

Lebendiges Zentrum und Quartier Wilhelmstadt

GESCHÄFTSSTRABEN-KONZEPT



Bundesministerium
für Wohnen, Stadtentwicklung
und Bauwesen



Senatsverwaltung
für Stadtentwicklung,
Bauen und Wohnen

Bezirksamt
Spandau

BERLIN



AUFTRAGGEBER

Bezirksamt Spandau von Berlin
Abteilung Bauen, Planen, Umwelt- und Naturschutz
Stadtentwicklungsamt
Fachbereich Stadtplanung - Städtebauförderung
Carl-Schurz-Straße 2/6
13597 Berlin

Ansprechpartnerin:

Katharina Lange

Mail: katharina.lange@ba-spandau.berlin.de

Telefon: 030 90279 2280

AUFTRAGNEHMER

dieraumplaner

slapa & die raumplaner gmbh

Kaiser-Friedrich-Straße 90

10585 Berlin

Tel 030 666 2971 0

Fax 030 666 2971 1

www.die-raumplaner.de

Geschäftsstraßenmanagement:

Sabine Slapa, Tina Darley, Ulrike Stock, Justus Wydmuch

Adamstraße 39

13595 Berlin

Ulrike Stock: 0162.9461697

Tina Darley: 0162.9473118

gsm@wilhelmstadt-bewegt.de

www.wilhelmstadt-bewegt.de

Berlin, Januar 2025

INHALTSVERZEICHNIS

1	Einführung	4
1.1	Einleitung	4
1.2	Vorgehensweise	4
2	Trends und Rahmenbedingungen	6
2.1	Trends und Herausforderungen für den Einzelhandel	6
2.2	Planerische Rahmenbedingungen	7
3	Bestandsanalyse und Maßnahmen	8
3.1	Die Geschäftsstraßen	9
3.2	Einzelhandel	13
3.3	Dienstleistungen.....	15
3.4	Gastgewerbe	18
3.5	Handwerk.....	20
3.6	<i>Exkurs: Auswirkungen der Baustelle und weiterer Ereignisse</i>	22
3.7	Freiräume, Bildung und Soziales.....	22
4	Akteurslandschaft und Maßnahmen	24
4.1	Netzwerk und Engagement der Gewerbetreibenden	24
4.2	Eigentümer und Hausverwaltungen	24
4.3	Evaluation der Maßnahmen	25
5	Resumee	27
5.1	Qualitäten	27
5.2	Herausforderungen	28
5.3	Folgerungen und Ausblick	29
	Glossar, Abbildungsverzeichnis, Quellen	31

1 EINFÜHRUNG

1.1 Einleitung

Die Wilhelmstadt ist traditionell geprägt, lebendig und vielfältig. Dieses Quartier im Berliner Bezirk Spandau hat gewachsene Einzelhandels- und Gewerbestrukturen. Sie konzentrieren sich vornehmlich entlang der Klosterstraße, Pichelsdorfer Straße und Adamstraße. Arbeiten, Wohnen, Einkaufen, Kultur- und Freizeitangebote, alles hat die Wilhelmstadt zu bieten. Die vielzähligen sozialen Einrichtungen geben dem Quartier und seiner Bevölkerung den nötigen Zusammenhalt. Die Menschen identifizieren sich mit ihrer Wilhelmstadt.

Zum „urbanen Stadtteilzentrum und attraktivem Wohnort mit vielfältigen Nutzungsmöglichkeiten“ soll die Wilhelmstadt weiterentwickelt werden. Möglich macht dies, die Festlegung als Sanierungsgebiet sowie die Aufnahme als Fördergebiet im Bund-Länder-Programm Lebendige Zentren und Quartiere im Jahr 2011. Daher haben die Geschäftsstraßen in den letzten Jahren eine Aufwertung erhalten, die sich auch auf die Wilhelmstadt als Lebensort auswirken. Die baulichen und städtebaulichen Entwicklungen, wie der Umbau der Pichelsdorfer Straße, die Attraktivitätssteigerung öffentlicher Räume und die bessere Erlebbarkeit der Havel sind maßgebliche Veränderungen im Quartier.

Gleichzeitig sind die Geschäftsstraßen der Wilhelmstadt einem enormen Druck ausgesetzt. Das Kaufverhalten hat sich gewandelt, der Onlinehandel hat zugenommen, Nachfolgeregelungen stehen an. Die Coronapandemie hat einige dieser Herausforderungen beschleunigt. Damit ist die Wilhelmstadt nicht alleine. Bundesweit stehen Städte vor den gleichen Nöten. Das Thema der Resilienz nimmt somit und erst recht unter Berücksichtigung des aktuellen Weltgeschehens eine wichtige Rolle in der Stadtentwicklung ein.

Doch wie kann die Wilhelmstadt dauerhaft funktionieren und resilient sein? In wieweit können Netzwerke Strukturen sichern und Aktionen eigenverantwortlich realisiert (verstetigt) werden? Wie kann es also gelingen, dass, zukünftig die Gewerbetreibenden selbständig ihre Aktionen organisieren und durchführen – ohne Unterstützung des GSM? Welchen Herausforderungen muss sich die Wilhelmstadt stellen, welche Chancen sollten ergriffen werden? Diesen Fragen begegnet das Geschäftsstraßenkonzept und gibt Empfehlungen.

Das Geschäftsstraßenkonzept blickt auf die Entwicklung der Wilhelmstadt, beschreibt den Ist-Stand und richtet sich an die Akteurinnen und Akteure und die Fachämter des Bezirksamtes Spandau sowie an die Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen. Daher wurde das Konzept partizipativ erarbeitet, in dem insbesondere Entscheider und Umsetzer intensiv eingebunden wurden. Das Geschäftsstraßenkonzept versteht sich als Handbuch und Begleiter in die Verstetigung des Netzwerks und der Maßnahmen, die seit 2011 entwickelt wurden.

Ergänzt wird das Geschäftsstraßenkonzept durch das aktuelle Standortexposé der Wilhelmstadt. Denn dieses stellt (Ansiedlungs-) Interessierten die Möglichkeiten und Chancen vor, die die Wilhelmstadt etablierten Unternehmen und Existenzgründungen aus unterschiedlichsten Branchen bietet.

1.2 Vorgehensweise

Als Einstieg in das Thema wird zuerst ein Blick auf aktuelle Trends bei Geschäftsstraßen geworfen und die gegebenen Rahmenbedingungen erläutert. (Vergleiche Kap. 2)

Es folgt die Grundlage des Konzeptes, die Bestandsanalyse (Vergleiche Kap. 3). Hier wird der Besatz an gewerblichen Nutzungen aufgeführt und den Kategorien Einzelhandel, Dienstleistung, Gastgewerbe, Handwerk, Bildungs- und Sozialeinrichtungen zugeordnet. Berücksichtigt wurden sowohl die Erdgeschosse wie auch die Obergeschosse innerhalb des Geschäftsstraßenbereichs. So konnte überprüft werden, welche

Veränderungen sich seit Förderbeginn im Jahr 2010 ergeben haben und, ob die Angebote den Anforderungen eines Nahversorgungszentrums entsprechen.

Im Förderzeitraum wurden durch das GSM verschiedene Aktionen und Maßnahmen mit den Gewerbetreibenden abgestimmt und gemeinsam mit ihnen sowie weiteren Einrichtungen durchgeführt. Erfolgreiche Aktionen wurden wiederholt, andere analysiert, abgewandelt oder verworfen. Die Evaluation zeigt auf, welche dieser Aktionen für eine Verstetigung mehr oder weniger geeignet sind. Die verstetigungsfähigen Aktionen standen seit dem Jahr 2021 im Fokus des GSM. (Vergleiche Kap. 4.3)

Das Geschäftsstraßenkonzept basiert auf der jahrelangen Arbeit und den daraus resultierenden Erfahrungen des Geschäftsstraßenmanagements. Elementar hierfür ist der Austausch mit den Gewerbetreibenden auf zwei Ebenen: im individuellen, persönlichen Gespräch und bei den Gewerbetreffenden „Forum-GSM“. Bei mehreren Treffen wurde der jeweilige Stand des Konzepts diskutiert und insbesondere das Thema Netzwerk weitergedacht. (Vergleiche Kap. 4.14)

Weiter haben im Rahmen eines halbtägigen Workshops Vertreterinnen und Vertreter des Senats, des Stadtplanungsamtes, der Wirtschaftsförderung, der Gebietsbeauftragten, der Stadtteilvertretung und Gewerbetreibende zusammen mit dem GSM die positiven und negativen Merkmale der Wilhelmstadt herausgearbeitet. Als Einstieg wurden jeweils die Analyseergebnisse vorgetragen und besprochen. Die Anmerkungen und Schlussfolgerungen aus der Beteiligung wurden aufgenommen und sind sortiert nach Qualitäten und Herausforderungen wiedergegeben (Vergleiche Kapitel 5). Als Ergänzung findet aktuell eine Befragung zur Zufriedenheit in der Wilhelmstadt statt. Zum Abschluss gibt das Geschäftsstraßenkonzept einen Ausblick, insbesondere auf die Zeit nach der Förderung, wenn das GSM nicht mehr eingesetzt ist. (Vergleiche Kapitel 5.35.3).

2 TRENDS UND RAHMENBEDINGUNGEN

Die Wilhelmstadt fügt sich in ein berlinweites Netz von Versorgungszentren ein. Übergeordnete Planwerke und lokale Fachkonzepte bilden den Rahmen für die Entwicklung. Da diese auch bei der Erarbeitung des Geschäftsstraßenkonzeptes berücksichtigt wurden, werden sie im Folgenden vorgestellt.

2.1 Trends und Herausforderungen für den Einzelhandel

Demographischer Wandel

Die Stadt Berlin geht davon aus, dass die Bevölkerung bis zum Jahr 2030 um ca. 4,7 % zunimmt. Die steigende Bevölkerungszahl kann sich positiv auf das Wirtschaftswachstum auswirken. Dies kann aber auch zu Verdrängungsprozessen (Gentrifizierung) durch Mietpreiserhöhungen bei Gewerbeimmobilien führen, wodurch sich Geschäftsstraßen verändern. Hinzu kommt eine immer älter werdende Bevölkerung. Darauf müssen die Gewerbetreibenden und die Dienstleister eingehen, indem die Bedürfnisse der Kundschaft berücksichtigt werden. Die Sortimente und Serviceleistungen müssen entsprechend angepasst werden.

Zunehmender Onlinehandel

Die Welt wird immer digitaler, auch im Bereich des Handels. Die resultierenden Folgen sind rückläufige Zahlen der Kundschaft und der Besucherinnen und Besucher in den Geschäftszentren. Die Flächenproduktivität in den Geschäften nimmt ab und somit verringern sich die Umsätze des stationären Einzelhandels. Dieser hat mit den wirtschaftlichen Einbußen zu kämpfen. Weitreichende Auswirkungen hat dieser Trend, denn das Ausbleiben von Kundschaft wirkt sich auch auf die Gastronomie sowie Freizeit- und Kultureinrichtungen aus.

Fachkräftemangel

In vielen Branchen herrscht ein ausgeprägter Fachkräftemangel, so auch im Einzelhandel und Dienstleistungssektor. Neben dem Sortiment hängt die Zufriedenheit der Kundschaft maßgeblich von einer qualifizierten, freundlichen Beratung ab. Insbesondere für kleine, inhabergeführte Geschäfte kann hieraus ein Vorteil entstehen.

Klimawandel

Der Klimawandel ist eine globale Herausforderung, dessen Auswirkungen sich aber auch in den Geschäftsstraßen zeigen. Kundinnen und Kunden bleiben bei steigenden Temperaturen den Geschäftsstraßen fern. Dem kann durch bauliche Maßnahmen zur Erhöhung der Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum begegnet werden, beispielsweise durch die Materialität und Frischluftschneisen. Weitere Aspekte sind z.B. Aufwendungen der einzelnen Unternehmen für Kühlung; die zunehmende Notwendigkeit von Sonnen- bzw. Hitzeschutz.

Auswirkungen durch die Corona-Pandemie

Die Folgen der im Jahr 2020 und 2021 - als Reaktion auf die Ausbreitung des „SARS-CoV-2-Virus“ – eingeführten Maßnahmen, wie temporären Schließungen von Einzelhandelsgeschäften, Dienstleistungen sowie gastronomischen Betrieben, wirken nach. Die damit einhergegangenen Umsatzeinbrüche können z.T. bis heute nicht kompensiert werden. Die Corona-Pandemie hat bereits bestehende Trends im Handel um ca. sieben bis acht Jahre beschleunigt (Handelsforschungsinstituts IFH). Der Onlinehandel hat in kurzer Zeit mehr Zuwachs bekommen als zuvor prognostiziert. Gefragt sind neue hybride Einkaufsformate, wie Click & Collect bei denen digital bestellte Waren im Geschäft abgeholt werden können.

2.2 Planerische Rahmenbedingungen

StEP Zentren 2030

Um ein gesamtstädtisches und angemessenes Versorgungsnetz zu sichern und zu stärken, hat der Berliner Senat im Jahr 2019 den Stadtentwicklungsplan Zentren 2030 (kurz: StEP Zentren 2030) beschlossen. Das Planwerk kategorisiert die Berliner Versorgungszentren in unterschiedliche Typen und ordnet diese in eine hierarchisch aufgebaute Systematik, die Zentrenhierarchie ein. Die Zentrenhierarchie sieht folgende Kategorien vor: Zentrumsbereich mit Zentrumbereichskern, Hauptzentrum, Stadtteilzentrum und Ortsteilzentrum. Die Wilhelmstadt wird im StEP Zentren 2030 als Ortsteilzentrum eingestuft. Definition: Ein Ortsteilzentrum versorgt in seiner Funktion Wohnsiedlungen und Ortsteile. Es befinden sich darin Bildungseinrichtungen und Kindertageseinrichtungen. Ein Ortsteilzentrum verfügt über eine Grundausstattung an Finanz- und Gesundheitsleistungen und einzelhandelsnahen Dienstleistungen. Es gibt Restaurants und ergänzende Angebote. Der Branchenmix im Einzelhandel dient überwiegend der Nahversorgung, es gibt Formen des groß- und kleinflächigen Einzelhandels (großflächige Lebensmittelmärkte, kleinere Fachgeschäfte). Die Angebotsqualität entspricht überwiegend einem niedrigen und mittlerem Angebotsniveau, geringen Sortimentstiefen und weist Sortimentslücken auf. Die Aufenthaltsqualität der gestalteten Straßenräume und Platzbereiche erzeugen eine durchschnittliche Verweildauer von Passantinnen und Passanten. Ortsteilzentren liegen teils abseits der Hauptverkehrsstraßen, aber an Erschließungsachsen der Wohngebiete. Ein Anschluss an öffentliche Verkehrsmittel ist gegeben.

Zentren- und Einzelhandelskonzept

Im bezirklichen Zentren- und Einzelhandelskonzept (ZEHK) aus dem Jahr 2013 (aktualisiert in 2020) wird das Ortsteilzentrum (OTZ) Wilhelmstadt als „Versorgungsschwerpunkt und Identifikationskern eines abgrenzbaren örtlichen Einzugsbereichs“ bezeichnet und deklariert es in seiner Zentrumsfunktion als unverzichtbar. Folgende Aussagen werden getroffen: Das Ortsteilzentrum Wilhelmstadt weist „drei Schwerpunkte mit jeweils einem größeren Lebensmittelversorger auf (im Norden an der Wilhelmstraße, im Zentrum um den Metzger Platz und im Süden um die Adamstraße), die jedoch durch straßenbegleitende Nutzungen so verbunden sind, dass sich nicht drei separate Zentren definieren lassen.“ „Mit rd. 9.200 qm Verkaufsfläche weist das Ortsteilzentrum Wilhelmstadt eine für diesen Zentrumstyp große Flächenausstattung mit einer Vielfalt kleiner und spezialisierter Angebote auf.“ Durch die Nähe der Wilhelmstadt zum Handelszentrum Spandau und zum geplanten Projekt "Spandauer Ufer" (Postareal) wird der Entwicklungsrahmen des Einzelhandels mit etwa 700 m² Verkaufsfläche angegeben. Für das Ortsteilzentrum Wilhelmstadt liegt der Schwerpunkt perspektivisch bei einer Aufwertung der vorhandenen Einzelhandelslagen, der Stärkung ihrer Verbindungen untereinander, der Verbesserung der Aufenthaltsqualitäten und der Beseitigung von Leerständen und unter Wert genutzten Einzelhandelsflächen.

ISEK Wilhelmstadt

Für die Aufnahme im Förderprogramm LZQ ist die Erstellung eines Integrierten Stadtentwicklungskonzepts (ISEK) erforderlich und bildet die Grundlage für die geförderten Projekte/ Maßnahmen im Förderzeitraum. Das Konzept wurde 2019 fortgeschrieben und zielt darauf ab, die historisch gewachsene Einkaufsstraße mit ihrer kleinteiligen Ladenstruktur zu erhalten und auf den insbesondere ab dem Jahr 2015 erhöhten Zuzug zu reagieren. Die Wilhelmstadt soll jedoch nicht nur als ein Wohnort dienen, sondern ist weiterhin ein guter Ort zum Einkaufen, für Dienstleistung und Gastronomie. Dabei wird der Umbau der Pichelsdorfer Straße zusammen mit der Stabilisierung und Weiterentwicklung seines Gewerbebesatzes als Schlüsselprojekt identifiziert.

Standortexposé Wilhelmstadt

Das Standortexposé aus dem Jahr 2022 präsentiert potenziellen ansiedlungsinteressierten Unternehmen, Immobilieneigentümern und weiteren Interessierten die Wilhelmstadt. Es bietet einen Überblick über die wichtigsten Akteure sowie bereits umgesetzte und geplante Entwicklungsprojekte in der Wilhelmstadt. Dabei legt das Standortexposé besonderen Wert auf die Darstellung der Möglichkeiten und Chancen, die die Wilhelmstadt sowohl für etablierte Unternehmen als auch für Existenzgründungen in verschiedenen Branchen bietet.

3 BESTANDSANALYSE UND MAßNAHMEN

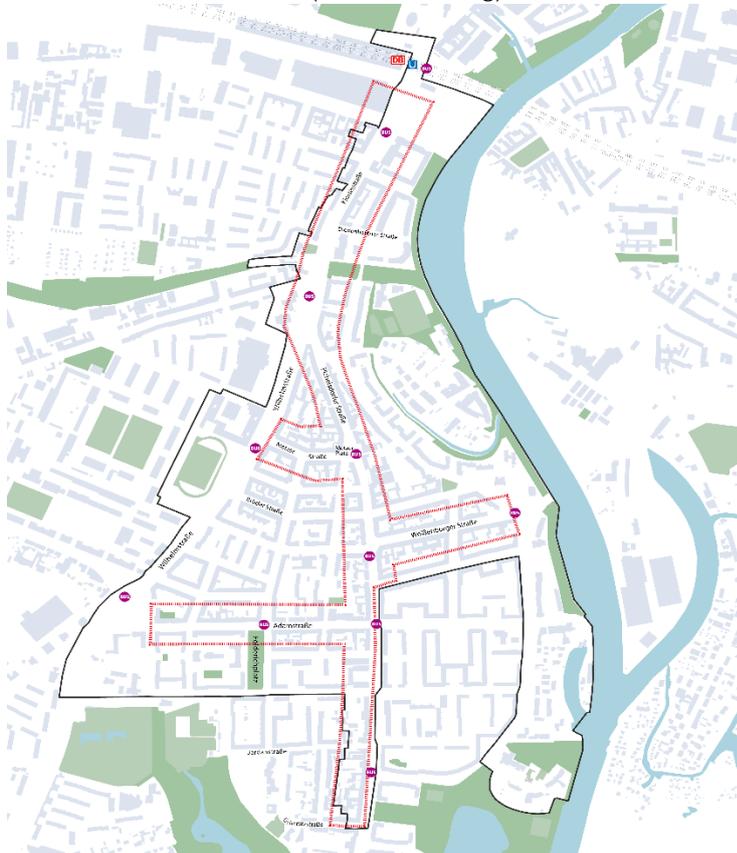
Wirtschaftliche Aktivitäten konzentrieren sich in der Wilhelmstadt vor allem in den insgesamt 352 Ladenlokalen entlang der Geschäftsstraßen. In diesen kleinteiligen Strukturen sind zahlreiche Einzelhändler, Dienstleister, Gastronomen und Handwerker ansässig. Hinzu kommen vereinzelte Ladenlokale in den Nebenstraßen sowie eine punktuelle Nutzung von Obergeschossen der Wohn- und Geschäftshäuser in den Geschäftsstraßen als Praxen und Büros. Zudem befinden sich im Fördergebiet drei Ärztehäuser unterschiedlicher Größe. Insgesamt befinden sich 74 gewerbliche Nutzungen mit Publikumsverkehr in den Obergeschossen, zum überwiegenden Anteil (59 %) sind dies verschiedene Praxen. (Vgl. Abb. 8: Dienstleistungen im Obergeschoß)

Der Wilhelmstadt fehlt es aufgrund ihrer Entwicklungsgeschichte weitestgehend an der für Berliner Altbauquartiere ansonsten typischen Hinterhofbebauung mit ehemaligen Fabrikgebäuden und Remisen. Dieses bedingt, dass heute weder größere Büros noch kleine produzierende Unternehmen in den zentralen Bereichen der Wilhelmstadt ansässig sind. Daraus ergibt sich vor allem an Werktagen eine entsprechend geringere Vitalität und Passantenfrequenz in den Geschäftsstraßen.

Der im STEP (Stadtentwicklungsplan) Zentren des Landes Berlin als Ortsteilzentrum definierte Bereich um die Pichelsdorfer Straße und Adamstraße übernimmt wichtige Versorgungsfunktionen für die Bewohnerinnen und Bewohner des Ortsteils Wilhelmstadt und angrenzender Gebiete. Neben der Versorgung der Bevölkerung mit Waren und Dienstleistungen des täglichen und mittelfristigen Bedarfs, bestehen im Fördergebiet auch verschiedene darüber hinausgehende spezialisierte Angebote, die sich an ein Zielpublikum aus dem gesamten Bezirk Spandau sowie darüber hinaus richten.

Weiterführende Angebote des mittel- und langfristigen Bedarfs befinden sich an den benachbarten Standorten Spandau Arcaden und in der Spandauer Altstadt. Diese Standorte bilden zusammen das Hauptzentrum für den gesamten Bezirk Spandau.

Abb. 1: Die Geschäftsstraße (rote Markierung) im Rahmen des LZQ-Fördergebietes (schwarze Markierung)



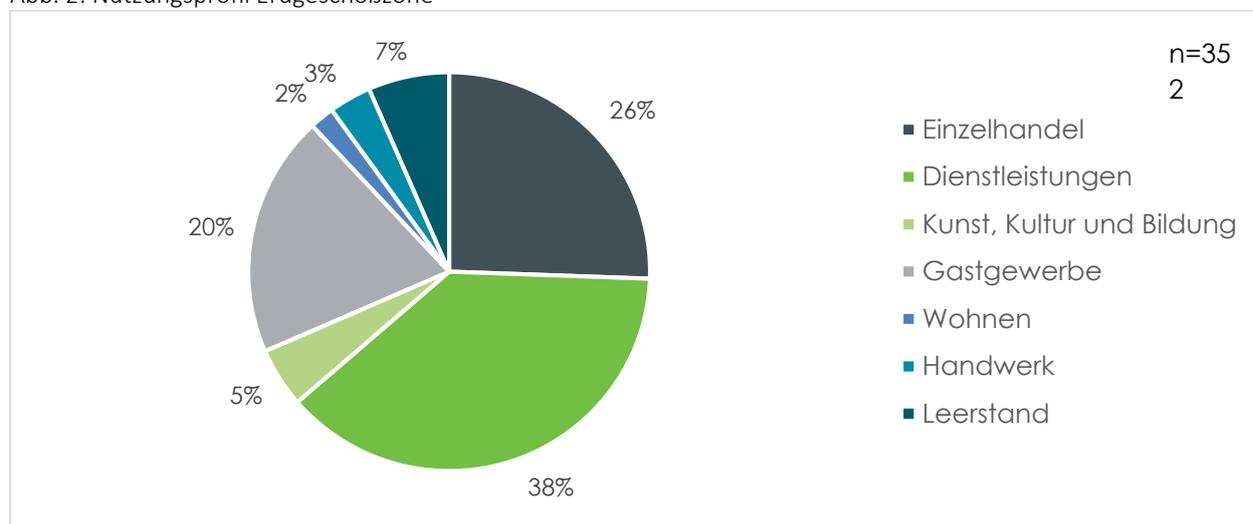
Quelle: die raumplaner

3.1 Die Geschäftsstraßen

Das Geschäftsstraßenmanagement hat die Daten des Gewerbebestands in den Wilhelmstädter Geschäftsstraßen aufbauend auf der Ersterhebung aus dem Jahr 2011 in den Jahren 2016 und zuletzt im Jahr 2022 aktualisiert und vergleichend ausgewertet.

Im Geschäftsstraßenbereich der Wilhelmstadt sind im Jahr 2022 insgesamt 379 Unternehmen ansässig, davon 305 in den 352 Ladenlokalen. Ein Großteil der Unternehmen sind frequenzorientierte Nutzungen, insbesondere Einzelhandelsbetriebe, Gastronomen und Dienstleister. Bezogen auf die Ladenlokale in den Geschäftsstraßen ergibt sich der folgende Branchenmix: Neben 26 % Einzelhandelsbetrieben (90 Betriebe) sind 38 % Dienstleister (134 Betriebe), 29 % gastronomische Einrichtungen (69 Betriebe) sowie 3 % Handwerksunternehmen (12 Betriebe) im Gebiet ansässig. Die Dienstleistungsbranche mit ihren unterschiedlichen Anbietern weist somit eine große Bedeutung am Standort auf, wobei zu berücksichtigen ist, dass die prozentualen Anteile der Branchen sich auf die Anzahl der Betriebe und nicht der genutzten Flächen beziehen. Viele der ansässigen Dienstleister sind kleine Anbieter, vor allem aus den Bereichen Gesundheit und Wohlbefinden/ Kosmetik.

Abb. 2: Nutzungsprofil Erdgeschoßzone



Quelle: die raumplaner

Veränderungen gegenüber dem Jahr 2011

Seit der Erfassung im Jahr 2011 haben sich bis 2022 folgende Verschiebungen in den Anteilen ergeben: Zum einen hat sich der Trend zu mehr Dienstleistungen mit einem Plus von 7 % (2011: 31 %, heute 38 %) und mehr Gastronomie mit einem Anstieg von 6 % seit 2011 kontinuierlich fortgesetzt. Demgegenüber hat der Einzelhandel mit einem Minus von 6 % Anteile verloren (2011: 32 %, heute: 26 %). Im Wesentlichen unverändert sind die Anteile von Handwerk (etwa 3 %) ebenso von Kunst, Kultur Bildung (schwankend zwischen 4, 3,-zuletzt 5 %). Die Entwicklung in der Wilhelmstadt entspricht damit dem deutschlandweiten Trend, dass die Handelsflächen abnehmen und die Flächenanteile von Dienstleistung und Gastronomie zu nehmen.

Einordnung des Gesamtstandortes

Es sind daneben jedoch auch kritische Nutzungen am Standort Wilhelmstadt ansässig, insbesondere fünf Vergnügungsstätten, die sich negativ auf die Entwicklung der Nachbarschaft und des Gesamtstandortes auswirken. Positiv ist, dass sich ihre Anzahl zuletzt von acht auf fünf verringert hat, nicht zuletzt da auf Grundlage der Festlegung des Sanierungsgebiets bzw. der Entwicklungsziele des Sanierungsgebiets weitere Ansiedlungen verhindert wurden.

Des Weiteren ist ein Teil der Angebote des Einzelhandels, der Gastronomie und im Dienstleistungsbereich im niedrigpreisigen Bereich angesiedelt. Diese Unternehmen weisen häufig ein unbefriedigendes Erscheinungsbild auf und tragen nicht zur Attraktivität des Gesamtstandorts bei. Diese Angebotsstruktur bedingt sich auch aus der leicht unterdurchschnittlichen Kaufkraft im Ortsteil Wilhelmstadt. So liegt die Kaufkraftkennziffer (KKF) im Jahr 2022 bei ca. 84 %. (In 2017 lag diese noch bei 91 %.) Zum Vergleich, der Durchschnitt in Berlin liegt bei 94 %. Damit hat die Wilhelmstädter Bevölkerung deutlich an Kaufkraft verloren.

In der Folge müssen Dienstleister, Einzelhändler und Gastronomen mit dem Profil ihrer Angebote und deren Preisniveau darauf reagieren. Insbesondere sind von dem Kaufkraftverlust Anbieter betroffen, die allein die lokale Bevölkerung versorgen, wie Presse- und Backshops, Schuster, Gastronomen etc. Weiter lassen sich vor diesem Hintergrund höherpreisige bzw. qualitätsvolle Angebote nur realisieren und etablieren, wenn die Kundschaft bereit ist, aus anderen Stadtteilen vorbeizukommen oder die Entfernung keine Rolle spielt, weil z. B. ein Versand erfolgt.

Charakteristik der Teillagen

Die **Pichelsdorfer Straße** im Bereich zwischen Wilhelmstraße und Adamstraße bildet den zentralen Einkaufsbereich im Ortsteilzentrum Wilhelmstadt. Hier sind ein großer Supermarkt und ein Drogeriemarkt sowie ein kleines niedrigpreisiges Kaufhaus ansässig, die als Frequenzbringer des gesamten Straßenabschnitts fungieren. Viele der weiteren Händler und Dienstleister sind frequenzorientierte Nutzer, die von der Nähe zu diesen Geschäften und zu den Bushaltestellen (am Metzger Platz sowie an den Kreuzungen zur Weißenburger Straße und zur Adamstraße) profitieren. Dazu gehören neben verschiedenen Einzelhändlern auch Friseure, Kosmetikstudios und verschiedene Imbisse und preisorientierte gastronomische Angebote.

Der südlich anschließende Abschnitt der Pichelsdorfer Straße zwischen Adamstraße und Grimnitzstraße weist nur auf der westlichen Straßenseite einen durchgängigen Ladenbesatz auf. Hier sind neben diversen kleineren Fachgeschäften des mittleren Preissegments auch ein Lebensmitteldiscounter sowie mehrere Gastronomen und ein kleineres Ärztehaus ansässig. Der Straßenabschnitt südlich der Jordanstraße weist noch einzelne strukturelle Leerstände (weniger als früher) sowie einen höheren Anteil niedrigpreisiger (Dienstleistungs-)Angebote auf.

Die **Adamstraße** weist eine hohe Bedeutung für die Versorgung der umliegenden Wohnbevölkerung mit Waren und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs auf. Hier konzentrieren sich verschiedene Lebensmittel Einzelhändler und Gesundheitsdienstleister. Zudem tragen ein kleines Ärztehaus, Apotheken, eine Post-Annahmestelle zu einer guten Versorgung der Bewohnerinnen und Bewohner bei. Westlich des Förderichplatzes nimmt die Kundenfrequenz deutlich ab, dieser Teilbereich ist vermehrt von Leerständen betroffen. Auf dem umgebauten Förderichplatz wurden die Voraussetzungen für einen regelmäßig stattfindenden Wochenmarkt geschaffen. Trotz mehrerer Versuche konnte sich dieser Standort jedoch bislang nicht etablieren.

Im östlich der Pichelsdorfer Straße gelegenen Abschnitt der **Weißenburger Straße** befinden sich ebenfalls zahlreiche Ladenlokale. Diese werden von Handwerksunternehmen als Büros genutzt. Zudem sind hier mehrere gastronomische Angebote und ein paar Dienstleister ansässig. Einige ehemalige Ladenlokale wurden zu Wohnungen umgenutzt, andere zum Beispiel zu Kinderläden.

Entlang der **Metzger Straße** sind verschiedene kleine Dienstleistungsunternehmen, Kneipen und Einrichtungen wie Kinderläden ansässig. Für die Versorgung der Bewohnerinnen und Bewohner sowie die Funktionsfähigkeit und Attraktivität der Wilhelmstadt als Ortsteilzentrum spielt sie eine untergeordnete Rolle.

Die **Wilhelmstraße** verbindet die Altstadt mit der Heerstraße und Gatow/ Kladow. Sie weist weitestgehend den Charakter einer Umgehungsstraße mit vereinzelt großflächigen Handelsnutzungen auf der westlichen Straßenseite auf. Die östliche Seite der Straße ist hingegen von den Altbaustrukturen der Wilhelmstadt geprägt. Hier haben sich unter anderem zwischen Metzger Straße und Brüderstraße verschiedene

Gastronomen niedergelassen, die zusammen einen der zentralen Gastronomiestandorte bilden. Die ansässigen Betriebe und ihre Inhaber bringen sich zudem auch in die Standortentwicklung ein, beispielsweise richten sie seit 2014 jährlich das Wilhelmstadtfest als Straßenfest aus. Dieser Straßenabschnitt ist jedoch nicht Teil des Geschäftsstraßenmanagement-Gebiets des Aktiven Zentrums Spandau-Wilhelmstadt.

Die **Klosterstraße** stellt die Verbindung zwischen dem Kernbereich der Wilhelmstadt entlang der Pichelsdorfer Straße und dem Bahnhof Spandau sowie der Altstadt und dem Einkaufszentrum Spandau Arkaden her. Die Klosterstraße weist als Verlängerung der Wilhelmstraße den Charakter einer vom Verkehr dominierten Durchgangsstraße auf, mit der daraus resultierenden entsprechenden Verkehrs- und Lärmbelastung und einer eingeschränkten Aufenthaltsqualität. Während im südlichen Abschnitt der Klosterstraße verschiedene großflächige, auf die Erreichbarkeit mit dem Auto orientierte Einzelhandelsstrukturen, wie z.B. Fachmärkte und Tankstellen, das Erscheinungsbild der Straße prägen, sind nördlich der Diedenhofer Straße verschiedene Fachgeschäfte, Dienstleister sowie zahlreiche Imbisse und Backshops ansässig, die vor allem von der hohen Kundenfrequenz im Umfeld der stark frequentierten Bushaltestellen an diesem wichtigen Umsteigepunkt profitieren. Hier sind zudem ein Ärztehaus sowie einen Biosupermarkt ansässig. Die am Übergang zum Bahnhof gelegenen Spandau Arkaden beinhalten als Shopping-Center auf 42.000 m² die üblichen Sortimente, die in den kleinteiligen Strukturen der Wilhelmstadt kaum noch angeboten werden. Die zahlreichen Filialbetriebe bieten vor allem Damen- und Herrenoberbekleidung, Schuhe und Wäsche, aber auch Elektrowaren und Einrichtungsgegenstände. In das Gebäude ist zudem auch das einzige Hotel in der Wilhelmstadt integriert.

Entwicklung der Gewerbemieten

Die in den Jahren 2012 und 2015 durchgeführten Befragungen von Immobilieneigentümern und Gewerbetreibenden zu den Gewerbemieten in der Wilhelmstadt bestätigen eine Stagnation der Mieten auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau. Die Mietniveaus differenzieren sich zudem nach den verschiedenen Teillagen weiter aus, so weist beispielsweise die Adamstraße mit seinen zahlreichen Souterrain-Ladenlokalen und einer geringen Kundenfrequenz im Durchschnitt niedrigere Miethöhen auf als die Klosterstraße mit einer erheblich höheren Kundenfrequenz und barrierearm zugänglichen Ladenlokalen.

Typologie der Ladenflächen

Eine wesentliche Problematik in der Nutzung und Nachnutzung der Ladenlokale stellen die kleinteiligen Bestandsstrukturen in der Wilhelmstadt mit zahlreichen Flächen zwischen 50 und 100 m² dar. Nur wenige Ladenlokale weisen eine Größe von mehr als 200 m² auf. Hier sind Supermärkte, (Lebensmittel-)Discounter, Drogeriemärkte u. ä. zu nennen, die zugleich auch die Funktion von Frequenzbringern in den Geschäftsstraßen der Wilhelmstadt übernehmen. Die kleinen Ladenlokale genügen häufig weder in Zuschnitt und Größe noch in der Ausstattung den Anforderungen des modernen Einzelhandels. Daher übernehmen vor allem Dienstleister eine gewichtige Rolle im Branchenmix der Geschäftsstraßen, insbesondere der Nebellagen.

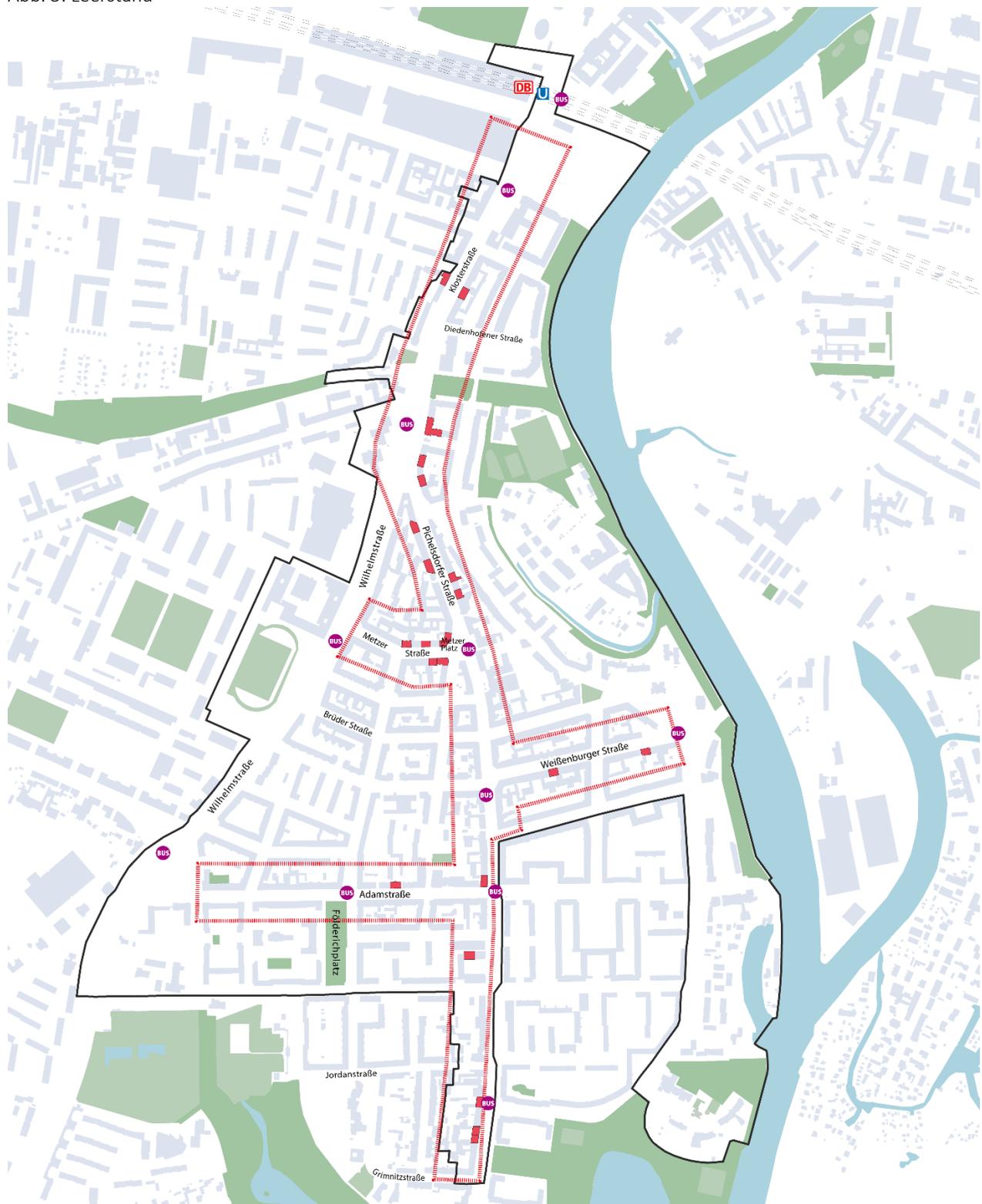
Daneben zeigt sich, dass viele Ladenlokale in den Geschäftsstraßen einen Erneuerungsbedarf aufweisen. Dieser bezieht sich zum einen auf teilweise nicht mehr zeitgemäße Ausbau- und Ausstattungsstandards der Gewerberäume, so fehlt es teilweise an leistungsfähigen Heizungen, moderner Elektrotechnik oder nutzbaren Sanitärräumen. Zum anderen zeigt sich vor allem zum Straßenraum ein teilweise erheblicher Erneuerungsbedarf der Ladenlokale, der zum wenig ansprechenden Erscheinungsbild der Straßenzüge beiträgt. Vor allem sind viele Schaufensteranlagen nicht mehr zeitgemäß und in einem erneuerungsbedürftigen Zustand, zudem wirken vielerorts auch die Beleuchtung und die Außenwerbung wenig ansprechend. Im Rahmen einiger Gebietsfonds-Projekte wurden daher schon Werbeanlagen und/oder Schaufensteranlagen erneuert, allerdings stellen diese im Verhältnis nur einen kleinen Anteil dar.

Leerstände

Aktuell stehen 23 Ladenlokale leer, das entspricht einer Leerstandsquote von 7 %. Gegenüber der Erhebung aus dem Jahr 2015 mit 47 leerstehenden Ladenlokalen (14 %) konnte eine deutliche Reduzierung erreicht

werden. Damals waren vor allem kleinere Ladenlokale in den Randlagen der Geschäftsstraßen von längerfristigen, z. T. auch strukturellen Leerständen betroffen, während die zentralen Bereiche eine vergleichsweise geringe Leerstandsquote aufwiesen.

Abb. 3: Leerstand



Legende:

■ Leerstand

WILHELMSTADT bewegt

Stand: März 2023

dieräumplaner

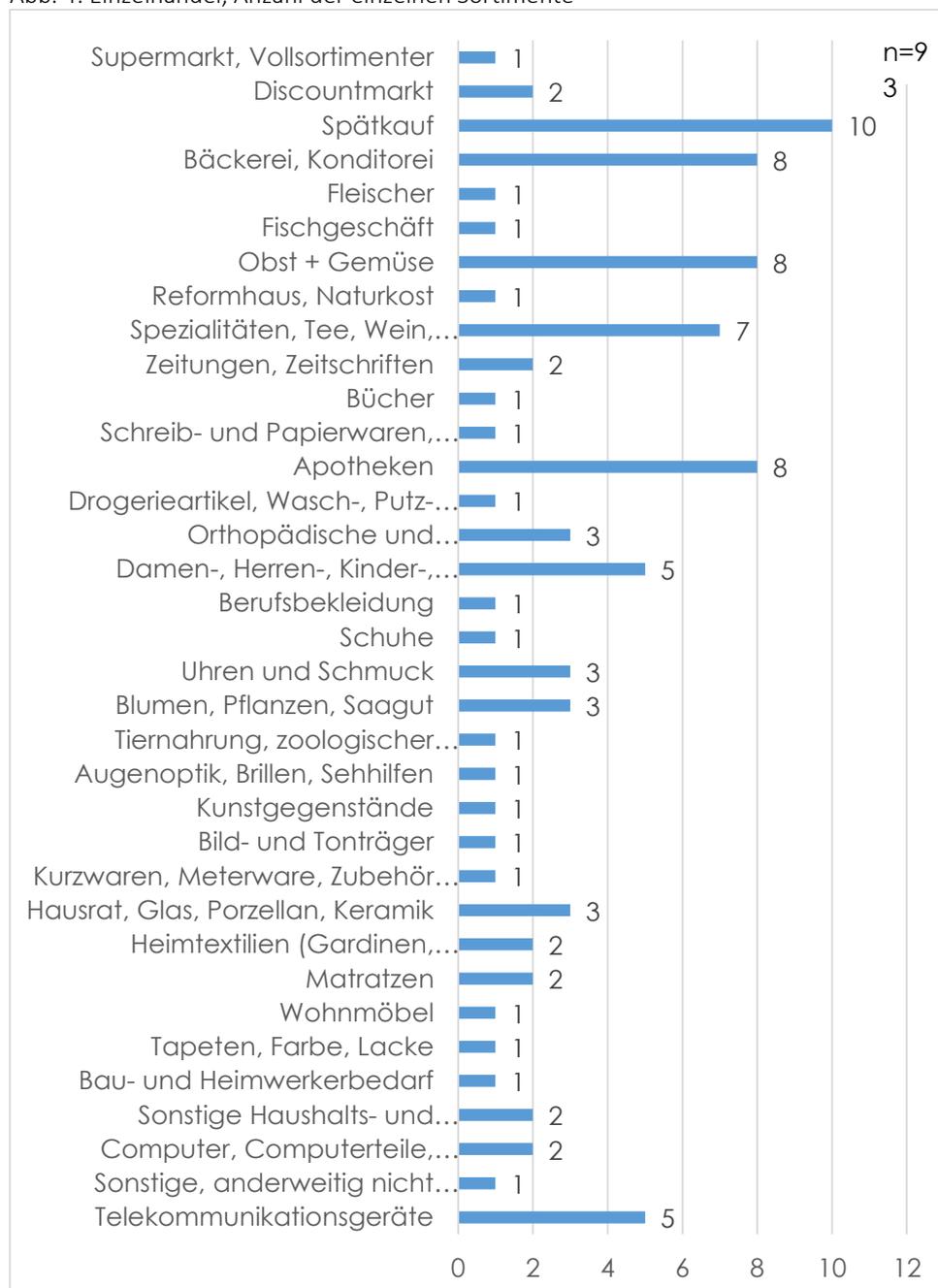
Quelle: die raumplaner

3.2 Einzelhandel

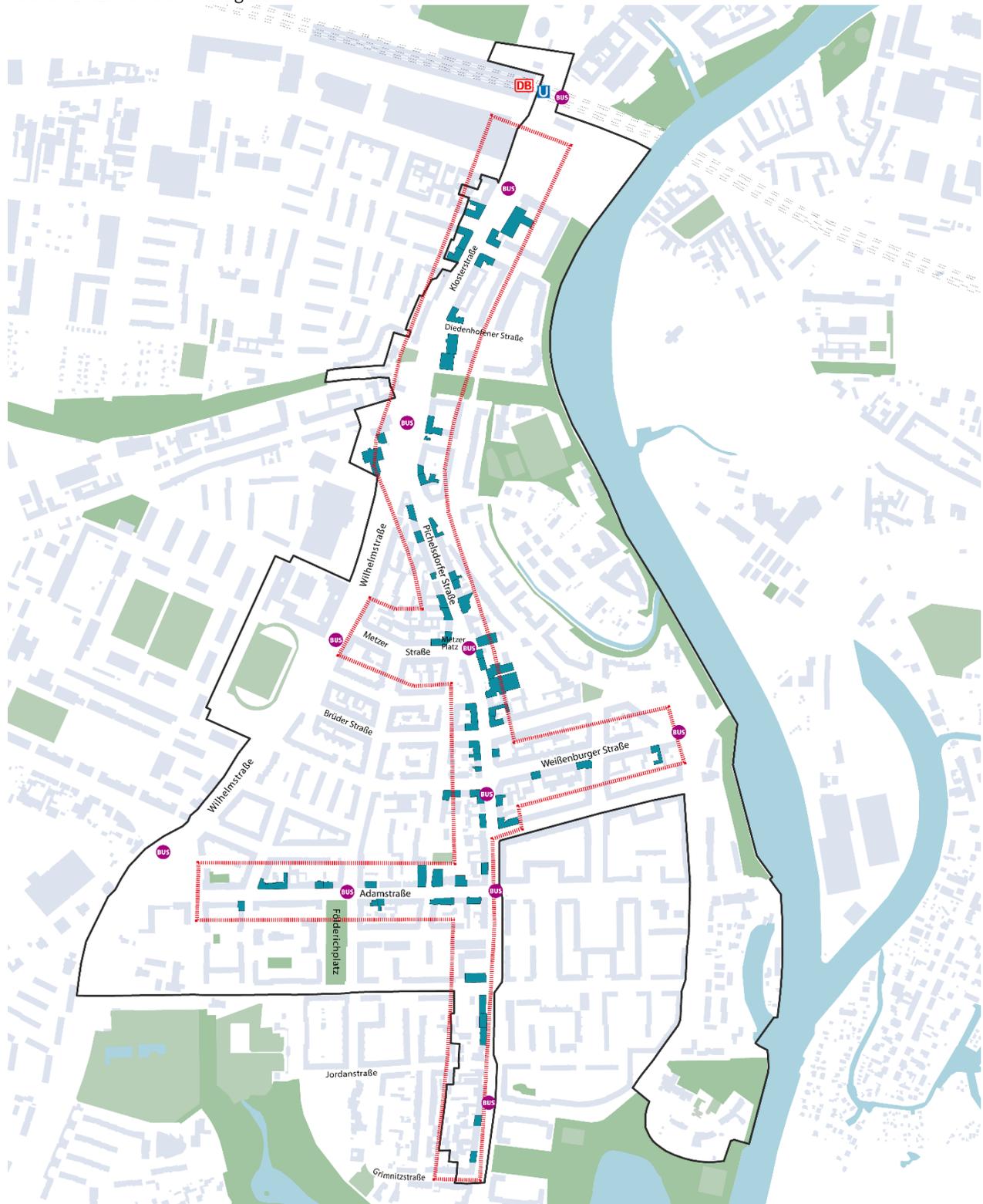
Der Einzelhandelsstandort Wilhelmstadt ist zum einen von wenigen großflächigeren Angeboten, wie Supermärkte, Drogerien und einzelnen Discount-Anbietern geprägt, die wichtige Funktionen in der Nahversorgung der Bevölkerung übernehmen. Zum anderen sind jedoch auch kleinere spezialisierte Fachgeschäfte in der Wilhelmstadt ansässig, die eher auf Zielkundschaft setzen und von den immer noch vergleichsweise günstigen Mietpreisen für Ladenlokale profitieren.

Die Angebotsstruktur geht teilweise über die für ein Ortsteilzentrum übliche Angebotsbreite hinaus und ist somit als gut zu bewerten. Jedoch zeigen sich teilweise Mängel in der Qualität, zudem sind einzelne Sortimente und Angebote nicht (mehr) am Standort verfügbar. Hierzu gehört – wie auch an zahlreichen anderen Standorten – insbesondere das Lebensmittelhandwerk, so gibt es kaum noch klassische Bäckereien am Standort. Lange fehlten ein Fleischer und Fischverkäufer, seit dem Jahr 2021 sind diese Angebote wieder in der Pichelsdorfer bzw. der Klosterstraße zu finden.

Abb. 4: Einzelhandel, Anzahl der einzelnen Sortimente



Quelle: die raumplaner

Abb. 5: Einzelhandel im Erdgeschoß¹

Legende:

■ Einzelhandel im Erdgeschoß

WILHELMSTADT bewegt

Stand: März 2023

dieräumplaner

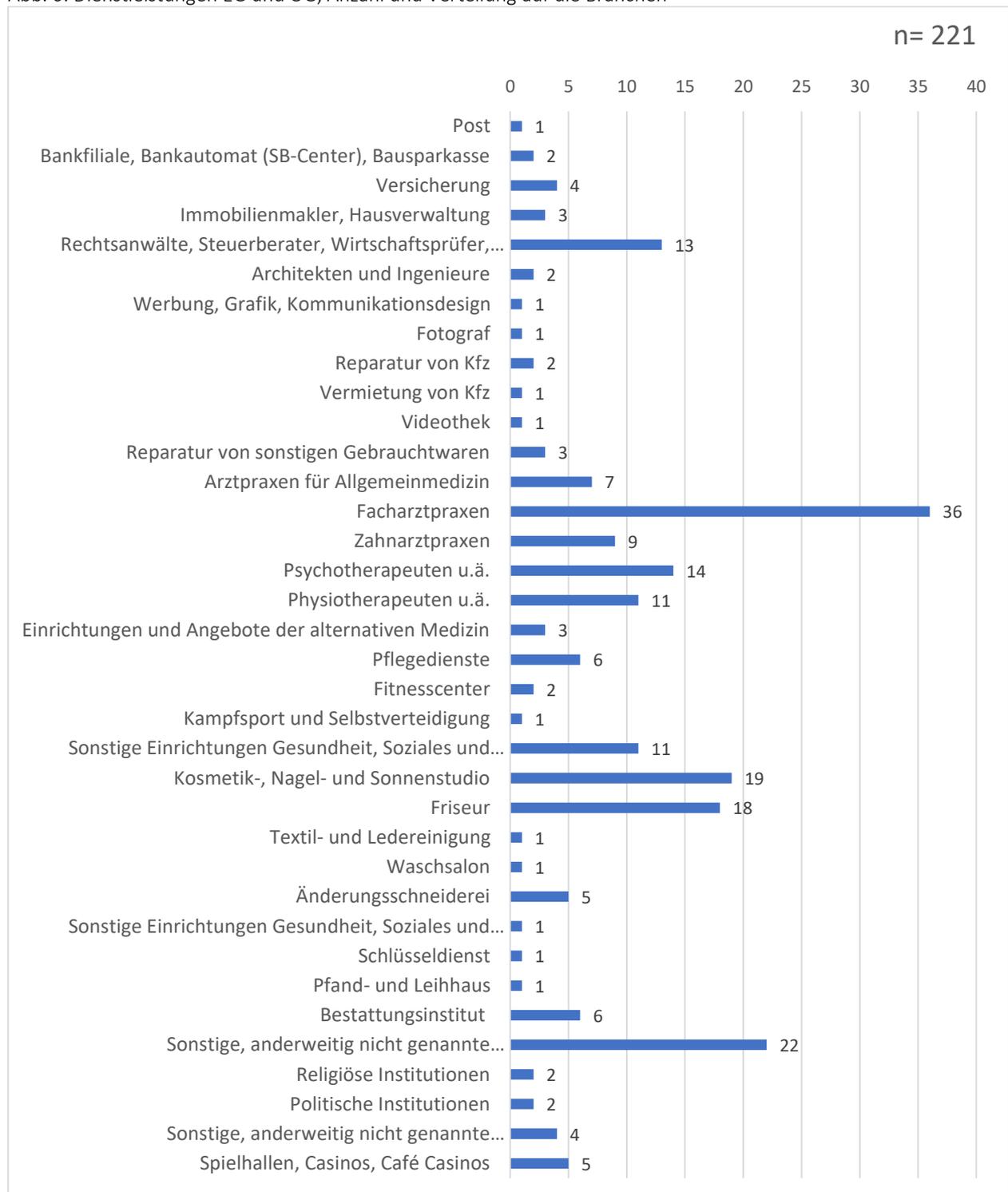
Quelle: die raumplaner

¹ Hinweis: Bei den Karten zu den Erdgeschoßnutzungen sind die Nutzungsfunktion jeweils gebäudeweise eingetragen. Daher können einzelnen Gebäuden mehrere Nutzungen zugeordnet werden.

3.3 Dienstleistungen

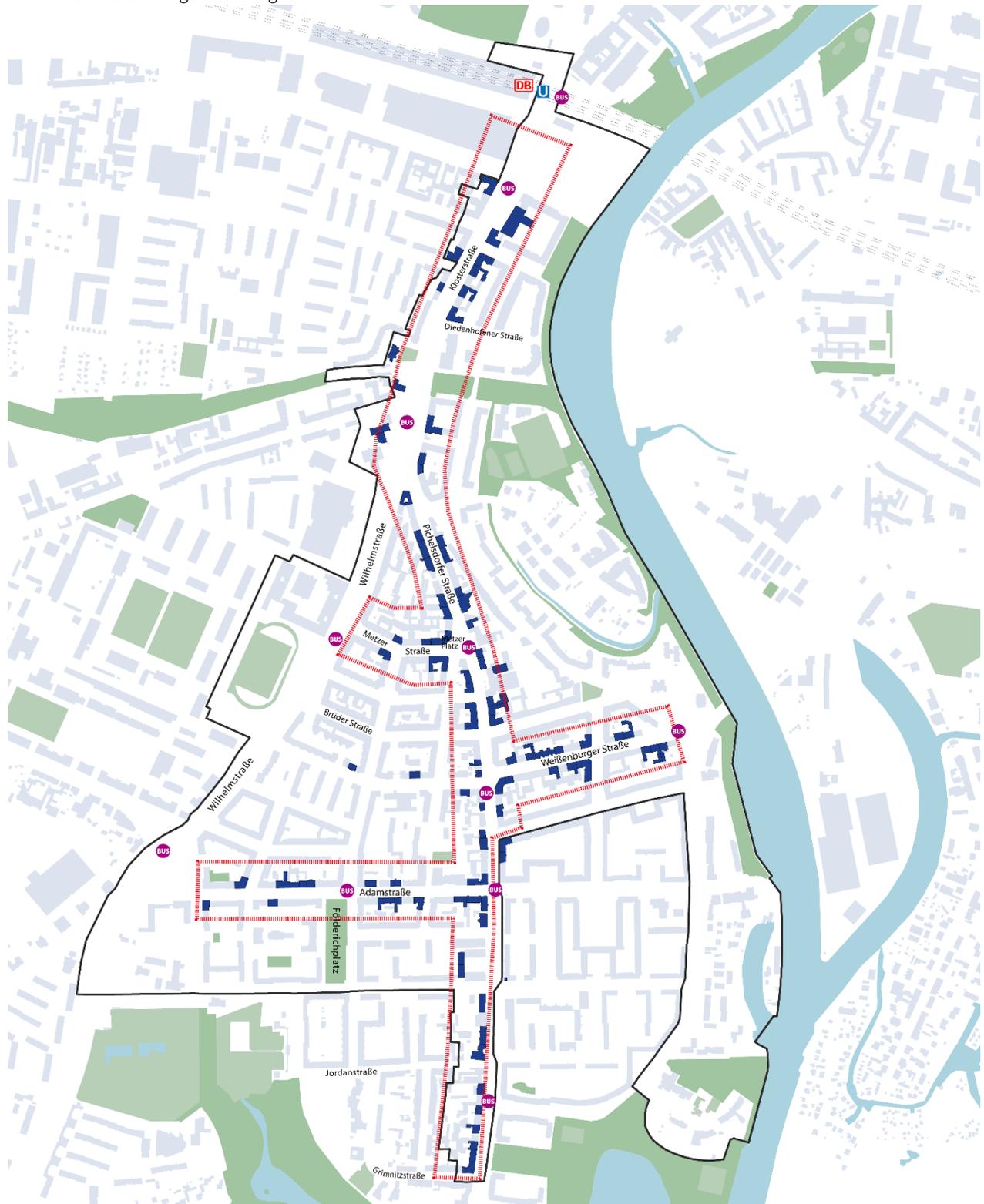
Insgesamt befinden sich im Geschäftsstraßenbereich 221 Dienstleistungsanbieter, davon 59 % im Erdgeschoß und 31 % in den Obergeschossen. Es sind sämtliche Gruppen vertreten. Innerhalb der Dienstleister stellt der Gesundheitsbereich allein entlang der Geschäftsstraße mit 90 Anbietern einen Schwerpunkt dar – mit einem Anteil von 24 % auch in Bezug auf den Unternehmensbesatz insgesamt. Facharztpraxen besetzen mit 40 % (39 Praxen) den größten Anteil. Bezogen auf die Ladenlokale ist der hohe Besatz an Friseuren bzw. Barbershops sowie Kosmetik- und Nagelstudios auffällig.

Abb. 6: Dienstleistungen EG und OG, Anzahl und Verteilung auf die Branchen



Quelle: die raumplaner

Abb. 7: Dienstleistungen im Erdgeschoß²



Legende:

■ Dienstleistungen im Erdgeschoß

WILHELMSTADT bewegt

Stand: März 2023

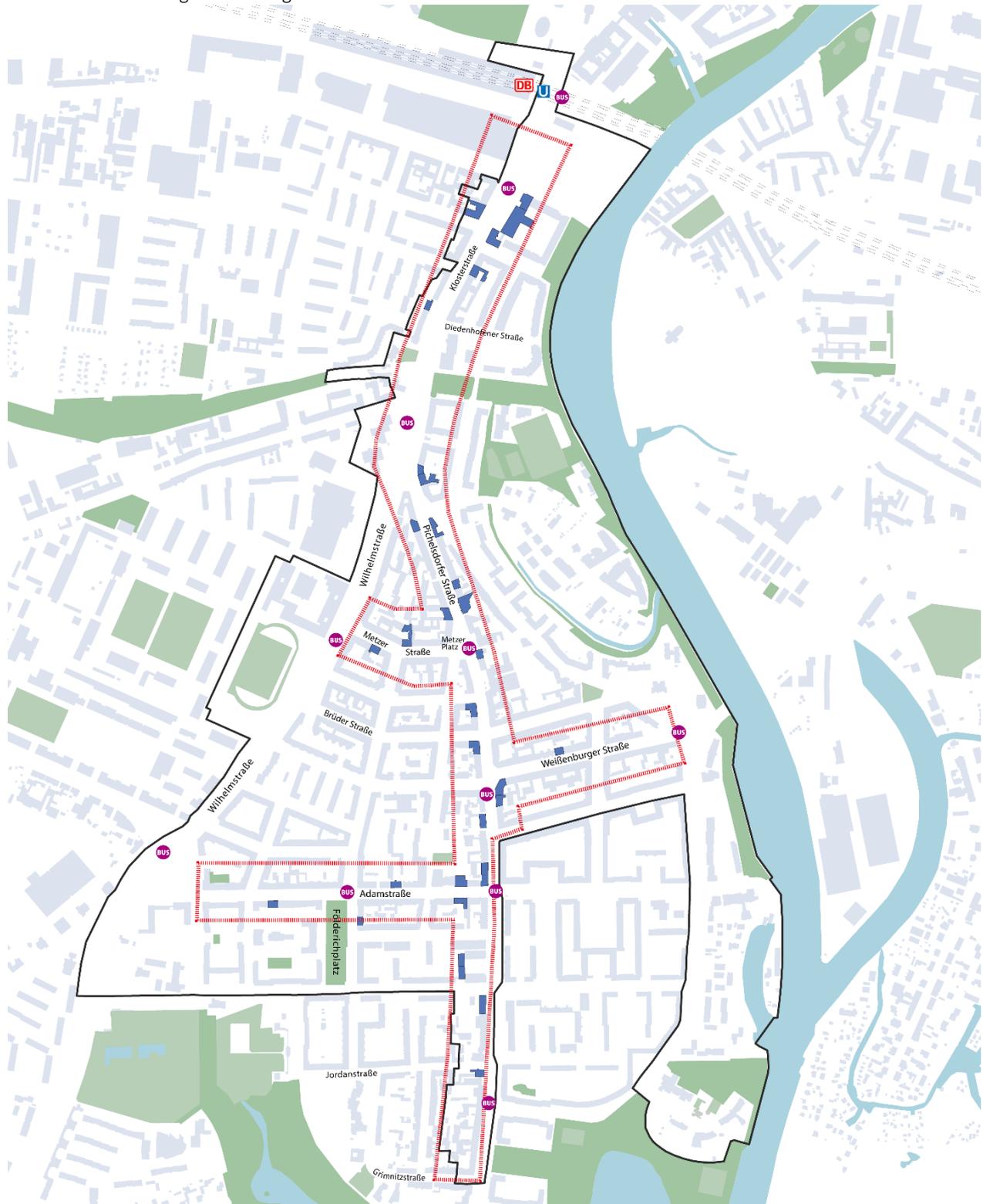
dieräumplaner

Quelle: die raumplaner

² Hinweis: Bei den Karten zu den Erdgeschoßnutzungen sind die Nutzungsfunktion jeweils gebäudeweise eingetragen, da die Kartengrundlage dies vorgibt. Daher können einzelne Gebäude bezogen auf ihre Nutzung sowohl in der Karte Dienstleistung wie auch in der Karte Gastronomie eingetragen sein.

In den Obergeschossen befinden sich 74 Dienstleister: nachfolgende Branchen stellen in abnehmender Reihenfolge die größte Gruppe dar: 16 Facharztpraxen, 13 Psychotherapeuten, 10 Rechtsanwälte/ Steuerprüfer/Unternehmensberater, 7 Zahnarztpraxen usw.

Abb. 8: Dienstleistungen im Obergeschoß



Legende:

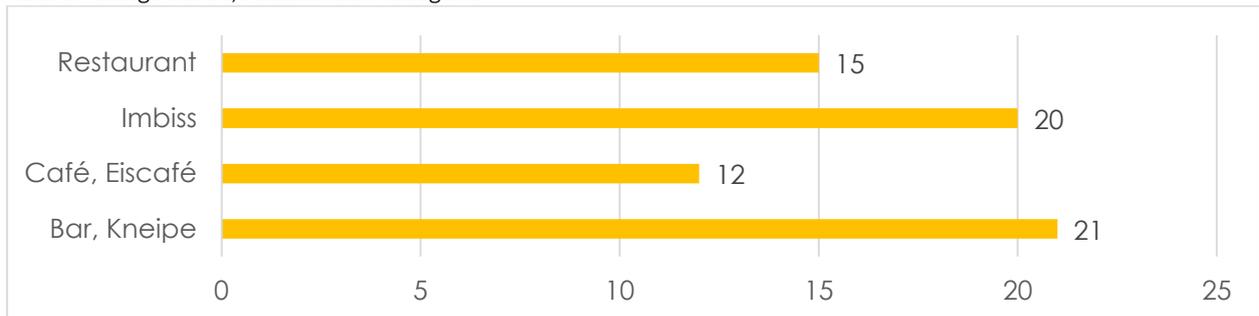
■ Dienstleistungen im Obergeschoß

3.4 Gastgewerbe

Gastronomische Angebote finden sich meist in kleinen Gruppen an stark frequentierten Orten, wie z. B. an der Klosterstraße/Arkaden, am Kreuzungsbereich Wilhelmstraße/Pichelsdorfer, Metzger Platz und bedienen dort den Café- und Imbissbereich. Restaurants, die häufig auch günstige Mittagstische anbieten, sind überall eingestreut zu finden. Innerhalb des Gastgewerbes überwiegen Bars, Kneipen sowie Imbisse und bedienen ein überwiegend niedriges Preisniveau.

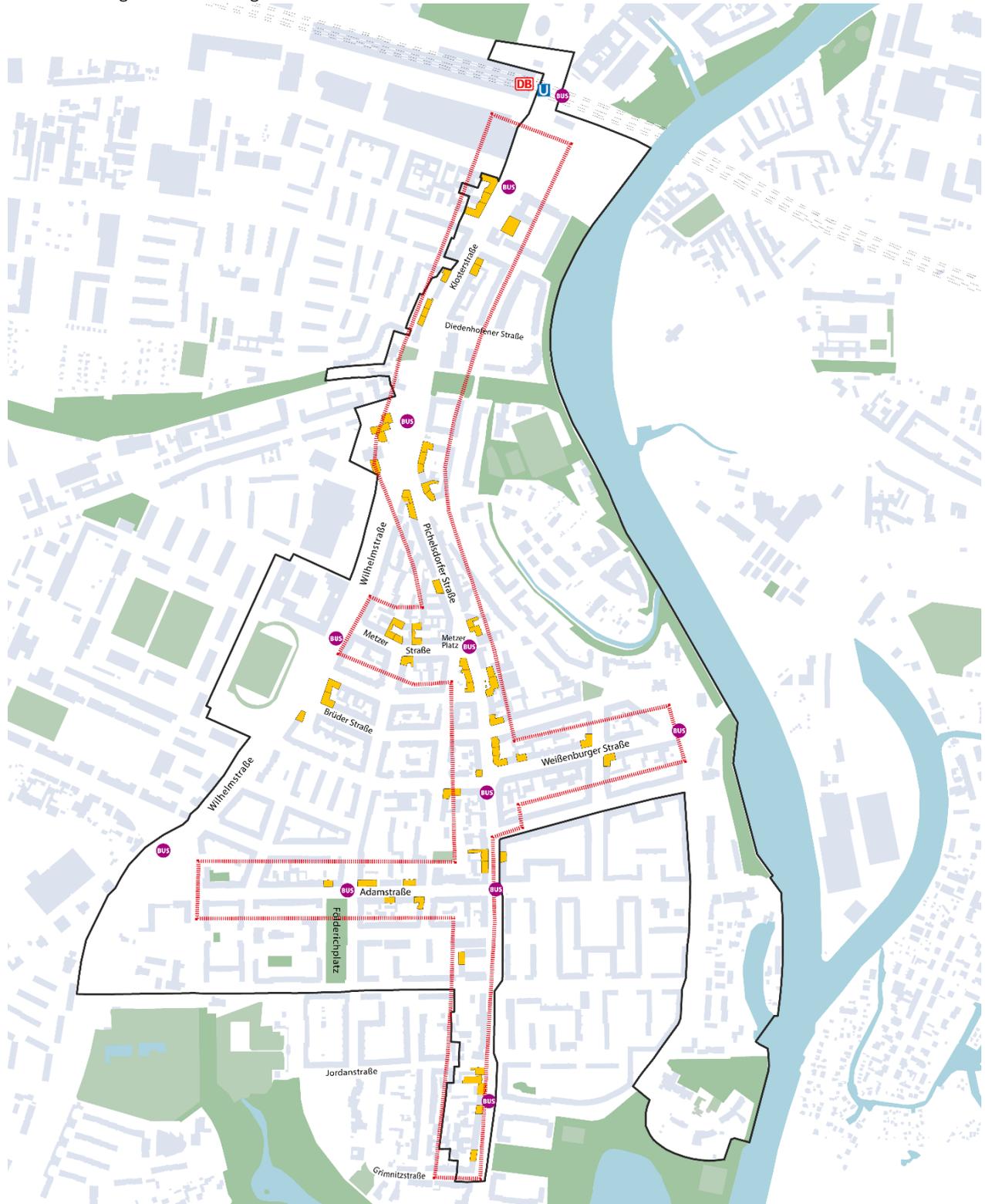
Gegebenenfalls ist im Imbissbereich eine leichte Überversorgung festzustellen, da manche Ladenlokale auffällig häufig den Inhaber wechseln.

Abb. 9: Gastgewerbe, Anzahl nach Kategorie



Quelle: die raumplaner

Abb. 10: Gastgewerbe im Erdgeschoß³



Legende:

■ Gastgewerbe im Erdgeschoß

WILHELMSTADT bewegt

Stand: März 2023

dieräumplaner

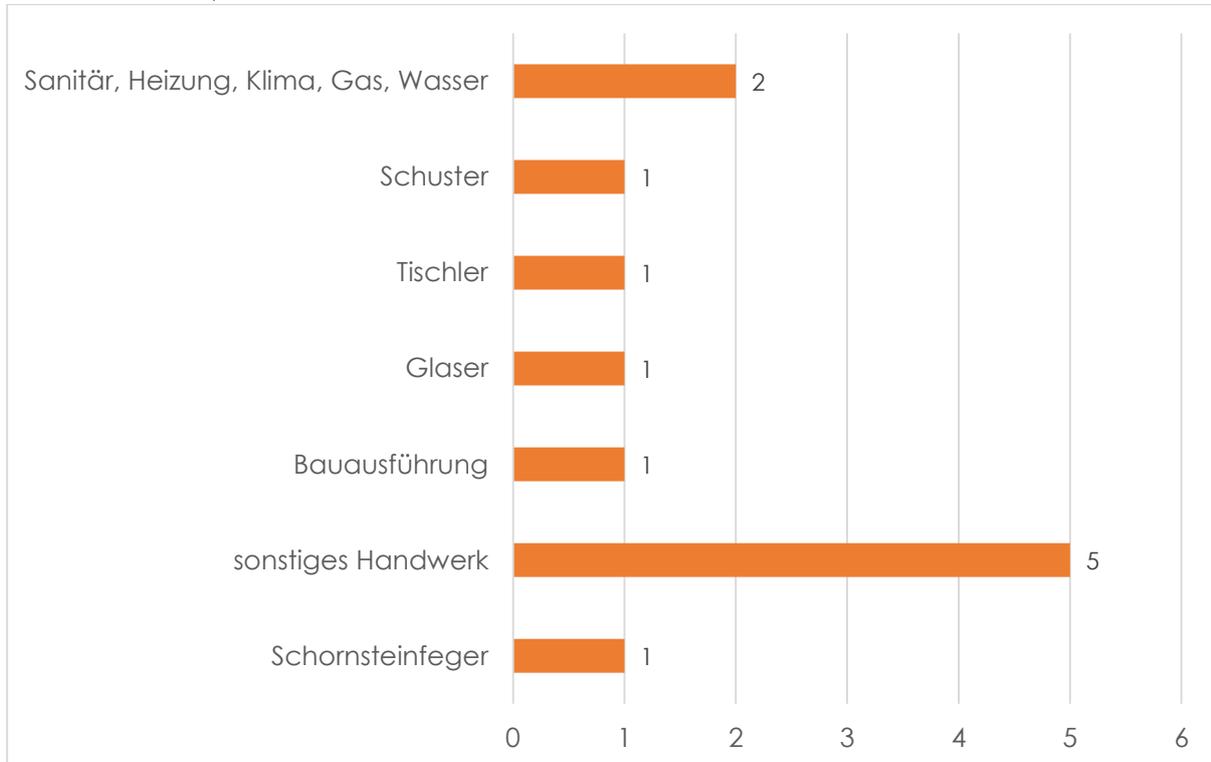
Quelle: die raumplaner

³ Hinweis: Bei den Karten zu den Erdgeschoßnutzungen sind die Nutzungsfunktion jeweils gebäudeweise eingetragen, da die Kartengrundlage dies vorgibt. Daher können einzelne Gebäude bezogen auf ihre Nutzung sowohl in der Karte Dienstleistung wie auch in der Karte Gastronomie eingetragen sein.

3.5 Handwerk

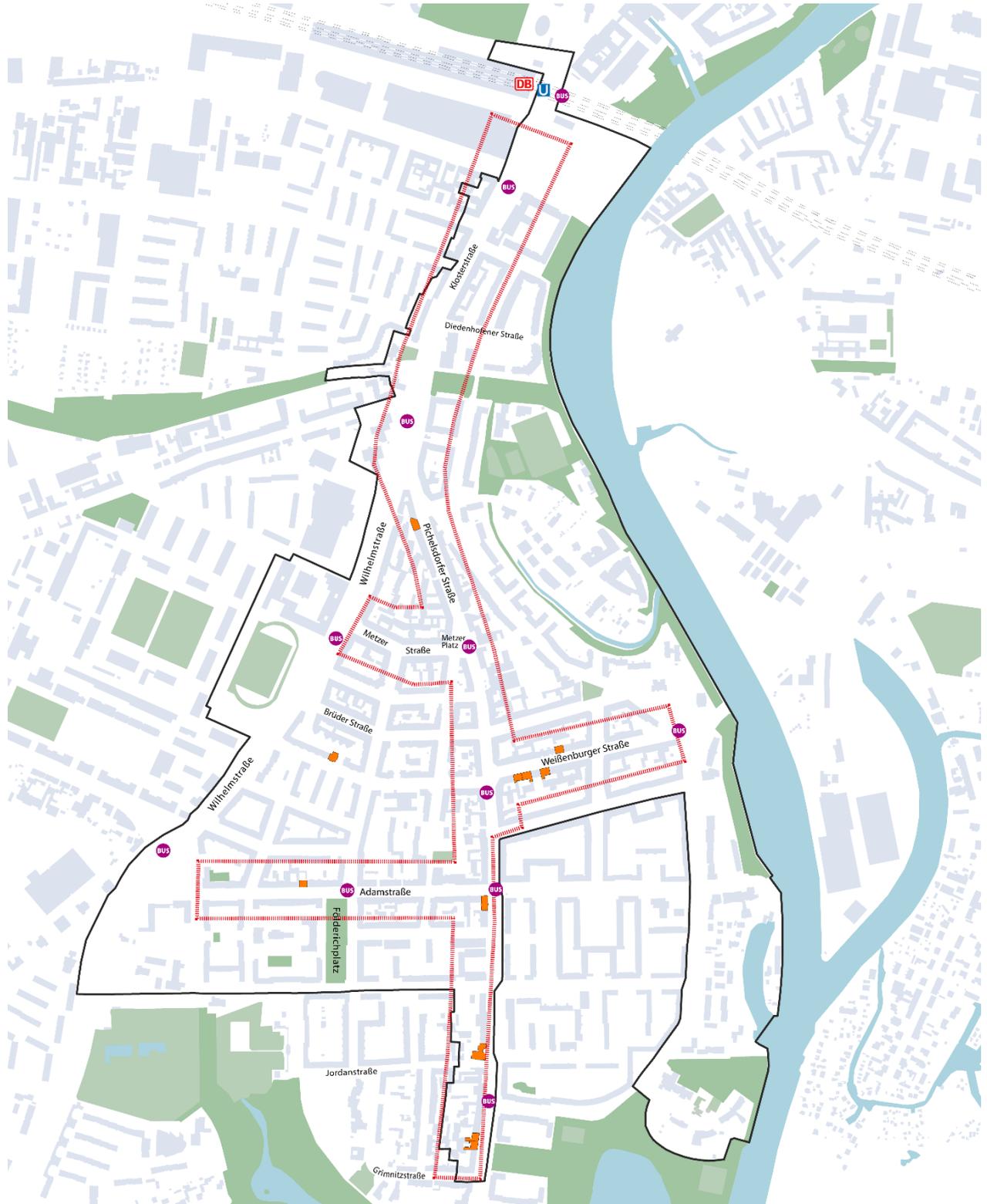
Der Besatz mit Handwerksbetrieben ist über die vergangenen Jahre stabil geblieben. Die Betriebe finden sich in den Randlagen der Geschäftsstraßen, wie z. B. in der südlichen Pichelsdorfer Straße oder der Weißenburger Straße.

Abb. 11: Handwerk, Anzahl der Betriebe nach Gewerken



Quelle: die raumplaner

Abb. 12: Handwerk



Legende:
■ Handwerk

3.6 Exkurs: Auswirkungen der Baustelle und weiterer Ereignisse

Insgesamt ist festzustellen, dass die Pandemie, nachfolgend der Umbau der Pichelsdorfer Straße und zuletzt die Kostensteigerungen aufgrund des Angriffskrieges in der Ukraine in der Summe über fünf Jahre hinweg zu teilweise großen Umsatzrückgängen der Geschäftsstraße geführt haben, wobei deren Wirkungen zum Teil noch andauern. Während der Corona-Pandemie mussten einige Branchen phasenweise nahezu schließen. Mit Beginn des Umbaus der Pichelsdorfer Straße im Sommer 2021 sind die Passantenfrequenzen weit über den jeweiligen Baustellenbereich hinaus um ca. 70 % eingebrochen, da Buslinien und der Verkehr insgesamt umgeleitet werden musste. Zuletzt sind energieintensive Unternehmen, wie Pizzerien, von den enormen Energiepreissteigerungen betroffen. Dazu kommt, dass die gesamte Einwohnerschaft ebenfalls spart und ihr Konsumverhalten verändert hat: Schuhe werden weniger zum Schuster gebracht, sondern günstig neu gekauft, es wird weniger Essen gegessen, selbst bei den Tierarztbesuchen wird auf das Geld geschaut. Allerdings sind nicht alle Gewerbetreibende gleichermaßen von den genannten Schwierigkeiten betroffen: Gesundheitsnahe Dienstleister, wie Kfz-Händler oder Ärzte, verfügen über Stammkunden, die trotz der Schwierigkeiten, die die Baustelle mit sich bringt, das Geschäft oder die Praxis aufsuchen. An diese veränderten Rahmenbedingungen haben sich die Gewerbetreibenden unterschiedlich angepasst:

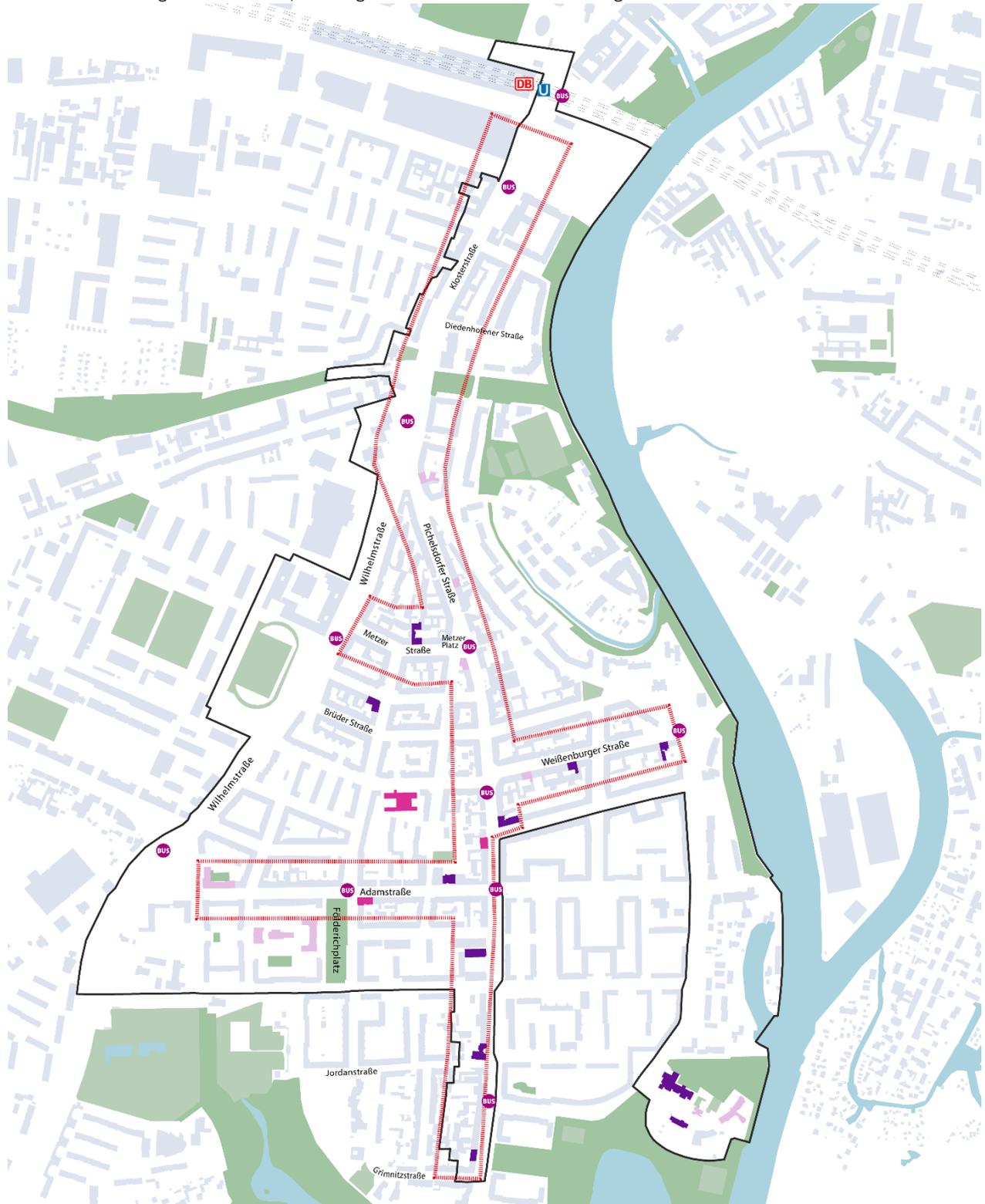
- Einige Geschäftsaufgaben wurden anlässlich der Baustelle vorgezogen, sie wären über die kommenden Jahre aber aus unterschiedlichen persönlichen Gründen sowieso erfolgt, wie z. B. Pfandleihe, Zigarren-Lüdicke, Hundesalon Mücke, Blumenkorb, Apotheke am Ziegelhof.
- Einige haben ihre Geschäftsstandorte gewechselt und passendere Ladenlokale bezogen oder die Wilhelmstadt ganz verlassen.
Generell geben einige Gewerbetreibende an, dass sie aufgrund der neuen technischen Möglichkeiten, wie z.B. mit Onlinekursen, Webshops, nicht mehr unbedingt ein Ladenlokal benötigen und ggf. feststellen, dass die Kosten eines Ladenlokals dessen Nutzen übersteigen.
- Im Vorfeld des Baustellenbeginns haben einige Geschäftsinhaber, insbesondere in der nördlichen Pichelsdorfer Straße, ihr Ladenlokal untervermietet, meist ohne die künftigen Inhaber über die Baustelle zu informieren. Die neuen Inhaber konnten daher auch nicht von der Überbrückungshilfe für Baustellenbetroffene profitieren, da sie die Kriterien nicht einhielten. Überhaupt konnte die Überbrückungshilfe nur an drei Gewerbetreibende ausgezahlt werden, da viele zwar Umsatzrückgänge über 70 % nachweisen konnten, aber aufgrund weiterer Einnahmen aus anderen Unternehmungen nicht förderfähig waren.

3.7 Freiräume, Bildung und Soziales

Prägend für die Wilhelmstadt ist ihre Lage an den südlichen Vorstadtstraßen der Altstadt Spandau und westlich der Havel. Lange prägten gewerbliche Nutzungen den Uferbereich entlang der Havel, der daher auch nicht öffentlich zugänglich war. Erst mit den Fördermitteln des LZQ konnten der gesamte Uferbereich durchgängig geöffnet, die Ufergrundstücke neu erschlossen und mit anderen Nutzungen belegt werden. Inzwischen stellt der Uferstreifen entlang der Havel einen schönen Aufenthaltsbereich sowie eine wichtige Fuß- und Radwegeverbindung dar. Nennenswert sind auch der Südpark mit der Freizeitsportanlage und der Park am Bullengraben bzw. Burgwallgraben. Insgesamt verfügt die Wilhelmstadt somit über viele Freiräume, mit unterschiedlichen Größen und Nutzungsmöglichkeiten.

Sämtliche Schulen und die meisten Kindertageseinrichtungen befinden sich in den Nebenstraßen bzw. in Randlage zur Wilhelmstadt, nur wenige Kitas befinden sich direkt an der Pichelsdorfer Straße. Damit sind sie meist gut in die Wohngebiete integriert, häufig befinden sich Grünflächen, wie z. B. der Südpark, in fußläufiger Entfernung. Drei Kirchen gibt es in der Wilhelmstadt, die sich alle im südwestlichen Quadranten der Wilhelmstadt befinden und in die Wohnlagen integriert sind. Darüber hinaus gibt es eine Vielzahl an Institutionen und sozialen Einrichtungen.

Abb. 13: Verteilung der Freiräume, der Angebote aus dem Bereich Bildung und Soziales



Legende:

- Kindertagesstätte
- Bildung
- Soziale Einrichtung

4 AKTEURSLANDSCHAFT UND MAßNAHMEN

4.1 Netzwerk und Engagement der Gewerbetreibenden

Maßgeblich für eine Fortführung verschiedener Aktionen ist das Engagement der Gewerbetreibenden. Die Bereitschaft der Gewerbetreibenden sich an gemeinsamen Aktionen zu beteiligen, war über die Jahre Veränderungen unterworfen, daher soll das Netzwerk der Gewerbetreibenden nachfolgend kurz beschrieben werden:

Netzwerke entstanden in der Wilhelmstadt meist bei gemeinsamen Vermarktungsmaßnahmen, Festen und Aktionen, im Rahmen von Workshops sowie dem Forum GSM. Der Bildung einer institutionalisierten Standortgemeinschaft stehen die Gewerbetreibenden aufgrund der Erfahrungen um den Verein Meine Wilhelmstadt e. V. weiterhin skeptisch gegenüber. Mit dem breiten Angebot des GSM an unterschiedlichen Aktionen ergaben sich für die Gewerbetreibenden vielfältige Möglichkeiten und Anlässe sich mit unterschiedlichem Aufwand zu beteiligen. Über diesen maßnahmenbezogenen Ansatz gelang es trotzdem einzelne Netzwerke und netzwerkähnliche Strukturen am Standort Wilhelmstadt aufzubauen: Diese Netzwerke orientieren sich vielfach an einer gemeinsamen Aktion oder Zielgruppe und sind teilweise nur anlassbezogen aktiv. Als Kommunikationsplattform werden dabei vor allem Facebook- und Whatsapp-Gruppen genutzt.

Zugleich gab und gibt es aber auch weiterhin viele Gewerbetreibende in der Wilhelmstadt, die sich nur sehr sporadisch über einzelne Aktionen, wie die Osteraktion, oder gar nicht in die Netzwerke einbringen. Als Ursache hierfür sind vor allem die mangelnden Ressourcen zu sehen, jedoch z. T. auch persönliche Einstellungen und unterschiedliche Vorstellungen zur Standortentwicklung.

Innerhalb des Geschäftsstraßenbereichs gibt es keine „großen“ Player. (Die Spandauer Arcaden liegen direkt nördlich angrenzend.) Im Gebiet ansässige größere Filialisten aus dem Bereich Lebensmittel, Tier- oder Möbelbedarf beteiligten sich nicht an gemeinsamen Aktionen. Daher besteht das Netzwerk überwiegend aus alteingesessenen Geschäftsinhabern. Dabei war das Gewerbetreffen Forum GSM das verbindende Element, bei dem der Erfolg der jeweiligen Aktion besprochen und über die Planung des kommenden Jahrs entschieden wurde.

Bis zur Pandemie im Jahr 2020 hatten sich lockere Akteurskreise etabliert, die sich rel. verlässlich a) bei dem Wilhelmstadtfest, b) bei dem Metzger-Platz-Fest oder c) bei der Entwicklung des Gewerbeportals, d) beim Wilhelmstädter Advent oder e) der Frühlingsaktion beteiligten. (Vergleich Kapitel 4.3)

Dies veränderte sich mit der Pandemie: Während und nach Ende der Pandemie sahen sich die Gewerbetreibenden neuen Herausforderungen gegenüber, so dass sich deren personelle oder finanzielle Möglichkeiten verringerten oder andere (persönliche) Schwerpunkte gesetzt wurden. In der Folge nahm die Besuchsfrequenz bei den Foren GSM und das Interesse am Gewerbeportal ab, auch die Bereitschaft bei der einen oder anderen Aktion mitzuwirken verringerte sich, wenn auch nicht so deutlich. Aktuell gibt es daher nach wie vor einen Kreis von aktiven Gewerbetreibende (ca. 20-30), von denen die meisten über ein Premiumprofil verfügen, eine Teilnahme am Gewerbetreffen ist den wenigsten möglich.

Das GSM organisiert weiterhin die Treffen Forum GSM. Indem schon seit dem Jahr 2017 dahin übergegangen wurde, dass die Gewerbetreibenden selbst Gastgeber sind, ist eine eigenständige Fortführung grundsätzlich leicht möglich. Auch könnte der Einladungsaufwand auf eine Rundmail reduziert werden, allerdings mit dem Nachteil, dass neue Gewerbetreibende so nicht erreicht werden.

4.2 Eigentümer und Hausverwaltungen

Mit Beginn des Förderprogramms war es ein Anliegen, auch die Immobilieneigentümer an den Entwicklungen des Sanierungsgebietes zu beteiligen, insbesondere da man sich des Nachholbedarfs bei der Sanierung der Gebäude bewusst war und mit dem Förderprogramm auch ein Gebietsfonds aufgelegt worden war.

Daher hat das GSM jährlich über diese Fördermöglichkeiten informiert und einen Flyer an alle Eigentümer versandt und bei den Gewerbetreibenden verteilt. Der Gebietsfonds war ein Türöffner bei investitionswilligen Gewerbetreibenden sowie Hausverwaltungen und Eigentümern.

Das Geschäftsstraßengebiet umfasst 185 Gebäude, davon befinden sich 64 im Eigentum von-Gesellschaften, davon sind 13 im Ausland, 28 Eigentümergesellschaften in Berlin ansässig und der Rest verteilt in Deutschland. 121 Gebäude gehören privaten oder unbekanntem Eigentümern.

Aufgrund der Datenschutzgrundlagenverordnung war seit dem Jahr 2018 keine Kontaktaufnahme zu Eigentümern oder Hausverwaltungen mehr möglich, daher konnte der Infolyer zum Gebietsfonds zu den Fördermöglichkeiten nur noch indirekt an die Gewerbetreibenden, als Mieter, verteilt werden.

Zwischen den Jahren 2012 bis 2014 wurde dreimal pro Jahr zu Immobilienstammtischen eingeladen. Da das Interesse ab dem Jahr 2015 nachgelassen hatte, wurde ein Stammtisch letztmalig im Jahr 2016 durchgeführt.

Insgesamt hat das Interesse der Eigentümer oder Hausverwaltungen an der Wilhelmstadt in den letzten Jahren nachgelassen: diejenigen, die die Fördermöglichkeiten nutzen wollten, haben es bereits getan. Daneben gibt es auch vereinzelt Eigentümer, bei denen Sanierungs- oder Umstrukturierungsmaßnahmen am Objekt erforderlich wären, die sich dafür aber nicht interessieren. In Einzelfällen ist der Aufwand auch so hoch, dass sich die Maßnahmen nicht lohnen, da sie nicht refinanzierbar sind.

4.3 Evaluation der Maßnahmen

Als Grundlage für die letzte Beauftragungsphase ab dem Jahr 2021 hat das Geschäftsstraßenmanagement eine Evaluation über alle durchgeführten Maßnahmen und Aktionen erarbeitet. Diskutiert und bewertet wurden sie hinsichtlich des Aufwands, der Zielerreichung und ihrer Eignung für eine Verstetigung. Im Ergebnis konnten eine Handvoll von Aktionen herausgearbeitet und mit den Gewerbetreibenden abgestimmt werden, auf deren Verstetigung in den verbleibenden Jahren der Fokus gelegt wurde.

Die verschiedenen gemeinschaftlichen Aktionen verfolgen dabei die Ziele, positive Aktionen gemeinsam durchzuführen und darüber öffentlich zu berichten, das Gemeinschaftsgefühl zu stärken und nicht zuletzt das Image der Wilhelmstadt nach innen und nach außen zu verbessern.

Abb. 14: Evaluation der Aktionen und Maßnahmen, Stand: 2024 (Auszug verstetigungsfähige Maßnahmen)

www.wilhelmstadt-bietet.de

Kurzbeschreibung	Ziele der Maßnahme	Zielerreichung	Verstetigungspotenzial
Portal der Wilhelmstädter Gewerbetreibenden; gemeinsame Entwicklung des Konzepts mit Gewerbetreibenden (GE), Webseite mit Feed, Premiumprofile als Bild lastige, textliche Präsentation der GE; Förderung 50 %, Eigenanteil 112 Euro	Digitale Präsenz der Angebote und Anbieter; Darstellung der Angebotsvielfalt, Verbesserung der digitalen Suchergebnisse, Plattform für Social Media, Vernetzung der Gewerbetreibenden	gut: Listung aller GE - digitale Suche ermöglicht; mittel: Teilnahme mit etwas über 20 GE zu gering, um eine nennenswerte Relevanz/ Reichweite zu entfalten	hoch; Klärung von Kostenübernahme und Pflege der Webseite, Ausweitung der Teilnahme der Gewerbetreibende (Verein)

Die Internetseite www.wilhelmstadt-bietet.de ist so angelegt, dass sie selbständig gepflegt und zur Ankündigung von Aktionen bzw. als Austausch-Tool genutzt werden kann. Das GSM hat Schulungen dazu angeboten. Aktuell werden die Möglichkeiten der Webseite nur mäßig angenommen, insbesondere gibt es nur rund 20 Premiumprofile, die zukünftig die Finanzierung übernehmen müssten.

Kieztouren

Kurzbeschreibung	Ziele der Maßnahme	Zielerreichung	Verstetigungspotenzial
professionelle Stadtführungen mit 2 bis 3 Stationen bei GE über 2,5 h, ermöglichen den teilnehmenden GE sich und ihr Angebot zu präsentieren	Imageverbesserung, kulturelles Angebot, persönliche Präsentation der teilnehmenden GE, Erweiterung des Kundenstamms	Teilnehmende berichten sehr positiv über die individuellen Einblicke; Reichweite gering	relativ hoch; Durchführung erfolgt bereits über die Referentin, Basis-Konzept ist erarbeitet; nur die Öffentlichkeitsarbeit erfolgt über das GSM

Die Kieztouren finden bereits relativ autark statt. Die Stadtführerin organisiert nahezu eigenständig die Touren zur Osterzeit und kümmert sich auch in Teilen um die Bewerbung. Das GSM übernimmt die Ansprache der Gewerbetreibenden und unterstützt bei der Bewerbung.

Fête de la Musique

Kurzbeschreibung	Ziele der Maßnahme	Zielerreichung	Verstetigungspotenzial
Weltweite musikalischer Aktionstag am 21.06., an dem die Genehmigungen für musikalische Veranstaltungen vom Orgateam Berlins übernommen werden	Imageverbesserung, kulturelle Belebung, gemeinsame Außendarstellung, Vernetzung und Zusammenarbeit der Akteure	mittlere kulturelle Bedeutung; bisher positive Resonanz bei den Besuchern, sehr zufriedene Veranstalter, Reichweite gering	sehr hoch: unabhängig durchführbar, gemeinsame Bewerbung verstärkt Reichweite, gegenseitige Unterstützung fördert Gemeinschaft

Eine Gruppe mit wechselnden Akteuren organisiert sich. Allein bei der Organisation des ersten Treffens, der Klärung von rechtlichen Fragen und der Erstellung des Flyers hat das GSM zuletzt unterstützt.

Wilhelmstädter Advent

Kurzbeschreibung	Ziele der Maßnahme	Zielerreichung	Verstetigungspotenzial
Aktion - lebendiger Adventskalender: GE und weitere Einrichtungen öffnen Ihre Türen und laden zu vielfältigen Aktionen; interessant auch für Neuanmeldungen	Kulturelle Belebung, Imageverbesserung, gemeinsame Außendarstellung der Gewerbetreibenden mit mehr Reichweite, Gelegenheit zur persönlichen Begegnung	hoch; Veranstaltungen mit unterschiedlicher Reichweite und Besucherzahl,	hoch; Kernakteure vorhanden, ergänzend weiterer Akteurskreis; Einzelaktionen unabhängig durchführbar; aber hoher Aufwand für gemeinschaftliche Flyer, Plakat

Bei dem Wilhelmstädter Advent wirken Gewerbetreibende sowie soziale Einrichtungen mit. Organisatorischer Hauptaufwand ist die Ansprache und Erinnerung der Akteure zur Erstellung des gemeinsamen Programmflyers, welches das GSM bisher übernimmt.

Weihnachtsbeleuchtung - Herrnhuter Stern

Kurzbeschreibung	Ziele der Maßnahme	Zielerreichung	Verstetigungspotenzial
Ein Herrnhuter Stern wurde den GE als Weihnachtsbeleuchtung für drinnen oder draußen kostenfrei übergeben.	Einheitliche weihnachtliche Beleuchtung vor/im Ladenlokal; Weihnachtliche Atmosphäre	hoch; positive Rückmeldung von den GE	hoch; unabhängig durchführbar

Die Sterne sind weitgehend verteilt und sorgen für eine positive Stimmung vor und in den Geschäften.

5 RESUMEE

Das Geschäftsstraßenmanagement hat durch seine Arbeit und den Austausch mit den Akteurinnen und Akteuren vor Ort sowie den im Förderverfahren Beteiligten (Steuerungsunden, Workshops etc.) positive und negative Merkmale der Wilhelmstadt herausgearbeitet. Diese sind nachfolgend sortiert nach Qualitäten und Herausforderungen wiedergegeben.

5.1 Qualitäten

– Inhabergeführte Fachgeschäfte

In der Wilhelmstadt gibt es eine Vielzahl an inhabergeführten Fachgeschäften. Dadurch kann die Qualität des Angebots und der Beratung besonders gut auf die Kundenwünsche ausgerichtet werden. Viele Geschäfte werden von Kunden aus benachbarten Stadtteilen oder dem Umland aufgesucht und verfügen über einen breiten Kundenstamm in einem weit über die Wilhelmstadt hinausgehenden Einzugsbereich. (Davon profitieren auch andere Anbieter in der Wilhelmstadt.)

– gute Nahversorgung für alle Ansprüche (z.B. Edeka, Halal Fleischerei und Supermarkt, Biomarkt, Nahkauf)

In der Wilhelmstadt ist die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs (wie Bäckerei, Lebensmittelgeschäfte, Drogerie etc.) in verschiedenen Qualitäten und Preislagen gewährleistet, die Funktion Ortsteilzentrum ist erfüllt. Darüber hinaus finden sich in der Wilhelmstadt auch einige Geschäfte des mittleren und längerfristigen Bedarfs, wie beispielsweise einen Weinladen, Tierbedarf oder Möbelgeschäft.

– gute medizinische Versorgung

Die Gesundheitsversorgung ist sehr gut aufgestellt: allein im Geschäftsstraßenbereich befinden sich ca. 90 Anbieter. Viele weitere Praxen blieben unberücksichtigt, da sie sich in den Nebenstraßen außerhalb der Geschäftsstraßenbereichs ansässig sind. Vor dem Hintergrund, dass in der Wilhelmstadt neben vielen jungen Familien auch ein großer Anteil an Seniorinnen und Senioren lebt, bestehen hier gute bis sehr gute Rahmenbedingungen.

– große Bandbreite an Restaurants und Imbissen: mittlere bis günstige Preislagen

Wer asiatisch oder indisch essen möchte, japanisch oder italienisch oder doch lieber traditionell deutsche Küche findet dies alles in der Wilhelmstadt. Dazu kommt eine ganze Reihe von Imbissen, insbesondere Döner, an den Haltestellen der Buslinien. Somit ist für jeden etwas dabei und die mittleren bis günstigen Angebote entsprechen der Kaufkraft der Bevölkerung.

– Fuß- und Radverkehr

In der Wilhelmstadt ist alles gut zu erreichen. Erledigungen und Termine können miteinander verbunden werden, vieles lässt sich kombinieren. Die Bildungs- und Betreuungseinrichtungen befinden sich im unmittelbaren Umfeld der Geschäftsstraßen. Auch Angebote aus dem Gesundheitssektor und verschiedene Dienstleistungen lassen sich in ohnehin nötige Wege einbeziehen. Hiervon profitieren insbesondere Fußgänger und Radfahrer.

– gute Erreichbarkeit: verkehrsgünstig gelegen und mit Bhf, S- und U-Bahn gut erschlossen

Mit dem Spandauer Bahnhof sind verschiedene Berliner Zentren in weniger als einer halben Stunde Fahrzeit zu erreichen, auch Fahrten nach Brandenburg oder andere Ziele in Deutschland können direkt angetreten werden. Für den Autoverkehr stellt die Heerstraße die wichtigste Verbindung Richtung Berlin oder stadtauswärts dar.

– Gebäudebestand: Fassaden aus verschiedenen Bauzeiten, besondere Eckgebäude mit Türmchen, Erker, Stuck

Die Wilhelmstadt weist ein einprägsames Straßen- und Stadtbild auf, vorherrschend sind Gebäude des frühen 20. Jahrhunderts sowie der Siedlungsbauten der 1930er und 1950er Jahre, vereinzelt gibt es sogar noch Gebäude aus der Rayonzeit. (Das sind Gebäude, die in Leichtbauweise errichtet werden durften, sofern der Eigentümer bereit war, sie im Kriegsfall abzureißen.) Die unterschiedlichen Baualter

sind an den gestalteten Fassaden ablesbar. Diese Mischung stellt eine Besonderheit dar und sollte erhalten werden. Die Sensibilisierung der Eigentümerinnen und Eigentümer der Immobilien hilft bei Sanierungen.

- **Wohnlage:** städtische mit viel Grün (Havel, Umland)
Die Wilhelmstadt bildet mit ihrem urbanen Flair, ihrer historischen Bausubstanz und der Lage an der Havel eines der lebendigsten und abwechslungsreichsten Quartiere innerhalb des stark wachsenden Bezirks Spandau.
- **Öffentlicher Raum:** Straßenraum erneuert, Plätze und Grünflächen gestaltet
Mit dem Förderprogramm konnte in den letzten Jahren viele Plätze und Straßenräume erneuert und die Nutzbarkeit und Aufenthaltsqualität verbessert werden. Beispiele dafür sind der Földerichplatz, die Jägerstraße, die Pichelsdorfer Straße und die Götelstraße, auch wenn hier die Maßnahme noch andauert. Beispiele für umgestaltete Grünflächen sind der Uferweg entlang der Havel (Havel-Radweg), der Südpark sowie Spielplätze.
- **Infrastruktureinrichtungen vielfach erneuert oder saniert**
Auch Schulen und Kitas haben von dem Förderprogramm profitiert, indem beispielsweise eine Dreifelder-Sporthalle bei der Christoph-Földerich-Grundschule ergänzt wird oder die Jugendfreizeiteinrichtung Wildwuchs neugebaut wurde.

5.2 Herausforderungen

- **Wandel in der Bewohnerschaft**
Die Bevölkerung der Wilhelmstadt hat seit dem Jahr 2020 um 3,7 Prozent zugenommen. Wobei der Anteil der Bevölkerung mit migrantischem Anteil steigt und zwischen 40-50 % liegt, hier wird die berlinweite Entwicklung nachgeholt. Nach wie vor leben auch viele ältere Menschen in der Wilhelmstadt, die schon hier aufgewachsen sind. Die Altersstruktur liegt im Berliner Durchschnitt. Für all diese Menschen ist die Wilhelmstadt Heimat, Wohn- und Lebensort. Kieze und Geschäftsstraßen passen sich an die Bewohnerschaft an, so auch die Wilhelmstadt. Dies zeigt sich insbesondere an den Angeboten der Gewerbetreibenden.
- **Angebotsvielfalt und Angebotsqualität** (Angebote müssen zur Lage/Bewohnerschaft passen)
Die Gewerbetreibenden reagieren auf unterschiedlich gelagerte Nachfragen migrantischer Kundschaft, so haben zuletzt einige Halal-Geschäfte und Barber-Shops eröffnet. In Teilen führt dies zu einer Bereicherung der Angebotsvielfalt, beispielweise im Lebensmittelbereich, in anderen Teilen können sich Geschäfte nicht mehr am Standort halten, weil deren Angebote / Leistung zu wenig nachgefragt wird, beispielsweise Blumengeschäfte. Geschäftsstraßen sind dauerhaft Veränderungen ausgesetzt. Ihre dynamische Entwicklung ist gesund und muss sich an der Nachfrage und den Bedürfnissen der Bewohnerschaft ausrichten.
- **Wirtschaftlichkeit** (Angebote an Kaufkraft angepasst oder spezifischer Kundenstamm)
Einen großen Einfluss auf das Gewerbe geschehen hat die deutlich gesunkene Kaufkraft der Bevölkerung im Umfeld der Geschäftsstraße. Viele Gewerbetreibende haben daher einen deutlichen Umsatzrückgang beklagt. In der Konsequenz bedeutet dies, dass sich die Geschäftskonzepte und Angebote an den Bedürfnissen und Möglichkeiten der Bevölkerung vor Ort ausrichten müssen. Dem Anpassungszwang können die Gewerbetreibenden ausweichen, sofern sie aufgrund ihres besonderen Sortiments über einen größer gefassten Kundenstamm (Einzugsbereich) verfügen.
- **Geschäftskonkurrenz** (zu viele Angebote aus gleichem Segment, z.B. Nagelstudio)
Einige Branchen sind in der Wilhelmstadt gehäuft vorhanden, was Nachteile sowohl für den Geschäftsinhaber durch einen verminderten Umsatz bedeutet, wie auch für die Geschäftsstraße insgesamt, da Potenziale für ein vielfältiges Angebot vergeben werden. Es zeichnet sich eine zunehmende Tendenz ab bei: Frisören, Nagelstudios, Barbershops und Dönerimbissen. Konkurrenz belebt das Geschäft heißt es, doch zu viele vergleichbare Angebote erzeugen eine eintönige Geschäftsstraße, die Attraktivität sinkt. Hier sind die Immobilienverwaltungen gefragt. Sie können den Besatz und somit die Entwicklung steuern.

– **Nachfolgeregelung etablierter Geschäfte**

Bei einigen etablierten Fachgeschäften stehen die Inhaber in wenigen Jahren vor dem Ruhestand. Ob die betroffenen Geschäfte weitergeführt werden können, ist daher ungewiss. Jedoch konnte schon bei zwei Läden eine gute Nachfolgeregelung gefunden werden. Hier gilt es anzusetzen und den Gewerbetreibenden unterstützend zur Seite zu stehen. Beispielsweise bietet die IHK an, Nachfolgeoptionen aufzuzeigen und über eine Datenbank Menschen zusammenzubringen.

– **Engagement für den Kiez** (unterschiedlich ausgeprägt: Gewerbetreibende, Dienstleister, Vereine, Ehrenamt etc.)

Das Engagement der Gewerbetreibenden und die Bereitschaft sich an gemeinsamen Aktionen zu beteiligen hat über die Jahre immer leicht geschwankt, jedoch nach der Corona-Pandemie hat sich ein deutlicher Einschnitt ergeben, nachfolgend konnten die früheren Beteiligungszahlen nicht mehr erreicht werden. Viele der Gewerbetreibenden stoßen mit ihren Kapazitäten an ihre Grenzen. Der aktive Teil der Gewerbetreibenden ist zu klein, um die bisherigen Aktionen fortzuführen zu können.

– **Image und Identität**

Die Wilhelmstadt ist für die Menschen Heimat, Lebens- oder Arbeitsort. Vielleicht sogar alles drei. Eine Identifikation und Bindung ist daher bei Teilen der Bevölkerung sicherlich ausgeprägt, wird aber nach außen nicht spürbar gelebt. Die Identität der Bewohnerschaft, gezeigt durch ein Bewusstsein für den eigenen Kiez sowie das Image der Wilhelmstadt könnte nach wie vor verbessert werden.

Die Zusammengehörigkeit der Gewerbetreibenden wird nach außen über die Internetseite „wilhelmstadt-bietet.de“ deutlich und zeigt sich durch gemeinsame Aktionen.

– **Begleitung/Verantwortlichkeit seitens offizieller Stellen**

Kooperationen unterschiedlicher Akteurinnen und Akteure sind wichtig für die ganzheitliche Entwicklung der Wilhelmstadt. Netzwerke und Vereine nutzen hier bereits Synergien. Dauerhaft bedarf es allerdings der Unterstützung durch offizielle Stellen, wie dem Bezirksamt oder institutionalisierten Strukturen. Bisher konnte eine Einheit von offizieller Seite zur Begleitung und Unterstützung des Netzwerks nicht gefunden werden.

5.3 Folgerungen und Ausblick

2026 endet die Unterstützung der Wilhelmstadt durch das Städtebauförderprogramm „Lebendige Zentren und Quartiere“ wie geplant. Das Geschäftsstraßenmanagement hat in den vergangenen Jahren die Gewerbetreibenden begleitet und unterschiedliche Aktionen und Maßnahmen durchgeführt. Es stellen sich die Fragen: Was bleibt noch zu tun? Was ist noch vorzubereiten für die Zeit nach der Förderung?

Das Geschäftsstraßenkonzept bietet Lösungsansätze die auf der Analyse und den Erfahrungen des GSMs sowie dem Austausch mit Akteurinnen und Akteuren basieren. Als Ergänzung findet aktuell eine Befragung der Bevölkerung zur Zufriedenheit in der Wilhelmstadt statt. Ein erstes Stimmungsbild zeigt, dass die Menschen insgesamt gerne in der Wilhelmstadt leben. Zufrieden sind sie insbesondere mit der Nahversorgung (Lebensmittel, Drogerieartikel), den angebotenen Dienstleistungen, der Ärzteversorgung sowie mit den Bildungseinrichtungen und sozialen Trägern. Unzufriedenheit herrscht bei den bisher eingegangenen Antworten bei der Sauberkeit und der Sicherheit. Die finale Auswertung wird in die Arbeit des GSMs eingehen.

Das GSM versteht sich als Ansprechpartner für die Gewerbetreibenden sowie als Unterstützer bei der Durchführung von Aktionen und Maßnahmen. Die Evaluation zeigte, dass die Fortführung und Unterstützung des Netzwerks die wichtigste Aufgabe darstellen. Des Weiteren wurde der Wilhelmstädter Advent, die Fête de la Musique und die Kieztouren und die Internetseite www.wilhelmstadt-bietet.de als Maßnahmen genannt, die auch zukünftig umgesetzt werden sollten. Hier gibt es Ansätze dafür, dass eine Organisation und Durchführung auch ohne das GSM funktionieren könnte. Es gibt Absprachen unter den Mitwirkenden und gemeinsame Bewerbungen. Die Kieztouren finden bereits relativ autark statt.

Das Fortbestehen von Netzwerken ist immer abhängig von Personen, die sich engagieren und verantwortungsbewusst Aufgaben übernehmen. Einigen der Gewerbetreibenden sind die Dringlichkeit und der dauerhafte Nutzen eines Netzwerks bewusst. Allerdings sehen die meisten Schwierigkeiten, sich personell oder

finanziell (mit beispielsweise monatlich 30 Euro) zukünftig an dem erforderlichen Organisationsaufwand zu beteiligen. Als Gründe werden der Fachkräftemangel, Umsatzeinbußen durch ein verändertes Kaufverhalten, die Auswirkungen der Pandemie und Energiekrise sowie persönliche Gründe angegeben. Aktuell gibt es daher keinen aus dem Kreis der Gewerbetreibenden, der die Rolle eines Kümmerers übernehmen könnte und es fehlen finanzielle Mittel, die es erlauben, jemanden mit den Aufgaben zu beauftragen. Generell ist die aktive Gruppe der Gewerbetreibenden geschrumpft und vielleicht zu klein, um alleine die verschiedenen Aktionen umzusetzen.

Parallel zu den Bestrebungen, das Netzwerk aus sich heraus zu festigen, hat das GSM Gespräche mit der Wirtschaftsförderung des Bezirks geführt. Hintergrund war die Überlegung, ob hier die Möglichkeit besteht, eine Kümmerer-Stelle zu schaffen. Aktuell besteht diese Möglichkeit nicht. Daher hat das GSM mit den Engagierten diskutiert, ob sich das Netzwerk an eine institutionalisierte Struktur anhängt. Im Austausch mit Vertretern der Stadtteilvertretung wurde überlegt, ob diese dafür geeignet ist. Denkbar sind beispielsweise auch Kooperationen mit Institutionen, Vereinen, Kirchen, der Stadtteilkoordination, dem Wirtschaftshof mit „Partner für Spandau GmbH“. Aus heutiger Sicht erscheint nur eine Mischung aus offizieller Begleitung und informeller Umsetzung, die einzige tragfähige Lösung zu sein. Denn ein stabiles, breit aufgestelltes Netzwerk ist elementar für die Verstetigung der weiteren Maßnahmen. Aktuell gibt es Ansätze, bei denen sich Gewerbetreibende nach Interesse zusammenschließen und sich dort beteiligen und an Aktionen teilnehmen, hinter denen sie stehen. Denn nicht jeder muss oder mag überall mitmachen und mitreden. Kooperationen sollten zukünftig mehr denn je als Chance und nötige Voraussetzung verstanden werden. Dies gilt erst recht dann, wenn das GSM nicht mehr im Hintergrund aktiv sein kann. Mitgedacht werden sollte hier direkt das Thema der finanziellen Möglichkeiten, gewissermaßen als Alternative zum Gebietsfonds.

Neben dem starken Netzwerk und den Maßnahmen gibt es weitere Aspekte, die wichtig sind für eine funktionierende Geschäftsstraße. Eine bedeutende Rolle in der Stadtentwicklung und in der Entwicklung von Geschäftsstraßen kommt den Eigentümerinnen und Eigentümern der Immobilien und/ oder den Hausverwaltungen zu. Sind sie bereit, Teil der Entwicklung zu sein, können sie wichtige Impulse bei der Pflege/Instandhaltung der Immobilie und bei der Vergabe ihrer Mietobjekte setzen. Das Thema Sicherheit und Sauberkeit im Kiez spielt ebenfalls eine große Rolle für die Geschäftsstraßen. Einhergehend ist hiermit der öffentliche Raum zu sehen. Begegnungsorte und Treffpunkte in der Wilhelmstadt wurde in den vergangenen Jahren stark aufgewertet. Es gilt diesen Stand zu erhalten und die Wilhelmstadt als lebendiges Quartier weiterzudenken. Auch bei diesen Themen ist ein breit aufgestelltes, sensibilisierendes Netzwerk hilfreich.

GLOSSAR, ABBILDUNGSVERZEICHNIS, QUELLEN

Glossar

Filialist

Ein Einzelhandelsunternehmen mit zahlreichen Filialen (z.B. Rewe, Kaufland, dm, H&M).

Frequenzbringer

Unter Frequenzbringern werden Akteurinnen und Akteure oder Angebote verstanden, die Besucher_innen in das Gebiet ziehen. Ämter, Ladenhandwerk, Post, Banken, Praxen, Kanzleien, Kinos, Wochenmärkte, Theater und Gastronomie sind Beispiele für wichtige Frequenzbringer in den Zentren.

Inhabergeführter Einzelhandel

Bei den ansässigen Geschäften unterscheidet man nach familien- und inhaber_innengeführtem Einzelhandel im Gegensatz zu filialisierten Ketten, Discountern und anderen Händler_innen mit standardisierten Sortimenten.

Integrierte Stadtentwicklung

Integrierte Ansätze der Stadtentwicklung setzen voraus, dass Planungsprozesse ganzheitlich gestaltet und ihre jeweiligen Abhängigkeiten voneinander mitgedacht und aufeinander abgestimmt werden. So sollen beispielsweise Siedlungsstruktur, Mobilität, Wirtschaft, Umwelt und soziale Belange im Zusammenhang betrachtet werden.

Leerstand

Ladenlokale und Gewerbeflächen die über längere Zeit ungenutzt sind, werden als Leerstand bezeichnet. Verschiedene technische, rechtliche oder ökonomische Bedingungen können die Ursache sein. Auch eine ungünstige Lage oder schlechte Eigenschaften eines Gebäudes sowie ungeklärte Eigentumsverhältnisse können dies bewirken.

Städtebauförderprogramm „Lebendige Zentren und Quartiere“

Mit diesem bundesweiten Städtebauförderprogramm werden für die Entwicklung von ausgewählten Orten und Zentren Gelder (Fördermittel) durch den Bund, die Länder und die Kommunen zur Verfügung gestellt, um diese in ihrer Funktion als Handels- und Wohnquartiere zu stärken.

Trading-Down-Effekt

Ein Entwicklungstrend, bei dem ein Gebiet durch fehlende Kundschaft, Leerstände oder die Ansiedlung unattraktiver Betriebe zunehmend entwertet wird. Dies führt zu einem Imageverfall des Standortes und kann unter ungünstigen Voraussetzungen zu einer Abwärtsspirale führen, der nur durch gezielte politische Maßnahmen entgegengewirkt werden kann.

Zentrenrelevanz

Für die Bewertung der Entwicklungs- und Funktionsfähigkeit eines Geschäftszentrums spielt die Sortimentsabgrenzung zentrenrelevanter Waren eine Rolle. Es wird unterschieden in zentrenrelevante und nicht-zentrenrelevante Sortimente. Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich in der Regel durch einen geringen Flächenanspruch sowie einen problemlosen Transport o.ä. aus, wohingegen nicht-zentrenrelevante Sortimente eher flächenintensiv und nicht problemlos zu transportieren sind, wie z. B. Baumaterialien, Gartenbedarf und Möbel.

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Die Geschäftsstraße (rote Markierung) im Rahmen des LZQ-Fördergebietes (schwarze Markierung).....	8
Abb. 2: Nutzungsprofil Erdgeschoßzone	9
Abb. 3: Leerstand.....	12
Abb. 4: Einzelhandel, Anzahl der einzelnen Sortimente	13
Abb. 5: Einzelhandel im Erdgeschoß	14
Abb. 6: Dienstleistungen EG und OG, Anzahl und Verteilung auf die Branchen.....	15
Abb. 7: Dienstleistungen im Erdgeschoß	16
Abb. 8: Dienstleistungen im Obergeschoß.....	17
Abb. 9: Gastgewerbe, Anzahl nach Kategorie	18
Abb. 10: Gastgewerbe im Erdgeschoß	19
Abb. 11: Handwerk, Anzahl der Betriebe nach Gewerken	20
Abb. 12: Handwerk.....	21
Abb. 13: Verteilung der Freiräume, der Angebote aus dem Bereich Bildung und Soziales	23
Abb. 14: Evaluation der Aktionen und Maßnahmen, Stand: 2024 (Auszug verstetigungsfähige Maßnahmen).....	25

Quellen

Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen, StEP Wohnen 2030
 Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen, StEP Wirtschaft 2030
 Senatsverwaltung für Stadtentwicklung, Bauen und Wohnen, StEP Zentren 2030
 slapa und die raumplaner gmbh, Analyse- und Erhebungssystematik
 Protokolle GSM-Forum