

Aufbau eines Geschäftsstraßenmanagements am Mariendorfer Damm

Dokumentation der Arbeitsergebnisse

Stand November 2009

gefördert durch das Bezirksamt Tempelhof-Schöneberg von Berlin
im Rahmen des bezirklichen Demographieprojektes



Ausgangssituation

➤ **Untersuchungsbereich:**

- Norden: Stubenrauchbrücke/Ullsteinstraße
- Süden: U-Bahnhof Mariendorf
- “Herzstück” des Mariendorfer Damms, 1,6 km

➤ **Ausgewählte Charakteristika:**

- Nahversorgungscharakter für die Bevölkerung des Stadtteils
- gekennzeichnet durch sog. “downsizing”
- nur mittlerer Filialisierungsgrad
- Anstieg von Geschäften im Niedrigpreissegment mit negativen Auswirkungen auf das Erscheinungsbild, die Anziehungskraft und Standortwahl
- keine größeren öffentlichen Einrichtungen und Warenhäuser

Ziele

Entwicklung von Ansatzpunkten für eine nachhaltige Stabilisierung und Stärkung der Akteure vor Ort, die langfristig zu einer Stabilisierung des Mariendorfer Damms als Stadtteilzentrum führen

- Stärkung bestehender Akteursstrukturen (Einzelhändler)
 - IG Mariendorfer Damm
 - IG Markt Mariendorf
- Ausweitung des Akteurskreises
 - Gebäude-Eigentümer, Schulen, Vereine, soziale und kulturelle Einrichtungen usw.
- Start gemeinsamer Aktionen und Kooperationsprojekte

Bestandsaufnahme

Aktuelle Aufnahme und Bilanzierung
der Geschäftsstrukturen

SWOT – Analyse
(in Arbeit)

Analyse der Akteursstrukturen



Begehung vor Ort
Auswertung bestehender Daten

Befragungen vor Ort



Ziel:
umfangreiches
Gebietsprofil

Bestandsaufnahme

➤ erfaßt wurden:

- sämtl. Geschäfte im Untersuchungsbereich inkl. Seitenstraßen
- sämtliche sozialen und kulturellen Einrichtungen
- ca. 80 % der Gebäude-Eigentümer

➤ Quellen:

- eigene Erhebungen
- Amt für Statistik Berlin-Brandenburg
- Statistisches Jahrbuch Berlin 2008
- Mikrozensus/ EVS
- Acxiom Deutschland GmbH
- Grupe Maklerges. f. Immobilien mbH

Ergebnisse der Bestandserhebung

- Soziale Struktur (Haushaltseinkommen, Arbeitslosenquote ...)
 - Situation entspr. in etwa Berliner Durchschnitt
 - eher unteres Drittel im gesamtdeutschen Vergleich

- Situation des örtlichen Einzelhandels
(im Vergleich zur Berliner Gesamtsituation)
 - örtlicher Kaufkraftindex am Ma-Damm: **89**
Berlin: 90 Deutschland: 100
Karl-Marx-Str.: 91 Hauptstraße: 94
 - deutlich geringere Passantenfrequenzen: ca. **600** je Std./Werktag
Karl-Marx-Str.: 1 100 Hauptstraße: 750
 - mittlerer Filialisierungsgrad: **32 %**
Karl-Marx-Str.: 52 % Hauptstraße: 49 %

Einzel-Interviews

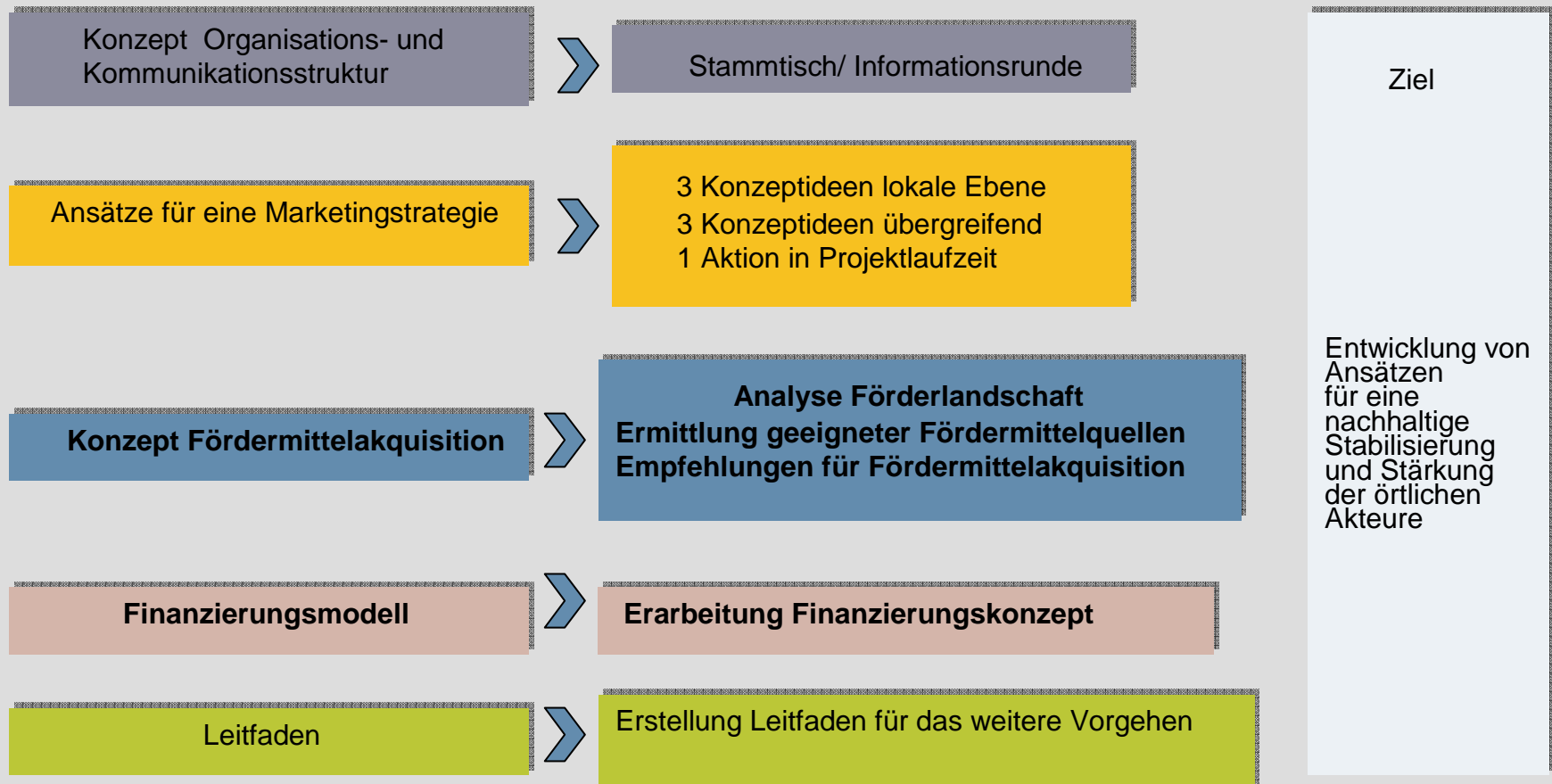
Insgesamt 12 Einzel-Interviews sowie ca. 20 Kurz-Interviews

(vor allem Einzelhändler sowie einige Gebäude-Eigentümer)

Wichtigste Ergebnisse:

- Notwendigkeit der Situation-Verbesserung wird allgemein bejaht
- Bereitschaft zur eigenen Mitwirkung sehr unterschiedlich
- Als Hauptgründe für jahrelange Abwärtsentwicklung wurden benannt:
 - zu hohe Verkehrsbelastung inkl. Lärm und Luftverschmutzung*
 - fehlende Parkmöglichkeiten*
 - Verschlechterung der Sozialstruktur, zunehmende Überalterung*
 - Erhöhung des Anteils von Anwohnern mit Migrationshintergrund*
 - zu viele Wettbüros, Billigläden, Telefon-Shops usw.*

Strategien und Konzepte



Ergebnisse Strategien/Konzepte

Konzept Organisations- und Kommunikationsstrukturen

16.11.2009:

Erstes Einzelhändler-Treffen seit über 9 Jahren

22 Einzelhändler waren anwesend bzw. hatten beim Projekt-Team ihre Mitarbeit avisiert

4 Einzelhändler haben sich zur Übernahme von verantwortlichen Funktionen in einer künftigen "IG Mariendorfer Damm - neu" bereit erklärt

Jeder 3. Donnerstag im Monat wurde als vorläufiger Termin für regelmäßige EH-Treffen festgelegt

eine erste gemeinsame Aktion der Einzelhändler ist für Weihnachten 2009 angelaufen - Motto: "Wir rollen den roten Teppich aus ..."

Ergebnisse Strategien/Konzepte

Ansätze für eine Marketingstrategie

Konzept Fördermittelakquisition

FINANZIERUNGSMODELL

Leitfaden

Alles zur Zeit in Arbeit
Fertigstellung bis
Projektende
Ende Dez.2009

Finanzierungs-Modell

KOSTEN-VERMEIDUNG

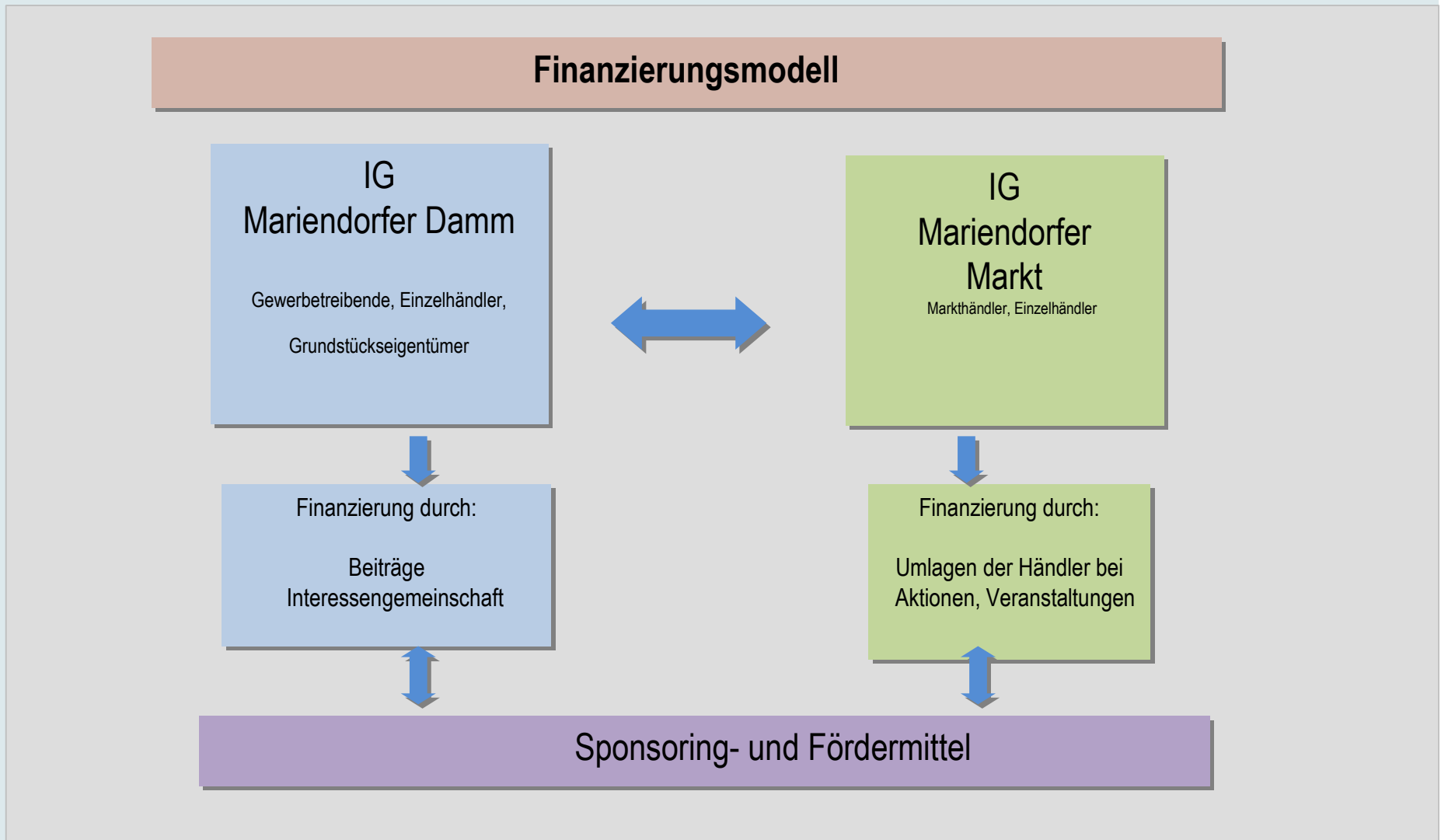
Verstärkte ehrenamtliche Mitwirkung der Akteure

KOSTEN-VERTEILUNG

Kooperations-Projekte mit sozialen und kulturellen Einrichtungen

KOSTEN-DECKUNG

Eigenbeiträge, Spenden, Sponsoring, Fördermittel



RESÜMEE 2009

- Bewußtsein für notwendige Veränderungen vorhanden
- spontane Bereitschaft für konkrete Aktionen
- verhaltene Bereitschaft zur Übernahme eigener Verantwortung
- deutliche Unsicherheit bei Übergang zu einem Geschäftsstraßen-Management in Eigenregie

AUSBLICK 2010

Umsetzung der erarbeiteten Konzepte und Strategie-Ansätze starten!

Re-Konstituierung und Festigung der IG Mariendorfer Damm begleiten!

Einbeziehung weiterer Akteure sichern!

(Gebäude-Eigentümer, Kultur- u. Sozialeinrichtungen, Kirchen, Vereine usw.)

Sicherung einer stabilen finanziellen Basis gewährleisten!

Vorbereitung und Durchführung weiterer Aktionen in Angriff nehmen!

Start von Kooperations-Projekten mit Akteuren am MA-Damm fördern!

(IG Mariendorfer Markt, Kirchen, Schulen usw.)

u.v.a.

In diesem Sinne gilt auch für den Ma-Damm:

Es gibt nix Gutes - außer: Man tut es!

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!