

Quelle Stader Tageblatt vom 15.05.2010
Seite 0
Ressort Lokales
Rubrik Stader Tageblatt

STADER
BUXTEHÜDER
AUFBLÄNDER **TAGEBLATT**

Einkaufsbummel wie auf einer italienischen Piazza

"Wie ein Tag im Süden", verspricht der Prospekt. Südländisches Flair und vergnügliches Einkaufserlebnis soll es ausstrahlen - das Mediterraneo in Bremerhaven. Mitten zwischen Schiffahrtsmuseum und Klimahaus in den neuen "Havenwelten" der Seestadt liegt das Einkaufszentrum, das von der Buxtehuder Albrecht Vermögensverwaltung (AVW) konzipiert und gebaut wurde und das vielleicht auch ins leerstehende Hertiehaus in Stade einziehen könnte. Das TAGEBLATT hat sich in dem Mediterraneo umgesehen. Peter von Allwörden

"Ein Besuch im Mediterraneo wird wie ein sonniger Nachmittag in der Provence oder in der Toskana sein", schwärmt Investor Frank Albrecht. In der Tat suggeriert die Architektur des Themenhauses mit überwiegend mediterranem Angebot südländisches Flair. Ein wenig fühlt sich der Besucher wie in einer anderen Welt, wenn er durch den von Säulen geprägten Eingang in "La Strada" einbiegt, auf der sich zu beiden Seiten ein kleines Geschäft an das andere reiht.

Die Fassaden sind südländischem Baustil nachempfunden. Es dominieren Beigetöne und Pastellfarben. Immer wieder finden sich verspielte Details an den Fassaden - Fensterläden, angedeutete Säulen, nostalgisch anmutende schmiedeeiserne Lampen.

An diesem Sonnabendvormittag ist das Themenhaus gut besucht, aber es herrscht kein Gedränge, die Menschen schlendern einher. Center-Managerin Tatjana Janssen, die für die AVW vor Ort sitzt und für Gemeinschaft und Miteinander der Mieter sorgt, beschreibt die Atmosphäre als beruhigend: "Hier kommt keine Hektik auf."

Auf dem halben Weg - das Center ist im Gegensatz zu den meisten Einkaufszentren nicht auf zwei Ebenen gerade, sondern als Rundgang auf nur einem Geschoss angeordnet - erreicht der Besucher das Herzstück des Mediterraneo: die Piazza. Hier bringt eine 35 Meter hohe Glaskuppel natürliches Licht in das Zentrum, in dessen Mitte ein riesiger Brunnen steht. Darunter sitzen die Menschen an Tischen wie auf

einem südländischen Platz, genießen die Sonne, ein italienisches Eis, einen Kaffee oder ein leckeres Fischgericht aus einem der fünf Restaurants, die sich den Platz teilen. Hier herrscht Leben, kaum ein Platz ist unbesetzt.

Das Mediterraneo in Bremerhaven sei sehr touristisch ausgerichtet, sagt Centermanagerin Janssen. Die Lage in den Havenwelten bietet das geradezu an. Viele Besucher kommen aus dem Elbe-Weser-Dreieck, ein großer Teil reist aus entfernteren Teilen ganz Deutschlands an. Aber auch die Bremerhavener nehmen das Themenhaus an, weiß Janssen. Entsprechend bunt gemischt ist das Sortiment der vertretenen Händler. Es reicht von Frischwaren, die wie auf einem südländischen Markt feilgeboten werden, über Mode, Schuhe und Kosmetik bis hin zu Brillen und Wohn-Accessoires. Auffällig ist der extrem niedrige Anteil von Filialisten, die in den meisten Centern das Bild bestimmen und sie uniform und austauschbar machen. Hier finden sich nur sechs Filialisten, von denen zwei sogar individuelle Konzepte für das Mediterraneo entwickelt haben. Die übrigen 34 Geschäfte und Gastronomie-Betriebe sind inhabergeführte Läden oder Zweitläden von Geschäftsleuten aus Bremerhaven und Bremen. Auch die Gestaltung der Auslagen und Ladeneinrichtungen ist sehr individuell. All das sorgt für eine Unverwechselbarkeit des Centers.

Jeden Tag - auch sonntags vom Frühjahr bis zum Frühherbst - hat das Mediterraneo von 10 bis 20 Uhr geöffnet. Wer will, kann auch seinen Laden oder

sein Restaurant länger öffnen, aber innerhalb der Kernzeit muss jeder Mieter sich an die Öffnungszeiten halten. "Es muss eine Verlässlichkeit geben", sagt Janssen, die mit Stolz auf die blitzblanken Wege und Plätze verweist. Das Mediterraneo soll beim Besucher einen gepflegten Eindruck hinterlassen. Die Mieter stehen hinter dem Gesamtkonzept und sind mit ihren Geschäften offenkundig zufrieden (siehe unten). Center-Managerin Janssen, die zuvor mehrere Einkaufszentren geleitet hat, hält das Mediterraneo für ein zukunftsweisendes Vorzeige-Center, das sich in die modernen Havenwelt bestens einfügt: "Bremerhaven hat sich hier neu erfunden, und wir haben ein wenig dazu beigetragen."

Auf einen Blick

Das Mediterraneo hat eine Fläche von 13 000 Quadratmetern auf einer Ebene. Davon entfallen 8600 Quadratmeter auf die reinen Verkaufsflächen.

Insgesamt wurden 31 Millionen Euro investiert. Hinzu kommen 6,5 Millionen Euro für die Glaskuppel, die die Stadt Bremerhaven finanziert hat.

40 Läden und Restaurants befinden sich im Themenhaus. Sie sind überwiegend mediterran ausgerichtet. Das Angebot liegt im gehobenen Bereich und ist individuell. Der Anteil der Einzelhändler liegt bei 85, der der Filialisten bei 15 Prozent.

500 Parkplätze stehen in der Tiefgarage allein den Besuchern zur Verfügung. Eröffnet wurde das Center am 9. Oktober 2008.

Abbildung Mediterranes Flair auf der Piazza.hessmedia