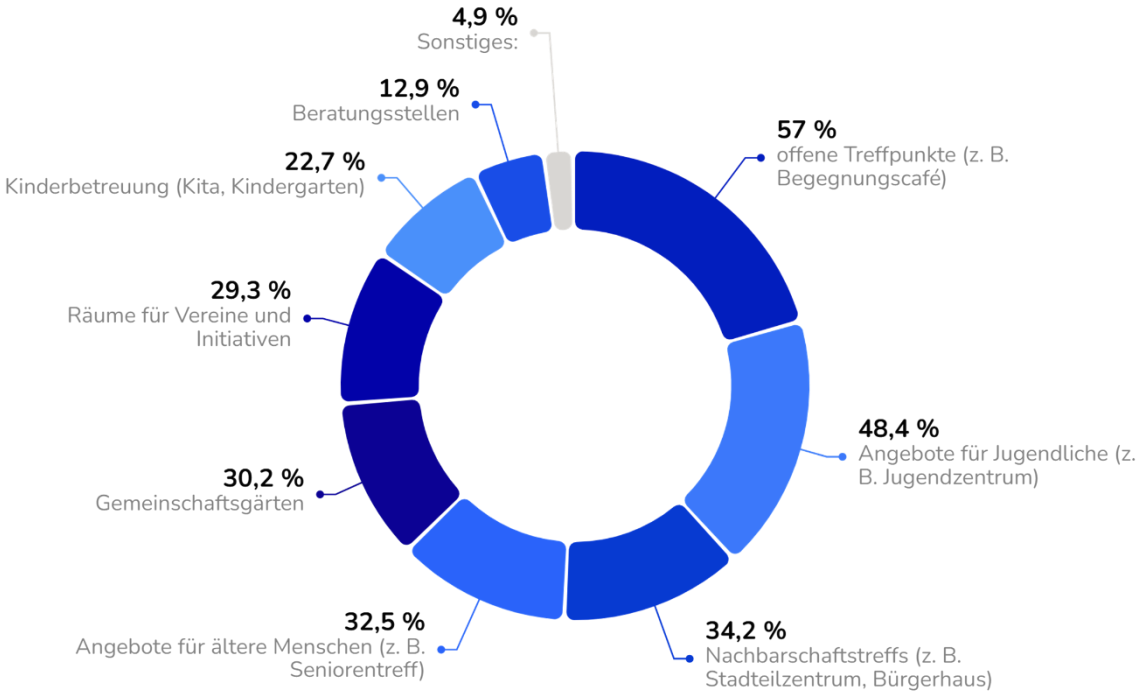
Frage 10: Welche sozialen Angebote stärken aus Ihrer Sicht das Zusammenleben in der Innenstadt?

Teilnehmende (N) = 1.107

Aus den vorgegebenen Antwortkategorien konnten bis zu fünf Antwortmöglichkeiten ausgewählt werden.

Aufgrund der möglichen Mehrfachauswahl kann die Prozentsumme über 100% liegen.

In der Kategorie „Sonstiges“ (N = 54 (4,9%)) konnten die Teilnehmenden ergänzende Hinweise, Anregungen und Ideen zu dieser Fragestellung formulieren. Für eine bessere Übersichtlichkeit wurden die Ergebnisse fragenübergreifend nach Themen zusammengefasst. Auf eine quantitative Auswertung wird aufgrund der Vielfalt der Antworten verzichtet.



Soziales Miteinander wird von den Befragten vor allem **über offene und konsumfreie Begegnungsräume** wahrgenommen. Klassische soziale Einrichtungen werden ebenfalls als wichtig eingeschätzt, stehen aber nicht im Vordergrund.

Angebote in Form von **offenen Treffpunkten** wie Begegnungscafés erhalten mit 57 % die höchste Zustimmung. Ebenfalls sehr hoch bewertet werden **Angebote für Jugendliche** (48,4 %). Darauf folgen **Nachbarschaftstreffs** wie Stadtteilzentren oder Bürgerhäuser (34,2 %), **Angebote für ältere Menschen** (32,5 %) sowie **Gemeinschaftsgärten** (30,2 %). **Räume für Vereine und Initiativen** erreichen 29,3 %, **Kinderbetreuung** 22,7 % und **Beratungsstellen** 12,9 %. Insgesamt zeigt sich damit ein deutlicher Schwerpunkt auf Begegnung, Austausch und gemeinschaftlicher Nutzung, weniger auf spezialisierten oder stark institutionellen Angeboten. Die offenen Antworten unterstreichen, dass soziale Angebote weniger als separater Baustein, sondern als integraler Bestandteil eines lebendigen Quartiers verstanden werden.

Auswertung der Prioritäten nach Geschlecht

Die differenzierte Analyse konzentriert sich auf die Geschlechtergruppen „Weiblich" (n = 616) und „Männlich" (n = 407). Auf eine gesonderte Auswertung der Kategorien „Divers" (n = 13) und „Keine Angabe" (n = 44) wird aufgrund der geringen Fallzahlen verzichtet, da diese keine statistisch belastbaren Aussagen zulassen.

Top 3 Prioritäten der befragten Frauen:

1. Offene Treffpunkte
2. Angebote für Jugendliche
3. Gemeinschaftsgärten

Top 3 Prioritäten der befragten Männer:

1. Offene Treffpunkte
2. Angebote für Jugendliche
3. Nachbarschaftstreffs

Die TOP 3 enthalten bei beiden Geschlechtern auf den ersten beiden Plätzen dieselben Themen: Offene Treffpunkte und Angebote für Jugendliche werden geschlechterübergreifend mit deutlichem Abstand priorisiert. Beim dritten Platz zeigt sich jedoch ein Unterschied: Während Männer Nachbarschaftstreffs bevorzugen, priorisieren Frauen Gemeinschaftsgärten.

Die Themen außerhalb der TOP 3 zeigen teils deutliche Unterschiede zwischen den Geschlechtern. Besonders auffällig ist die Kategorie Gemeinschaftsgärten, die von weiblichen Teilnehmenden erheblich höher priorisiert wird als von den männlichen Teilnehmenden. Ebenso werden Angebote für ältere Menschen von Frauen stärker gewichtet. Hingegen priorisieren männliche Teilnehmende die Kategorien Räume für Vereine und Kinderbetreuung etwas stärker. Die Kategorie Beratungsstellen belegt bei beiden Geschlechtern mit Abstand den letzten Platz, was darauf hindeutet, dass dieses Angebot als weniger zentral für das Zusammenleben in der Innenstadt wahrgenommen wird.

Auswertung der Prioritäten nach Altersgruppen

Die Analyse umfasst fünf Altersgruppen: <18 Jahre (n = 39), 18-34 Jahre (n = 469), 35-54 Jahre (n = 367), 55-74 Jahre (n = 188) und 75+ Jahre (n = 17). Aufgrund der geringen Fallzahlen in den Gruppen <18 und 75+ sind die Ergebnisse dieser Kategorie nur sehr eingeschränkt belastbar.

Gemeinsamkeiten über alle Altersgruppen:

Offene Treffpunkte und **Angebote für Jugendliche** gehören in fast allen Altersgruppen zu den am häufigsten gewählten Angeboten. **Beratungsstellen** belegen durchgängig den letzten oder vorletzten Platz – ein Angebot, das im Kontext der Innenstadtentwicklung offenbar als weniger zentral wahrgenommen wird. **Nachbarschaftstreffs** finden generationenübergreifend Zuspruch, wenngleich in unterschiedlicher Intensität. Mit zunehmendem Alter verschiebt sich der Fokus von Angeboten für Jugendliche hin zu Angeboten für ältere Menschen und Nachbarschaftstreffs.

Altersgruppe <18 Jahre: Diese Gruppe zeigt die mit Abstand höchste Zustimmung zu Angeboten für Jugendliche. Niedrig priorisiert werden Kinderbetreuung und Angeboten für ältere Menschen.

Altersgruppe 18-34 Jahre: Offene Treffpunkte erreichen den höchsten Wert aller Altersgruppen. Auch besteht ein hohes Interesse an Angeboten für Jugendliche. Räume für Vereine werden in dieser Gruppe am stärksten priorisiert.

Altersgruppe 35-54 Jahre: Diese Gruppe zeigt die ausgewogenste Verteilung über alle Angebote. Nach-barschaftstreffs rücken stärker in den Fokus. Kinder-betreuung erreicht den höchsten Wert aller Alters-gruppen.

Altersgruppe 55-74 Jahre: Angebote für ältere Menschen erreichen einen deutlich höheren Wert als in jüngeren Gruppen. Nachbarschaftstreffs belegen hier den zweithöchsten Wert. Angebote für Jugendliche und Räume für Vereine an Priorität.

Altersgruppe 75+ Jahre: Angebote für ältere Menschen sowie Beratungsstellen erreichen den höchsten Wert aller Altersgruppen. Angebote für Jugendliche und Gemeinschaftsgärten fallen auf die niedrigsten Werte.

Frage 11: Wie wichtig sind Ihnen die folgenden Themen für eine nachhaltige Entwicklung des neuen Quartiers in der Bremer Innenstadt?

Teilnehmende (N) = 1.105

Die Teilnehmenden konnten die vorgegebenen Antwortkategorien (Items) auf einer fünfstufigen Skala von „Unwichtig“ bis „Sehr wichtig“ (Skalenwerte 1 bis 5) bewerten. Es war möglich, einzelne Items oder den gesamten Fragenblock ohne Angabe zu überspringen. Die Abbildung zeigt die Items und die jeweiligen Bewertungsergebnisse einschließlich des Mittelwerts. Ein höherer Mittelwert (Annäherung an 5 = „Sehr wichtig“) steht dabei für eine insgesamt höhere zugeschriebene Bedeutung des Items, ein niedrigerer Mittelwert (Annäherung an 1 = „Unwichtig“) entsprechend für geringere Bedeutung; Werte um 3 markieren eine mittlere Einschätzung.

	Unwichtig	Eher unwichtig	Neutral	Eher: sehr wichtig	Sehr wichtig	Keine Angabe
klimaresiliente Gestaltung (z. B. Verschattung, Kühlung, Hitzereduzierung) ⌀ 4,49	1,1 % (12)	2,3 % (25)	3,5 % (39)	28,9 % (318)	57,3 % (631)	7 % (77)
begrünte Fassaden und Dachflächen ⌀ 4,42	2,4 % (27)	3,4 % (37)	4,7 % (52)	27 % (298)	59,2 % (654)	3,3 % (36)
Nutzung von Solarenergie ⌀ 4,37	2,1 % (23)	2,4 % (26)	5,5 % (61)	33,1 % (365)	51,4 % (567)	5,6 % (62)
Regenwassermanagement (z. B. Versickerung, Speicherung) ⌀ 4,31	1,6 % (18)	4 % (44)	4,7 % (52)	35,1 % (387)	45,5 % (501)	9 % (99)
energieeffiziente und ressourcenschonende Bauweise (z. B. nachhaltige Baustoffe) ⌀ 4,16	3,9 % (43)	6,2 % (68)	6 % (66)	31,6 % (348)	45,1 % (498)	7,3 % (80)
Förderung von Biodiversität (z. B. Pflanzenvielfalt) ⌀ 4,13	2,4 % (27)	7,6 % (84)	6,5 % (72)	30,2 % (333)	40,6 % (448)	12,7 % (140)

Alle Maßnahmen zu einer nachhaltigen Entwicklung werden durchweg positiv eingestuft. Das deutet darauf hin, dass Nachhaltigkeit nicht als Randthema, sondern als Grundvoraussetzung für das neues Quartier gesehen wird.

Die Ergebnisse zeigen eine **außergewöhnlich hohe Zustimmung über alle abgefragten Themen hinweg**. Besonders deutlich wird die Priorität bei der **klimaresilienten Gestaltung**: Maßnahmen wie Verschattung, Kühlung und Hitzeminderung werden von den Befragten als eher sehr wichtig oder sehr wichtig bewertet (Ø 4,49) und bilden damit den klaren

Spitzenwert. Ebenfalls sehr hohe Zustimmung erhalten **begrünte Fassaden und Dachflächen** (Ø 4,42) sowie die **Nutzung von Solarenergie** (Ø 4,37). Gleiches gilt für Regenwassermanagement im Sinne von **Versickerung und Speicherung** (Ø 4,31). Eine **energieeffiziente und ressourcenschonende Bauweise** (Ø 4,16) sowie die **Förderung von Biodiversität** (Ø 4,13) liegen im Mittelwert etwas niedriger, werden aber ebenfalls überwiegend als sehr wichtig eingestuft. Ablehnende Haltungen sind über alle Themen hinweg klar in der Minderheit.

Die offenen Antworten zeigen, dass Nachhaltigkeit von vielen Befragten sehr konkret, kritisch und differenziert verstanden wird. Auffällig ist dabei: Nachhaltigkeit wird nicht eindimensional als „grün“ gelesen, sondern als **Zusammenspiel aus Klimaanpassung, Ressourcen-schonung, Aufenthaltsqualität und sozialer Tragfähigkeit**.

Auswertung der Prioritäten nach Geschlecht

Die differenzierte Analyse konzentriert sich auf die Geschlechtergruppen „Weiblich" (n = 612) und „Männlich" (n = 416). Auf eine gesonderte Auswertung der Kategorien „Divers" (n = 12) und „Keine Angabe" (n = 47) wird verzichtet, da die geringen Fallzahlen keine statistisch belastbaren Aussagen zulassen. Die Daten dieser Gruppen fließen in die Gesamtauswertung ein.

Gemeinsamkeiten:

Beide Geschlechter bewerten „Klimaresiliente Gestaltung" als wichtigsten Aspekt (Weiblich: 4,54 / männlich: 4,39). Auch „Begrünte Fassaden/Dachflächen" werden von beiden Gruppen hoch eingeschätzt (4,54 vs. 4,21).

Unterschiede:

Weibliche Teilnehmende priorisieren alle Nachhaltigkeitsthemen durchgehend höher. Die größten Unterschiede zeigen sich bei:

- Förderung von Biodiversität (4,33 vs. 3,81)
- Energieeffiziente Bauweise (4,31 vs. 3,91)
- Begrünte Fassaden/Dachflächen (4,54 vs. 4,21)

Niedrigste Prioritäten:

Bei beiden Geschlechtern hat „Förderung von Biodiversität" die niedrigste Bewertung (Weiblich: 4,33 / männlich: 3,81), gefolgt von „Energieeffiziente Bauweise".

Auswertung der Prioritäten nach Altersgruppen

Die differenzierte Analyse nach Altersgruppen umfasst fünf Kategorien: unter 18 Jahre (n = 38), 18–34 Jahre (n = 473), 35–54 Jahre (n = 367), 55–74 Jahre (n = 194) und 75 Jahre und älter (n = 14). Aufgrund der geringen Fallzahlen in den Gruppen <18 und 75+ sind die Ergebnisse dieser Kategorien nur eingeschränkt belastbar.

Gemeinsamkeiten über alle Altersgruppen:

Der Aspekt „Klimaresiliente Gestaltung" erzielt in allen Altersgruppen die höchste oder zweithöchste Bewertung (4,38–4,52). Auch „Begrünte Fassaden/ Dachflächen" werden

generationenüber-greifend als wichtig eingeschätzt (3,97–4,58). „Förderung von Biodiversität" hat in fast allen Altersgruppen eine der niedrigeren Prioritäten (3,58–4,22).

Besonderheiten der einzelnen Altersgruppen:

Unter 18 Jahre: Diese Gruppe bewertet „Begrünte Fassaden/Dachflächen" mit 4,58 am höchsten – der höchste Einzelwert aller Altersgruppen für dieses Thema. „Energieeffiziente Bauweise" wird mit 3,86 am niedrigsten bewertet.

18–34 Jahre: Die Gruppe zeigt ein ausgewogenes Profil mit hoher Präferenz für „Klimaresiliente Gestaltung" (4,46) und „Begrünte Fassaden" (4,42).

35–54 Jahre: Diese Altersgruppe bewertet „Klimaresiliente Gestaltung" mit 4,52 am höchsten.

55–74 Jahre: „Klimaresiliente Gestaltung" (4,52) und „Nutzung von Solarenergie" (4,46) werden am höchsten bewertet.

75 Jahre und älter: Diese Gruppe zeigt die niedrigsten Einzelwerte bei „Begrünten Fassaden" (3,97), „Energieeffizienter Bauweise" (3,86) und besonders bei „Förderung von Biodiversität" (3,58 – der niedrigste Wert insgesamt). „Klimaresiliente Gestaltung" bleibt auch hier am wichtigsten (4,38).

Frage 12: Was geschieht mit der Fassade des aktuellen Gebäudes? Welche Ideen haben Sie für eine nachfolgende Nutzung der Hortenkacheln?

Teilnehmende (N) = 602

Bei dieser Frage konnten die Teilnehmenden ergänzende Hinweise, Anregungen und Ideen textlich erläutern. Für eine bessere Übersichtlichkeit wurden die Ergebnisse fragenübergreifend nach Themen zusammengefasst. Auf eine quantitative Auswertung wird aufgrund der Vielfalt der Antworten verzichtet.

Die Antworten zeigen eine hohe emotionale und symbolische Bedeutung der Horten Kacheln – unabhängig davon, ob sie positiv oder negativ bewertet werden. Viele der Befragten wünschen sich einen bewussten Umgang, der Nachhaltigkeit, Erinnerung und/oder neue Nutzung miteinander verbindet.

Insgesamt lassen sich vier inhaltlich starke und wiederkehrende Linien erkennen: Wiederverwendung und Upcycling, künstlerische Transformation, Verkauf/Weitergabe an die Stadtgesellschaft sowie klare Ablehnung mit Fokus auf Neuanfang.

Differenzierung nach Geschlechtern

Weibliche Teilnehmende (n = 293) betonen stärker ökologische, ästhetische und soziale Aspekte:

- Nachnutzung zur Begrünung, z. B. für Kletterpflanzen, Mooswände, vertikale Gärten, bienenfreundliche Gestaltung
- Kunst und kreative Gestaltung: Nachnutzung in Form von Kunstinstallationen oder Skulpturen, unter Einbindung lokaler Künstler:innen
- Praktische Umnutzung: Sitzmöglichkeiten Wasserspiele, Häuschen für Obdachlose, Infowände für Veranstaltungen, o. ä.
- Emotionaler und nostalgischer Bezug: „ikonisch", „Erinnerungswert“

Männliche Teilnehmende (n = 269) fokussieren häufiger auf pragmatische und wirtschaftliche Aspekte:

- Verkauf/Versteigerung: Häufigster Vorschlag – für gute Zwecke, als Sammlerstücke, zur Finanzierung des Neubaus
- Praktische Umnutzung: z. B. Sitzbänke, Pavillons, Lärmschutzwände,
- Technisch-funktionale Vorschläge: Akustikelemente, Flachdachkühlung, künstliche Riffe
- Direktere Ablehnung: „Schrott", „hässlich", „weg damit", „braucht keiner mehr" – nüchterne, unverblümte Bewertungen

<u>Gemeinsamkeiten</u>

- Wiederverwendung wird Entsorgung vorgezogen
- Integration in Neubauten findet breite Zustimmung
- Versteigerung für gute Zwecke ist geschlechterübergreifend beliebt

Differenzierung nach Altersgruppen

<18 Jahre (n = 18): Die Kacheln haben für diese Gruppe keinen Erinnerungswert. Neben Ablehnung („wegschmeißen“) gibt es jedoch auch einen starken Fokus auf Nachnutzung / Upcycling, bspw. als Element zur Begrünung von Fassaden bis hin zu kreativen Nutzungsideen.

18–34 Jahre (n = 215): Die größte Gruppe liefert differenzierte, nachhaltigkeitsorientierte Vorschläge:

- Upcycling und Kreislaufwirtschaft: z. B. Sitz-möglichkeiten, Beeteinfassungen, Wasserspiele
- Kunstprojekte: z. B. Skulpturen, Lichtinstallationen
- Teilintegration in neue Fassaden
- Versteigerung mit Zweckbindung: Finanzierung von Neubau oder Kunstprojekten

35–54 Jahre (n = 196): Diese Gruppe betont städtebauliche Qualität und praktische Integration:

- Integration in Neubau als Hauptthema: „Punktuelle Integration", „charakteristisches Merkmal erhalten„
- Begrünung und Klimaanpassung: Vertikale Gärten, bienengerechte Bepflanzung
- Versteigerung zur Finanzierung öffentlicher Kunstprojekte

55–74 Jahre (n = 122): Die ältere Generation zeigt den stärksten emotionalen und historischen Bezug. Die Vorschläge reichen vom Erhalt des Gebäudes über den Teilerhalt und die Versteigerung an Nostalgiker bis hin zu kreativen Nachnutzungsideen, bspw. als künstliches Riff.

75+ Jahre (n = 11): Die älteste Gruppe zeigt eine pragmatische Haltung bei emotionaler Ambivalenz („Kann weg“, vs „Ein Teil sollte bleiben“ oder „Verkauf als Sammlerstück“). Ideen zur Nachnutzung: z. B. begrünte Sitzinseln.

Frage 13: Was geschieht mit dem Lichterbaum? Welche Ideen haben Sie für eine nachfolgende Nutzung des Lichterbaums?

Teilnehmende (N) = 543

Bei dieser Frage konnten die Teilnehmenden ergänzende Hinweise, Anregungen und Ideen textlich erläutern. Für eine bessere Übersichtlichkeit wurden die Ergebnisse fragenübergreifend nach Themen zusammengefasst. Auf eine quantitative Auswertung wird aufgrund der Vielfalt der Antworten verzichtet.

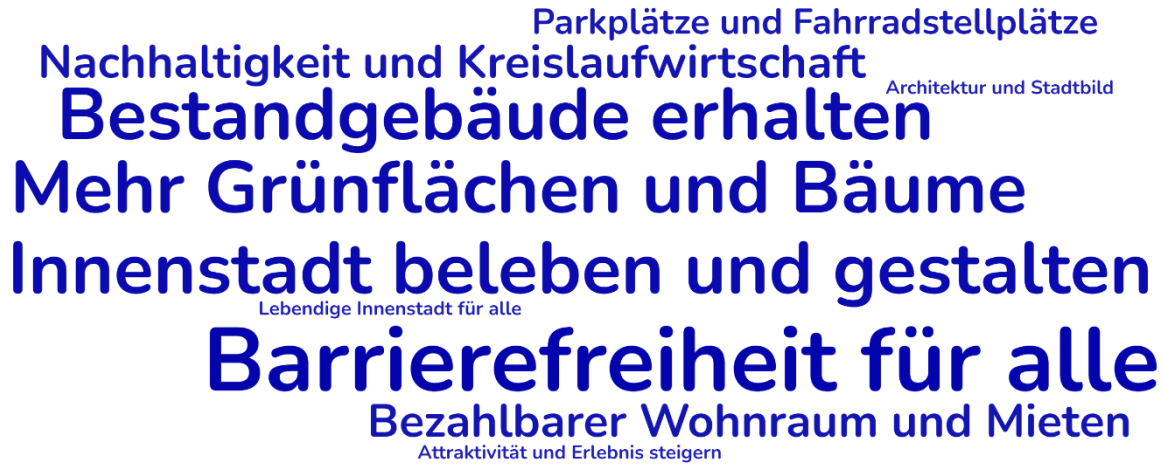
Der Lichterbaum wird von vielen Befragten als identitätsstiftendes Element wahrgenommen, deutlich positiver als die Horten Kacheln. Gleichzeitig besteht breiter Konsens, dass er – wenn er erhalten bleibt – technisch, räumlich und gestalterisch neu interpretiert werden muss.

Die Antworten zeigen kein einfaches „Ja oder Nein“, sondern ein starkes Bedürfnis nach Transformation statt bloßem Erhalt. Der Lichterbaum wird weniger als funktionales Bauteil verstanden, sondern als Erinnerungsobjekt, Kunstwerk oder Lichtskulptur mit hohem emotionalem Wert.

Frage 14: Abschließende Hinweise

Teilnehmende (N) = 418

Bei dieser Frage konnten die Teilnehmenden ergänzende Hinweise, Anregungen und Ideen textlich erläutern. Für eine bessere Übersichtlichkeit wurden die Ergebnisse fragenübergreifend nach Themen zusammengefasst. Auf eine quantitative Auswertung wird aufgrund der Vielfalt der Antworten verzichtet.



Die abschließenden Hinweise bündeln, was den Befragten über alle Einzelfragen hinaus wichtig ist: Die Entwicklung des neuen Quartiers wird als einmalige Chance verstanden, die Bremer Innenstadt grundsätzlich neu, mutiger und sozial ausgewogener zu denken. Gleichzeitig gibt es skeptische Stimmen, dass diese Chance verspielt werden könnte.

Geschlechterspezifische Perspektiven

Die männlichen Befragten (n = 184) zeichnen sich durch einen pragmatisch-visionären Grundton aus. Sie betonen die identitätsstiftende Kraft außergewöhnlicher Architektur. Die Verkehrsfrage polarisiert stark: Während einige eine autofreie Innenstadt fordern, beklagen andere die „Autofeindlichkeit" und fordern mehr Parkmöglichkeiten. Ein durchgängiges Thema ist die Belebung nach Ladenschluss – Bars, Außengastronomie und Treffpunkte für junge Erwachsene werden vermisst. Viele männliche Stimmen drücken Ungeduld aus: „Endlich mal in die Pötte kommen!" oder „Mutig sein, Hasenfüße haben wir genug!"

Die weiblichen Befragten (n = 205) legen einen deutlich stärkeren Fokus auf soziale Teilhabe, Sicherheit und ökologische Nachhaltigkeit. Barrierefreiheit wird nicht als Zusatzleistung, sondern als Selbstverständlichkeit eingefordert. Grünflächen, Urban Gardening und klimagerechte Gestaltung sind zentrale Anliegen. Auffällig häufig thematisieren Frauen das Sicherheitsgefühl im öffentlichen Raum – bis hin zur Forderung nach „feministischer Architektur", die auch nachts ein sicheres Aufhalten ermöglicht. Begegnungsräume ohne Konsumzwang sowie familienfreundliche Angebote wie Spielplätze und Kinderbetreuungsmöglichkeiten während des Einkaufs werden mehrfach genannt.

Altersgruppenspezifische Schwerpunkte

Unter 18-Jährige (n = 13) äußern sich direkt und wunschorientiert: Sie vermissen trendige Geschäfte, Cafés und Treffpunkte für Jugendliche.

18- bis 34-Jährige (n = 141) denken architekturkritisch und international. Sie verweisen auf Best-Practice-Beispiele aus Rotterdam, Lübeck oder Frankfurt und fordern mutige Konzepte, die Bremen zum „Vorreiter“ machen könnten. Gleichzeitig betonen sie Nachhaltigkeit: Einige

Beiträge plädieren für den Erhalt der Bausubstanz statt Abriss. Kostenfreie Aufenthaltsorte, vegane Gastronomie und ein sozialer Mix sind wiederkehrende Themen.

35- bis 54-Jährige (n = 148) denken langfristig und generationsübergreifend. Sie mahnen an, dass der Fokus auf der jungen Generation liegen sollte, „die in zehn Jahren damit für die nächsten fünfzig Jahre leben muss". Nutzungsmischung, flexible Wohnformen und eine lebendige Abendwirtschaft mit Bars und Veranstaltungsorten stehen im Vordergrund. Diese Altersgruppe bringt strategisches Denken ein und fordert eine ganzheitliche Planung statt kleinteiliger Einzelprojekte.

55- bis 74-Jährige (n = 106) zeigen Bewusstsein für Prozessqualität und Eigentumsfragen. Sie fragen kritisch: „Wer wird Eigentümer von Grund und Gebäuden sein?" und fordern, dass die Stadt Eigentümerin bleibt, damit Mieterträge der Allgemeinheit zugutekommen. Historische Bezüge – etwa zum Frankfurter Dom-Römer-Projekt oder zur Wiederherstellung der Pelzerstraße – werden als Orientierung genannt. Gleichzeitig mahnen sie Rücksichtnahme auf bestehende Anwohner während der Bauphase an.

Über 75-Jährige (n = 8) äußern sich knapp, aber deutlich. Praktische Infrastruktur wie eine Markthalle nach Hannoveraner Vorbild wird gewünscht. Bei der Verkehrsfrage zeigen sich auch hier gegensätzliche Positionen zwischen Autofreundlichkeit und autofreier Gestaltung.

Gemeinsamer Nenner

Über alle Geschlechter und Altersgruppen hinweg kristallisieren sich zentrale Forderungen heraus: Die Innenstadt braucht mehr Aufenthaltsqualität, weniger austauschbare Geschäfte und mutigere Gestaltung. Einig sind sich die Befragten darin, dass das neue Quartier ein Ort der Begegnung werden soll, der für alle zugänglich ist und nicht nur kaufkräftige Zielgruppen anspricht.

Zusammenführung der Anregungen, Hinweise und Ideen nach Themenfeldern

1. Einzelhandel und Gastronomie

I. Leitmotiv

- Erlebnisorientierter, qualitätsvoller Handel soll die bestehenden Angebote in der Innenstadt ergänzen, aufwerten und Anziehungskraft und Aufenthaltswert schaffen
- Mix aus kleinteiligen, lokalen Konzepten und ausgewählten (auch internationalen) Angeboten
- Bezahlbarkeit und aktive Steuerung (z. B. Konzeptvergabe) werden als Voraussetzung genannt
- Vereinzelt Wunsch nach klassischem Kauf-/Warenhaus oder modernem Einkaufszentrum
- Gastronomie wird als wichtiger Belebungs- und Aufenthaltsanker genannt (innenstadttauglich auch bei schlechtem Wetter)

- Gewünscht wird ein vielfältiger Angebotsmix (von Café bis Food-Formaten) mit individuellen Konzepten
- Nachhaltige und regionale Profile werden betont

II. Spannungsfelder

- Individuelle/qualitative Konzepte vs. austauschbare Systemgastronomie
- Ruhige Aufenthaltsangebote (Café/Restaurant) vs. Nachtleben (Bars/Clubs)
- Spannungsfeld mit anderen Nutzungen (z. B. Wohnen) beachten

1.1 Einzelhandel

I. Profil & Angebotsmix

- Kleine, inhabergeführte Fachgeschäfte
- Bezahlbare Geschäfte
- Regionale Produkte / Lebensmittel und lokale Marken
- Nachhaltigkeit: z. B. Second-Hand-Shops
- Internationale Marken

II. Formate

- Kleinteiligkeit, Individualität und viele kleine Läden Marktstände
- Kunsthandwerk
- Pop-up-Stores (wechselnde Konzepte)
- Wochenmarkt / Markthalle
- Klassisches Warenhaus mit günstigen Mieten
- Erlebnis-Kaufhaus
- Modernes Einkaufszentrum / Shopping-Center / Mall (farbenfroh, international), Vorbild: Westfield (HH)

III. Qualität & Erlebnis

- Experience Stores mit Erlebnissen statt nur Produkten
- Showroom-Modell: Ausstellung vor Ort, Versand online
- Erlebniswelt kombiniert mit Handel
- Erlebnisshopping mit Workshops und Handwerk: Kurse wie z. B. Töpfern
- Wunsch nach Qualität, Beratung und Aufenthaltswert

- Erlebnis-Shopping mit Mix aus renommierten (internationalen) Marken sowie kleinen Boutiquen, kreativen Marken und Pop-up-Flächen (z. B. kuratiert und regionaler Bezug)

IV. Rahmenbedingungen / Steuerung

- Konzeptvergabe & vergünstigte Mieten für inhabergeführte Geschäfte
- Bezahlbare Mieten als Voraussetzung
- Konzeptvergabe & vergünstigte Mieten für inhabergeführte Geschäfte
- Bezahlbare Mieten als Voraussetzung

V. Kritik / Ausschlüsse

- Kritik an Ketten, Billig- und Monostrukturen
- Ablehnung von „Ramschläden“, Kiosken, Barber-Shops

VI. Vorbilder / Referenzen

- Vorbilder: Oldenburg, Utrecht, Haarlem, Amsterdam, Münster

1.2 Gastronomie

I. Formate & Angebotsarten

- Cafés
- Bars
- kleine Kneipen
- Restaurants
- Eisdiele
- Clubs

II. Food-Konzepte / Betriebsmodelle

- Marktgastronomie
- Food-Court mit individuellen Konzepten
- Regionale und nachhaltige Angebote
- Internationale Spezialitäten
- Innovative Konzepte, wie bspw. der „Time-Out-Market“ in Lissabon (Markthalle, in der junge Köch:innen ihre Konzepte testen können)
- Präsentationsflächen / Manufakturbezug (z. B. Show-Cooking)

III. Qualität, Haltung & Profil

- vegane & nachhaltige Angebote
- Regionale und nachhaltige Produkte
- Ablehnung austauschbarer Systemgastronomie

IV. Räume, Lage & Aufenthaltsqualität

- Außengastronomie
- Überdachte Außensitzplätze (z. B. Arkaden) für regnerische Tage
- Dachterrasse mit Café / Restaurant / Bar

V. Kopplung mit anderen Nutzungen

- Gastro auch in Verbindung mit Kultur, Spiel, Begegnung

2. Dienstleistungen und Gewerbe

I. Leitmotiv

- Dienstleistungen und Gewerbe werden als Kombination aus Alltagsversorgung, Handwerk/Produktion und Freizeitangeboten verstanden.
- Wiederkehrend ist der Wunsch nach Belebung auch abends und am Wochenende (inkl. jugendgerechter Angebote).
- Gleichzeitig werden Nutzungskonflikte (z. B. Lärm, Logistik/Flächenbedarf, Wirtschaftlichkeit) als Spannungsfelder sichtbar.

II. Spannungsfelder

- Nachtleben/Jugend- und Action-Angebote vs. Ruhe- und Rückzugsbedarfe (siehe Kapitel „Aufenthalt“)
- Freizeit/Events/Attraktionen vs. Verträglichkeit mit anderen Nutzungen (Lärm, Besucherströme, Sicherheit; z. B. Wohnen)
- Touristische Leuchttürme vs. Alltagsnutzungen und lokale Bedarfe
- Kleinteilige Manufakturen / Werkstätten vs. Wirtschaftliche Tragfähigkeit (insb. bei hohen Innenstadt-mieten)
- Reparatur-/Kreislaufangebote vs. Flächenbedarf/ Lärm- / Logistikanforderungen (Anlieferung, Entsorgung)
- Offenheit vs. Bedarf an verlässlichen Öffnungszeiten & dauerhaften Angeboten
- Innovations-/Technikangebote (z. B. FabLabs, Indoor-Farming) vs. Flächen- und Investitionsbedarf sowie langfristiger Betrieb/Betreuung

2.1 Unterhaltungs- & Freizeitangebote

2.1.1 Nachtleben

- Clubs
- Diskothek (auch altersdifferenziert: Jugendliche / Ü30 / Ü50)

2.1.2 Indoor-Action & Spiele

- Angebote für Jugendliche (Arcade, Escape Rooms, etc.)
- Karaoke
- Dart

2.1.3 Sport, Spiel & Bewegung

- Bowling (moderne Bowlingbahnen mit Licht- und Soundtechnik)
- Minigolf
- Bewegungs- und Tanzbereich
- Wellness- & Fitnessangebote

2.1.4 Familien- & Kinderangebote

- Indoor-Spielbereich für Kinder
- Family-Entertainment-Center nach US-Vorbild

2.1.5 Events & temporäre Formate

- Märkte
- Events

2.1.6 Attraktionen

- Touristische Attraktionen, z. B. Aussichtspunkt (Vergleich Forum Groningen)
- Immersive Erlebnis- und Fotozonen
- Event Center mit Clubs und Veranstaltungen

2.1.7 Praktisches Handwerk / Urbane Produktion

- Urbane Produktion, Werkstätten & Manufakturen (z. B. Textil, Keramik, Holz, Mode)
- Reparatur-, Upcycling- und Second-Hand-Formate
- Kochstudios

2.1.8 Mitmach- und Erlebnisformate

- Keramik bemalen, Töpfern, Schmuck herstellen
- Makerspaces, 3D-Druck, Näh- und Druckwerkstätten
- Offene Werkstätten für alle Altersgruppen
- Begegnung + Aktivität statt reiner Ausstellung

2.1.9 Innovation & Nachhaltigkeit

- Aquaponik-System: Fischzucht + Gemüseanbau im Kreislauf (90% weniger Wasser)
- Indoor-Farming / Vertical Farming im ungenutzten Stockwerk/Keller
- 3D-Druck-Werkstätten / FabLabs
- Offene Werkstätten mit erlebbaren Handwerksberufen

2.1.10 Klassische Dienstleistungen

- Reparaturen aller Art
- Schlüsseldienst
- Schuhmacher
- Reinigungen & Wäscherei
- Elektrofachhandel
- Medien

3. Wohnen

I. Leitmotiv

- Wohnen wird als Beitrag zur Belebung und sozialen Durchmischung der Innenstadt gesehen, zugleich aber als potenzieller Nutzungskonflikt bewertet.
- Bezahlbarkeit wird als zentrale Voraussetzung genannt (geförderter Wohnraum, gedeckelte Mieten; Angebote auch für Familien, Großfamilien und unterschiedliche Lebensphasen).
- Gewünscht werden vielfältige Wohnformen (gemeinschaftlich, barrierefrei, Wohnen & Arbeiten, Wohnen auf Zeit) – bei gleichzeitiger Debatte über Passung, Tragfähigkeit und Auswirkungen auf gewerbliche Nutzungen.

II. Spannungsfelder

- Soziale Mischung und Vielfalt vs. Risiko neuer Monostrukturen / Segregation
- Unterschiedliche Zielgruppen vs. Anforderungen an Zuschnitt und Ausstattung
- Öffentlich geförderter Wohnraum vs. Renditeerwartungen

- Hohe Innenstadtmieten / Flächenknappheit vs. Anspruch auf breite Bezahlbarkeit
- Kleine / ultra-kompakte Wohnungen vs. Bedarf an ausreichend großen Wohnungen (z. B. für Familien)
- Gemeinschaftliche / innovative Wohnformen vs. betreute Angebote vs. Skepsis zur stadtbild-prägenden Wirkung bzw. „Passung“ am Standort
- Wohnen auf Zeit / Arbeiten & Wohnen kombinieren vs. Gefahr von Verdrängung bzw. fehlender Nachbarschaftsstabilität
- Wohnen in der Innenstadt vs. Vorrang für Handel, Arbeit und Kultur vs. Nutzungskonflikte (Lärm, Verkehr, Parkdruck)

3.1 Durchmischung

- Kombination verschiedener Wohnungsgrößen
- Mischung aus Studierenden-, WG-, Familien- und Einzelwohnen
- Berücksichtigung unterschiedliche Lebensphasen
- Vermeidung sozialer oder funktionaler Mono-strukturen

3.2 Bezahlbarkeit als Voraussetzung

- wiederkehrende Forderung nach öffentlich gefördertem und bezahlbarem Wohnraum
- Sozialwohnungen, niedrige Mieten, gedeckelte Preise
- Ablehnung von Luxus- und hochpreisigen Eigentumswohnungen
- Wohnen in der Innenstadt soll kein exklusives Privileg werden
- Kleine erschwingliche Wohnungen (inkl. ultra-kompakte Wohnungen)
- Bezahlbarer Wohnraum für Großfamilien

3.3 Wohnformen

- Mehrgenerationenwohnen
- gemeinschaftliches Wohnen
- WG-Modelle
- Clusterwohnungen / Wohnen mit geteilten Räumen (z. B. Gemeinschaftsküchen, Treffpunkte)
- barrierefreie Wohnungen in unterschiedlichen Größen
- Unterstützung für bestimmte Zielgruppen (z. B. Senior:innen, wohnungslose Menschen, Menschen mit Unterstützungsbedarf)
- Wohnen auf Zeit (z. B. für Studierende, Kreative, Projektarbeit)

- Kombination aus Wohnen und Arbeiten
- Vermeidung reiner „Schlafquartiere“
- Wohnungen für Kreative (kein Hotel!)

3.4 Ablehnung von Wohnen in der Innenstadt

- Vereinzelt Ablehnung von Wohnen in der Innenstadt
- Innenstadt soll Ort für Handel, Arbeit, Kultur sein
- Sorge vor Verdrängung gewerblicher Nutzungen
- Wohnen vs. Nutzungskonflikte (Lärm, Verkehr, Parkdruck)
- Vereinzelt Forderungen: „keine Wohnungen“, „nur Geschäfte“

4. Bildung

I. Leitmotiv

- Bildung als offener, niedrigschwelliger und zentraler Baustein der Innenstadt
- Ort für Lernen, Begegnung und Austausch für alle Altersgruppen
- Angeregt werden hybride Formate, die klassische Bildungsangebote (Bibliothek, VHS, Hochschule) mit Kreativität, Kultur und informellem Lernen verbinden
- Bildungsorte sollen als „Dritte Orte“ funktionieren: flexibel nutzbar, öffentlich zugänglich und eng mit Arbeiten, Kultur und Aufenthalt verknüpft
- Sichtbarkeit und Integration klassischer Bildungsinstitutionen in die Innenstadt
- Anziehungspunkte mit Bildungs- und Erlebnischarakter

II. Spannungsfelder

- Offene Zugänglichkeit („Dritter Ort“) vs. Bedarf an Ruhe, Konzentration und geeigneten Lernbedingungen
- Konsumfreie Aufenthaltsangebote vs. Betrieb, Betreuung und Finanzierung
- Leuchtturm- und Erlebnisangebote (z. B. Planetarium/Aquarium) vs. Alltagsnutzungen und langfristige Tragfähigkeit

4.1 Offene Lernorte & „Dritte Orte“

- Stadtbibliothek (modern gedacht, zentraler Anker)
- Offene Lernbereiche für unterschiedliche Altersgruppen
- Arbeitsplätze (z. B. für Studierende, mobiles Arbeiten)
- Kombination: Bibliothek + VHS + Touristeninfo + City Forum

- Niedrigschwellige, konsumfreie Aufenthaltsorte
- Verknüpfung von Lernen, Arbeiten, Treffen und Aufenthalt an einem Ort

4.2 Formale Bildung & Institutionen

- VHS-Kurse und Weiterbildung
- Universitäre Einrichtungen: Universität Bremen / Kunsthochschule

4.3 Informelles Lernen & Kreativität

- Workshops (z. B. von Freiwilligen)
- Maker Spaces / Smartlab
- offene Werkstätten und kreative Lernformate
- Ateliers (auch kostenlos nutzbar)
- Ausleihmöglichkeiten für Materialien (Staffeleien, Malutensilien etc.)
- Brennofen zum Töpfern

4.4 Kultur & Bildung verzahnt

- Theater / Kleinkunst
- Kino
- Ausstellungen
- „Große Kunstschau“
- Internationale + lokale (Bremer) Künstler:innen

4.5 Familienbildung & Alltagslernen

- „Haus des Lernens“
- Kreative, museumspädagogische Angebote
- Ergänzende Angebote:
    - Spiel- und Bewegungsflächen
    - Flexible Kinderbetreuung
    - Kombination mit Café und Aufenthaltsbereichen

4.6 Besondere Bildungsorte / Leuchttürme

- Planetarium
- Aquarium (z. B. SeaLife-Center)
- Raumfahrtausstellung

5. Arbeiten

I. Durchmischung

- Arbeiten wird als integraler Bestandteil einer lebendigen Innenstadt verstanden und soll eng mit Lernen, Kultur, Produktion und Aufenthalt verzahnt sein
- Angeregt werden flexible, offene und innovative Arbeitsformen – von Co-Working über Kreativwirtschaft bis hin zu neuen Produktions- und Gründungsformaten
- Arbeitsorte sollen sichtbar, zugänglich und nutzungsgemischt organisiert werden, gleichzeitig aber wirtschaftlich tragfähig und mit anderen Nutzungen verträglich sein

II. Spannungsfelder

- Offenheit vs. Konzentration: Öffentlich zugängliche Arbeitsorte ↔ Bedarf an Ruhe, Fokus und geeigneten Arbeitsbedingungen
- Innovation vs. Wirtschaftlichkeit: Neue Arbeitsformen (FabLabs, Start-ups) ↔ Flächenbedarf vs. Investitions- und Betriebskosten
- Ateliers, Werkstätten, Manufakturen ↔ wirtschaftliche Tragfähigkeit bei hohen Innenstadtmieten
- Mischnutzung vs. Nutzungskonflikte: Kombination von Arbeiten mit Wohnen und Freizeit ↔ Konflikte mit Lärm, Besucherströmen, anderen Nutzungen

5.1 Flexible Arbeitsorte & Co-Working

- Co-Working-Spaces
- Arbeitsplätze in offenen Lernorten (z. B. Bibliothek, Dritte Orte)
- Orte für mobiles Arbeiten in der Innenstadt
- Kombination von Arbeiten, Lernen und Aufenthalt an einem Ort

5.2 Gründung, Innovation & neue Arbeitsformen

- Gründerzentrum
- Maker Spaces / FabLabs (3D-Druck, digitale Produktion)
- Innovationsorte (z. B. Smartlab, Indoor-Farming, Aquaponik)

5.3 Kreativwirtschaft & urbane Produktion

- Ateliers und Arbeitsräume für Künstler:innen
- Probenräume für Musiker:innen
- Tonstudios zum Mieten
- Werkstätten und Manufakturen (Textil, Holz, Keramik, Mode)

- Offene Werkstätten mit erlebbaren Handwerksberufen

5.4 Arbeiten & Öffentlichkeit

- Offene, öffentlich zugängliche Erdgeschosszonen
- Flexible Räume für Co-Working, Workshops, Ausstellungen
- Kombination von Arbeiten mit Gastronomie, Kultur und Bildung
- Arbeiten als Teil lebendiger, gemischt genutzter Räume

5.5 Nutzungsmischung: Arbeiten im Quartier

- Arbeiten als stabilisierendes Element für die Gesamtbelebung (Arbeitsorte als Frequenzbringer)
- Vermeidung monofunktionaler Nutzungen
- Arbeiten in Verbindung mit Aufenthalt und Begegnung
- Kombination aús Wohnen, Arbeiten, Kultur, Gastronomie und Lernen

6. Grün, Aufenthalt und Bewegung

6.1 Aktuelle Defizite der Aufenthaltsqualität

- aktuell fehlende Aufenthaltsqualität im Umfeld
- Raum wird als Durchgang, nicht als Ziel wahrgenommen
- Wahrnehmung als „leer“, „tot“, ohne Aufenthaltsanlass
- Kaum Gründe für Verweildauer jenseits des reinen Durchquerens
- Kritik an Leerstand, Systemgastronomie und zu stark konsumorientierten oder einseitigen Nutzungen
- Spielplatz als vorhandener als wichtiger, aber stark verbesserungsbedürftiger Anker
- Mangel an Sitzmöglichkeiten und Aufenthaltsangeboten
- Kritikpunkte an aktueller Gestaltung: Versiegelung, Hitze, Wind, Zugluft

6.2 Grün & Klima

- Grünflächen zur Erholung (Parks, Plätze, wuchernde Grünflächen)
- Bäume, Schatten und Kühlung für mehr Aufenthaltsqualität im Sommer, Reduktion der „Hitzeinsel Innenstadt“ als zentrales Ziel
- Begrünung von Fassaden und Dächern (inkl. Dachgärten, begrünte Dächer mit Solar)

- Entsiegelung und wassersensible Stadtentwicklung (Schwammstadt-Prinzip, Regenwasserspeicherung, Versickerung, Verknüpfung von Wassermanagement und Stadtkühlung, mehr Retentionsfähigkeit bei Starkregen und Hitze)
- Wasser als Klima- und Gestaltungselement (kleine Wasserläufe, Wasserspiele)
- Biodiversität und tiergerechte Gestaltung (z. B. tiergerechte Gebäude)
- Fokus auf heimische, klimaresiliente Arten und Biodiversität
- Gemeinschaftsgärten und gemeinsames Gärtnern

6.3 Aufenthalt

- Öffentliche Treffpunkte und Aufenthaltsbereiche zum Treffen, Verabreden, Austauschen
- „Dritte Orte“, die zum niedrigschwelligen, konsumfreien Verweilen, Treffen, Arbeiten, Austauschen einladen - für alle Alters- und Sozialgruppen
- Familienfreundliche Aufenthaltsbereiche
    - Günstige Angebote
    - Picknickmöglichkeiten
    - Grünflächen zur Erholung
    - ruhige Bereiche und Rückzugsorte

6.4 Ausstattung

- Sitzgelegenheiten (ohne Konsumzwang)
- Aufenthaltsräume (auch mit WLAN)
- Flexible Räume
- flexibles Mobiliar
- Überdachte, wetterunabhängige Aufenthaltsbereiche
- mehr öffentliche Toiletten

6.5 Ergänzende Nutzungen & Angebote

- Außengastronomie
- Kleine, inhabergeführte Läden
- Kultur-, Markt- und Veranstaltungsflächen
- Angebote für Kinder und Jugendliche

6.6 Dachnutzung & besondere Aufenthaltsorte

- Kombination von Grün, Aufenthalt und Gastronomie
- Öffentliche Dachterrassen
- begehbarer Dachgärten
- Rooftop-Park mit Gastronomie, Bühne

6.7 Wasser & Wasserspiele

- Wasserflächen im öffentlichen Raum, z. B. kleine Wasserläufe oder Wasserspiel
- Öffentliche Wasserspender / Trinkbrunnen

6.8 Freizeit, Bewegung & Sport

- Spiel- und Bewegungsräume (drinnen und draußen) für Kinder, Jugendliche und Erwachsene
- Spielplätze / Mehrgenerationen-Spielplätze (inkl. umweltbezogener Spielplätze)
- Bewegungsflächen und Bewegungsangebote (z. B. „Hood Training“)
- Sport- und Gesundheitsangebote (z. B. Fitnessstudio, Wellnessbereich)
- Indoor-Sport und wetterunabhängige Angebote
- Sportangebote für verschiedene Altersgruppen
- Freizeitangebote für Jugendliche und Familien
- Inklusive und barrierefreie Angebote
- Begegnungsorte für unterschiedliche Nutzungsweisen

6.9 Konkrete Angebote

- Schach
- Crossgolf
- Billard
- Boule-Platz
- Skatepark
- Parkour-Anlage
- Calisthenics-Anlage
- Trampolinflächen (für Kinder und Erwachsene)
- Indoor-Spielplatz
- Indoor-Freizeitpark

- wasserbezogene Freizeitangebote, z. B. Großes Spaßbad

6.10 Besondere Konzepte & Referenzen

- Begrünte Wege und neue Stadträume (z. B. „High Line Bremen“)
- Thematische Gärten (z. B. Chinesischer Garten)
- Erlebnispfade und sinnliche Räume
- Glaskuppel mit Grünanlage
- Grüner Turm (Lloyd-Flasche)
- Kombination aus Architektur, Freiraum und Nutzung
- Referenzen:
    - „Forum“ in Groningen (NL)
    - „Oodi“ in Helsinki (FI)
    - „Dokk1“ in Aarhus (DK)
    - „Salling ROOFTOP“ in Aarhus (DK)
    - Highline in New York (USA)

7. Mobilität und Verkehr

I. Leitmotiv

- die Innenstadt soll gut erreichbar und gleichzeitig qualitätsvoll erlebbar sein – mit einem ausgewogenen Verhältnis aller Verkehrsarten
- Besonders betont werden fußgänger- und fahrradfreundliche Strukturen sowie eine leistungsfähige ÖPNV-Anbindung, ergänzt durch neue Mobilitätsangebote.
- Gleichzeitig besteht ein Spannungsfeld zwischen dem Wunsch nach autoarmer Innenstadt und der Sicherstellung der Erreichbarkeit für Kund:innen, Besucher:innen, Wirtschafts- und Lieferverkehre

II. Spannungsfelder

- viele Stimmen für eine autofreie bzw. autoarme Innenstadt sowie Forderungen nach Fahrrad- und ÖPNV-Priorisierung
- Gleichzeitig Forderungen nach Erreichbarkeit mit dem Pkw und ausreichend Stellplätzen
- Betonung eines ausgewogenen Mobilitätsmixes
- Bedarf an verlässlichen und alltagstauglichen Lösungen für alle Nutzergruppen

- Autoarm vs. Erreichbarkeit: Reduzierung des Autoverkehrs ↔ Bedarf an guter Erreichbarkeit und Stellplätzen
- Flächenkonkurrenz: Mehr Raum für Fuß- und Radverkehr ↔ Flächenbedarf für Pkw, Lieferverkehr und Infrastruktur
- Innenstadt vs. Umland: Anforderungen der innerstädtischen Nutzung ↔ Erreichbarkeit für Besucher:innen und Pendelnde

7.1 Fußverkehr

- Erweiterung und Aufwertung der Fußgängerzonen (z. B. Obernstraße, Hutfilterstraße)
- Entwicklung einer attraktiven Flaniermeile
- Barrierefreiheit im gesamten Gebiet
- Stärkung des Fußverkehrs als zentrale Nutzungsform in der Innenstadt

7.2 Radverkehr

- Ausbau sicherer und komfortabler Radverkehrsführung
- Fahrradparkhaus oder -parkdeck sowie Abstellmöglichkeiten für Fahrräder, Lastenräder und E-Bikes
- Ladeinfrastruktur für Pedelecs und E-Bikes
- Orientierung an fahrradfreundlichen Städten (z. B. Niederlande, Skandinavien)

7.3 Öffentlicher Personennahverkehr (ÖPNV)

- Gute Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr
- Verknüpfung von ÖPNV und Radverkehr
- Sicherstellung der Erreichbarkeit für unterschiedliche Nutzergruppen

7.4 Motorisierter Individualverkehr (MIV)

- Bedarf an Pkw-Erreichbarkeit, insbesondere für Besucher:innen aus dem Umland
- Wunsch nach Stellplätzen (z. B. Parkhäuser, punktuelle Parkmöglichkeiten)
- Carsharing-Angebote
- E-Auto-Ladeinfrastruktur

7.5 Wegebeziehungen & Orientierung

- Unklare, dunkle und verwinkelte Zugänge als Problem
- Fehlende Sichtachsen („man sieht nicht, was dahinter ist“)
- Wunsch nach:

    - Öffnung zur Obernstraße
    - besseren Verbindungen zu angrenzenden Stadträumen
    - nachvollziehbare Rundwege
    - Verbesserung der Orientierung und Wegeführung

8. Kunst und Kultur / Kultur- und Kreativwirtschaft

I. Leitmotiv

- Kunst und Kultur werden als zentrale Treiber für Identität, Belebung und Aufenthaltsqualität der Innenstadt verstanden
- Gewünscht sind vielfältige, öffentlich zugängliche und kombinierbare Räume, die Produktion, Aufführung, Begegnung und Lernen miteinander verbinden
- Gleichzeitig besteht ein Spannungsfeld zwischen kulturellem Anspruch, Offenheit und Experiment sowie Wirtschaftlichkeit, Nutzungskonflikten und langfristiger Tragfähigkeit

II. Spannungsfelder

- kultureller Anspruch vs. Wirtschaftlichkeit: Hochwertige Kulturangebote ↔ Wirtschaftliche Tragfähigkeit, hohe Mieten
- Offenheit vs. Verlässlichkeit: Flexible, experimentelle Formate ↔ Bedarf an stabilen, dauerhaft nutzbaren Strukturen
- Nischenangebote vs. Belebung: Spezialisierte kulturelle Programme ↔ Risiko von geringer Nachfrage oder Leerstand
- Kultur vs. Nutzungskonflikte: Veranstaltungen, Publikum, Abendnutzung ↔ Konflikte mit Wohnen, Ruhebedürfnissen und anderen Nutzungen
- Vielfalt vs. Steuerung: Große Bandbreite an kulturellen Nutzungen ↔ Bedarf an kuratierter Entwicklung und Konzeptvergabe

8.1 Kulturelle Einrichtungen

- Oper (inkl. Neubau-Diskussion)
    - Für Stadt, Ensemble und Bremer Philharmoniker
    - Theater am Goetheplatz ist nur Provisorium, nicht für anspruchsvolle Produktionen geeignet
    - Offenes Foyer zum Verweilen, Lesen, Studieren
- Moderne Konzerthalle / Konzertsaal (mit ansteigenden Zuschauerrängen)
- Offene Kulturhäuser mit Aufenthaltsfunktion

- Theater
- Kino
- Ort für Tanzveranstaltungen (wie frühere Kantine5)
- Museum (z. B. über Hapag Lloyd oder die Bremer Handelsgeschichte)

8.2 Räume für Produktion & Kreativarbeit

- Veranstaltungsflächen
- (offene) Bühne
- Ateliers und Arbeitsräume für Künstler:innen
- Ausstellungsflächen
- Probenräume für Musiker:innen
- Tonstudios zum Mieten
- Werkstätten und offene Produktionsräume
- Räume für Workshops und kreative Formate
- Flexible, modulare und wandelbare Räume
- Mehrfachnutzung und Kombination verschiedener Funktionen
- Offene Werkstätten und Materialien zum Ausleihen
- Räume für temporäre und flexible Nutzungen
- Kombination von Kultur mit Gastronomie und öffentlichem Raum
- Räume mit Zugang zu Terrasse auf dem Dach

8.3 Veranstaltungen & kulturelle Nutzung

- Kleinkunst
- Lesungen
- Performances
- Tanzveranstaltungen
- Konzerte
- Ausstellungen
- Workshops
- Partizipative Kulturformate

8.4 Vielfalt & lokale Verankerung

- Räume für lokale Künstler:innen und Kreativschaffende
- Kombination aus lokalen und internationalen Angeboten
- Förderung von Kleinteiligkeit und Vielfalt
- Beispiele/Vorbilder: offene Werkstätten, „Unperfekthaus“ (Essen)

8.5 Öffnung, Zugänglichkeit & Alltag

- Offene, öffentlich zugängliche Räume und Foyers
- Kulturelle Treffpunkte und Aufenthaltsbereiche
- Integration in Erdgeschosszonen und öffentliche Räume
- Kombination von Kultur mit Aufenthalt, Lernen und Arbeiten
- Niedrigschwellige Zugänglichkeit und Nutzung für unterschiedliche Zielgruppen

8.6 Vermietung & Vertrieb der Flächen

- Konzeptvergabe statt dauerhafter Nutzung
- Angst vor Leerstand bei zu „nischigen“ Programmen
- Zweifel an Belebung & Wirtschaftlichkeit
- Sorge um hohe Innenstadtmieten
- Warnung vor „Ideen ohne Business Modell

9. Gesundheit, Soziales, Teilhabe und Gemeinschaft

I. Leitmotiv

- Gesundheit, soziale Angebote und gemeinschaftliche Orte werden als zentrale Voraussetzung für eine inklusive, lebenswerte und funktionierende Innenstadt verstanden.
- Gewünscht sind niedrigschwellige, öffentlich zugängliche Räume und Angebote, die Begegnung, Unterstützung und Teilhabe für unterschiedliche Zielgruppen ermöglichen.
- Gleichzeitig besteht ein Spannungsfeld zwischen Offenheit und sozialer Durchmischung sowie Anforderungen an Organisation, Nutzungskonflikte und langfristige Tragfähigkeit

II. Spannungsfelder

- Offenheit vs. Nutzung & Steuerung: Niedrigschwellige, offene Räume für alle ↔ Bedarf an Regeln, Betreuung und sozialer Steuerung

- Soziale Mischung vs. Nutzungskonflikte: Vielfalt und Teilhabe ↔ Konflikte zwischen unterschiedlichen Nutzergruppen
- Soziale Angebote vs. Flächen- und Finanzierungsdruck: Bedarf an sozialer Infrastruktur ↔ begrenzte Flächen und wirtschaftliche Tragfähigkeit
- Integration vs. Akzeptanz: Inklusive, diverse Angebote ↔ unterschiedliche gesellschaftliche Erwartungen und Akzeptanz
- Sorge vor einem Ort nur für Besserverdienende

9.1 Soziale Infrastruktur & Grundversorgung

- Bedarf an sozialer Infrastruktur im Quartier
- Gesundheits- und Bewegungsangebote
- Öffentliche Sanitäranlagen
- Angebote für unterschiedliche Lebenslagen

9.2 Begegnung, Gemeinschaft & Dritte Orte

- Soziale Treffpunkte und Begegnungsräume
- Konsumfreie Aufenthaltsorte („Dritte Orte“)
- Orte für Austausch, Gemeinschaft und Zusammenhalt
- Integrierte Cafés als Begegnungsorte

9.3 Zielgruppen & Teilhabe

- Angebote für verschiedene Zielgruppen:
- Familien
- Jugendliche
- Senior:innen
- Menschen mit Unterstützungsbedarf
- unterschiedliche soziale Gruppen

9.4 Inklusion

- Barrierefreiheit
- Berücksichtigung unterschiedlicher Bedürfnisse (z. B. neurodivers)
- Räume für unterschiedliche gesellschaftliche Gruppen
- Ablehnung von Verdrängung und Ausgrenzung

9.5 Spezifische soziale Angebote & Einrichtungen

- Jugendzentren / Jugendtreffs
- Begegnungsstätten
- Senioren-Infrastruktur
- Kita im Quartier
- Raum der Stille
- Gebetsräume / religiöse Angebote
- Sozialcafé
- Tausch-Kaufhaus
- Hilfsangebote (z. B. „Suppenengel“)
- soziale und interkulturelle Projekte

10. Architektur und Stadtbild

I. Leitmotiv

- Architektur und Stadtbild sollen eine identitätsstiftende, kleinteilige und qualitätsvolle Innenstadt schaffen, die sich an historischen Strukturen orientiert und gleichzeitig zeitgemäß weiterentwickelt wird
- Gewünscht sind eine hohe gestalterische Vielfalt und Nutzungsmischung, die Aufenthaltsqualität, Lebendigkeit und lokale Identität stärkt

II. Spannungsfelder

- Historisch vs. Modern: Rekonstruktion und historisierende Architektur ↔ zeitgemäße, innovative Architektur
- Kleinteiligkeit vs. Wirtschaftlichkeit: Viele kleine Gebäude und Nutzungen ↔ Effizienz, Kosten und Flächenverwertung
- Gestaltungsanspruch vs. Umsetzbarkeit: Hohe architektonische Qualität ↔ Investoreninteressen und Realisierbarkeit
- Flexibilität vs. Steuerung: Offene, wandelbare Nutzungskonzepte ↔ Bedarf an klarer Planung und Steuerung
- Nutzungsmischung vs. Nutzungskonflikte: Mischung von Wohnen, Arbeiten, Kultur, Freizeit ↔ Konflikte (Lärm, Nutzung, Anforderungen)
- Berücksichtigung von Bau- und Pflegekosten

III. Verfahren

- Architekturwettbewerb mit Vielfalt: Jedes Gebäude von anderem Architekturbüro, gestalterische Vielfalt

10.1 Städtebauliche Struktur & Maßstab

- Kleinteilige Bebauung statt großer monolithischer Baukörper
- Mehrere Gebäude statt eines großen Komplexes
- Orientierung an historischen Parzellen und Stadtgrundrissen (Vorbild: Dom-Römer-Quartier / Frankfurt, lokale Referenz: Schnoor)
- Gassen, Plätze und differenzierte Stadträume
- Wiederherstellung historischer Wegebeziehungen (z. B. Pelzerstraße)

10.2 Identität, Geschichte & Erinnerung

- Bezug zur Stadtgeschichte (z. B. Handel, Lloyd, Hafen)
- Wunsch nach „Seele“, Charakter und Wiedererkennbarkeit
- Kombination aus Geschichte und zeitgemäßer Nutzung
- Vereinzelt Rekonstruktion prägender Gebäude als identitätsstiftende Elemente

10.3 Architektur & Gestaltung

- Orientierung an historischen Baustilen (z. B. Weserrenaissance, Hanseatenhäuser)
- Rekonstruktion bzw. Neuinterpretation historischer Gebäude (z. B. Lloyd-Gebäude (ikonischer Fassade und Turm), Ansgarii-Kirche, Neue Börse (historische Fassade))
- Kombination aus klassischer Architektur und moderner Nutzung
- Wunsch nach identitätsstiftender, „mutiger“ Architektur
- Ablehnung austauschbarer Investorenarchitektur und „Betonklötze“

10.4 Nutzungsmischung

- Kombination von Wohnen (in den Obergeschossen), Arbeiten, Bildung, Kultur, Shopping, Gastronomie und Freizeit
- Innenstadt soll auch nach 18/19 Uhr funktionieren
- Vermeidung monofunktionaler Nutzungen
- Flexible Nutzungen durch flexiblen Raumkonzepte

10.5 Flexibilität & Entwicklungsoffenheit

- Flexible, modulare und wandelbare Flächen
- Keine starre Vorfestlegung von Nutzungen

- Räume für Zwischennutzungen, Experimente und neue Konzepte
- Konzeptvergabe statt dauerhafter Festlegung
- Möglichkeit, mehrere Nutzungen in einem Gebäude zu kombinieren

10.6 Erdgeschosszonen

- Offene, öffentlich zugängliche Erdgeschosszonen
- Flexible Erdgeschossnutzungen (Co-Working, Bildung, kulturelle Angebote, Veranstaltungen)

10.7 Freiräume, Dächer & ergänzende Stadträume

- Dachterrassen mit Gastronomie, Aufenthalt und Veranstaltungen
- Rooftop-Parks und Dachgärten
- Begrünte Innenhöfe und Freiräume
- Überdachte Außenräume (Arkaden, Wetterschutz)
- Zentrale Plätze und Aufenthaltsbereiche
- Kunst im öffentlichen Raum
- Integration von Wasser (z. B. Brunnen, Wasserspiele, Wasserläufe)

10.8 Klima, Nachhaltigkeit & ökologische Qualität

- Dachbegrünung, grüne Fassaden und Freiflächen
- Förderung der Biodiversität durch tierfreundliche Gestaltung (z. B. begrünte Fassaden, entspiegeltes Glas als Vogelschutz, Nist- & Versorgungsplätze)
- Wassersensible Stadtentwicklung (Schwammstadt-Prinzip)
- Nachhaltige und ressourcenschonende Bauweisen (z. B. Holzbau)
- Energie- und Klimakonzepte (z. B. Photovoltaik, Erd- & Grundwasserwärme, Nutzung von Abwärme, dezentrale Energieversorgung)
- Modernes Beleuchtungskonzept, um Lichtverschmutzung zu reduzieren
- Bestandsnutzung
    - Erhalt und Umnutzung bestehender Gebäude
    - Vermeidung von Abriss und Ressourcenverschwendung
    - Verweis auf „graue Energie“ und Lebenszyklusbetrachtung
    - „Umbauen statt Abreißen“ als konsequente Klimastrategie
- Ressourcenschonung, Wiederverwendung, Urban Mining

11. Sicherheit, Sauberkeit und Ordnung

I. Leitmotiv

- Sicherheit, Sauberkeit und Ordnung werden als zentrale Voraussetzung für die Nutzbarkeit und Aufenthaltsqualität des Quartiers verstanden
- Gewünscht sind gepflegte, gut beleuchtete und barrierefreie Räume sowie eine verlässliche Infrastruktur für Alltag und Aufenthalt
- Gleichzeitig besteht ein Spannungsfeld zwischen offenen, frei zugänglichen Räumen und dem Bedarf an Pflege, Kontrolle und sozialer Betreuung

II. Spannungsfelder

- Offenheit vs. Kontrolle: Frei zugängliche öffentliche Räume ↔ Bedarf an Regeln, Kontrolle und Präsenz
- Sauberkeit vs. Nutzung: Intensive Nutzung öffentlicher Räume ↔ steigender Pflege- und Reinigungsaufwand
- Sicherheit vs. Aufenthaltsqualität: Maßnahmen zur Erhöhung der Sicherheit (z. B. Beleuchtung, Kontrolle) ↔ mögliche Auswirkungen auf Atmosphäre und Offenheit
- Soziale Offenheit vs. Konflikte: Inklusive Nutzung für alle Gruppen ↔ Konflikte, unterschiedliche Wahrnehmungen und Akzeptanzprobleme

11.1 Nutzung, Öffentlichkeit & soziale Aspekte

- Offene, öffentlich zugängliche Räume als Zielbild
- Gleichzeitiger Bedarf an Regelung, Betreuung und sozialer Steuerung
- Hinweise auf problematische Nutzungen (z. B. Drogenkonsum)
- Kontroverse Wahrnehmung sozialer Themen (z. B. Obdachlosigkeit)
- Notwendigkeit eines sensiblen Umgangs mit unterschiedlichen Nutzergruppen

11.2 Sicherheit & subjektives Sicherheitsgefühl

- Sicherheit als grundlegende Voraussetzung für Nutzung
- Mehr Sicherheit tagsüber und insbesondere in den Abend- und Nachtstunden
- Vermeidung von Angsträumen
- Präsenz von Ordnungskräften / sozialer Kontrolle
- Bedeutung des subjektiven Sicherheitsgefühls

11.3 Sauberkeit & Pflege

- Sauberkeit als zentrale Erwartung an den öffentlichen Raum

- Kritik an Müll, Taubenkot und ungepflegten Flächen
- Bedarf an regelmäßiger Pflege und Instandhaltung
- Gepflegte Anlagen als Voraussetzung für Aufenthalt

11.4 Infrastruktur & Grundausstattung

- Öffentliche, saubere und barrierefreie Toiletten (inkl. Wickelräume)
- Trinkwasserspender
- Duschmöglichkeiten
- Schließfächer
- Informations- und Servicestellen

11.5 Beleuchtung & Orientierung

- Angsträume vermeiden
- Bessere Beleuchtung von Wegen, Plätzen und Hinweisschildern, Ausleuchtung dunkler Bereiche
- Klare, verständliche Wegeleitung (Schilder, Symbole)

12. Relikte (Hortenkacheln und Lichterbaum)

I. Leitmotiv

- Relikte wie die Horten-Kacheln und der Lichterbaum werden als Träger von Erinnerung, Identität und Emotionen verstanden – mit dem Wunsch nach einem bewussten, transparent begründeten Umgang.
- Im Vordergrund steht weniger ein unveränderter Erhalt als eine zeitgemäße Weiterentwicklung: Wiederverwendung, künstlerische Transformation oder punktuelle Integration, verbunden mit Nachhaltigkeit (Ressourcenschonung, „graue Energie“).
- Entscheidend ist die „Passung“ im neuen Quartier: Relikte sollen in eine neue Gesamtgestaltung integriert werden und einen Mehrwert für öffentlichen Raum, Nutzung und Stadtbild stiften.

II. Spannungsfelder

- Erhalt/Tradition ↔ Neuanfang und zeitgemäße Gestaltung
- Symbolische/emotionale Bedeutung ↔ unterschiedliche Bewertungen (Identität vs. Ablehnung)
- Ressourcenschonung und Wiederverwendung ↔ Aufwand, Kosten und technische Machbarkeit (Rückbau, Aufbereitung, Sicherheitsanforderungen)

- Punktuelle Integration als „Zitat“ ↔ Gefahr von Beliebigkeit bzw. Verlust der Lesbarkeit
- Öffentliche Sichtbarkeit/zugängliche Erinnerungsorte ↔ Schutz vor Vandalismus, Pflege- und Betriebsaufwand
- Zentraler Standort im Quartier ↔ dezentrale Weiterverwendung (z. B. Verteilung einzelner Elemente, Verkauf/Weitergabe)

12.1 Wiederverwendung und Upcycling

- Wiederverwendung der Kacheln als Baustoff oder Gestaltungselement
- Einsatz als Sitzbänke, Stadtmobiliar, Hochbeete, Pflanzkübel, Weg- oder Platzgestaltung
- Nutzung als Verschattungselemente, Rankhilfen oder Fassadenbauteile
- Betonung von grauer Energie, Ressourcenschonung und Nachhaltigkeit

12.2 Kunst, Skulptur & öffentliche Erinnerung

- Skulpturen oder Installationen im Quartier
- Kunst am Bau, Licht oder Begrünungsinstallationen
- Künstler:innen Wettbewerbe, Schul- & Hochschul-projekte
- Nutzung als Denkmal, Erinnerungsobjekt oder „Fenster in die Vergangenheit“
- Vergleich mit Berliner Mauer, Denkmalfragmenten, Spolien-Konzepten

12.3 Verkauf, Versteigerung und Weitergabe an Bürger:innen

- Einzelne Kacheln verkaufen oder versteigern, Erlöse für gemeinnützige, soziale oder kulturelle Projekte
- Weitergabe an Bremer*innen als Erinnerungsstücke
- Vergleich mit Rathausdach Schindeln, Berliner Mauer Fragmenten
- Ausstellung im Focke Museum

12.4 Begrünung

- Nutzung für Fassaden- oder Rankbegrünung, vertikale Gartenlösungen > Kombination aus Kacheln + Grün (z. B. Moos oder Kletterpflanzen, keine reine „Deko Begrünung“)

12.5 Punktuelle Integration statt großflächigem Erhalt

- Nicht die gesamte Fassade, sondern ausgewählte Bereiche erhalten, Kleine Flächen als Zitate, Streifen, Innenraum Elemente
- Kombination mit neuen Materialien

12.6 Erhalt und Integration

- Lichterbaum als zentrales Element eines Foyers, Atriums oder Lichthofs
- Integration in Neubauten oder umgenutzte Bestandsgebäude
- Vergleich mit Beispielen wie Forum Groningen, Theater- oder Bibliotheksfoyers
- Wunsch nach Erhalt am Standort oder zumindest im Bremer Stadtraum
- Betonung von Erinnerungswert („Kindheit“, „Wahrzeichen“, „Highlight der Innenstadt“)

12.7 Technische Erneuerung

- Umrüstung auf energieeffiziente LED-Technik
- Reduktion des Energieverbrauchs als Grundvoraussetzung
- Teilweise Vorschläge zur Verkleinerung
- Auch Ideen zur Kombination mit Solarstrom

12.8 Kunst und kulturelle Weiterentwicklung

- Lichtkunst, interaktive oder steuerbare Installationen
- saisonale oder ereignisbezogene Lichtinszenierungen
- Nutzung für Events, Ausstellungen, Performances
- Kooperationen mit Kunsthalle, HfK, Universitäten
- Vorschläge wie „Licht Equalizer“, Lichtshows oder „Instagram-taugliches Kunstwerk“

12.9 Dezentrale Weiterverwendung

- Zerlegung in kleinere Lichtobjekte
- Nutzung einzelner Elemente in mehreren Gebäuden oder Passagen
- Verkauf oder Verlosung einzelner Leuchtelemente

12.10 Öffentlicher Raum und saisonale Nutzung

- Nutzung im öffentlichen Raum (Marktplatz, Wallanlagen, Domshof)
- Idee eines dauerhaften oder saisonalen „öffentlichen Weihnachtsbaums“
- Lichtskulptur als Treffpunkt im Freiraum
- Kombination mit Grün- oder Wasserflächen

12.11 Verkauf, Weitergabe und Museumsnutzung

- Verkauf oder Versteigerung einzelner Teile
- Weitergabe an Museen (v. a. Focke-Museum)

- Nutzung der Erlöse für soziale oder kulturelle Projekte
- Ausstellung als Zeitzeugnis