

**Bericht der Verwaltung
für die Sitzung der Deputation für Bau und Verkehr (S)**

Tourismuskompass Überseestadt

Anlass des Berichtes

Die Deputation für Wirtschaft, Arbeit und Häfen hat die Vorlage Nr. 18/024-S „Tourismuskompass Überseestadt“ in ihrer Sitzung am 30.11.2011 zur Kenntnis genommen und gleichzeitig darum gebeten, diese Vorlage an die Deputation für Umwelt, Bau, Verkehr, Stadtentwicklung und Energie weiterzuleiten.

Die o.a. Vorlage mit der Kurzfassung des „Tourismuskompass Überseestadt“ vom Juni 2011 ist als Anlage beigefügt.

Auf Basis des Masterplans Überseestadt hat die Wirtschaftsförderungsgesellschaft Bremen (WFB) im Jahr 2010 die *ift*- Freizeit- und Tourismusberatung GmbH beauftragt, ein umsetzungsorientiertes Konzept der touristischen Entwicklung für die Überseestadt zu erarbeiten, das konkrete Projektideen und entsprechende Räume in der Überseestadt beinhaltet. Der daraus entstandene Tourismuskompass ist die Basis für die touristische Profilierung der Überseestadt. Er dient dem Wirtschaftsressort für die weitere Akquisition von Investoren und Betreibern.

In zwei Workshops wurden die Zwischenstände der Arbeitsergebnisse des beauftragten Büros vorgestellt, erörtert und bewertet. An den Workshops haben VertreterInnen des Wirtschafts- und Bauressorts, die BTZ, der DeHoGa (Deutscher Hotel- und Gaststättenverband - DEHOGA Bremen e.V.), die Handelskammer, die Großmarkt Bremen GmbH sowie ausgewählte touristische Akteure mit besonderen Bezügen zur Überseestadt und zu maritimen Angeboten teilgenommen. Die Workshopergebnisse sind in den Endbericht eingegangen. Der nun vorliegenden „Tourismuskompass Überseestadt“ ist somit eine Leitlinie, die im Grundsatz breit abgestimmt und erörtert ist. Er definiert die touristisch relevanten Räume der Überseestadt und ordnet eine breite Anzahl von Projekten einzelnen übergeordneten Themen zu. Zusätzlich werden die Projekte auf ihre Umsetzbarkeit überprüft.

Der Kompass benennt vier touristische Entwicklungsbereiche in der Überseestadt:

- Das Weser – Quartier mit Verbindungsmeile entlang der Schlachteverlängerung, einschließlich Kaffeequartier und der noch zu realisierenden Quartiere beiderseits des Hilde-Adolf-Parks.
- Das Erlebnisquartier Europahafen umfasst den Raum beiderseits des Hafenbeckens.
- Das Kreativquartier reicht entlang des Waller Stiegs über das Franz-Pieper-Karree und die noch zu realisierende Hafenpassage bis zur Konsul-Schmidt Straße.
- und das Aktivquartier am Wendebecken (Hafenkante mit Wendebecken)

Für diese Quartiere werden konkrete Projekte empfohlen, die prioritär von der Wirtschaftsförderung weiter verfolgt werden sollen. Als verbindendes Element dieser genannten vier Bereiche wird das Thema Mobilität zu Wasser und zu Land benannt.

Die Umsetzung liegt in erster Linie in der Hand des Wirtschaftsressorts, dazu wurden innerhalb der WFB die entsprechenden Arbeitsstrukturen geschaffen. Das Bauressort ist über die regelmäßigen Routinen in die Umsetzungsarbeit eingebunden.

Anlage

Tourismuskompass Überseestadt – Kurzfassung -

Beschlussvorschlag:

Die Deputation für Umwelt, Bau, Verkehr, Stadtentwicklung und Energie (S) nimmt den Bericht der Verwaltung zur Kenntnis.

Köln, 16.6.2011

Tourismuskompass Überseestadt

Kurzfassung



Köln, 16.6.2011

Tourismuskompass Überseestadt

Kurzfassung

Bearbeitung: Jan-F. Kobernuß, Nils Möller, Christoph Schrahe, Julia Baltin

ift Freizeit- und Tourismusberatung GmbH

Goltsteinstraße 87a

D-50968 Köln

Tel. 0221-98549501

Fax 0221-98549550

www.ift-consulting.de



Inhaltsverzeichnis

	Seite
1. Aufgabenstellung	5
2. Aktuelle Situation Überseestadt Bremen	7
3. Positionierung Überseestadt Bremen	9
4. Projekte Überseestadt Bremen	10
4.1 Besucherattraktionen	14
4.1.1 Untersuchte Projekte	14
4.1.2 Empfehlungen	15
4.2 Gastronomieangebote und Beherbergung	15
4.2.1 Untersuchte Projekte	15
4.2.2 Empfehlungen	16
4.3 Sportanlagen, Erholungseinrichtungen, Spielangebote	16
4.3.1 Untersuchte Projekte	17
4.3.2 Empfehlungen	17
4.4 Einzelhandel	18
4.4.1 Untersuchte Projekte	18
4.4.2 Empfehlungen	18
4.5 Kultur	19
4.5.1 Untersuchte Projekte	19
4.5.2 Empfehlungen	19
4.6 Mobilität	19
4.6.1 Untersuchte Projekte	19
4.6.2 Empfehlungen	20
4.7 Service	20
4.8 Events	21
4.9 Inszenierung/Gestaltung des öffentlichen Raums	22

5.	Zusammenfassende Darstellung der Empfehlungen	24
5.1	Projekte vorgestellt nach Quartieren	25
5.1.1	Weser Quartier und Verbindungsmeile	25
5.1.2	Erlebnisquartier Europahafen	26
5.1.3	Kreativquartier	27
5.1.4	Aktivquartier am Wendebecken	28
5.2	Mobilität	29
5.3	Übersichtspläne der Quartiere	29

1. Aufgabenstellung

Auf dem Gebiet der „Alten Hafendreiecke“ in Bremen entsteht unter dem Leitbegriff „Überseestadt“ ein neuer Stadtteil.

Grundlage dafür ist der im März 2003 beschlossene Masterplan Überseestadt. Dieser formuliert das städtebauliche Entwicklungskonzept für die Umwandlung der Hafendreiecke rechts der Weser. Der Masterplan drückt die wesentlichen stadtentwicklungsplanerischen und städtebaulichen Ziele Bremens für die Entwicklung der Überseestadt aus.

Die Überseestadt soll ein moderner Stadtteil werden, der durch einen dynamischen Branchenmix aus Hafenbetrieb, Dienstleistung, Einzelhandel, Wohnen, Kultur, Freizeit und Tourismus geprägt ist.

Aufgrund der Größe der Überseestadt und ihrer heterogenen Nachbarschaften, Nutzungsbedingungen und Lagequalitäten werden unterschiedliche Quartiere mit eigener städtebaulicher Milieuprägung entstehen.

Auf Grundlage des Masterplans soll jetzt eine schlüssige Vision für die stimmige und erfolgreiche touristische Gesamtentwicklung der Überseestadt einschließlich konkreter touristischer Nutzungsbeispiele erarbeitet werden.

Für die Zukunft sind daher Nutzungen zu entwickeln, die

- ▶ das Angebotsspektrum in der Überseestadt und damit in Bremen zukunftsorientiert erweitern,
- ▶ neue touristische Nachfrageimpulse setzen (Frequenzbringer mit möglichst großem Einzugsgebiet),
- ▶ standortprägend und -aufwertend sind,
- ▶ Trends und Entwicklungen berücksichtigen, ebenso die regionale Wettbewerbssituation,
- ▶ die touristische Standortattraktivität Bremens erhöhen ohne den Markterfolg bestehender Angebote zu beeinträchtigen,
- ▶ Synergien mit bestehenden Angeboten in der Überseestadt versprechen (insbesondere thematisch, bezogen auf Zielgruppen und bezogen auf Nachfragesaisonalitäten),
- ▶ wirtschaftlich nachhaltig und Erfolg versprechend sind.

Es soll ein umsetzungsfähiges Konzept erarbeitet werden, das als Grundlage für die erfolgreiche weitere Entwicklung der Überseestadt und die Akquisition von Investoren und Betreibern für attraktive, nachhaltige Kultur-, Freizeit- und Tourismuseinrichtungen in der Überseestadt dienen kann.

Die WFB soll damit in die Lage versetzt werden, auf Basis der Konzeption zu agieren, aktiv die gewünschte Erlebnis- und Tourismuspositionierung zu steuern und zu verwirklichen.

Das Konzept ist der Kompass für die touristische Entwicklung der Überseestadt.

Damit soll die WFB dann einen noch wirkungsvolleren Beitrag zur Gesamtentwicklung der Überseestadt leisten können, weil die Positionierung und die Erlebnis- und Tourismusprojekte den Standort insgesamt aufwerten und alle Flächen besser vermarktbar machen. Gleichzeitig ist die Entwicklung der Überseestadt auf die touristische Gesamtpositionierung und -entwicklung der Stadt Bremen abzustimmen.

In der hier vorgelegten Kurzfassung werden die aktuelle Situation der Überseestadt, die Positionierung sowie die erarbeiteten Projekte und Maßnahmen zusammengefasst dargestellt. In einer ausführlichen Version mit dem Titel „Tourismuskompass Überseestadt – Definition konkreter Nutzungen und Projekte“ finden sich die ausführlichen Projekt- und Maßnahmenbeschreibungen. Sie ist bei der WFB Wirtschaftsförderung Bremen GmbH erhältlich.

▶ 2. Aktuelle Situation Überseestadt Bremen

Das Planungsgebiet der Überseestadt umfasst eine Fläche von insgesamt 300 ha, die sich über eine Distanz von 4,5 km erstrecken. Ein Großteil dieser Flächen, insbesondere nord-östlich des Holz- und Fabrikenhafens sowie südlich und östlich des Europahafens, unterliegt traditionell und auch in der mittelfristigen Zukunft einer gewerblichen Nutzung. Im Juli 2010 hatten 450 Unternehmen mit 8.800 Beschäftigten ihren Standort in der Überseestadt.

Im Zuge der seit 1998 angelaufenen städtebaulichen Um- und Neugestaltung des Areals, die u.a. die Verfüllung des Hafenbeckens des Überseehafens umfasste, wurden jedoch bereits zahlreiche Flächen neuen Nutzungen zugeführt. Dazu zählen neben Neuansiedlungen im gewerblichen Bereich (allein der Großmarkt belegt eine Fläche von ca. 16,5 ha) auch Ansiedlungen im Bereich der Dienstleistungen, des Gastgewerbes (aktuell elf gastronomische Einrichtungen), im Bildungsbereich sowie im Einzelhandel (im Juli 2010 ca. 20 Einzelhändler am Standort) und die Schaffung von Wohnraum (erste Projekte in der Realisierung). Im Rahmen der angestrebten touristischen Profilierung sind folgende Bereiche relevant:

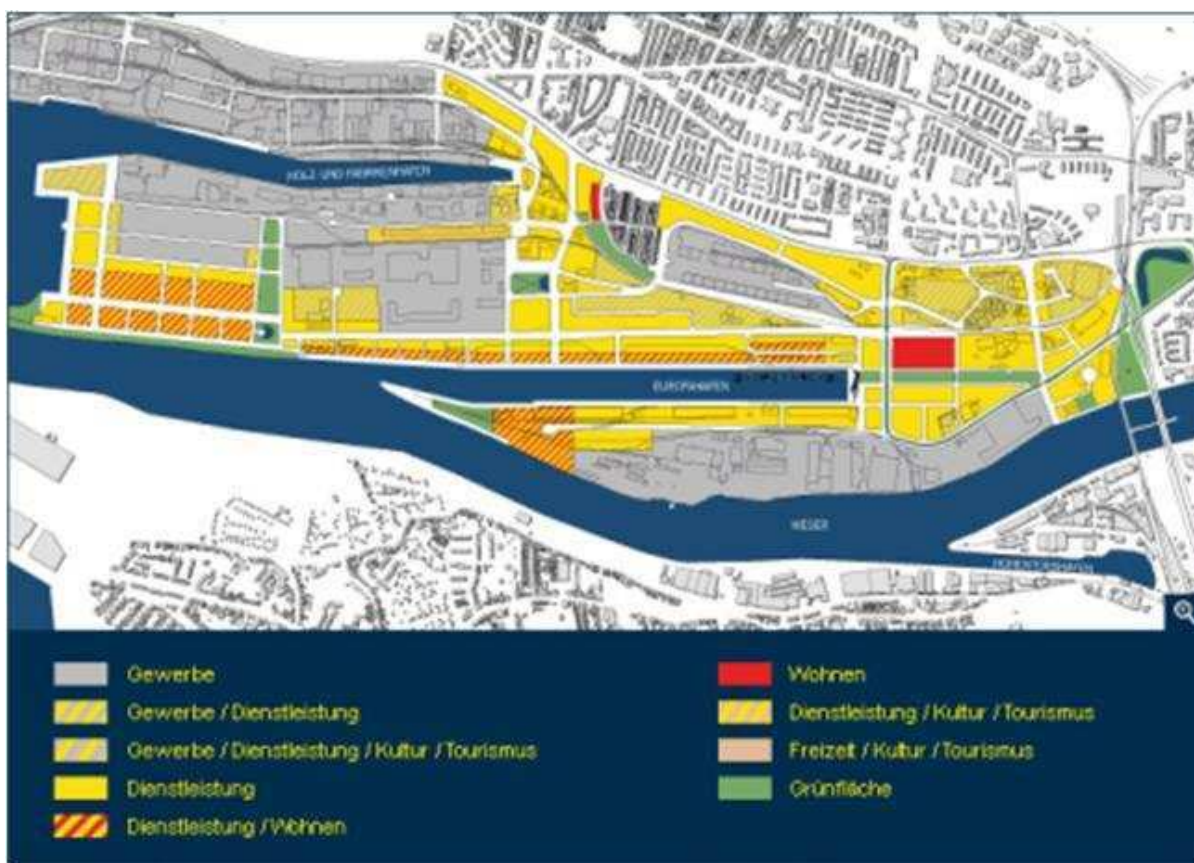
- ▶ **Verlängerung Weserpromenade „Schlachte“:** Die Schlachte verbindet seit 2009 die Innenstadt entlang der Weser mit der Überseestadt. Die 250 Meter lange und 10 Meter breite Promenade ist von Grünflächen gesäumt. An der Kaje entstand ein Anleger für Ausflugs- und Kreuzfahrtschiffe. Ein Varietétheater und ein Design-Hotel im angrenzenden Weser Quartier sind in der Projektierung.
- ▶ **Weser Quartier:** Der von Stararchitekt Helmut Jahn entwickelte Weser Tower bietet auf 22 Stockwerken 800 Menschen hochwertige Arbeitsplätze. Die Überseestadt hat ihr Wahrzeichen. Weiterhin sind Büroflächen, ein Hotel, eine Kultureinrichtung und ansprechende Grünflächen geplant. Ein Kreuzfahrtschiff-Anleger ist bereits fertig gestellt.
- ▶ **Hilde-Adolf-Park:** Rund 400 Bäume säumen die neu angelegte, 35 Meter breite Parkanlage, die vom Weser Quartier bis zum Kopf Europahafen die Fortsetzung des Weges von der „Schlachte“ in die Überseestadt bahnt. Die Grünanlage wird von mehreren lang gestreckten Sitzelementen durchzogen, die zum Spaziergehen und Verweilen einladen.
- ▶ **Kopf Europahafen:** Dieser Bereich hat sich zu einem lebendigen, gut durchmischten und städtetouristisch ansatzweise interessanten Areal entwickelt, das mit seiner großzügigen Treppenanlage bereits den Rahmen für bedeutende Events wie dem Evangelischen Kirchentag 2009 und den zentralen Feierlichkeiten zum 20. Jahrestag der deutschen Wiedervereinigung am 3. Oktober 2010 bot.
- ▶ **Europahafen:** Hier mischen sich alte Hafearchitektur und moderne Arbeitswelt. Der Speicher 1 beherbergt auf 36.000 m² Unternehmen aller Couleur (zu 100% belegt). Der Schuppen 2, die Port-Gebäude 2, 4, 5 und 6 sowie Newport und Portland bieten hochwertige Büroflächen und Lofts sowie Flächen für Einzelhandel und Gastronomie.
- ▶ **Schuppen 1:** In einer Hälfte des 35.000 m² großen Schuppen 1 entsteht ein Zentrum der mobilen Technik – von der Restauration historischer Fahrzeuge bis zum Verkauf.
- ▶ **Kranhaus:** Am Becken des Europahafens stehen auf insgesamt 5.500 m² hochwertige Büroflächen in direkter Wasserlage sowie ein gastronomisches Angebot.
- ▶ **Weserufer (im Bau):** Das Projekt Weserufer macht erstmals Wohnen in der Überseestadt möglich. Diverse Gebäude bieten direkt an der Weser insgesamt 80 Eigentums-

wohnungen, 46 Wohnsuiten sowie ca. 15.000 m² Fläche für Büro, Handel und gastronomische Angebote.

- ▶ **Hafenkante** (in Planung): In attraktiver Wasserlage plant die Entwicklungsgesellschaft Hafenkante auf einer Fläche von 10 ha einen Nutzungsmix aus Dienstleistungen und Wohnen. Auch Wohnprojekte können hier realisiert werden.
- ▶ **Speicher XI**: Die Hochschule für Künste ist bereits im Jahr 2003 in den Speicher XI eingezogen. In der Folge hat sich im Umfeld eine Kunst- und Kulturszene entwickelt, es finden Theater und Ausstellungen in umgenutzten Hafengebäuden und Konzerte in alten Speichern statt. Desweiteren befindet sich im Speicher XI das Überseemuseum sowie das Infocenter der Überseestadt sowie ein Restaurant.

Darüber hinaus gibt es punktuell bereits touristisch relevante Nutzungen. Dazu zählen gastronomische Angebote im Bereich des Holz- und Fabrikenhafens, mehrere Clubs, eine Go-Kart-Halle sowie das Lloyd Café. Zu den bereits durchgeführten Events zählen ein Marathon, das Duckstein Festival, der ÜberseeTörn, Speichermarkt, Herbstmarkt, Lenzmarkt oder die Kunstreihe Klub Analog.

Abbildung 1: Nutzungskonzept Überseestadt Bremen



Quelle: Wirtschaftsförderung Bremen GmbH, Stand: 29.9.2010

▶ 3. Positionierung Überseestadt Bremen

Die seitens der BTZ definierten Basiswelten bilden die Grundlage für die Positionierung der Überseestadt unter touristischen Gesichtspunkten, wie sie in einem Workshop am 22.7.2010 gemeinsam definiert wurde.

Abbildung 2: Positionierung Überseestadt

Überseestadt wird: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Maritimer Stadtteil in bester Lage am Europahafen und Holz- und Fabrikenhafen ▶ Wohnen und Arbeiten an attraktiven Wasserlagen ▶ Einzigartig durch die Verbindung mit bestehenden Hafenstruktturen ▶ Attraktiv durch zahlreiche Angebote, die den maritimen Charakter erlebbar machen 		Workshopergebnis 22.7.2010
Überseestadt wird: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Authentisch durch historische Gebäude und Industrie- und Hafenstruktturen ▶ Stadtteil mit erlebbarer Geschichte (auch museal) ▶ Übersee-Produktwelten erlebbar präsentieren (Kakao, Kaffee, Holz, Tee, Wein etc.) 		Überseestadt wird: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Bestandsbetrieben Entwicklungsmöglichkeiten geben ▶ Standort für Forschung und Lehre im Kreativbereich ▶ Standort für innovativ-kreative Branchen und Unternehmen ▶ Erlebbarer Produktionsstandort (Besichtigungen in Industrie- und Hafenbetrieben anbieten) ▶ Geprägt durch neue Nutzungen in Bestandsimmobilien und innovative Architektur
Überseestadt wird: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Lebendiger innerstädtischer Stadtteil durch die Mischung von Gewerbe-, Arbeits- und Wohnnutzung, von Freizeit, Gastronomie, Kultur, Einzelhandel, Parks, Plätzen und Promenaden ▶ Schauplatz für Events ▶ Baustein in der Weser-Achse (Stadion-City-Schlachte-Überseestadt-Waterfront-Vegesack) 		

Eigene Darstellung ift GmbH 2010

▶ 4. Projekte Überseestadt Bremen

Die in einem touristischen Kontext stehenden Projekte und Projektideen für die Überseestadt Bremen sind in der Tabelle auf Seite 12 f. aufgeführt. Die Gliederung der Projekte erfolgte dabei nach ihrer jeweils primären Funktion:

- ▶ Besucherattraktionen: Diese haben die Funktion von Frequenzbringern bzw. Besuchermagneten. Ihretwegen kommen Tagesbesucher aus dem Umland und Städtetouristen, die in Bremen logieren, in die Überseestadt. Sie bilden die Kristallisationspunkte der touristischen Entwicklung¹.
- ▶ Gastronomieangebote: Sie können sowohl den Charakter eines notwendigen Komplementärangebots haben (Versorgungsfunktion, Förderung des Ambientes des öffentlichen Raums durch Außengastronomie) als auch selbst Besuchsimpulse auslösen, also als eigenständige Attraktion fungieren, und zwar insbesondere im lokalen Markt².
- ▶ Beherbergungsangebote: Auch sie können sowohl eher bedarfsdeckenden Charakter haben (Nachfrage nach entsprechenden Angeboten resultiert in der Überseestadt auch aus dem Geschäftsreiseverkehr in Folge der zahlreichen ansässigen Unternehmen) als auch eine eigenständige Attraktivität haben, indem Sie einen außergewöhnlichen Rahmen für Übernachtungen bieten³.
- ▶ Kultureinrichtungen: Entsprechende Angebote sind ein wichtiges Element des Profils einer städtetouristischen Destination. Sie können den Charakter eigenständiger Besucherattraktionen haben⁴.
- ▶ Spielangebote: Haben i.d.R. ergänzenden Charakter für touristische Destinationen, die auch Familien und damit Kinder ansprechen.
- ▶ Sportanlagen: Haben vor allem Bedeutung für die Freizeitgestaltung der örtlichen Bevölkerung, können bei hoher Alleinstellung allerdings Bedeutung als tagestouristische Destination gewinnen, in Einzelfällen sogar Mehrtagesreisen auslösen⁵.

-
- ¹ Das Klimahaus in Bremerhaven ist der klassische Fall einer Besucherattraktion. Zwar war Bremerhaven auch vor dem Bau des Klimahaus eine städtetouristische Destination, aber nach einer Besucherbefragung im Klimahaus reisen 72% der nach der bisherigen Resonanz seit Eröffnung im Juni 2009 jährlich rund 800.000 Besucher wegen dieser speziellen Einrichtung nach Bremerhaven und 4% dieser Besucher übernachteten auch in der Stadt.
 - ² Die konsequent österreichisch thematisierte Gastronomie der Skihalle Neuss lockt mit jährlich 600.000 Besuchern 50% mehr Publikum an, als die eigentliche Hauptattraktion, die Skipiste. In der Skihalle Bispingen machen Gastronomiebesucher rund die Hälfte aller Besucher aus.
 - ³ Ein archetypisches Beispiel dafür sind Übernachtungen in Leuchttürmen, die es an verschiedenen Standorten entlang der Nordseeküste gibt. Es handelt sich dabei im Prinzip um Destinationen, die neben der Beherbergung keinerlei weitere touristische Infrastruktur bieten – trotzdem werden sie stark nachgefragt.
 - ⁴ Bestes Beispiel dafür ist das Guggenheim-Museum in Bilbao, das diese Stadt an der nordspanischen Küste überhaupt erst auf die touristische Landkarte Europas gebracht hat.
 - ⁵ Beispiele dafür sind größere Golfanlagen, alpine Skigebiete oder Mountainbikeparks.

- ▶ Wellness- und Erholungseinrichtungen: Analog zu den Sportanlagen handelt es sich um vor allem für die lokale und regionale Bevölkerung relevante Einrichtungen, die in Kombination mit Beherbergungsangeboten jedoch auch für Städtetouristen Relevanz bekommen⁶.
- ▶ Einzelhandelsangebote: Shopping ist ein wesentliches Element einer Städtereise und insofern sind entsprechende Angebote für die touristische Entwicklung der Überseestadt unverzichtbar. Shopping ist für Kurzreisen sogar häufig Hauptbeweggrund⁷.
- ▶ Serviceangebote: Hierunter fallen Angebote im Bereich des Grundnutzens (z.B. Tourist-Information, Beschilderung), aber auch ergänzende Dienstleistungen, die einen Zusatznutzen für die Besucher darstellen (z.B. Führungen).
- ▶ Mobilitätsangebote: Neben einer reinen Transportfunktion können diese durchaus eine Eigenattraktivität entwickeln und so zur touristischen Profilierung beitragen⁸.
- ▶ Events: Sie dienen primär dazu, Besuchsimpulse auszulösen, sowohl im Bereich des Tagestourismus als auch im Übernachtungstourismus.
- ▶ Inszenierung/Gestaltung des öffentlichen Raums⁹: Diese bildet den Rahmen für die zuvor genannten Angebote. Eine herausragende Gestaltung der Gebäude, welche diese Angebote beherbergen sowie des gesamten städtebaulichen Umfelds kann die Attraktivität als städtetouristische Destination deutlich steigern¹⁰.

In der folgenden Übersichtstabelle sind die Projektideen jeweils den seitens der BTZ definierten Basiswelten zugeordnet:

- ▶ Historisch,
- ▶ Innovativ,
- ▶ Maritim,
- ▶ Lebendig.

⁶ Der Bau der Therme Erding zog die Ansiedlung von sieben neuen Hotels am Standort nach sich. Die Aufenthaltsdauer der Besucher beträgt mittlerweile durchschnittlich acht Stunden.

⁷ Der Klassiker ist das Christmas-Shopping in New York. Aber auch Designer-Outlet-Center in Deutschland und seinen Nachbarländern wie in Wertheim oder Roermond vermarkten sich als eigenständige Destination. In Wertheim verdoppelte sich die Zahl der Betten nach Eröffnung des DOC.

⁸ In Thale im Harz verbindet eine Gondelbahn den Ort mit dem sogenannten Hexentanzplatz, einem Aussichtspunkt über dem Bodetal. Obwohl man die Strecke auch mit dem PKW fahren kann und sich rund um die Bergstation viele Parkplätze befinden, nehmen zahlreiche Besucher die kostenpflichtige Seilbahn.

⁹ Wegen des maritimen Charakters der Überseestadt spielt das Thema Schiffe im Zusammenhang mit der Inszenierung des öffentlichen Raums eine wichtige Rolle. Es zieht sich daher als Querschnittsthema durch fast alle Funktionsbereiche: Ein Museumsschiff und Hafenrundfahrten als Besucherattraktionen, ein Restaurantschiff, Beherbergungsangebote auf dem Wasser sowie die Idee einer Sauna- bzw. Wellnessanlage auf einem Schiff, ein Wesershuttle als Mobilitätsangebot.

¹⁰ Ein exemplarisches Beispiel dafür ist die durch den Architekten Santiago Calatrava gestaltete Ciudad de las Artes y Ciencias in Valencia, die mit ihrer einzigartigen, avantgardistischen Architektur zu einem weltweit beachteten Wahrzeichen der Stadt Valencia geworden ist.

Die nachfolgende Tabelle stellt die auf dieser Grundlage entwickelten und gegliederten Projekte vor. Darüber hinaus wird in der Tabelle das aktuelle Planungsstadium angegeben.

Tabelle 1: Funktionszuweisung, thematische Zuordnung der Projekte zu den Basiswelten und Planungsstadium

Funktion/Typ des Projekts	Projekt	Basiswelt				Stadium		
		Historisch	Innovativ	Maritim	lebendig	Idee	Vorplanung	Umsetzung
Besucherattraktion	Aussichtsrund				☑	☑		
	Rollenspielpark		☑		☑	☑		
	Schneeeiserlebniswelt		☑		☑	☑		
	Miniaturland	☑			☑	☑		
	Seilbahn		☑		☑	☑		
	Aquarium			☑	☑	☑		
	Brandpark (Lego)		☑		☑	☑		
	Edutainment-Center	☑			☑	☑		
	Kaffee/Schokomuseum	☑			☑	☑		
	Aussichtsplattform/-turm				☑	☑		
	Museumsschiff			☑	☑	☑		
	Schiffsrundfahrten		☑	☑	☑		☑	
	Beck's-Schiff			☑	☑		☑	
Gastronomieangebote	Beachclub			☑	☑	☑		
	Fischrestaurant			☑	☑	☑		
	Restaurantschiff			☑	☑		☑	
	Diskotheken/Clubs				☑	Bestand		
	Bier-City				☑	☑		
Beherbergungsangebote	Hostelschiff/JH-Schiff			☑	☑	☑		
	Hostel				☑		☑	
	Hotel		☑		☑		☑	
	Wohnmobilstellplatz				☑	☑		

Funktion/Typ des Projekts	Projekt	Basiswelt				Stadium		
		Historisch	Innovativ	Maritim	lebendig	Idee	Vorplanung	Umsetzung
Sportanlagen	Marina			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Indoor-Skipiste				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Indoor-Sportzentrum				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Hochseilpark				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Überseegolf				<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Spielgolfparcours				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Finnbahn/Joggingtrail				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Bowlingcenter				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Eisbahn				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Indoor-Bikepark				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Trendsportanlage		<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
Wellness/Erholungseinrichtungen	Wellnessanlage				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Badeschiff mit Sauna				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
Spielangebote	Hallenspielplatz				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Sonstige Spielangebote				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
Einzelhandelsangebote	Fischhalle			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Spezialisierter Einzelhandel		<input checked="" type="checkbox"/>				<input checked="" type="checkbox"/>	
	Markthalle				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Zentrum mobile Technik	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>					<input checked="" type="checkbox"/>
	Märkte				<input checked="" type="checkbox"/>	Bestand		
Kultureinrichtungen	Varieté				<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Wasserbühne			<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Open-Air-Gelände				<input checked="" type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>		
	Räume für Kreativszene				<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>	
	Hafenmuseum	<input checked="" type="checkbox"/>		<input checked="" type="checkbox"/>		Bestand		

Funktion/Typ des Projekts	Projekt	Basiswelt				Stadium		
		Historisch	innovativ	Maritim	lebendig	Idee	Vorplanung	Umsetzung
Mobilitätsangebote	Shweeb		☑		☑	☑		
	Mobilitätsstationen		☑	☑	☑	☑		
	Wesershuttle			☑	☑	☑		

Eigene Darstellung ift GmbH 2010

4.1 Besucherattraktionen

Besucherattraktionen haben die Funktion von Frequenzbringern bzw. Besuchermagneten. Ihre Wege kommen Tagesbesucher aus dem Umland und Städtetouristen, die in Bremen logieren, in die Überseestadt. Sie bilden die Kristallisationspunkte der touristischen Entwicklung.

4.1.1 Untersuchte Projekte

Folgende Projektideen bzw. konkrete Vorhaben zu Besucherattraktionen wurden detailliert beschrieben und einer Plausibilitätsprüfung unterzogen (siehe dazu: „Tourismuskompass Überseestadt – Definition konkreter Nutzungen und Projekte“).

- ▶ **Bremen Flyer** – ein Aussichtsrad nach dem Vorbild des London Eye,
- ▶ **Kinderstadt** – ein Rollenspielpark nach dem Konzept der Wanado-City,
- ▶ **Arktiswelt** – ein neuartiges Freizeitanlagenkonzept, das Spiel, Sport und Edutainment kombiniert,
- ▶ **Miniaturwelt** – ein Klassiker unter den Besucherattraktionen als Säule für eine neue touristische Destination,
- ▶ **Überseegondel** – die nördlichste Seilbahn Deutschlands als (perspektivischer) Brückenschlag zur Waterfront,
- ▶ **Überseeaquarium** – eine maritime Attraktion als Aushängeschild der Überseestadt,
- ▶ **Legoland Discovery Center** – etabliertes Brand-Park Konzept als eine Ankerattraktion
- ▶ **Grimm-Welten** – Edutainment rund um die Bremer Stadtmusikanten und Co.
- ▶ **Kaffee- und Schokoladenmuseum** – Information und Genuss mit hoher Standortauthentizität,
- ▶ **Top of Bremen** – ein Aussichtspunkt für den Überblick über die Vielfalt eines neuen Stadtteils,
- ▶ **Museumsschiff** – Besucherattraktion mit Wasserbezug
- ▶ **Hafenrundfahrten** – „must-have“ für ein touristisch in Wert gesetztes Hafenareal,
- ▶ **Beck´s-Schiff** – maritimer Klassiker mit regionalem Bezug.

4.1.2 Empfehlungen

Erfolgreiche touristische Entwicklungen von Hafengebieten sind durch eine Konzentration von Besucherattraktionen gekennzeichnet. Herausragende Beispiele dafür sind der Porto Antico in Genua, die Ciudad de las Artes y Ciencias in Valencia und der Alte/Neue Hafen in Bremerhaven.

Vor diesem Hintergrund wird empfohlen, die städtetouristisch relevanten Besucherattraktionen in einem überschaubaren Areal zu bündeln, in dem sich die Besucher fußläufig bewegen können. Ausgehend vom aktuellen Entwicklungsstand, von der Lage zu den bisherigen touristischen Schwerpunkten der Stadt und von den vorhandenen Potenzialen in Form von zur Nachnutzung zur Verfügung stehenden Gebäuden sollte dies im Erlebnisquartier Europahafen geschehen.

Insbesondere das Beck's Schiff im Europahafen würde das Thema Besucherattraktionen ergänzen und auf das Wasser hinausziehen.

Der Aussichtsturm „Top of Bremen“ dient als optischer und attraktionsmäßiger Brückenschlag zwischen dem Bereich Innenstadt/Schlachte und dem Kopf Europahafen.

4.2 Gastronomieangebote und Beherbergung

Gastronomieangebote können sowohl den Charakter eines notwendigen Komplementärangebots haben (Versorgungsfunktion, Förderung des Ambientes des öffentlichen Raums durch Außengastronomie) als auch selbst Besuchsimpulse auslösen, also als eigenständige Attraktion fungieren, und zwar insbesondere im lokalen Markt.

Auch Beherbergungsangebote können neben einem bedarfsdeckenden Charakter (Nachfrage nach entsprechenden Angeboten resultiert in der Überseestadt auch aus dem Geschäftsreiseverkehr in Folge der zahlreichen ansässigen Unternehmen) auch eine eigenständige Attraktivität haben, indem Sie einen außergewöhnlichen Rahmen für Übernachtungen bieten.

4.2.1 Untersuchte Projekte

Folgende Projektideen bzw. konkrete Vorhaben zu Besucherattraktionen wurden detailliert beschrieben und einer Plausibilitätsprüfung unterzogen (siehe dazu: „Tourismuskompass Überseestadt – Definition konkreter Nutzungen und Projekte“).

- ▶ **Überseestrand** – Urbaner Flair in der Überseestadt,
- ▶ **Fischrestaurant** – Spezialisierte Spitzengastronomie,
- ▶ **Restaurantschiff** – Maritimes Erlebnis,
- ▶ **Bier-City** – Frequenzbringer für die Abendstunden.
- ▶ **Hostelschiff/JH-Schiff** – **Schlafen maritim im Jugend- und Budget-Segment,**
- ▶ **Hostel** – Quartier für preisbewusste Städtetouristen im Herz der Überseestadt,
- ▶ **Hotel Überseestadt** – befindet sich im Weser Quartier bereits in der konkreten Planung,

- ▶ **Wohnmobilhafen** – Platz schaffen für die kaufkräftige Zielgruppe der Mobilheimfahrer,
- ▶ **Weser Lodges** – Designer-Hausboote in exklusiver Wasserlage.

4.2.2 Empfehlungen

Der Schwerpunkt der Entwicklung im Bereich Gastronomie und Beherbergung wird im Bereich des Europahafens gesehen, da eine unmittelbare Anbindung entsprechender Angebote an den städtetouristischen Kernbereich sinnvoll ist. Für diesen Bereich werden empfohlen:

- ▶ Fischrestaurant,
- ▶ Restaurantschiff
- ▶ Hostelschiff,
- ▶ Weser-Lodges.

Einen weiteren, wenn auch nicht ganz so stark ausgeprägten Schwerpunkt der gastgewerblichen Entwicklung empfehlen wir im Bereich des Wendebeckens, wo zahlreiche Freizeitangebote entstehen sollen, die stärker auf den lokalen Markt fokussiert sind, als die auf Städtetouristen ausgerichteten Attraktionen im Bereich Europahafen. Am Wendebecken werden folgende Angebote empfohlen:

- ▶ Beach-Club „Überseestrand“ und
- ▶ Wohnmobilhafen.

Im Bereich des Holz- und Fabrikenhafens wird kein Ergänzungsbedarf im Bereich Gastronomie und Beherbergung gesehen. Desweiteren sind im Weser Quartier bereits ein Hostel und ein Hotel geplant.

4.3 Sportanlagen, Erholungseinrichtungen, Spielangebote

Sportanlagen haben vor allem Bedeutung für die Freizeitgestaltung der örtlichen Bevölkerung, können bei hoher Alleinstellung allerdings Bedeutung als tagestouristische Destination gewinnen, in Einzelfällen sogar Mehrtagesreisen auslösen.

Analog zu den Sportanlagen handelt es sich bei den Wellness- und Erholungseinrichtungen um für die lokale und regionale Bevölkerung relevante Einrichtungen, die in Kombination mit Beherbergungsangeboten jedoch auch für Städtetouristen Relevanz bekommen können.

Spielangebote haben i.d.R. ergänzenden Charakter für touristische Destinationen, die auch Familien und damit Kinder ansprechen. Zu den weiteren Spielangeboten, die allerdings kaum touristische Relevanz haben, zählt die Ausstattung der Überseestadt mit einer bedarfsgerechten Zahl an Spielplätzen. Dabei sollte berücksichtigt werden, dass ein gewisser Bedarf auch durch die Frequentierung der Überseestadt durch Tagesausflügler und übernachtende Städtetouristen entsteht, da unter diesen auch Familien mit Kindern unter 12 Jahren sind.

Insgesamt sollte angestrebt werden, die Überseestadt möglichst kinder- und damit familienfreundlich zu gestalten. Dazu zählen z.B. auch Spielecken in Einzelhandelsgeschäften, Malbücher in Gastronomiebetrieben oder das Angebot einer Kinderbetreuung in einer Sport- oder Wellnessanlage.

4.3.1 Untersuchte Projekte

Folgende Projektideen bzw. konkrete Vorhaben zu Besucherattraktionen wurden detailliert beschrieben und einer Plausibilitätsprüfung unterzogen (siehe dazu: „Tourismuskompass Überseestadt – Definition konkreter Nutzungen und Projekte“).

- ▶ **Marina** – Segel- und Yachthafen in prominenter Lage im Europahafen,
- ▶ **Snow-Wave** – ein Skiresort für Bremen und den Nordwesten,
- ▶ **Sport-Schuppen** – neue Trainingsgeräte in alten Hallen,
- ▶ **Mastenwald** – Kletterparadies mit Weserblick,
- ▶ **Hafen-Golf** – Pitchen und Putten in der City,
- ▶ **Adventure Golf am Meer** – Freizeitgolfen für Jedermann,
- ▶ **Finnbahn/Joggingtrail** – auf weichem Boden quer durch die Überseestadt,
- ▶ **Bowlingcenter** – Freizeit und Abendunterhaltung auf sportliche Weise,
- ▶ **Hafen-Eisbahn** – Winterstimmung in der Überseestadt,
- ▶ **Bike-Dome** – Indoor-Spot für Mountainbiker und BMXler.
- ▶ **Trendsportanlage** – spektakuläre Sportarten als Besucherhighlight.
- ▶ **Hafen-Spa** – Urlaub vom Alltag mitten in der Überseestadt,
- ▶ **Badeschiff** – Saunieren auf der Weser.
- ▶ **Spielbarke** – Spielspaß unter Dach und Fach,
- ▶ **Weitere Spielangebote.**

4.3.2 Empfehlungen

Sport- und Erholungsangebote sollten schwerpunktmäßig im Aktivquartier entwickelt werden insbesondere Outdoorangebote mit Sportbezug entstehen, die aber größtenteils auch den Charakter von Freizeitangeboten haben und ohne spezielle Ausrüstung als Instant-Fun-Angebote wahrgenommen werden können und so auch als Anziehungspunkt für Ausflügler aus dem lokalen und regionalen Umfeld fungieren. Dazu zählen:

- ▶ Adventure Golf,
- ▶ Hochseilpark und
- ▶ Die Hafen-Golf-Anlage (als temporäres Angebot).

Gestützt wird die Positionierung als Freizeitbereich durch den dort geplanten **Beach-Club**. Als Ergänzung sollte eine **Finnbahn** in diesem Bereich platziert werden.

4.4 Einzelhandel

Shopping ist ein wesentliches Element einer Städtereise und insofern sind entsprechende Angebote für die touristische Entwicklung der Überseestadt unverzichtbar. Shopping ist für Kurzreisen sogar häufig Hauptbeweggrund.

Darüber hinaus wird empfohlen, die bereits begonnene Entwicklung hin zur Ansiedlung spezialisierter Einzelhandelsgeschäfte (Beispiele dafür finden sich vor allem im Schuppen 2) weiter zu unterstützen. Sinnvoll wäre es auch, die am Standort ansässigen Hersteller zum Angebot eines Fabrikverkaufs zu motivieren (analog Lloyd), um so auch im Bereich des Smart-Shoppings eine Positionierung aufzubauen. Darüber hinaus könnte mit einer Fischhalle insbesondere der maritime Charakter der Überseestadt unterstrichen werden.

4.4.1 Untersuchte Projekte

Folgende Projektideen bzw. konkrete Vorhaben zu Besucherattraktionen wurden detailliert beschrieben und einer Plausibilitätsprüfung unterzogen (siehe dazu: „Tourismuskompas Überseestadt – Definition konkreter Nutzungen und Projekte“).

- ▶ **Übersee-Basar** – die ganze Welt unter einem Dach,
- ▶ **Zentrum der mobilen Technik** – alles rund um's (historische) Automobil.

4.4.2 Empfehlungen

Im Bereich Einzelhandel empfehlen wir, die bereits begonnene Entwicklung hin zur Ansiedlung spezialisierter Einzelhandelsgeschäfte rund um den Kopf Europahafen (Beispiele dafür finden sich vor allem im Schuppen 2) weiter zu unterstützen. Sinnvoll ist auch, die am Standort ansässigen Hersteller zum Angebot eines Fabrikverkaufs zu motivieren (analog Lloyd), um so auch im Bereich des Smart-Shoppings eine Positionierung aufzubauen. Darüber hinaus könnte mit einer Fischhalle insbesondere der maritime Charakter der Überseestadt unterstrichen werden.

Desweiteren sollten für diesen Standort insbesondere zwei Projekte mit großem touristischem Potenzial weiterverfolgt werden:

- ▶ **Übersee-Basar**
- ▶ **Zentrum der mobilen Technik.**

4.5 Kultur

Kultureinrichtungen sind ein wichtiges Element des Profils einer städtetouristischen Destination. Sie können auch den Charakter eigenständiger Besucherattraktionen haben.

4.5.1 Untersuchte Projekte

Folgende Projektideen bzw. konkrete Vorhaben zu Besucherattraktionen wurden detailliert beschrieben und einer Plausibilitätsprüfung unterzogen (siehe dazu: „Tourismuskompass Überseestadt – Definition konkreter Nutzungen und Projekte“).

- ▶ **GOP-Theater** – Varieté im Weser Quartier,
- ▶ **Wasserbühne** – Kultur auf dem Wasser,
- ▶ **Open-Air-Gelände** – Großveranstaltungen und Events,
- ▶ **Räume für Kreativszene** – Entwicklung „kreativer Milieus“.

4.5.2 Empfehlungen

In diesem Bereich empfehlen wir insbesondere folgende Projekte weiter zu verfolgen:

- ▶ GOP-Theater
- ▶ Wasserbühne
- ▶ Open-Air-Gelände
- ▶ Räume für Kreativszene.

4.6 Mobilität

Neben einer reinen Transportfunktion können Mobilitätsangebote durchaus eine Eigenattraktivität entwickeln und so zur touristischen Profilierung beitragen. Die Überseestadt ist bereits heute gut in das Bremer ÖPNV-Netz integriert:

- ▶ eine Straßenbahnlinie mit Haltepunkten am Weser Quartier und am Kopf Europahafen durchquert die Überseestadt,
- ▶ die Buslinie 26 bedient u.a. auch die Hochschule für Künste und das Entwicklungsgebiet Weserufer.

4.6.1 Untersuchte Projekte

Folgende Projektideen bzw. konkrete Vorhaben zu Besucherattraktionen wurden detailliert beschrieben und einer Plausibilitätsprüfung unterzogen (siehe dazu: „Tourismuskompass Überseestadt – Definition konkreter Nutzungen und Projekte“).

- ▶ **Shweeb** – innovative Radschwebebahn als Link zwischen Schlachte und Überseestadt,
- ▶ **Mobilitätsstationen** – Verleih von Rädern, E-Bikes, Segways,
- ▶ **Wesershuttle** – Bootsverbindung zwischen Innen- und Überseestadt. Hierfür müssen weitere Bootsanleger in der Überseestadt installiert werden (Anleger im Weser Quar-

tier, Erlebnisquartier Europahafen (am Kopf Europahafen sowie im Bereich Landmark-Tower), im Holz- und Fabrikenhafen und im Wendebecken. Ergänzend dazu wäre ein Anleger in dem Bereich Naturstrand Woltmershausen sinnvoll).

4.6.2 Empfehlungen

Neben einer reinen Transportfunktion können Mobilitätsangebote wie beschrieben durchaus eine Eigenattraktivität entwickeln und so zur touristischen Profilierung beitragen:

- ▶ Mobilitätsstationen
- ▶ Wesershuttle.

Alle Mobilitätsangebote können entscheidend dazu beitragen, die Überseestadt stärker an die Innenstadt anzubinden und damit von der Besucherfrequenz der Innenstadt, dem touristischen Herz und Zentrum der Stadt Bremen, zu profitieren. Anknüpfungspunkt ist hier räumlich insbesondere die Schlachte.

4.7 Service

Der Bereich Service inkludiert Angebote im Bereich des Grundnutzens (z.B. Infocenter, Beschilderung), aber auch ergänzende Dienstleistungen, die einen Zusatznutzen für die Besucher darstellen (z.B. Führungen).

- ▶ **Infocenter Überseestadt:** Das derzeit im Kreativquartier ansässige Infocenter Überseestadt bietet seinen Besuchern mit Hilfe von Exponaten und interaktiven Medien Informationen über die historische Hafengeschichte, die aktuelle Situation und gibt einen Ausblick in die Zukunft. Im Hinblick auf die touristische Entwicklung der Überseestadt sollte das Infocenter sowohl räumlich als auch inhaltlich neu positioniert werden.

Als neuer Standort bietet sich das Areal am Kopf des Europahafens an, dem Haupteingang der Überseestadt und dem belebtesten Quartier des neuen Stadtteils (Alternativstandort: südlicher Bereich des Hilde-Adolf-Parks).

Neben den bisherigen Angeboten sollte das Infocenter Überseestadt auch die Aufgaben einer klassischen Tourist Information wahrnehmen, d.h. insbesondere die Gäste über das touristische Angebot der Überseestadt informieren. Die fachliche Beratung am Counter, die Bereitstellung von Lageplänen, Veranstaltungs-/ Eventkalendern und zielgruppenspezifischen Angeboten sind nur einige der Informationsmöglichkeiten durch Infocenter. Neben der Gästeinformation sollte das Infocenter auch als Verkaufsstelle von Leistungen (Buchung von Unterkünften und Tickets für Veranstaltungen, Karten, Literatur etc.), Startpunkt von Besichtigungen/Führungen, Beschwerdeanlaufstelle fungieren. Besonders wichtig für den erfolgreichen Betrieb eines Informationszentrums sind eine angemessene Sach- und Personalausstattung (geschulte Fachkräfte), nachfragegerechte Öffnungszeiten (auch am Wochenende), freundliche/ansprechende Außengestaltung (gute Erkennbarkeit) sowie eine ausreichende Dimensionierung der Räumlichkeiten.

- ▶ **Besucherleitsystem:** Hier wird empfohlen ein effektives Beschilderungssystem für PKW-Fahrer, Radfahrer und Fußgänger zu entwickeln. An erster Stelle sollte ein Besucherleitsystem für die mit PKW anreisenden Gäste errichtet werden, um eine leichte Auffindbarkeit der Überseestadt selbst bzw. der einzelnen Quartiere zu ermöglichen. Im

eigentlichen Gelände der Überseestadt sollte ein Parkplatz-Leitsystem für PKWs ausreichend sein. Für Fußgänger und Radfahrer sollte ein dichtes Beschilderungssystem, für gastronomische Angebote, Attraktionen, Sanitäreinrichtungen, Hotels etc., errichtet werden, um eine mühelose Orientierung zu ermöglichen. Hierbei kann auf das in Bremen (Altstadtbereich) bereits vorhandene System zurückgegriffen werden. Ein im Infocenter erhältlicher Audio-Guide könnte ebenfalls als Orientierungshilfe genutzt werden. Weiterhin könnte die Entwicklung eines Smartphone-Apps mit Lageplan, aktuellen Nachrichten und Events / Veranstaltungskalender die Besucherorientierung vervollständigen.

- ▶ **Stellplatzkonzept:** Im Rahmen des Tourismuskompas wurden Angaben zum Stellplatzbedarf der einzelnen Einrichtungen gegeben (siehe Angaben in den einzelnen Projektbeschreibungen und Übersichtstabelle 11: Jahresbesucher und Stellplatzbedarf). Einhergehend mit der weiteren touristischen Entwicklung muss auf dieser Grundlage ein dynamisches Stellplatzkonzept für die Überseestadt entwickelt werden, das unter Berücksichtigung differenzierter Umschlaghäufigkeiten (Wochentage, Wochenenden, Events etc.) ausreichend Parkraum für Bewohner, Beschäftigte und Besucher vorsieht.

Aktuell ist die Firma BREPARK von der WFB beauftragt worden, an drei Standorten in der Überseestadt ebenerdige Parkflächen einzurichten (Standort 1: Nähe Kopf Europahafen ca. 3.000 m², Standort 2: Konsul-Smidt-Str. Höhe Schuppen 1 ca. 6.000 m² sowie Standort 3: Konsul-Smidt-Str. Höhe Landmarktower ca. 4.500 m²). Bei entsprechendem Bedarf besteht an diesen Standorten auch die Möglichkeit Parkhäuser zu errichten.

- ▶ **Führungen/Besichtigungen/Rundfahrten:** Im Allgemeinen ergänzen und vervollständigen Führungen, Besichtigungen und Rundfahrten das touristische Angebot. Aktuell gibt es bereits acht entsprechende Anbieter, von der Segway Tour über die Erkundung per Fahrrad bis zur Schiffsrundfahrt. Darunter auch themenspezifische Führungen wie z.B. Hafenspaziergänge mit Kaffeeverkostung. Neben einer Ausweitung und besserer Vermarktung der bestehenden Angebote kann die individuelle Entdeckung der Überseestadt durch den Verleih von Audio-Guides (bzw. das Angebot von Smartphone-Anwendungen, augmented Reality) ermöglicht werden.
- ▶ **Basisinfrastrukturen:** Nicht zu vergessen ist die Errichtung von grundlegenden Anlagen wie Sitzgelegenheiten, Mülleimern, Sanitäreinrichtungen etc.. Neben den Sanitäreinrichtungen in den Restaurants und Hotels empfehlen wir öffentliche Anlagen (privater Betrieb) zu errichten, um für den Komfort der Gäste zu sorgen und die Nutzung der Sanitäreinrichtungen von Gastronomiebetrieben durch Nicht-Gäste zu verhindern.

4.8 Events

Ihre Feuerprobe als Eventstandort hat die Überseestadt mit der Ausrichtung der zentralen Veranstaltung zum Tag der Deutschen Einheit im Oktober 2010 bereits bestanden. Neben diesem einmaligen Großevent haben sich in der Überseestadt bereits eine Reihe von regelmäßigen Veranstaltungen etabliert: der Weserwege-Bremer-Fährtag, der Lenzmarkt am Speicher XI, Duckstein-Festival, Übersee-Törn, Überseefestival oder Bremen-Challenge.

Eine wichtige Funktion von Events ist es, Besuchsimpulse auszulösen, sowohl im Bereich des Tagestourismus als auch im Übernachtungstourismus. Sie sind also ein wichtiges Instrument der Gewinnung von Neukunden, die während ihres erstmaligen Besuchs im Rahmen eines Events optimalerweise zu Wiederholungsbesuchen animiert werden. Insofern

sind Events auch als Marketingmaßnahmen für die Überseestadt zu verstehen, bei denen nicht unbedingt Kostendeckung oder die Erwirtschaftung von Deckungsbeiträgen im Vordergrund stehen muss.

Entsprechende zusätzliche Ankerevents sollten den öffentlichen Raum als Bühne und Aktionsfläche nutzen und die Überseestadt dergestalt ihren Besuchern präsentieren. Dazu geeignete Events wären z.B. Shows wie die der französischen Theatergruppe Plasticiens Volants, die für gigantische Inszenierungen mit schwebenden und leuchtenden Riesenfiguren bekannt ist und bei der die Baukörper des Spielorts als Bühnenbild integriert werden¹¹ oder auch Vertikalakrobatikshows an den Gebäuden der Überseestadt. Auch ein jährliches Feuerwerkevent nach dem Vorbild von Rhein in Flammen (illuminierte Schiffe und Gebäude, Großfeuerwerk vom Wasser aus, Volksfest an den Ufern), eine Montgolfiade oder Schiffsparaden sind Beispiele für mögliche Ankerevents.

Eine andere Funktion von Events ist die Imagebildung. Die Überseestadt kann sich als Standort der Hochschule der Künste über entsprechende Events glaubwürdig als kultureller Schwerpunkt Bremens positionieren. Dabei können diese Events von kleinen Vernissagen und Performances über ein Open-Air Kinofestival bis hin zu großen Konzerten mit namhaften Musikern auf der geplanten Veranstaltungsfläche reichen.

Die Überseestadt kann außerdem Platz und einen passenden Rahmen bieten für Wanderausstellungen (à la Körperwelten) und fahrende Shows (wie z.B. Cirque de Soleil), die große Flächen für die Aufstellung ihrer Infrastruktur benötigen.

Darüber hinaus sollte es Veranstaltungen geben, die an den Wurzeln der Überseestadt als Umschlagsplatz für Waren ansetzen, also weitere Märkte unterschiedlichster Couleur (Flohmärkte mit exotischen Produkten, Historische Märkte).

Zu guter Letzt gilt es selbstverständlich auch in der Überseestadt (weiterhin) das übliche veranstaltungsmäßige Instrumentarium des Citymarketing einzusetzen, um für eine gute Frequentierung der ansässigen Einzelhandels- und Gastronomiebetriebe zu sorgen: verkaufsoffene Abende und Sonntage, Public Viewing, Straßenfeste, Modenschauen etc.

4.9 Inszenierung/Gestaltung des öffentlichen Raums

Die Inszenierung bzw. Gestaltung des öffentlichen Raums bildet den Rahmen für die zuvor genannten Angebote. Eine herausragende Gestaltung der Gebäude, die diese Angebote beherbergen sowie des gesamten städtebaulichen Umfelds kann die Attraktivität als städte-touristische Destination deutlich steigern. Dies zeigen Erfahrungen mit Projekten in Bremen selbst (Universum Science Center) als auch, wie bereits angesprochen, mit Hafenrevitalisierungen an zahlreichen anderen Standorten.

Die konkrete Ausgestaltung von Maßnahmen in diesem Bereich fällt in das Tätigkeitsfeld von Stadtplanern und ist daher nicht Gegenstand der vorliegenden tourismusfachlichen Expertise. Dennoch möchten wir an dieser Stelle kurz auf einige Aspekte eingehen.

¹¹ Das Stück „Die Perle“ würde mit ihren Riesenkraken, Moränen, Hummern und bunten Fischen beispielsweise gut an den Standort Überseestadt passen.

- ▶ **Architektur:** Gebäude mit ikonografischen Qualitäten tragen wesentlich zur Profilierung und Differenzierung eines städtischen Quartiers als touristisches Ziel bei, insbesondere, wenn sich die Touristen diese Gebäude aneignen können, weil sie öffentliche Einrichtungen bzw. Besucherattraktionen (z.B. Museen) beherbergen. Der ikonografische Faktor wirkt überdies wertsteigernd, verkaufsfördernd (im Immobilienbereich), reduziert die (touristische) Saisonalität und ermöglicht das Durchsetzen höherer Preisniveaus. Der Wesertower sowie die übrigen bisher realisierten Neubauten in der Überseestadt erfüllen diese Funktion unserer Einschätzung nach nicht im gewünschten Umfang. Mit den Entwürfen für einen 200 m hohen Aussichtsturm liegen jedoch Planungen für ein Gebäude mit erheblichem ikonografischem Potenzial vor.
- ▶ **Kunstwerke im öffentlichen Raum:** Hier wird empfohlen, einen Schwerpunkt im Bereich des Hilde-Adolf-Parks zu setzen und zwar in Form eines Skulpturenpfades für dessen Ausgestaltung sich eine Kooperation mit der Hochschule für Künste aufdrängt. Der Park hat die Funktion einer Verbindungsachse zwischen der Bremer Altstadt bzw. der Schlachte als bisherigen touristischen Schwerpunkten in Bremen auf der einen und dem Kopf Europahafen als einem zukünftigen touristischen Schwerpunkt auf der anderen Seite. Ein Skulpturenpfad könnte bei Touristen den erforderlichen Anreiz setzen, sich von der Schlachte über das Weser Quartier bis zum Europahafen aufzumachen. Dabei könnten die Skulpturen temporären Charakter haben, bzw. einem ständigen Austausch unterliegen. So bliebe der Pfad auch für Wiederholungsbesucher interessant.
- ▶ **Beleuchtungskonzept:** Für die gesamte Überseestadt sollte ein Beleuchtungskonzept entwickelt werden, das einerseits den Sicherheitsaspekten Genüge leistet und andererseits inszenierend wirkt. Dies könnte in Form eines Lichtmasterplans geschehen, der die drei Säulen Funktionallicht, Akzent- und Architekturlicht sowie Werbelicht gleichermaßen analysiert und konzipiert und dabei auch dem Aspekt des verantwortungsbewussten Umgangs mit der Ressource Energie Rechnung trägt. Der innovative Anspruch der Überseestadt kann sich im Beleuchtungskonzept ebenfalls wiederfinden, beispielsweise durch die Erzeugung von Strom für die Beleuchtung durch die Bewegungsenergie der Fußgänger, durch die Verwendung von Leuchtsteinen, die sich tagsüber aufladen und nachts Licht abgeben oder durch den Einsatz neuester OLED-Beleuchtungstechnik, die völlig neue Möglichkeiten in Design und Leistung bieten.
- ▶ **Ausbau Promenade:** Die Nordseite des Europahafens sollte in ihrer Verlängerung bis zum Molenturm als Promenade ausgebaut und erlebbar gemacht werden um dergestalt eine verbindende Achse zwischen dem Kopf Europahafen und dem Wendebecken als einem zweiten Schwerpunktbereich für Freizeit- und Tourismus im Areal der Überseestadt herzustellen.

► 5. Zusammenfassende Darstellung der Empfehlungen

Die Überseestadt soll ein moderner Stadtteil werden, der durch einen dynamischen Branchenmix aus Hafenbetrieb, Dienstleistung, Einzelhandel, Wohnen, Kultur, Freizeit und Tourismus geprägt wird.

Auf Grundlage des Masterplans haben wir für die stimmige und erfolgreiche touristische Gesamtentwicklung der Überseestadt konkrete touristische Nutzungsbeispiele erarbeitet, die:

- ▶ das Angebotsspektrum in der Überseestadt und damit in Bremen zukunftsorientiert erweitern,
- ▶ neue touristische Nachfrageimpulse setzen (Frequenzbringer mit möglichst großem Einzugsgebiet),
- ▶ standortprägend und -aufwertend sind,
- ▶ Trends und Entwicklungen berücksichtigen, ebenso die regionale Wettbewerbssituation,
- ▶ die touristische Standortattraktivität Bremens erhöhen ohne den Markterfolg bestehender Angebote zu beeinträchtigen,
- ▶ Synergien mit bestehenden Angeboten in der Überseestadt versprechen (insbesondere thematisch, bezogen auf Zielgruppen und bezogen auf Nachfragesaisonalitäten),
- ▶ wirtschaftlich nachhaltig Erfolg versprechend sind.

Erfolgreiche touristische Entwicklungen von Hafenaerealien sind durch eine Konzentration von Besucherattraktionen gekennzeichnet. Herausragende Beispiele dafür sind der Porto Antico in Genua, die Ciudad de las Artes y Ciencias in Valencia und der Alte/Neue Hafen in Bremerhaven.

Auf die touristische Gesamtpositionierung und -entwicklung der Stadt Bremen abgestimmt haben wir vier touristische Entwicklungsbereiche in der Überseestadt definiert (siehe Abbildung 3), die sich durch unterschiedliche Schwerpunktthemen auszeichnen und an denen folgende Projekte verwirklicht werden könnten, die sich nach der im Rahmen dieser Untersuchung durchgeführten Plausibilitätsprüfung als „unbedingt empfehlenswert“ oder „empfehlenswert“ herausgestellt haben.

Darüber hinaus sind einzelne Projekte als sogenannte Starter-Projekte definiert. Eine prioritäre Realisierung dieser Projekte löst aus Sicht der Gutachter wichtige touristische Impulse für die Überseestadt aus.

Wichtig für eine erfolgreiche touristische Gesamtentwicklung der Überseestadt sind zunächst die bessere Erreichbarkeit (Weser-Shuttle und Mobilitätsstationen) sowie die Steigerung der touristischen Attraktivität und Anziehungskraft durch Schaffung von Besucherattraktionen.

Die ausgewählten Projekte haben einen starken regionalen Bezug zur Überseestadt und zu Bremen und sind besonders standortprägend und -aufwertend.

5.1 Projekte vorgestellt nach Quartieren

5.1.1 Weser Quartier und Verbindungsmeile

Weser Quartier und Verbindungsmeile – „Wohn-, Arbeits- und Freizeitquartier“ (siehe auch Abbildung 4)

- ▶ Hotel am Weser Quartier,
- ▶ GOP Varieté,
- ▶ Weser-Shuttle,
- ▶ Anleger Schifffahrt,
- ▶ Mobilitätsstation,
- ▶ Aussichtsturm „Top of Bremen“,
- ▶ Skulpturenpark,
- ▶ Hostel,
- ▶ Infocenter (Alternativstandort).

Tabelle 2: Eckdaten empfohlene Projekte Weser Quartier und Verbindungsmeile

Projekt	Investition in €	Flächenbedarf	Jahresbesucher	Starter-Projekte
GOP-Theater	2,5 Mio.	K.A.	100.000	
Hotel	12 - 19,2 Mio.	3.000 m ²	44.000 Übernachtungen	
Mobilitätsstation	Konzeptabhängig	100 m ²	K.A.	✓
Anleger/Shuttle	Konzeptabhängig	Gering	K.A.	✓
Hostel	2 - 3 Mio.	3.000 m ²	30.000 Übernachtungen	
Top of Bremen	100.000 - 1,5 Mio.	Gering	K.A.	✓
Skulpturenpark		K.A.		
Infocenter		K.A.		✓

5.1.2 Erlebnisquartier Europahafen

Erlebnisquartier Europahafen – „Maritimer Kern der Überseestadt“ (siehe auch Abbildung 5)

- ▶ Überseeaquarium (potenzielle Standortalternative: Aktivquartier),
- ▶ Genusshafen mit Kaffee- und Schokoladenmuseum, Übersee-Basar, Fischrestaurant,
- ▶ Miniaturwelt/Kinderstadt,
- ▶ Zentrum der mobilen Technik,
- ▶ Restaurantschiff,
- ▶ Beck's-Schiff,
- ▶ Wasserbühne (temporär),
- ▶ Hostelschiff,
- ▶ Badeschiff,
- ▶ Weser Lodges,
- ▶ Marina,
- ▶ Mobilitätsstation,
- ▶ Anleger Schifffahrt,
- ▶ Weser Shuttle
- ▶ Infocenter
- ▶ Trendsportanlage.

Tabelle 3: Eckdaten empfohlene Projekte Erlebnisquartier Europahafen

Projekt		Investition in €	Flächenbedarf	Jahresbesucher	Starter-Projekte
Genusshafen	Übersee-Basar	Konzeptabhängig	500 - 2.500 m ²	K.A.	
	Fischrestaurant	Konzeptabhängig	Konzeptabhängig	Konzeptabhängig	
	Schokoladen-, Kaffee-museum	7 - 12 Mio.	4.000 m ²	100.000	✓
Mobilitätsstation		Konzeptabhängig	100 m ²	K.A.	✓
Miniaturwelt		3.000 - 5.000 pro m ²	1.000 - 5.000 m ²	100.000 bis 350.000	
Kinderstadt		15 Mio.	5.000 m ²	250.000	
Wasserbühne		Konzeptabhängig	1.200 - 5.000 m ²	200.000 bis 250.000	
Beck's-Schiff		Konzeptabhängig	60 m Länge, 8 m Breite	80.000	✓
Restaurantschiff		1 Mio.	27 m Länge, 12 m Breite	Konzeptabhängig	✓

Projekt	Investition in €	Flächenbedarf	Jahresbesucher	Starter-Projekte
Marina	1 Mio.	Ca. 170 m Länge, 10m Breite	8.000	✓
Anleger/Shuttle	Konzeptabhängig	Gering	K.A.	✓
Zentrum der mobilen Technik	K.A.	20.700 m ²	K.A.	
Hostelschiff	Ab 500.000	Konzeptabhängig	10.000 Übernachtungen	
Badeschiff	1 Mio.	30 m Länge, 10 m Breite	100.000	
Weser-Lodges	K.A.	Gering	4.400 Übernachtungen	
Überseeaquarium	20 Mio.	2.000 - 4.000 m ²	200.000	
Trendsportanlage	Konzeptabhängig	Konzeptabhängig	Konzeptabhängig	
Infocenter	K.A.			✓

5.1.3 Kreativquartier

Kreativquartier (siehe Abbildung 6)

- ▶ Mobilitätsstation,
- ▶ Anleger Schifffahrt,
- ▶ Weser Shuttle.

Tabelle 4: Eckdaten empfohlene Projekte Kreativquartier

Projekt	Investition in €	Flächenbedarf	Jahresbesucher	Starter-Projekte
Mobilitätsstation	Konzeptabhängig	100m ²	K.A.	✓
Anleger/Shuttle	Konzeptabhängig	Gering	K.A.	✓
Räume für Kreativszene	K.A.			

5.1.4 Aktivquartier am Wendebecken

Aktivquartier am Wendebecken (siehe auch Abbildung 7)

- ▶ Überseeaquarium (Alternativstandort Erlebnisbereich Europahafen),
- ▶ Beach-Club „Überseestrand“,
- ▶ Adventure Golf,
- ▶ Hochseilpark „Mastenwald“,
- ▶ Hafengolf (Golfplatz als temporäres Angebot),
- ▶ Open-Air-Gelände,
- ▶ Finnbahn/Jogging-Trail,
- ▶ Weser-Lodges,
- ▶ Wohnmobilhafen,
- ▶ Mobilitätsstation,
- ▶ Anleger Schifffahrt,
- ▶ Weser Shuttle
- ▶ Trendsportanlage (Alternativstandort Erlebnisbereich Europahafen).

Tabelle 5: Eckdaten empfohlene Projekte Aktivquartier

Projekt	Investition in €	Flächenbedarf	Jahresbesucher	Starter-Projekte
Finnbahn	60.000 - 80.000	1.600 - 2.500 m ²	K.A.	
Open-Air-Gelände	850.000 - 1 Mio.	Ab 3.000 m ²	Abhängig von Anzahl und Zugkraft der Events	✓
Hafen-Golf	650.000	8,5 ha	100.000	✓
Mastenwald	186.000	1.600 - 6.400 m ²	20.000	
Mobilitätsstation	Konzeptabhängig	100 m ²	K.A.	✓
Wohnmobilhafen	250.000	6.000 m ²	15.000	✓
Überseeaquarium	20 Mio.	2.000 - 4.000 m ²	200.000	
Anleger/Shuttle	Konzeptabhängig	Gering	K.A.	✓
Adventure Golf	120.000 - 150.000	3.000 m ²	100.000	
Überseestrand	20.000	800 m ²	10.000	
Trendsportanlage	Konzeptabhängig	Konzeptabhängig	Konzeptabhängig	

5.2 Mobilität

Als verbindendes Element dieser Bereiche wird die Optimierung des bestehenden ÖPNV und die Nutzung neuer, moderner, innovativer Mobilitätsangebote gesehen, die durchaus auch Eigenattraktivität aufweisen. Diese wären ein gutes Angebot für Einwohner und Touristen gleichermaßen und würden entscheidend dazu beitragen, die Überseestadt stärker an die Innenstadt anzubinden und den Besuchern des recht weitläufigen Areals das Hin- und Herwechseln zwischen verschiedenen Bereichen bzw. Attraktionen wesentlich zu erleichtern und somit das Kopplungspotenzial der unterschiedlichen Angebote insgesamt steigern.

Neben einer reinen Transportfunktion sollen die Mobilitätsangebote eine Eigenattraktivität entwickeln und so zur touristischen Profilierung beitragen:

- ▶ Mobilitätsstationen,
- ▶ Wesershuttle.

5.3 Übersichtspläne der Quartiere

Siehe Folgeseiten

Abbildung 3: Quartiere in der Überseestadt

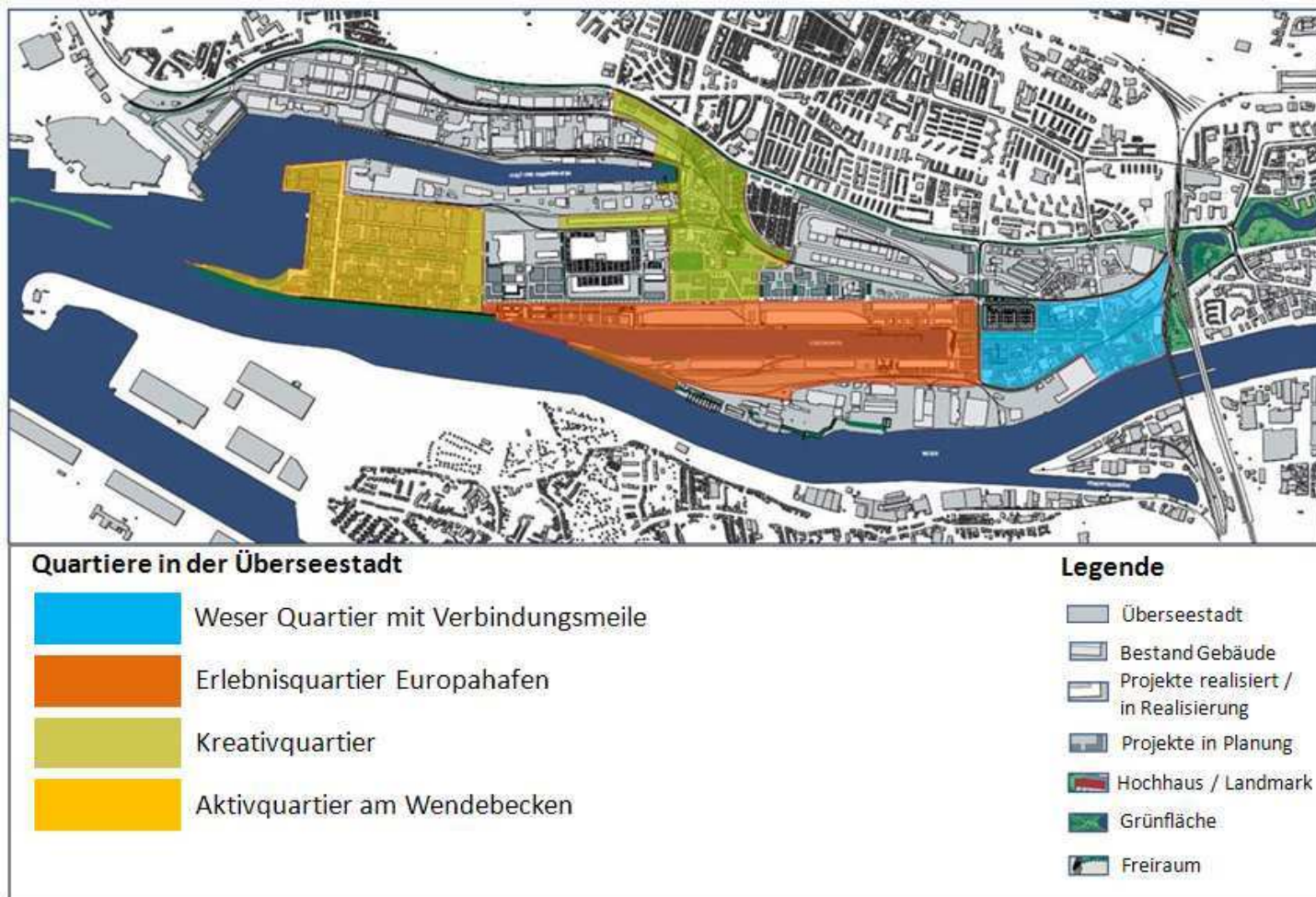


Abbildung 4: Weser Quartier und Verbindungsmeile

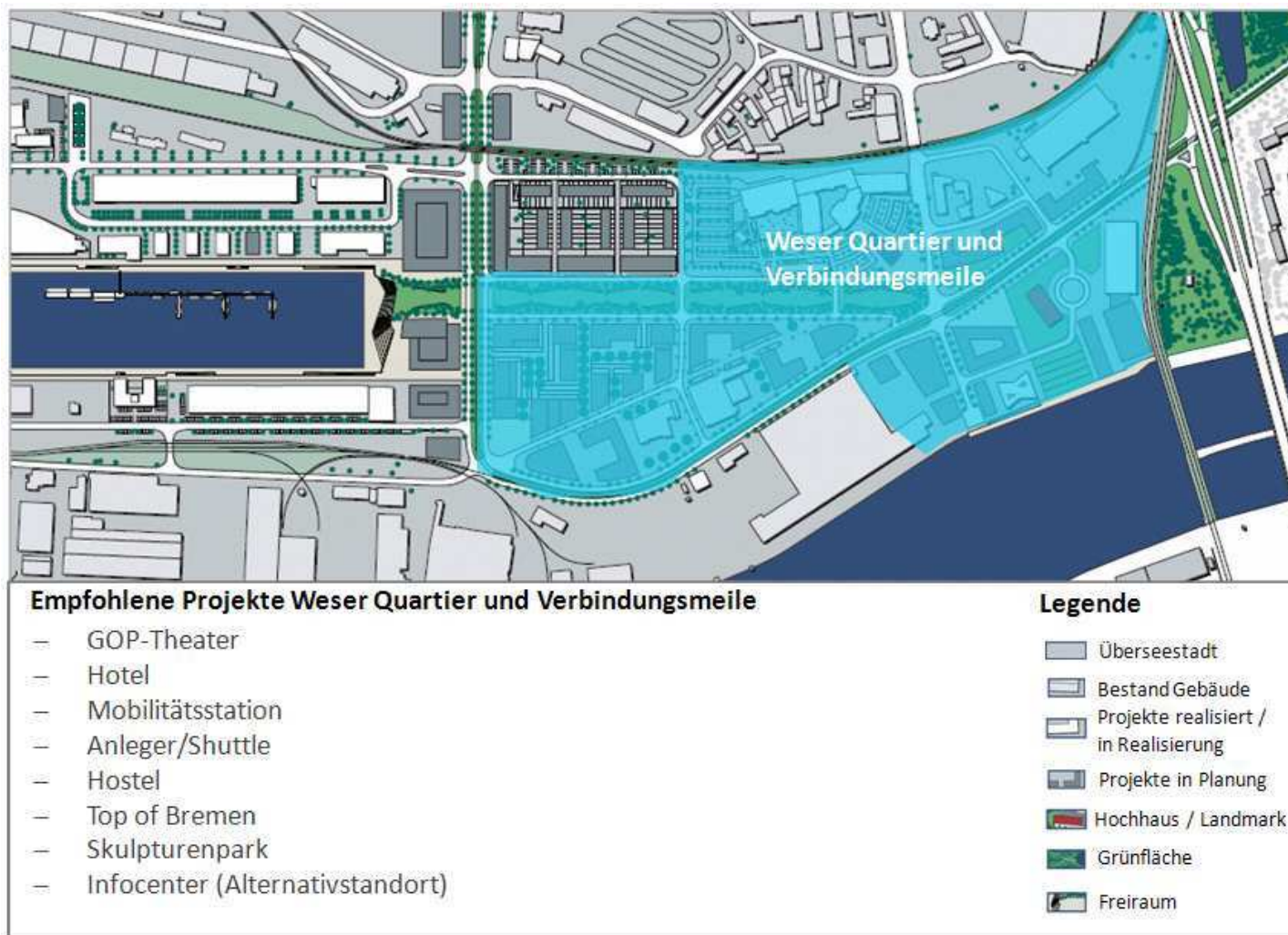


Abbildung 5: Erlebnisquartier Europahafen

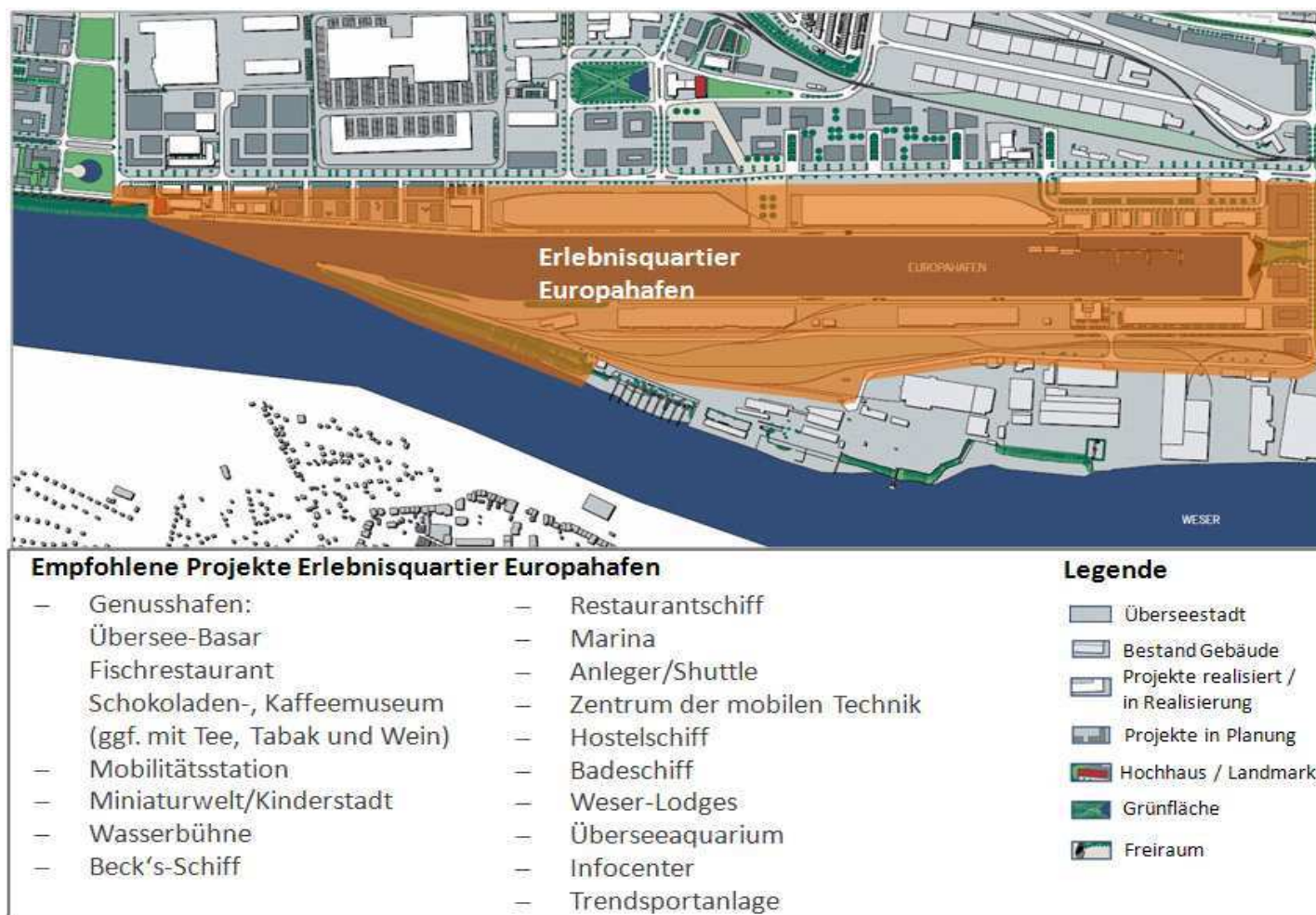


Abbildung 6: Kreativquartier

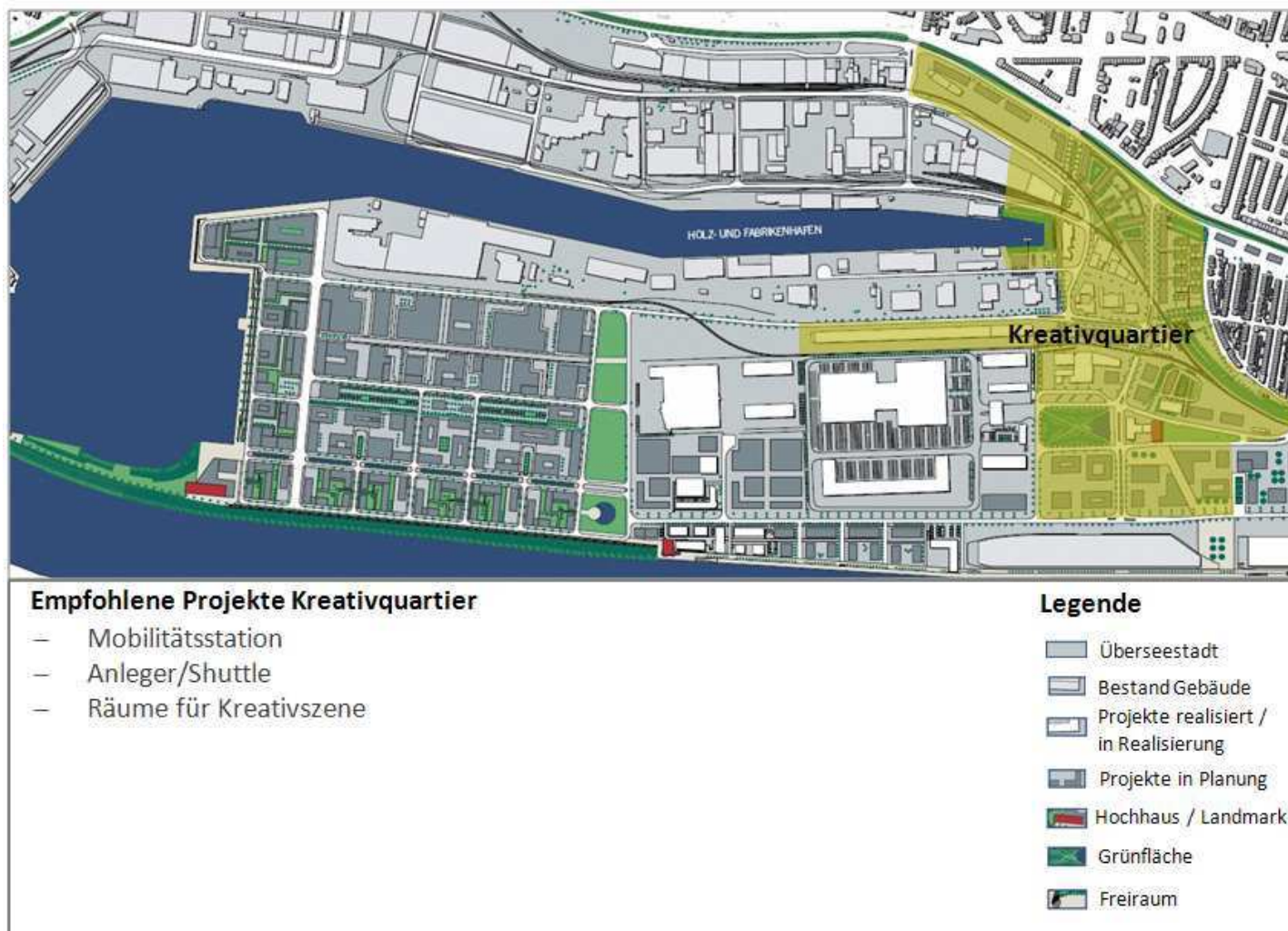


Abbildung 7: Aktivquartier am Wendebecken

