

Souvenirs für Sail 2020 verschenkt

Touristiker geben Bestand an Vereine

BREMERHAVEN. T-Shirts, Emaillebecher mit Aufdruck, Kugelschreiber, Einkaufstaschen und die Ente „Kuddel“ – mit zahlreichen Souvenirs sollten Besucher der „Sail Bremerhaven 2020“ zu Hause an ein Windjammertreffen erinnert werden. Die Sail blieb aus, die Erinnerungsstücke im Lager der Erlebnis Bremerhaven liegen. Doch statt dort ein trostloses Dasein zu fristen, beglücken die Artikel nun. Denn die Tourismusgesellschaft übergab den Bestand an soziale Vereine. Die Souvenirs mit einem Gesamtverkaufswert von 25000 Euro gingen an die Elbe-Weser-Welten, die Lebenshilfe Bremerhaven, die gemeinnützige Gesellschaft Albert-Schweitzer-Wohnen und Leben, die Tafel, das Hombro Hospizmodell, den Verein Rückenwind, die Solidarische Hilfe und die Seemannsmission.

Geschenke für Seeleute

„Bis in den Frühling hinein fanden Caps und Co bei den Sail-Fans noch Absatz, doch der ist jetzt versiegt und so greifen wir eine alte Tradition wieder auf und versuchen, mit den Souvenirs, die ja speziell für das vergangene Jahr hergestellt wurden, Freude zu bereiten“, erläutert Dr. Ralf Meyer als Geschäftsführer der Tourismusgesellschaft Erlebnis Bremerhaven.

Ann-Christin Heins, die das Seemannshotel führt, nimmt die Einkaufstaschen, Feuerzeuge und Handyhalter gern entgegen: „Die Seeleute, deren Berufsleben derzeit unter wirklich sehr erschwerten Bedingungen stattfindet, können jede Aufmunterung gebrauchen. Kleine Geschenke sind da höchst willkommen.“ (SJ)



Dr. Ralf Meyer übergibt Hotelmanagerin Ann-Christin Heins von der Seemannsmission Sail-Souvenirs, um die dort betreuten Seeleute zu erfreuen. FOTO: BEHRMANN/ERLEBNIS BREMERHAVEN

Impressum SONNTAGSJOURNAL

Verlag: Nordwestdeutsche Verlags-GmbH
Hafenstraße 142, 27576 Bremerhaven,
Amtsgericht Bremen: HRB 1921 BHV
Chefredakteur: Christoph Linne
Redaktionsleitung: Christian Hesse
Geschäftsführer:
Matthias Ditzgen-Blanke, Torsten Klose
Anzeigenverkaufsleitung (v.i.S.d.P.):
Jan Rathjen
Trägerauflage: 106.388 Exemplare
Anzeigenpreisliste vom 1. Januar 2021
inkl. allgemeine Geschäftsbedingungen
(AGB)
Postbezug monatlich 6,14 €
Druck: Druckzentrum Nordsee der
Nordsee-Zeitung GmbH,
Am Grollhamm 4, 27574 Bremerhaven.
Redaktion: (04 71) 59 18-156
E-Mail: redaktion@sonntagsjournal.de
Anzeigen: (04 71) 59 18-421
E-Mail: anzeigen@sonntagsjournal.de
Vertrieb: Ehnis Presse- und
Werbevertriebs GmbH
Am Grollhamm 4, 27574 Bremerhaven
Zentrale: (04 71) 90 26 66 00
kundenservice@ehnis-pressevertrieb.de
Kostenlose Verteilung jeden Sonntag an alle
erreichbaren Haushalte im Verbreitungsgebiet.
Ein Anspruch auf Belieferung besteht
nicht. Keine Gewähr für unverlangt
eingesandte Manuskripte und Fotos.
© 2000 für Texte und von uns gestaltete
Anzeigen beim Verlag, Nachdruck, Vervielfältigung
und elektronische Speicherung nur
mit schriftlicher Genehmigung.
Das gesamte Verlagsobjekt ist urheberrechtlich
geschützt, soweit sich aus dem
Urheberrechtsgesetz und sonstigen
Vorschriften keine andere Regelung ergibt.

Die City-Manager für Ladenflächen

Erlebnis Bremerhaven will für Geschäftigkeit sorgen

BREMERHAVEN. Mit den ersten Plakaten in Schaufenstern gewerblicher Freiflächen startete am Freitag der sichtbare Teil des Ladenflächenmanagements für die Bremerhavener Fußgängerzone. Seit November ist die Tourismusgesellschaft Erlebnis Bremerhaven GmbH (EBG) dafür zuständig und kümmert sich um diesen Teil zur Re-Attraktivierung der Innenstadt.

Als neue Kontaktstelle bringt die EBG Vermieter, Makler und potenzielle Interessenten zusammen. Auch ein Runder Tisch zum Thema wurde bereits eingeführt. Die Bemühungen sollen dazu beitragen, dass die Innenstadt und der Einzelhandel nach der coronabedingten Krise wieder an Attraktivität gewinnen. „Das Ladenflächenmanagement ist ein wichtiger Baustein des Innenstadtkonzeptes, das die City insgesamt aufwerten will“, stellt Dr. Ralf Meyer, Geschäftsführer der Erlebnis Bremerhaven, den Zusammenhang der beiden laufenden Projekte heraus.

Über QR-Code zum Exposé

„Erfolg lässt sich einrichten“, „Passgenau“ und „Erfolg will sich breit machen“ versichern die Plakate in blauer und roter Farbe, die ab sofort Aufmerksamkeit auf Ladenflächen in der Fußgängerzone ziehen werden. Ist ein Exposé für die Gewerbefläche vorhanden, kann es mittels

»Das Ladenflächenmanagement ist ein wichtiger Baustein des Innenstadtkonzeptes.«
Dr. Ralf Meyer, Erlebnis Bremerhaven

QR-Code noch vor Ort eingesehen werden, auch Kontaktdaten sind auf der dazugehörigen Website des Stadtmarketings angegeben. Mit der Aktion unterstützt die EBG die Akquise der Eigner. „Wir bieten an, auch die Besetzung anderer Ladenflächen auf diese Weise zu begleiten“, sagt Meyer. Allen sei bewusst: Eine Vermietung ist unter den derzeitigen Rahmenbedingungen eine Herausforderung.

Um diesen Schritt der Vermarktung gehen zu können, hat die EBG viel Recherchearbeit leisten müssen. Es galt herauszufinden, wem welche Immobilie gehört, wer für

potenzielle Mieter ansprechbar wäre und ob die Freifläche überhaupt aktiv auf dem Markt angeboten wird.

Als erster Erfolg werten die EBG derweil den Runden Tisch Ladenflächenmanagement. Dieser wurde erstmals im Dezember 2020 angeboten und im Februar 2021 wiederholt. Der Einladung folgten jeweils rund 20 Eigentümer, Verwalter und Makler, die sich unter Federführung der EBG über den Zustand und die Zukunft der Einkaufsmeile austauschten.

Ziel des Treffens ist insbesondere der Austausch über Leerstände und über ansied-

» BIS vergibt Fördermittel für innovative Einzelhandelsinvestitionen

Mit dem Programm „Für eine lebendige und attraktive Innenstadt Bremerhaven – Aktionsprogramm Aufenthalts- und Erlebnisqualität Innenstadt 2020/2021“ will der Magistrat der Stadt Bremerhaven anhand vielfältiger Maßnahmen die Innenstadt auf die Zukunft ausrichten und die Anziehungskraft der Stadt als Oberzentrum stärken. Finanziert wird das Programm mit 2,5 Millionen Euro aus dem Bremerhaven-Fonds.

Im Fokus steht die Steigerung der Aufenthalts- und Erlebnisqualität. Eine Abwendung vom passiven Konsumieren – hin zum Mitmachen und Erleben. Aus diesem Aktionsprogramm heraus wurde eine Ausschreibung von der BIS Wirtschaftsförderung Bremerhaven, gemeinsam mit dem Referat für Wirtschaft der Stadt Bremerhaven entwickelt. Ziel der Ausschreibung ist es,



Dr. Ralf Meyer und Laura Kottsieper von der Tourismusgesellschaft Erlebnis Bremerhaven präsentieren eines der Plakate im Rahmen des Ladenflächenmanagements. FOTO: BEHRMANN/ERLEBNIS BREMERHAVEN

lungsinteressierte Einzelhandelsunternehmen. „Mit dieser Koordinierung wollen wir gemeinsam versuchen,

für interessierte Mieter schnellstmöglich ein passendes Objekt zu finden“, betont Meyer. Das nächste

Meeting ist für den Juni geplant. (SJ)

www.stadtmarketing-bremerhaven.de

Faire Ideen für die Innenstadt

Arbeitsgruppe sucht Unterstützung durch Vermieter

BREMERHAVEN. Das Thema Innenstadtgestaltung bewegt viele Bremerhavener – das haben Stephanie Klotz und ihre Mitstreiter der Arbeitsgruppe nachhaltige Stadtentwicklung in der Steuerungsgruppe Fairtrade-Stadt Bremerhaven festgestellt. Die Arbeitsgruppe hat sich im September 2020 gegründet. Nach Gesprächen mit der Politik wollen sie mit Unterstützung von „Fridays for Future“ ein leeres Schaufenster nutzen – und suchen nach Kontakt zu Unternehmern, die das Thema „Nachhaltigkeit“ bewegt.

Viele Bremerhavener haben sich bei der Steuerungsgruppe gemeldet, weil sie ihre Ideen für die Innenstadt loswerden wollen. „Dabei war sogar ein 18-seitiges Dokument in Qualität einer studentischen Hausarbeit mit einem kompletten Konzept“,

sagt Stephanie Klotz. Andere Anrufer schlugen vor, das Maritime mehr in der Fußgängerzone sichtbar zu machen oder bestärkten die Gruppe im Einsatz für den Radverkehr in der Innenstadt. Die Ideen sollen in die geplante Bürgerbeteiligung einfließen, so Klotz.

Die Gruppe plant, für einen Monat zusammen mit Aktiven von „Fridays for Future“ ein Schaufenster mit nachhaltiger Mode zu bespielen, erklärt Mitorganisatorin Heike Seibel. Die Idee eines fairen Kaufhauses sei überraschend gut angekommen bei der Politik, freut sich Gruppenmitglied Jochen Hertrampf. Es reife die Idee, einen „Marktplatz der Möglichkeiten“ zu schaffen.

Offen bleibe aber die Frage der Finanzierung. Die Gruppe hat aus Erfahrungen von anderen Projekten, die

die Stadt nachhaltig beleben sollen wie „Core“ in Oldenburg und „Ecofair“ in Bremen zwei Grundvoraussetzungen für das Vorhaben ermittelt: Es muss einen Vermieter geben, der eine Fläche von ungefähr 700 Quadratmetern zur Verfügung stellt. Wissend, dass die Nutzer nicht die üblichen, sehr hohen Innenstadtmieten zahlen können. (WES)

Die Arbeitsgruppe nachhaltige Stadtentwicklung wünscht sich ein Kaufhaus oder eine Markthalle der Nachhaltigkeit in der Innenstadt – mit Produkten aus biologischer und regionaler Produktion und aus fairem Handel, mit recycelten und upgecycelten Produkten und innovativen Produkten sowie einem Begegnungs-Café. E-Mail-Kontakt: innenstadt@nsf-bremerhaven.de.

www.nord-süd-forum.de

Apollo Optik eröffnet wieder

Obere Bürger: Brillensortiment auf 128 Quadratmetern

BREMERHAVEN. Apollo Optik ist wieder da. Am Donnerstag, 20. Mai, öffnet das Unternehmen im Columbus-Center in der Obere Bürger 45 nach erfolgreichem Umbau.

Auf 128 Quadratmetern Ladenfläche präsentiert das Augenoptik-Geschäft jetzt sein Brillensortiment. „Besonders wichtig war uns hier eine offene Gestaltung der unterschiedlichen Bereiche, damit man sich schneller und besser orientieren kann. Auch Energieeffizienz stand im Fokus, gerade bei der Beleuchtungstechnik werden wir künftig durch den Einsatz von LED-Leuchtmitteln Strom sparen“, erzählt der Filialleiter, Augenoptikermeister Siegfried Backhaus.

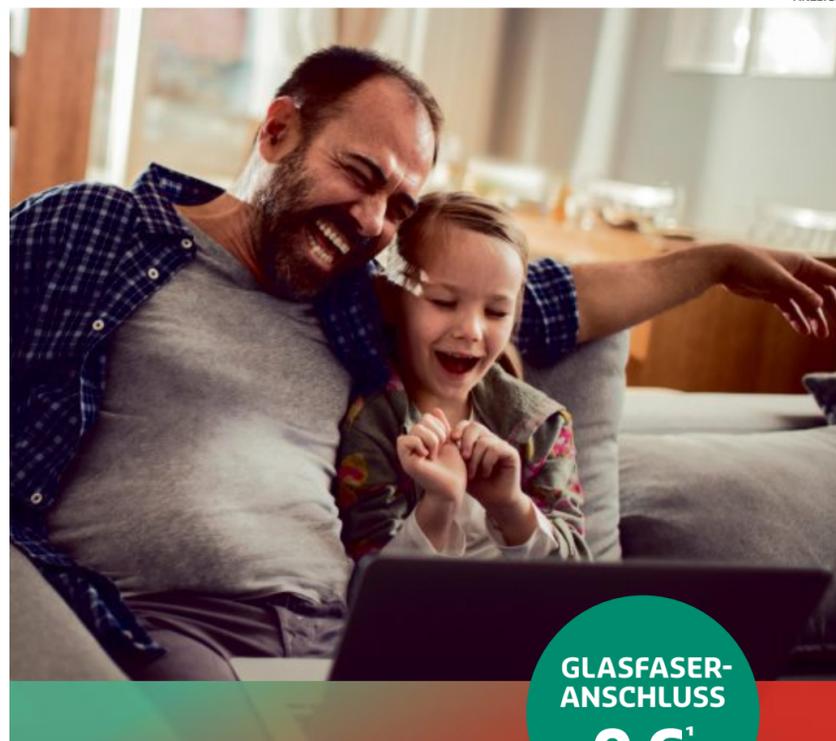
»Auch Energieeffizienz stand beim Umbau der Filiale im Fokus.«
Siegfried Backhaus,
Apollo Optik

Er ist begeistert von den neuen Geschäftsräumen, in denen er zusammen mit einem fünfköpfigen Team arbeitet.

Auch in der Umgebung komme der Filialumbau gut an, meint Backhaus. Schon vor der offiziellen Wiedereröffnung sei das Feedback von Passanten und Anwohnern positiv gewesen: „Die Menschen hier freuen sich, dass wir bald an gewohnter

Stelle wieder eröffnen“, ist er überzeugt. Zur Eröffnung bietet Apollo bis Freitag, 5. Juni, eine Rabattaktion an.

Mit rund 900 Filialen ist das Unternehmen Deutschlands filialstärkster Optiker. Apollo wurde 1972 gegründet. Mehr als 5000 Mitarbeiter in den Filialen und der Firmenzentrale in Schwabach sind aktuell bei Apollo beschäftigt. Alle Apollo-Filialen werden von Augenoptikermeistern geleitet. Seit 1998 gehört Apollo zum internationalen Optikkonzern Grand Vision. Die mit mehr als 7000 Filialen in über 40 Ländern vertretene Gruppe befindet sich kontinuierlich auf Expansionskurs – ebenso wie Apollo selbst. (SJ)



GLASFASER KOMMT AN!

Jetzt in Geestemünde:
Lichtschnelles Internet mit bis zu 1.000 Mbit/s.*

Gleich sichern:
swb.de/glasfaser-geestemünde

swb

FÜR HEUTE. FÜR MORGEN. FÜR MICH.

*Soweit regional bei Ihnen verfügbar und technisch realisierbar. 1) Der Glasfaser-Hausanschlusspreis in Höhe von 0 € gilt nur für Privatkunden in ausgewählten Glasfaser-Gebieten bei gleichzeitiger Beauftragung eines Glasfaser-Produktes. Im Glasfaser-Hausanschlusspreis inbegriffen ist die Verlegung einer Glasfaserleitung bis zum Hausübergabepunkt. Alle Preise inkl. gesetzlicher MwSt. Angebot regional begrenzt verfügbar und vorbehaltlich technischer Realisierbarkeit. Irrtümer und Druckfehler vorbehalten. EWE TEL GmbH, Am Weser-Terminal 1, 28217 Bremen.