

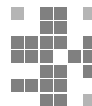
# Protokoll

## AZ Müllerstraße

28. Sitzung Beirat Müllerstraße

**Zeit:** 23. Juli 2012, 16:00 Uhr bis 18:20 Uhr

**Ort:** Vor-Ort-Büro der Stadtteilvertretung  
Müllerstraße, Triftstr. 2, 13353 Berlin



JAHN, MACK & PARTNER  
architektur und stadtplanung

### Teilnehmer/innen

Herr Plessow	Bezirksamt Mitte
Herr Wibel	Sprecher Stadtteilvertretung
Herr Elfert	Stadtteilvertreter (AG Öffentl. Raum, Kultur, Verkehr)
Herr Frey	Stadtteilvertreter (AG Öffentl. Raum, Kultur, Verkehr)
Frau Isenberg-Holm	Geschäftsstraßenmanagement Müllerstraße
Herr Schaffelder	Sanierungszeitung „Ecke Müllerstraße“
Herr Scheffer	Jahn, Mack & Partner
Frau Wrase	Jahn, Mack & Partner

### Verfasserin

Anne Wrase  
Jahn, Mack & Partner  
info@jahn-mack.de

### Telefon

(0 30) 85 75 77 28

- TOP 1 Protokollannahme vom 25.06.2012
- TOP 2 Kommunikationskonzept Müllerstraße –  
Besprechung der Maßnahmenvorschläge von Herrn Elfert
- TOP 3 Corporate Design und Logo – Stand
- TOP 4 Beteiligungsverfahren Rathausumfeld
- TOP 5 Stand Homepage StV
- TOP 6 Neuigkeiten aus der Stadtteilvertretung / aus den Gremien
- TOP 7 Belegung Vor-Ort-Büro
- TOP 8 Sonstiges und Termine

**zuständig/ Termin**

### TOP 1 Protokollannahme vom 25.06.2012

Das Protokoll vom 25.06.2012 wird ohne Anmerkungen angenommen.

### TOP 2 Kommunikationskonzept Müllerstraße – Besprechung der Maßnahmenvorschläge von Herrn Elfert

Die Maßnahmenvorschläge von Herrn Elfert wurden im Vorfeld des Termins im Rahmen der AG Öffentlicher Raum, Kultur, Verkehr der Stadtteilvertretung besprochen und z.T. modifiziert. Herr Frey und Herr Elfert stellen dieses Ergebnis im Rahmen der Beiratssitzung mit zur Diskussion.

Eine Beschreibung der Maßnahmenvorschläge ist der Anlage 1 zu entnehmen.

#### **1. Ausstellung: Die Müllerstraße und Begleitbuch zur Ausstellung**

Die Maßnahme verfolgt die Grundidee, die Potenziale und Chancen der Müllerstraße in einer Ausstellung aufzubereiten und für jeden zugänglich zu machen. Es soll ein einheitlicher Wissensstand über die Müllerstraße erzielt werden, an den eine gemeinsame Diskussion über Ideen und Perspektiven für die Müllerstraße ansetzen soll.

Die Teilnehmer bewerten eine Ausstellung in der Nazarethkirche **nicht als passendes Format**. Es werden verschiedene Vorschläge für alternative Formate angebracht: Rundgang durch den Wedding in Verbindung mit einer Smartphone-App, Wanderausstellung in einem Doppeldeckerbus, Begleitung

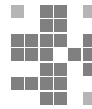
# Protokoll

## AZ Müllerstraße

28. Sitzung Beirat Müllerstraße

**Zeit:** 23. Juli 2012, 16:00 Uhr bis 18:20 Uhr

**Ort:** Vor-Ort-Büro der Stadtteilvertretung  
Müllerstraße, Triftstr. 2, 13353 Berlin



JAHN, MACK & PARTNER  
architektur und stadtplanung

einer Wanderausstellung durch Veranstaltungen und Diskussionsrunden als kommunikative Momente.

Die Teilnehmer **befürworten die Grundidee** öffentlich über die Müllerstraße zu informieren, um somit zur gemeinsamen Diskussion über die Müllerstraße anzuregen. Das Konzept zeigt einen großen **Konkretisierungsbedarf**. Dieser Maßnahmvorschlag wird als zeitlich weniger dringend bewertet und zunächst zurückgestellt.

### 2. Weiterführung (Weiterentwicklung) des Runden Tisches Leopoldplatz

Die Teilnehmer **entwickeln den Maßnahmvorschlag weiter**, indem sie den Fokus auf das Projekt Leopoldplatz setzen. Der **Gesamtprozess zum Leopoldplatz und das Zusammenwirken der verschiedenen Akteure** soll frühestens nach Beendigung der Bauarbeiten und gewisser Verstetigungszeit als **beispielhaftes Projekt dokumentiert** werden.

### 3. Workshop: Die Müllerstraße als Tor des Weddings

AG Öffentlicher Raum spricht sich für den Grundgedanken aus, Ideen verschiedenster Menschen zu sammeln. Sowohl derjenigen Menschen, die im Gebiet rund um die Müllerstraße wohnen oder es besuchen als auch derjenigen, die aus bestimmten das Gebiet meiden.

Die Teilnehmenden sehen den Grundgedanken **in ähnlicher Form durch die Maßnahme Wedding-Laboratorium vertreten**. Er wurde im Rahmen dieser Maßnahme weiter diskutiert.

Die Teilnehmenden **sprechen sich gegen den Maßnahmvorschlag aus**.

### 4. Das Kaufhaus der Welt

Dieser Vorschlag wurde bereits in Zusammenhang mit der Maßnahme „Kaufhaus Istanbul“ im letzten Beirat besprochen.

Der Gedanke „Wedding als Internationale Kaufhaus“ ist weiter zu denken und könnte sowohl **an einem Ort** wie dem ehem. C&A-Gebäude als auch **dezentral an verschiedenen Orten** umgesetzt werden.

### 5. Das Wedding-Laboratorium

Herr Elfert sieht an der Müllerstraße verschiedene Kompetenzen vertreten (z.B. Mitarbeiter der Bayer AG, der Charité oder der BVG), die seiner Meinung nach stärker für den Prozess zu nutzen sind.

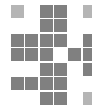
Die Teilnehmer einigen sich, den **Vorschlag in ursprünglicher Form nicht weiterzuverfolgen**. Eher vorstellbar wäre eine **Veranstaltungsreihe oder Podiumsdiskussionen zu aktuellen Fragen rund um die Müllerstraße**.

## **Protokoll** **AZ Müllerstraße**

28. Sitzung Beirat Müllerstraße

**Zeit:** 23. Juli 2012, 16:00 Uhr bis 18:20 Uhr

**Ort:** Vor-Ort-Büro der Stadtteilvertretung  
Müllerstraße, Triftstr. 2, 13353 Berlin



**JAHN, MACK & PARTNER**  
architektur und stadtplanung

### **6. Ausstellung „Heimatland“**

Die Teilnehmer sehen in dem Maßnahmvorschlag eher ein Projekt, dass im Quartiersmanagement umzusetzen wäre. Es wird auf die Händlerportraits in der Sanierungszeitung hingewiesen, die auch kulturelle Unterschiede beleuchten.

Die Teilnehmenden sind sich einig, das **Projekt nicht weiter zu verfolgen**.

### **7. Neuausrichtung des Müllerstraßenfestes**

Herr Plessow informiert in diesem Zusammenhang, dass der Genehmigungsabteilung eine Schreiben des Stadtplanungsamtes vorliegt mit der Bitte, bei der Genehmigungen von Festen auf der Müllerstraße miteinbezogen zu werden. Er verweist auf die Notwendigkeit, zeitnah ein Konzept für das Müllerstraßenfest zu entwickeln.

Die Teilnehmenden sehen in der **Mittendrn-Initiative** eine Möglichkeit ein **neues Format** zu installieren.

### **8. Gemeinsamer Gottesdienst**

Die Teilnehmer sehen diese Maßnahme **nicht im Programm Aktives Zentrum**. Sie wird daher **nicht weiterverfolgt**.

### **9. Leo-Box**

Es wird versucht auch die Leo-Box als Ort der Information, des gegenseitigen Austauschs und gemeinsamen Diskussion **mit dem Mitendrn-Konzept umzusetzen**.

Herr Plessow verweist in diesem Zusammenhang darauf, dass es sich bei der Leo-Box um einen festen Baukörper handelt, bei dem genehmigungsrechtliche Fragestellungen frühzeitig zu klären sind.

### **10. Kunstwettbewerb „Das Tor des Weddings“**

Die Teilnehmer **befürworten den Maßnahmvorschlag**. Sie sprechen sich jedoch dafür aus, den Wettbewerb bzw. das Kunstwerk in den **Kontext mit dem Umbau der Müllerstraße** zu setzen. Ferner ist die konkrete Aufgabenstellung und Zielsetzung des Wettbewerbs zu klären.

Herr Elfert verweist in diesem Zusammenhang auf die Kompetenz von Frau Weißler (Bezirksstadträtin für Weiterbildung, Kultur, Umwelt und Naturschutz).

### **11. Gemeinsame Internetseite Veranstaltungsprogramm**

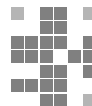
Die **Maßnahme wird nicht weiter verfolgt**, da mit den Internetseiten des Aktiven Zentrums Müllerstraße, der Stadtteilvertretung und der Händler bereits ausreichend Informationen im Internet zur Verfügung stehen (werden).

## **Protokoll** **AZ Müllerstraße**

28. Sitzung Beirat Müllerstraße

**Zeit:** 23. Juli 2012, 16:00 Uhr bis 18:20 Uhr

**Ort:** Vor-Ort-Büro der Stadtteilvertretung  
Müllerstraße, Triftstr. 2, 13353 Berlin



**JAHN, MACK & PARTNER**  
architektur und stadtplanung

### **12. Fahrradstation Mühlrad**

Die Teilnehmer sprechen sich dafür aus, diesen Vorschlag zunächst im Rahmen des MittendrIn-Konzeptes zu testen.

### **13. Einrichtung einer Geschäftsstelle für die Stadtteilvertretung**

Die AG Öffentlicher Raum sieht maximal den Bedarf einer Stelle. Herr Elfert führt aus, dass im Rahmen der Arbeitsmarktförderung verschiedene Beschäftigungsträger befristet Arbeitskräfte vermitteln. Eine Unterstützung des Bezirkes bei der Antragstellung ist wünschenswert.

Herr Scheffer gibt zu Bedenken, dass die Person eingearbeitet werden muss und es von der Person abhängt, in welchem Maße sie über Fähigkeiten verfügt und Motivation einbringt. Die Anforderungen sind konkret im Anforderungsprofil zu formulieren.

Die Maßnahme ist in die **Arbeitsmarktförderung, nicht in die Städtebauförderung** einzusortieren.

### **14. „Visit-Wedding“ - Aufbau der Wedding Kultur Tourismus Marketing GmbH**

Die Grundidee einer Standortgemeinschaft wird bereits mit den Bemühungen eine **Standortgemeinschaft der Händler und Gewerbetreibenden** zu gründen umgesetzt.

#### **TOP 3 Corporate Design und Logo**

Der TOP wird auf die nächste Beiratssitzung verschoben.

#### **TOP 4 Beteiligung Rathausumfeld**

Der TOP wird auf die nächste Beiratssitzung verschoben.

#### **TOP 5 Stand Homepage Stadtteilvertretung**

Der TOP wird auf die nächste Beiratssitzung verschoben.

#### **TOP 6 Neuigkeiten aus der Stadtteilvertretung / aus den Gremien**

Der TOP wird auf die nächste Beiratssitzung verschoben.

#### **TOP 7 Belegung Vor-Ort-Büro**

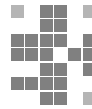
Der TOP wird auf die nächste Beiratssitzung verschoben.

## **Protokoll** **AZ Müllerstraße**

28. Sitzung Beirat Müllerstraße

**Zeit:** 23. Juli 2012, 16:00 Uhr bis 18:20 Uhr

**Ort:** Vor-Ort-Büro der Stadtteilvertretung  
Müllerstraße, Triftstr. 2, 13353 Berlin



**JAHN, MACK & PARTNER**  
architektur und stadtplanung

### **TOP 8 Sonstiges und Termine**

#### **Nächster Beirat:**

**13.8.2012, 16:00 bis 18:00 Uhr, Rathaus Wedding, Müllerstraße 146, R. 118**

Verteiler: s. o., ergänzt Herrn Lange, Fr. Dr. Pistorius (BA Mitte, SVS), Herrn Pichierri (Geschäftsstraßenmanagement), Herrn Mindt, Herrn Kunz (Sprecher Stadtteilvertretung) und Herrn Schneider (AG Öffentlicher Raum, Kultur, Verkehr)

Aufgestellt, 24.07.2012, Anne Wrase, Karsten Scheffer, JMP

#### **Anlage 1: Maßnahmenvorschläge von Herrn Elfert**

## **Maßnahmen**

### **Potentiale erfassen und vermitteln –**

#### **Ausstellung: Die Müllerstraße, Begleitbuch zur Ausstellung**

Für die Entwicklung der Straße und eines Kommunikations- und Entwicklungskonzeptes bedarf es einer Dokumentation, deren anschaulicher Vermittlung sowie eines Dialoges

#### **Maßnahmen:**

- Ausstellung über die Potentiale und Chancen der Müllerstraße in der Alten Nazarethkirche, Diskussion der Ergebnisse mit allen Beteiligten
- Erstellen eines Begleitbuches zur Ausstellung über die Geschichte und Potentiale der Müllerstraße

### **Auf Erfolgen aufbauen -**

#### **Weiterführung (Weiterentwicklung) des Runden Tisches**

**Maßnahmen:** Weiterführung des Runden Tisches sowie Weiterführung und Weiterentwicklung der erfolgreich umgesetzten Maßnahmen

Kommunikation der Maßnahmen im Zusammenhang mit anderen Aktivitäten der Müllerstraße auf einer gemeinsamen Internetseite und eines Jahresprogramms als Printmedium

Erstellen einer Dokumentation über die Arbeit des Runden Tisches Leopoldplatz, in der die Konzepte der Beteiligten wiedergegeben werden

### **Potentiale erfassen und vermitteln -**

#### **Workshop: die Müllerstraße als Tor des Weddings**

Das Förderprogramm der Aktiven Zentren spricht von der Zentrumsfunktion der Müllerstraße. Dabei ist zu berücksichtigen, dass diese Funktion nicht historisch gewachsen, sondern erst durch starke bauliche Veränderungen wie dem Durchbruch der Luxemburger Straße, der Verbreiterung der Schulstraße, dem Einrichten des Kaufhauses Karstadt 1972 sowie dem Anlegen der U 9 in der Zeit des Kalten Krieges erfolgte. Zentren sind Orte von Kultur und Kommunikation, des Handels und der Repräsentation. Diejenigen, die sich mit der Müllerstraße zukünftig identifizieren sollen, müssen nach ihren Wünschen sowie ihren Ideen befragt und diese dann in den Prozess mit einbezogen werden. Darüber hinaus stellt sich die Frage, wie der Wedding an der Müllerstraße repräsentativ vertreten werden kann.

**Maßnahme:** Workshop zur Leitbildentwicklung unter der breiten Beteiligung von Menschen aus den Ortsteilen Gesundbrunnen, Wedding und des Stadtbezirkes Berlin Mitte. Einbezogen werden sollten vor allem aber Vertreter der heute für den Wedding impulsgebenden Institutionen, die sich entlang des eigentlichen und historisch gewachsenen Zentrums des Weddings entlang der Panke in den letzten Jahren entwickelt haben, wie u.a. Kolonie Wedding, der Fabrik Osloer Straße, der Bildhauerwerkstätten des BBK, des Mitte Museums, der Uferhallen und des Uferstudios, der Gerichtshöfe, der Gerichtsstraße 23, des Stadtbad Wedding.

### **Alleinstellungsmerkmal hervorheben - Das Kaufhaus der Welt**

Ein Alleinstellungsmerkmal der Müllerstraße ist ihre Internationalität

**Maßnahme:** Einrichten eines „Kaufhauses der Welt“, das entweder an einem zentralen Ort oder als dezentrales Konzept errichtet wird, so dass der Besucher angeregt ist, die Müllerstraße und die anliegenden Kieze zu besuchen. Hier können die unterschiedlichsten Güter erworben werden, die an keinem anderen Ort zu erhalten sind.

### **Die Zukunft gestalten - Das Wedding-Laboratorium**

Um die Müllerstraße wieder als einen lebendigen Ort wahrnehmbar zu machen, braucht es nichtkommerzielle kulturelle Impulse, damit Menschen den Straßenzug und die umliegenden Plätze besuchen.

**Maßnahmen:** Einrichtung eines Wedding-Laboratoriums, z.B. in der (um 1989 als Berliner Musikakademie vorgesehenen) Neuen Nazarethkirche unter Einbeziehung von Expertenwissen der Anrainer der Müllerstraße, um Antworten auf Fragen des zukünftigen Zusammenlebens der Menschen zu geben, mit einem dezentralen Veranstaltungsangebot.

Expertenwissen aus folgenden Institutionen und Unternehmen könnte mit einbezogen werden: Beuth Hochschule, Schering, Karstadt, BVG, Bezirksamt Mitte, Agentur für Arbeit, Atze Musiktheater, Kirchen.

## **Verständigung ermöglichen, Respekt schaffen -**

### **Ausstellung „Heimatland“**

Der Zusammenhalt unserer Gesellschaft hängt wesentlich davon ab, ob es zukünftig gelingt, die Erfahrungen und Lebenswelten der Menschen in unserer Gesellschaft, in das, was das „kollektive Gedächtnis“ genannt wird, zu integrieren. So ist die Beschäftigung mit den Ursachen von Migration, mit dem Leid und der Not der Menschen aus ihren Heimatländern, die nach Deutschland flohen, nur schwach ausgeprägt. Andererseits erscheinen uns die Kulturgüter (Speisen, Gewürze, Musikinstrumente, Lieder) aus den unterschiedlichsten Regionen der Welt so selbstverständlich, dass ihr Ursprung und ihre Heimatländer nicht mehr hinterfragt werden.

**Maßnahme:** Ausstellung über die Geschichten der Menschen, die ihre Heimat verließen und nun im Wedding wohnen.

Darstellung unterschiedlicher kultureller Traditionen und deren Integration in unseren Alltag.

## **Identifikation stiften -**

### **Neuaustrichtung des Müllerstraßenfestes**

Gemeinsame Feste bilden in allen Kulturen einen festen Bestandteil kultureller Identität. Das bis heute jährlich stattfindende Event „Müllerstraßenfest“ hat aufgrund seiner unspezifischen Angebote seine für den Wedding gemeinschaftsbildende Funktion verloren. Es besteht neben dem dezentralen, die Kulturstandorte stärkenden Wedding Kulturfestival der Wunsch nach einer den Wedding abbildenden zentralen Veranstaltung auf der Müllerstraße.

**Maßnahme:** Ausarbeitung eines Konzepts (einschließlich der Entwicklung eines Namens) sowie die Durchführung des „Neuen Müllerstraßenfestes“ unter der größtmöglichen Beteiligung von Initiativen, Vereinen, Berufsgruppen, Gewerbetreibenden in und an der Müllerstraße.

## **Werte vermitteln -**

### **Gemeinsamer „Gottesdienst“**

In und an der Müllerstraße sind Kirchen, Moscheen, freie Gemeinden und religiöse Gruppe aus den unterschiedlichsten Teilen der Welt, die grundlegende Werte menschlichen Miteinanders wie Respekt und Toleranz vermitteln.

**Maßnahme:** Ausrichtung eines gemeinsamen religiösen Festes mit Vertretern aller Glaubensrichtungen vor der Nazarethkirche.

Durchführende: Gemeinde der Nazareth- und Dankeskirche in Zusammenarbeit mit den anderen Kirchen, Gemeinden und religiösen Gruppen.



## **Zeichen setzen -**

### **Die Leo-Box**

Um Veränderungsprozesse anschaulich und begreifbar zu machen, benötigt es Symbole und Rituale. In Berlin haben sich hierfür die Info-Box am Potsdamer Platz und die Humboldtbox als Publikumsrenner entwickelt. Insbesondere mit der Info-Box konnten Aufbruch sowie das Neue Berlin kommuniziert werden.

**Maßnahmen:** Bau einer Leo-Box auf dem Leopoldplatz als überregional wahrnehmbares Zeichen, als Ort der Information und Kommunikation mit begleitendem kulturellen und gastronomischen Angebot, das so zur weiteren Belebung und der Verbesserung der Aufenthaltsqualität beiträgt.

## **Zeichen setzen -**

### **Kunstwettbewerb „Das Tor des Weddings“**

Entsprechend der Ausführungsvorschriften Bau ist vorgeschrieben das 1 % der Bausumme für Kunst im öffentlichen Raum oder Kunst am Bau ausgegeben werden muss.

**Maßnahme:** Kontextbezogener Kunstwettbewerb zum Thema „Die Müllerstraße als Eingangstor des Wedding“.

## **Erreichtes darstellen -**

### **Gemeinsame Internetseite Veranstaltungsprogramm**

Kommunikation der erreichten Ergebnisse wie z. B. des Runden Tisches Leopoldplatz und anderer Projekte und Initiativen

**Maßnahme:** Gemeinsame Internetseite und Veranstaltungsprogramm.

## **Vielfalt vermitteln -**

### **Fahrradstation Mühlrad**

Die Müllerstraße kann in Ihrer Vielfältigkeit durch die „beliebteste Sportart in Deutschland“, dem Fahrradfahren, erlebbar gemacht werden.

**Maßnahme:** Aufbau einer Fahrradstation, von der aus Radtouren entlang der Müllerstraße zu unterschiedlichen Themen durchgeführt werden.

## **Partizipation der Bürger stärken - Einrichtung einer Geschäftsstelle für die Stadteilvertretung**

Um auf die komplexen Anforderungen der Bürgerbeteiligungsverfahren angemessen reagieren zu können, ist es notwendig, sich termingerecht schriftlich mit der Verwaltung abzustimmen und die Öffentlichkeit zu informieren. Dies ist mit einem erheblichen Zeitaufwand verbunden und von den Bürgern, die sich neben ihrer Berufstätigkeit ehrenamtlich engagieren, nicht zu realisieren.

**Maßnahme:** Einrichtung einer Geschäftsstelle für die Stadteilvertretung (zwei Stellen Vollzeit) in Zusammenarbeit mit dem Bezirksamt und einem Träger der Maßnahmen im Rahmen der Arbeitsmarktförderung.

## **Verständigung erreichen - „Visit - Wedding“ - Aufbau der Wedding Kultur Tourismus Marketing GmbH**

Im Hinblick auf eine Verstetigung sollte zu einem frühestmöglichen Zeitpunkt mit dem Aufbau einer Organisation begonnen werden, die die Steuerung der Aktivitäten auf und um die Müllerstraße langfristig in Eigenregie weiterführt.

**Maßnahme:** Aufbau einer eigenwirtschaftlich arbeitenden Organisation für das Marketing, die Öffentlichkeitsarbeit und das Kulturmanagement der Müllerstraße.

### **Schlussbemerkung:**

Die Müllerstraße steht vor großen Herausforderungen, aber in diesen Herausforderungen existieren auch große Chancen. Wenn es gelingt, die Müllerstraße in den nächsten Jahren in historischer Tiefenschärfe und weg von der eindimensionalen Perspektive einer Einkaufsstraße hin zu einem „Tor zum Wedding“ zu entwickeln, das Kultur und Internationalität ausstrahlt, kann sich der Zukunftsprozess der anliegenden Kieze daran ausrichten und es können in einem neuen lebendigen Wechselspiel neue Impulse für den gesamten Wedding (und darüber hinaus) entstehen. Wenn der Wedding seine eigene Lebendigkeit begreift, wird er auch über seine Grenzen hinaus als Ort mit hoher Lebensqualität zu kommunizieren sein.

**Berlin, den 13.3.2012**

**Eberhard Elfert**