

Aufgabenbeschreibung: Geschäftsstraßenmanagement zur Aufwertung des Hauptzentrums Müllerstraße und zur Unterstützung der Gewerbetreibenden

Ziel und Rahmen des Geschäftsstraßenmanagements

- Das Ziel ist, die Müllerstraße wieder zu einem starken und vitalen Zentrum für den Wedding auszubauen.
- Die Einkaufsstraße soll in ihrer Funktion als Hauptzentrum Berlins gestärkt werden (Steigerung der Wettbewerbsfähigkeit und der Attraktivität).
- Die Angebotsvielfalt bei den Waren und die Qualität im Branchenmix soll, ausgerichtet an den vorhandenen Bedarfen, erhöht werden.
- Die Gewerbetreibenden sollen für Ihren Standort aktiviert und dafür interessiert werden, sich gemeinsam für diesen zu engagieren. Hierfür sollen Strukturen etabliert werden, die auch über den Programmzeitraum hinaus tragfähig sind, so dass eine Interessenvertretung der Gewerbetreibenden in der Müllerstraße gebildet wird die ihr Zentrum nachhaltig mit gestaltet.

Dazu soll das Geschäftsstraßenmanagement in geeigneter Weise beitragen. Es unterstützt damit den Bezirk bei der Umsetzung des Maßnahmenkonzeptes im Programm Aktive Stadtzentren zu eben diesen Punkten.

Den räumlichen Schwerpunkt der Aktivitäten bildet die Müllerstraße als zentrale Achse im vorgeschlagenen Sanierungsgebiet Wedding-Müllerstraße. Die angrenzenden und das Zentrum ergänzenden Angebote der Nahversorgung in der Brüsseler Straße, im Sprengelkiez und um den Nettelbeckplatz sind zu berücksichtigen.

Die nicht baulich investiven Aktivitäten zur Stärkung des Zentrums sollen darauf ausgerichtet sein, den Gesamtstandort als „Ortskern Wedding“, nicht nur den Einzelhandelsstandort zu stärken. Die angrenzenden Kieze sind entsprechend der AkteurInnen auch über die Grenzen des Sanierungsgebietes hinaus in die Aktivitäten mit einzubeziehen.

Die Umsetzung baulich räumlicher Projekte und die Gesamtsteuerung des Prozesses obliegen der Sanierungsverwaltungsstelle im Bezirksamt und der Prozesssteuerung.

Geplante flankierende Maßnahmen des Bezirks Mitte

Im Sanierungskonzept der Vorbereitenden Untersuchungen sind als wichtige geplante Maßnahmen die in 2010 und 2011 auf den Weg gebracht werden sollen folgende hervorzuheben:

- Verkehrs- und Gestaltungskonzept für die Müllerstraße (in Vorbereitung)
- Umgestaltung des Leopoldplatzes (Beteiligung und Konzepterstellung läuft)
- Bau einer Mittelpunktbibliothek am und Umgestaltung des Rathausplatzes (in Vorbereitung)
- Werbe- und Imagekampagne (geplant)

Einzubeziehende AkteurInnen aus dem Gebiet

Einzubeziehen sind in jedem Fall die „Partner für die Müllerstraße“. Dazu gehören: Karstadt, BBM GmbH (Marktbetreiber Leopoldplatz), Nazarethkirchengemeinde, Neue Nazarethkirche Feste Burg, Nareyka Veranstaltungsmanagement, Quartiersmanagement Pankstraße.

Zudem wurde im Oktober 2009 eine Stadtteilvertretung für das Gebiet Müllerstraße gewählt, die aus engagierten BürgerInnen, Gewerbetreibenden, VertreterInnen von Vereinen, Einrichtungen und Initiativen besteht. Hier besteht u. a. eine Arbeitsgruppe zum Thema Geschäftsstraßenmanagement, mit der bei der Ideenentwicklung und Durchführung zusammengearbeitet werden soll.

Weiterhin gibt es einen „Händlerstammtisch“, der zwei Mal auch zur Vorbereitung der Ausschreibung getagt hat und einzubeziehen ist.

Durch den Beauftragten soll in Vernetzung und Zusammenarbeit dieser AkteurInnen, ggf. auch in einer festen Organisationsform (Verein, IG o. ä.), auf die Entwicklung des gemeinsamen Standortes hingewirkt werden.

Aufgaben des Geschäftsstraßenmanagements

Das Ziel, die Müllerstraße wieder zu einem starken und vitalen Zentrum für den Wedding auszubauen, kann nur durch gemeinsame Anstrengung aller Anrainer und Akteure erreicht werden. Ergänzend zum Prozessmanagement zur Sanierungssteuerung, welches die Umsetzung des Maßnahmenkonzeptes insgesamt steuert, ist es Aufgabe des Geschäftsstraßenmanagements die HändlerInnen und Gewerbetreibenden zu mobilisieren. In enger Kooperation mit dem Prozessmanagement gilt es, alle anderen Aktiven im Gebiet sowie die EigentümerInnen für ihren gemeinsamen Wohnort und Standort zu begeistern. Die Schaffung tragfähiger Strukturen der HändlerInnen und ggf. anderer AkteurInnen hat eine hohe Priorität. Die aufzubauende Vertretung der Gewerbetreibenden für die Müllerstraße soll ihre Interessen langfristig selbst vertreten können (Vernetzung und Zusammenarbeit mit anderen Vereinen, Initiativen, Verbänden, Verwaltung, Politik).

Es ist darzulegen, wie dies geschehen kann, d.h. was hierfür unternommen wird.

Dem negativ besetzten Image des Weddings und seiner zentralen Einkaufsstraße, der Müllerstraße, soll durch Aktionen entgegengewirkt werden die geeignet sind, den Standort im Zentrengewebe zu stärken, das Image des Zentrums zu verbessern und seine Qualitäten herauszustellen (z.B. Veranstaltungen, Werbung etc.). Es wurden auf zwei ersten Veranstaltungen (Händlerstammtisch) mit Gewerbetreibenden und StadtteilvertreterInnen bereits Themenschwerpunkte für erste Aktionen erarbeitet (siehe unten).

Darüber hinaus sollen im Angebot folgende Leistungsbausteine Berücksichtigung finden

1. Kommunikation, Kooperation und Vernetzung

- Aktivierung und Vernetzung der Gewerbetreibenden
- Motivierung bisher inaktiver Akteure, Zusammenarbeit mit interessierten Vereinen und Initiativen
- Begleitung und Organisation regelmäßiger Runden und Hinwirkung auf die Festigung von Strukturen
- Ansprechpartner für die Gewerbetreibenden vor Ort, Vermittlung von Kontakten im Bezirk (Zusammenarbeit mit Wirtschaftsförderung)
- Enge Kooperation mit dem Bezirksamt Mitte und dem Prozessmanagement
- Suche von Sponsoren

2. Initiierung von Aktionen zur Standortstärkung

- Unterstützung der Gewerbetreibenden und AkteureInnen vor Ort bei der Entwicklung und Umsetzung von gemeinsamen Zielen, Ideen und Maßnahmen zur Standortstärkung (Fixierung in einem Arbeitsplan o.ä.)
- Mitwirkung bei der Umsetzung des Sanierungskonzeptes (z.B. Aktionen im öffentlichen Raum, Gestaltung der Müllerstraße etc.)
- Ansprache der Eigentümer zu Vermietungsfragen zur Steuerung des Einzelhandelsbesatzes in enger Kooperation mit dem Prozessmanagement
- Beratung zur zeitgemäßen Geschäfts- und Schaufenstergestaltung

3. Mitwirkung bei der Öffentlichkeitsarbeit

- Mitarbeit bei der Erstellung von Werbematerialien, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit in Abstimmung mit dem Prozessmanagement
- Erstellung von Konzepten und Instrumenten zur Standortvermarktung (Einkaufsführer, Publikationen, Plakaten etc.)

Die Arbeit erfolgt im Auftrag und in Abstimmung mit der Abteilung Stadtentwicklung des Bezirksamtes Mitte von Berlin und in enger Kooperation mit dem Prozessmanagement für das Programm Aktive Stadtzentren sowie der Senatsverwaltung für Stadtentwicklung als Fördergeber.

Die Abteilung Wirtschaft im Bezirk ist zur Nutzung von Synergien, eng einzubinden.

Mit dem Förderprogramm „Aktive Stadtzentren“ stehen für die Aufwertung des Zentrums Müllerstraße bis 2015 Mittel des Bundes, des Landes und des Bezirks Mitte bereit. Ein Teil der Mittel steht als Budget für Aktionen und Werbung im Rahmen des Geschäftsstraßenmanagement zur Verfügung. Dieses öffentliche Budget ist über den Gesamtzeitraum des Projektes sukzessive durch Eigenbeiträge der Gewerbetreibenden und die Gewinnung von Sponsoren zu ersetzen.

Erste Themenfelder für gemeinsame Aktionen und Arbeitsfelder des Geschäftsstraßenmanagement

..... (noch weiter im Händlerstammtisch zu präzisieren und zu ergänzen)

1. Veranstaltungen & Feste

- Ggf. Mitwirkung bei der inhaltlichen Gestaltung des Müllerstraßenfestes
- Initiierung von Aktionen
- Abstimmung eines einheitlichen Auftretens des Standortes und der Einzelhändler nach Außen
- Einbeziehung vielfältiger Akteure in gemeinsame Projekte, Aktionen und Veranstaltungen

2. Sauberkeit und Sicherheit

- Initiierung von gemeinsamen Aktionen zur Erhöhung der Sauberkeit
- Entwicklung von Ideen zur Erhöhung des Sicherheitsgefühls
- Zusammenarbeit mit den zuständigen Behörden wie BSR, Ordnungsamt und Polizei zu Themen wie Sicherheit, Kriminalität, Müllbeseitigung, Vandalismus, Alkoholismus, Drogenkonsum und -handel etc.

3. „Wir Gefühl“ – Gemeinsame Identität

- Unterstützung der Entwicklung einer gemeinsamen Identität
- Aktionen zur Stärkung des Gemeinschaftsgefühls
- Aktionen zur Übernahme von gemeinsamer Verantwortung für den Standort

4. Öffentlicher Raum, Gehwege und Stadtmöbel

- Vorschläge zur Stadtbildgestaltung und zur Verbesserung des öffentlichen Raums und Mitwirkung bei der konzeptionellen Erarbeitung eines Gestaltungskonzeptes für die Müllerstraße in Kooperation mit dem Prozessmanagement

5. Branchenmix und Geschäftsbesatz (in Kooperation mit Prozessmanagement und Wirtschaftsförderung)

- Ansprache und Beratung von EigentümerInnen für eine verantwortungsbewusste Vermietung
- Gezieltes Ansiedlungsmanagement für einen attraktiven Branchenmix, der auf die Bedarfe vor Ort abgestimmt ist und dem Standort ein eigenes „Gesicht“ gibt (z.B. Bezugnahme auf kulturelle Vielfalt der BewohnerInnen etc.).

Diese und weitere Ideen zur Zentrenentwicklung sind mit den Gewerbetreibenden und den anderen benannten Akteuren zu ergänzen, zu bündeln, zu präzisieren und in konkrete Projekte zu überführen. Vorschläge hierfür sind im Angebot zu unterbreiten.