

Obernstraße als Sommermeile: ein positives Fazit

87% positives Feedback zu neuen Nutzungsmöglichkeiten und Gestaltung während straßenbahnfreier Obernstraße/ Frequenzen im Straßenzug über denen aus dem Vor-Coronajahr 2019/ Vertreter der innerstädtischen Wirtschaft ziehen positives Fazit

CityInitiative
Bremen Werbung e.V.

Hutfilterstraße 16-18
28195 Bremen

bremen-city.de
presse@bremen-city.de

Tel.: 0421-1655551
Fax: 0421-1655553

Ansprechpartnerin:
Stephanie Nonnenkamp

Bremen, August 2022. Über zwei Wochen Komplettsperrung des Brills durch die Baustelle der BSAG hatten es möglich gemacht: Auf der Obernstraße konnte ohne Verkehre entspannt flaniert werden. Die CityInitiative Bremen Werbung e.V. nutzte diese Zeit, um die Aufenthaltsqualität zu erhöhen und einen Eindruck zu vermitteln, wie sich Nutzungsmöglichkeiten ohne Verkehre erweitern - und zieht ein positives Fazit. So konnten Besucher die Obernstraße als echte Fußgängerzone erleben: Spielmodule, Sitzgelegenheiten, Begrünung und Außengastronomien erhöhten die Aufenthaltsqualität. Kleinere Events und Aktionen boten zusätzliche Besuchsansätze. „Im Mittelpunkt stand für uns das positive, Fußgänger orientierte Erleben der Obernstraße und das Aufzeigen von realistischen Aufwertungen. Sowohl die Ergebnisse aus unserer Vor-Ort-Umfrage, die direkten Rückmeldungen aus der innerstädtischen Wirtschaft, aber auch die Passantenzahlen lassen uns ein positives Fazit ziehen. Wir haben unser Ziel erreicht.“, so Carolin Reuther, Geschäftsführerin der CityInitiative Bremen Werbung e.V., und erklärt weiter: „Zudem konnte man nach Umsetzung der Maßnahme direkt erkennen, wie entspannt sich die Menschen auf der Obernstraße bewegten und dort verweilten. Insbesondere die vielen Sitzmöglichkeiten unkonventioneller Art, aber auch die Spielmöglichkeiten sorgten für sehr viel positive Resonanz.“ Im Rahmen einer zweitägigen Umfrage äußerten sich 87% der Teilnehmer positiv zu den neuen Angeboten und der Gestaltung.

An zwei Nachmittagen hat die CityInitiative Bremen Werbung e.V. die Besucher der Obernstraße zur aktuellen Situation befragt. Mit positivem Ergebnis:

87% bewerteten die neuen Nutzungsmöglichkeiten und Gestaltung positiv und gaben an, dass sie die Obernstraße bereicherten. Nur 11% lehnten die Nutzungsmöglichkeiten, bzw. die Gestaltung ab.

71% der Befragten möchten Nutzungs- und Gestaltungsmöglichkeiten wie vorgefunden auch in Zukunft in der Obernstraße entdecken, 18 % können sich dies nicht vorstellen.

In Sachen Events haben sich 85% der Befragten positiv geäußert, während 8% Veranstaltungen in der Obernstraße für nicht sinnvoll erachteten.

Die Rückmeldungen zur Frage, ob die Obernstraße zukünftig ohne oder mit Straßenbahn gedacht werden sollte, bestärkten die Tendenz aus der IFH Umfrage von 2020: 57% der Befragten sprachen sich für eine straßenbahnfreie Obernstraße aus, während 32% dafür waren, dass die Straßenbahn dort weiterhin fahren soll (im Vergleich siehe IFH Umfrage aus 2020: 45,3% für eine straßenbahnfreie Obernstraße, 41,7% dagegen).

Die Maßnahme hatte zudem auch positive Effekte auf die Passantenfrequenzen. Trotz starker verkehrlicher Behinderungen im ÖPNV, für den Auto- und



CityInitiative
Bremen Werbung e.V.

Hutfilterstraße 16-18
28195 Bremen

bremen-city.de
presse@bremen-city.de

Tel.: 0421-1655551
Fax: 0421-1655553

Ansprechpartnerin:
Stephanie Nonnenkamp

Fahrradverkehr konnten die Passantenfrequenzen in der Obernstraße zum Corona-Vorjahr 2019 und im vergleichbaren Zeitraum der zwei Kernwochen um 23% gesteigert werden.

„Wir konnten aus diversen Gründen bei dieser temporären Bespielung zwar nur einen Eindruck vermitteln, welche Nutzungen in der Obernstraße auch zukünftig von Interesse sein können – und wie angenehm der Straßenzug ganz ohne Verkehre ist –, aber dies wurde von den Besuchern vor Ort eindeutig positiv bewertet“, erklärt abschließend Carolin Reuther, Geschäftsführerin der CityInitiative Bremen Werbung e.V. „Wir sind überzeugt davon, dass die Obernstraße im Rahmen eines ganzheitlichen Stadtentwicklungskonzeptes das Potenzial bietet, als verkehrsfreier Raum für mehr Aufenthalts- und Erlebnisqualität in der Innenstadt zu sorgen und diese zusätzlich aufzuwerten.“

Die CityInitiative Bremen Werbung e.V. vertritt die Interessen ihrer Mitglieder aus Einzelhandel, Gastronomie, Hotellerie, Kultur und weiteren Dienstleistungen der Bremer Innenstadt gegenüber der Politik und den Medien – und vernetzt sie untereinander. Als Experten für Citymarketing und Innenstadtthemen organisiert die CityInitiative Veranstaltungen, kümmert sich um Werbemaßnahmen, schafft Aufenthaltsqualität und managt den Standort. Über ihre Tochtergesellschaft, der CS City-Service GmbH, ist sie Projektträger für BID's. Zurzeit hat die CityInitiative etwa 180 Mitglieder.