

Vorbereitende Untersuchung Müllerstraße Projekte

Erste geplante Projekte ab 2009/2010

Bau einer Mittelpunktbibliothek



Erweiterung der Schiller-Bibliothek

Der Bezirk Mitte plant für 2012 die Erweiterung der an der Müllerstraße 147, im ehemaligen Bezirksverordnetensaal, an-sässigen Schiller-Bibliothek zu einer Mittelpunktbibliothek mit 1.600m² Nutzfläche. Geplant ist nicht nur die Vergrößerung der Bibliothek, sondern auch die Integration von Arbeitsräumen z.B. für Projekte zur Leseförderung, die von Kitas- und Schulen genutzt werden können. Hier soll dann auch Ende 2012 die Jugendmedientage aus der Swinemünder Straße 80 einziehen. Langfristiges Ziel ist der Ausbau der Angebote am Rathausplatz zu einem neuartigen Bildungs und Lernzentrum für die ganze Familie.

Als erste Schritte zur Realisierung des Projektes sollen noch 2009 eine städtebauliche Studie und ein architektonischer Realisierungswettbewerb ausgeschrieben werden. Beide Verfahren werden Vorschläge formulieren, an welchem Ort im Rathausumfeld die neue Bibliothek entstehen kann und wie sie aussehen wird. Die Vorschläge sollen dann u.a. mit der Stadtteilvertretung diskutiert werden, so dass Wünsche und Anregungen der Bürger/innen in die Planung einbezogen werden können.

Die Fertigstellung der Bibliothek ist für 2012 geplant.



Einheitliches Gestaltungskonzept für die Müllerstraße

Beteiligungsverfahren zur Gestaltung des Leopoldplatzes

Der Leopoldplatz bildet gemeinsam mit dem Platz vor dem Rathaus das Herzstück der Müllerstraße. Um ihn muss sich gekümmert werden. Seit längerem gibt es über den Leopoldplatz nur noch Negatives zu berichten. Probleme wie Verschmutzung, Alkoholismus und Drogenkriminalität überdecken in der öffentlichen Wahrnehmung vorhandene Qualitäten des Platzes. Auf ihm wird Markt gehalten, es sind Spiel- und Aufenthaltsbereiche angelegt und eine der Berliner Schinkel-Kirchen steht dort. Dies sind Qualitäten kultureller Vielfalt, die durch den Mangel an Sauberkeit und dem Gefühl der Unsicherheit nicht mehr wahrgenommen werden. Bürger/innen und Anlieger/innen liegt viel daran, hier z.B. durch eine Umgestaltung des Platzes aber auch Maßnahmen wie Streetworking eine Verbesserung der Situation zu erzielen, damit der Platz wieder ein Spiegel der kulturellen Vielfalt des Kiezes und sein pulsierendes Herzstück werden kann.

Dieses Anliegen greift der Bezirk auf und plant, noch 2009 einen runden Tisch einzurichten, an dem alle wichtigen Akteure vertreten sind. Teilnehmen sollen Mitarbeiter/innen aus der Verwaltung (Straßen- und Grünflächenamt, Bau, Polizei, Ordnungsamt) aber auch engagierte Vertreter der Kirchengemeinde, des Handels, der Hauseigentümer sowie Anwohner/innen.

Sie werden gemeinsam beraten, welche Maßnahmen für ein besseres Miteinander notwendig sind und welche Anforderungen es an eine Gestaltung des Platzes gibt, die den Leopoldplatz wieder zu einem Platz für Alle verwandeln können.

2010 wird es ein größeres Bürgerbeteiligungsverfahren zusammen mit einem Landschaftsplanungsbüro geben, welches die Ideen in ein umsetzbares Konzept überträgt.



notwendige Umgestaltung des Leopoldplatz

Erarbeitung eines Gestaltungskonzeptes Müllerstraße

Die Müllerstraße hatte ihre besten Zeiten in den 1970er und 80er Jahren, als die großen Häuser wie Karstadt und C&A entstanden und sie eine der wichtigsten Einkaufsstraßen im Norden Berlins war. Das ehemals moderne Gesicht wirkt heute „vongestern“ und die Straße wirkt zunehmend vernachlässigt. Die Bürgersteige sind mit Stadtmöbeln, Waren und Werbeaufstellern zugestellt, stark verunreinigt sowie insbesondere an den Baumscheiben und in den Grünbereichen ungepflegt. Dazu kommt die starke Verkehrsbelastung durch den Durchfahrts-, Anliefer- und Parksuchverkehr. Das wirkt alles in allem eher chaotisch und abschreckend als einladend für Bewohner, Kunden oder Besucher.

Gemeinsam mit engagierten Akteuren (Gewerbetreibenden, der Stadtteilvertretung und Bewohner/innen) wird der Bezirk als ersten Schritt auf dem Weg zu einer zeitgemäßen Gestaltung für die Müllerstraße Ideen und Anregungen sammeln, z. B. für den Mittelstreifen, für Straßenmöbel und Sitzgelegenheiten, die in die Auftragserteilung für ein einheitliches Gestaltungskonzept eingehen werden. Gestartet wird 2010, damit das Konzept in den nächsten Jahren schrittweise umgesetzt werden kann.

Start einer Imagekampagne mit Logoentwicklung

„An der Müllerstraße den Wedding neu entdecken“

... hieß der Slogan des Konzeptes zum Programm „Aktive Zentren“ und genau das ist Ziel der Imagekampagne für die Müllerstraße. Und alle Interessierten können mitmachen, um zu zeigen was für sie das Besondere am Wedding ist und wie es sich an der Müllerstraße entdecken lässt: Wer lebt und arbeitet hier? Welche spannenden Geschichten haben die Menschen zu erzählen? Wie können die unterschiedlichen kulturellen Einflüsse der Bewohner/innen auch das Bild der Müllerstraße positiv beeinflussen? Was ist zu tun, um das Image des Weddings zu verbessern?

Antworten auf diese und andere Fragen können Bewohner/innen und Kunden der Müllerstraße z.B. im Rahmen einer Befragung geben. Visuelle Anregungen für ein Logo sind besonders gefragt, z.B. in Form eines Gewinnspiels. Denkbar sind auch Flyer mit Kiezspaziergängen oder ein regelmäßiger Newsletter mit aktuellen Informationen und spannenden Geschichten zur Müllerstraße. 2009 werden Ideen gesammelt, 2010 wird dann gemeinsam weiter kreativ gedacht und die Imagekampagne „An der Müllerstraße den Wedding neu entdecken“ gestartet.

gemeinsames Marketing im Sprengelkiez



Einrichtung eines Geschäftsstraßenmanagements

Dort wo engagierte Menschen, zusätzlich zu Arbeit und Familie, aus unterschiedlichen Gründen und Kulturen für eine gemeinsame Sache eintreten, ist eine kontinuierliche Prozessunterstützung wichtig.

Für die Geschäftsstraße Müllerstraße und die engagierten Gewerbetreibenden im Umfeld der „Partner für die Müllerstraße“ wird dafür ein Geschäftsstraßenmanagement eingerichtet. Dieses Management wird die Gründung einer handlungsfähigen Standortgemeinschaft begleiten und wichtige Kontakte zu anderen Händlern, der Verwaltung und gemeinnützigen Akteure knüpfen.

Der nächste Schritt ist der Aufbau eines Netzwerks, in dem die Interessen der Händler, ihr Engagement sowie ihre Forderungen Gehör finden. Es werden praktische

Tips gegeben z.B. zur Vereinsgründung, -organisation und Mitgliederwerbung. Kreativität fördern oder externe Hilfe organisieren kann die Aufgabe sein, wenn es um die Entwicklung eines einheitlichen Design geht. Ziel ist es, die Standortgemeinschaft längerfristig organisatorisch auf eigene Beine zu stellen, ihr starke Partner und tragfähige Konzepte für eine Weiterentwicklung an die Hand zu geben.

Ab 2010 wird das Geschäftsstraßenmanagement engagierte Gewerbetreibende im Bereich Müllerstraße unterstützen, sich die passende Organisationsform und Außenpräsentation zu geben. Es wird sie in den Runden zum Leopoldplatz, bei der Erarbeitung des Gestaltungskonzeptes Müllerstraße und zum Start der Imagekampagne „An der Müllerstraße den Wedding neu entdecken“ beraten, begleiten oder vertreten.



„... 138 x richtig gewählt!“

gemeinsame Aktionen z.B. Flyer der ehemaligen IG obere Müllerstraße