

# WORKSHOP REVITALISIERUNG ALTE POST

IMPULSE FÜR DEN STANDORT KARL-MARX-STRASSE  
BERLIN-NEUKÖLLN 29. UND 30. APRIL 2009



**A K T I O N !**

**KARL-MARX-  
STRASSE**

**OIKOS**

# INHALT

4	<u>VORWORT BEZIRK</u>
5	<u>VORWORT INVESTA/OIKOS</u>
6	<u>ZUSAMMENFASSUNG</u>
8	<u>ABLAUF DES WORKSHOPS</u>
10	<u>EINFÜHRUNG</u>
26	<u>ERSTE INTUITIONEN</u>
30	<u>IMPULSREFERATE</u>
30	<u>CARMEN REIZ: JOSETTI-HÖFE</u>
32	<u>PROF. DR. GUIDO SPARS: THEMENIMMOBILIEN</u>
34	<u>KATHARINA ROHDE: TEK-STIL</u>
36	<u>ERGEBNISSE RAUMSTRATEGIEN</u>
38	<u>ERGEBNISSE NUTZUNGSMIX</u>
46	<u>ERGEBNISSE PROJEKTENTWICKLUNG/ POSITIONIERUNG</u>
48	<u>NÄCHSTE SCHRITTE</u>
50	<u>TEILNEHMER/TEILNEHMERINNEN</u>
51	<u>IMPRESSUM</u>

# VORWORT BEZIRK

„Die dynamische Vielfalt von Herkunft, Zugehörigkeiten und Lebensentwürfen sind Wesensmerkmal großer Städte und in der postmodernen Kulturgesellschaft Grundlage für eine nachhaltige Entwicklung und erfolgreiche Zukunft.“

Diese Präambel, die das Bezirksamt Neukölln im Rahmen der Bewerbung um die Teilnahme am Förderprogramm „Aktive Zentren“ an den Anfang gesetzt hat, kann auf den Ansatz zur Revitalisierung und Neuausrichtung der alten Hauptpost in der Karl-Marx-Straße übertragen werden. Die dynamische Vielfalt war nicht nur im Spiegel der Teilnehmer zu erkennen, sondern drückte sich auch in der kreativen Beteiligung während des zweitägigen Workshops aus.

Insbesondere die strukturellen Veränderungen im Einzelhandel haben in den vergangenen Jahren zu erheblichen, negativen Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit der Karl-Marx-Straße geführt. Der Bezirk Neukölln bemüht sich bereits seit geraumer Zeit um die Behebung der städtebaulichen, funktionalen und gestalterischen Defizite der Karl-Marx-Straße, um dem Anspruch der Bevölkerung, auch über die Bezirksgrenzen hinaus, an ein lebenswerteres Zentrum gerecht zu werden. Dies ist nur durch die Besinnung auf die Stärken des Standorts möglich.

Vor diesem Hintergrund ist die Alte Post ein Schlüsselprojekt. Das denkmalgeschützte Gebäude mit Stadtbild prägender Wirkung und erheblichen Flächenpotenzialen ist wegweisend für die thematische Ausrichtung der Karl-Marx-Straße insgesamt.

Die Nutzungsvielfalt von Handel, Gastronomie, Kultur, Dienstleistungen und Wohnen macht die Karl-Marx-Straße zu einem der buntesten Zentren Berlins. Sie ist ein Ort, an dem viele Kulturen zusammenleben und sich begegnen. Dass eine Entwicklung der Post diese Potenziale nutzen sollte, wurde im Verlauf des Workshops deutlich und spiegelte sich in den vielen Vorschlägen wieder.

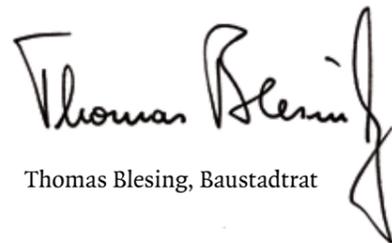
Das attraktive Gebäude mit großzügigen und flexibel nutzbaren Flächen kann eine neue strategische Ausrichtung der Karl-Marx-Straße effektiv unterstützen. Eine Idee, die zunehmend an Substanz gewinnt, ist die Entwicklung eines „Front-Office“ für die Kul-



tur- und Kreativ-Wirtschaft Neuköllns als Bestandteil dieses in Berlin boomenden Wirtschaftszweigs.

Welche Ausstrahlung das Gebäude als Kulturzentrum haben kann, wurde bereits 2008 bei der temporären Öffnung mit Ausstellungen, Performances und Events deutlich. Eine neue Veranstaltungsreihe wird es auch 2009 geben, gefördert durch die [Aktion! Karl-Marx-Straße] und mit Spannung erwartet von den Neuköllnern.

Dies alles ist in dieser Offenheit nur durch die enge Kooperation mit dem Eigentümer möglich. Auch dies hat der Workshop gezeigt: Die öffentliche Hand und der private Investor sind in der Karl-Marx-Straße zwei starke Partner. Angesichts der Ergebnisse des Workshops können wir gespannt und zuversichtlich in die Zukunft blicken, sowohl in Bezug auf die Alte Post als auch auf die gesamte Entwicklung der Karl-Marx-Straße.



Thomas Blesing, Baustadtrat

# VORWORT INVESTA/OIKOS

„Eine überzeugende Vision kann die Bündelung des Ideenpotentials und die Freisetzung zielgerichteter Energien bewirken.“  
Zitat Herbert Henzler

Die Alte Post in der Karl-Marx-Straße wurde 2008 durch die OIKOS GmbH erworben. Es bestand die Vision, die Immobilie wiederzubeleben und das Gebäude einer neuen Nutzung zuzuführen. Bereits zu diesem Zeitpunkt war man sich der Herausforderung der Entwicklung dieser besonderen Immobilie bewusst.

Ein großer Schritt zur Bündelung des vorhandenen Ideenpotentials, was an die neuen Eigentümer herangetragen wurde, war der zweitägige Workshop im April 2009, der in Zusammenarbeit mit dem Bezirksamt durchgeführt werden konnte.



Das denkmalgeschützte Gebäude der Alten Post gehört zu den prägenden und zentralen Gebäuden in der Karl-Marx-Straße, welches auch über die Bezirksgrenzen hinaus bekannt ist. Es ist ein Schlüsselprojekt, mit erheblichen Flächenpotenzialen für unterschiedlichste Nutzungen. Die Vielfalt der Nutzungsmöglichkeiten erstreckt sich von Handel, Gastronomie, Kultur und Dienstleistungen bis hin zu einer möglichen Wohnnutzung. Das markante Haus an der Ecke Karl-Marx-Straße / Anzengruber Straße verfügt über großzügige und flexibel gestaltbare Flächen, die an die Ansprüche der zukünftigen Mieter angepasst werden können.

Der Bezirk Neukölln vereint viele Kulturen und gehört damit zu den buntesten und vielfältigsten Bezirken in Berlin. Das Zusammenleben der verschiedenen Kulturen miteinander birgt große Potenziale. Das Ziel, diese Potenziale zu nutzen, wurde im Verlauf des Workshops deutlich und war in den vielen Ideen und Vorschlägen wieder zu finden.

Die temporäre Öffnung des Gebäudes durch Ausstellungen, Performances und Events, gefördert durch die [Aktion! Karl-Marx-Straße], ist ein erster Schritt, die Post mit Leben zu füllen und den Bekanntheitsgrad des Gebäudes über die Bezirksgrenzen hinaus zu stärken.

Durch die Kooperation zwischen der öffentlichen Hand und den Eigentümern ist es auch in diesem Jahr erneut möglich, eine temporäre Nutzung durchzuführen.

Angesichts der entstandenen Ideen und Visionen im Zuge des Workshops blicken wir zuversichtlich in die Zukunft. Wir bedanken uns bei den Vertretern des Bezirksamtes für die Unterstützung bei diesem Vorhaben und freuen uns auf eine weiterhin gewinnbringende und gute Zusammenarbeit.

Doreen Wießner,  
Investa Projektentwicklungs- und Verwaltungs  
GmbH

# ZUSAMMEN- FASSUNG

## Öffentlichkeit

Die Alte Post war aufgrund ihrer früheren Nutzung ein sehr öffentliches Gebäude und ist auch heute nach dem Wegfall der Postnutzung fest in den Köpfen der Bewohner Neuköllns verankert. Die Präsenz und die zentrale Lage an der Karl-Marx-Straße sollten auch zukünftig genutzt und das Gebäude wieder zu einem öffentlichen Ort werden. In diesem Zusammenhang ist auch die Etablierung von Non-Profit-Nutzungen mit einer großen öffentlichen Anziehungskraft zu prüfen.

## Raum

Die vorhandene Öffentlichkeit des Gebäudes wird durch die Umgestaltung des „Platzes der Stadt Hof“ verstärkt. In diesem Zusammenhang sollte über die öffentliche Nutzung des Innenhofes und der angrenzenden Straßen nachgedacht werden.

Die innere Strukturierung und Erschließung des Gebäudes bedürfen einer Neuordnung. Dabei sind die Empfehlungen unterschiedlich: Für das EG und das 1. OG wird überwiegend ein baldiger (Teil-)Umbau empfohlen. Für die oberen Stockwerke bietet sich an, erst eine Nutzungsstrategie zu entwickeln und zu testen, um dann den Bedürfnissen entsprechend, notwendige Umbauten zu realisieren.

## Nutzungen und Nutzungsmischungen

Für das Gebäude sind sehr unterschiedliche Nutzungen vorstellbar. Dies zeigen auch die Skizzen auf den ausgehändigten Karten während des Rundgangs (siehe Seitenum 24-27). Doch eine nachhaltige und wirtschaftliche Mischung der Nutzungen scheint schwer zu finden zu sein. Im Rahmen des Workshops wurden besonders Modelle für Themenimmobilien und Wertschöpfungsketten diskutiert und einige überraschende Ansätze formuliert.



Übereinstimmend wurde festgestellt, dass sich die Alte Post als Themenimmobilie eignen würde. Das gewählte Thema (z.B. Gold&Fest, Musik oder Kulturen) müsste jedoch eine nachhaltige Ausrichtung haben, eine gesamtstädtische Ausstrahlung besitzen und sollte wichtige lokale Ökonomien nicht ausgrenzen.

Zudem scheint die Alte Post aufgrund ihrer inneren Strukturierung für die Etablierung von Wertschöpfungsketten geeignet. Kreation, Produktion und Verkauf könnten eng verknüpft unter einem Dach stattfinden.

## Positionierung

In den Workshops wurden zwei mögliche Wege der Positionierung gleichberechtigt diskutiert:

Zum einen der Ansatz zuerst ein Label festzulegen und darunter die Nutzungen anzusiedeln. Dies hat den Vorteil gezielt Nutzungen zu suchen, trägt aber das Risiko,



frühzeitig ein Label auszuwählen, welches sich eventuell nicht etabliert und sich somit nicht langfristig entwickeln lässt.

Zum anderen wurde der Weg diskutiert, zu Beginn nur Akzente zu setzen und in diesem Rahmen geeignete Nutzungen zu suchen und zu festigen. In einem zweiten Schritt könnte dann ein starkes und nachhaltiges Label aus den etablierten Nutzungen heraus wachsen. Auf diesem Weg können ganz neuartige Label entstehen.

## Organische Projektentwicklung

In den einzelnen Arbeitsgruppen und während der Podiumsdiskussion wurde der Ansatz einer organischen Projektentwicklung intensiv diskutiert und von der Mehrzahl der Teilnehmer für das seit sechs Jahren leerstehende Gebäude empfohlen. Bei dieser Entwicklungsstrategie wäre eine baldige Zwischennutzung des Gebäudes mit einer langfristigen thematischen Entwicklung eng verbunden. Ziel ist dabei immer die Entwicklung und Positionierung eines ganzheitlichen Nutzungskonzeptes.

# ABLAUF WORKSHOP

## ERSTER WORKSHOPTAG

29. APRIL 2009

### 1 Besichtigung des Gebäudes

Nach der Begrüßung durch den Neuköllner Baustadtrat Thomas Blesing besichtigten die Teilnehmer gemeinsam das Gebäude. Doreen Wießner von der Investa GmbH erläuterte die unterschiedlichen Gebäudeteile und deren frühere Nutzungen.

### 2 Erste Intuitionen

Zum Ende des Rundgangs wurden Karten mit Grundrissen des Gebäudes verteilt, in welche die Teilnehmer ihre ersten Assoziationen und Ideen einzeichneten.

### 3 Begrüßung durch den Eigentümer

Im Namen der Eigentümer vertreten durch die Investa begrüßt Doreen Wießner die Teilnehmer, nennt nochmals wichtige Rahmendaten für das Gebäude und stellt die Ziele des Workshops aus ihrer Sicht dar.

### 4 Impulsreferate und gemeinsames Abendessen

Während eines gemeinsamen Abendessens an einer langen Tafel werden drei Impulsreferate von Frau Reiz, Herrn Dr. Spars und Frau Rohde gehalten, die neue Wege in der Projektentwicklung und lokale Potentiale vorstellen.



## ZWEITER WORKSHOPTAG

30. APRIL 2009

### 1 Einführung

Anhand von Analysekarten zur städtebaulichen Einbindung, ökonomischen Struktur und zu Kunst- und Kulturstandorten wird der Kontext der Alten Post von Studio UC erläutert. Herr Evertz (BSG) stellt die [Aktion! Karl-Marx-Straße] mit ihren Zielsetzungen und Handlungsschritten vor.

Anschließend werden die einzelnen Themen der Arbeitsgruppen präsentiert.

### 2 Arbeitsgruppen

In fünf Arbeitsgruppen werden die Themen Raumstrategien, Positionierung, Nutzungsmix und Projektentwicklung diskutiert und anschließend die Ergebnisse allen Teilnehmern vorgestellt.

### 3 Podiumsdiskussion

In einer abschließenden Podiumsdiskussion werden die Ergebnisse zwischen Experten, Eigentümern, Bezirksamt und den Teilnehmern reflektiert.

# EINFÜHRUNG KONTEXT ALTE POST

## UMFELDDANALYSE

Als Grundlage für den Workshop wurde anhand von Analysekarten die Lage der Alten Post im städtischen Kontext erläutert: Auf der Karte zur stadträumlichen Einbindung sind die wichtigsten Verkehrsachsen Karl-Marx-Straße, Flughafenstraße – Erkstraße dargestellt. Darüberhinaus wird die zukünftig bedeutsame Verbindung vom Tempelhofer Feld, vorbei am Kindl-Areal bis zum Platz der Stadt Hof hervorgehoben. Die Alte Post liegt an oder sehr nahe an allen drei Achsen.

Auf der Karte zur ökonomischen Struktur wird die Lage der Alten Post zwischen den benachbarten Einkaufszentren deutlich. Zudem beschreibt sie die Situation in Neukölln, die durch wachsende kreative und ethnische Ökonomien geprägt wird.

Im Bereich der Kunst- und Kulturstandorte ist zurzeit ein deutlicher Trend der Kreativzuwanderung aus den Bezirken Kreuzberg und Friedrichshain nach Neukölln zu beobachten. Diese Entwicklung hat bislang am stärksten den Reuterkiez geprägt, doch weitet sich der Trend immer weiter nach Süden aus. Drei wichtige kulturelle Institutionen Neuköllns – der Saalbau, das Passagekino und die Neuköllner Oper – liegen in der unmittelbaren Nähe der Alten Post.



Geschäfte an der Karl-Marx-Straße

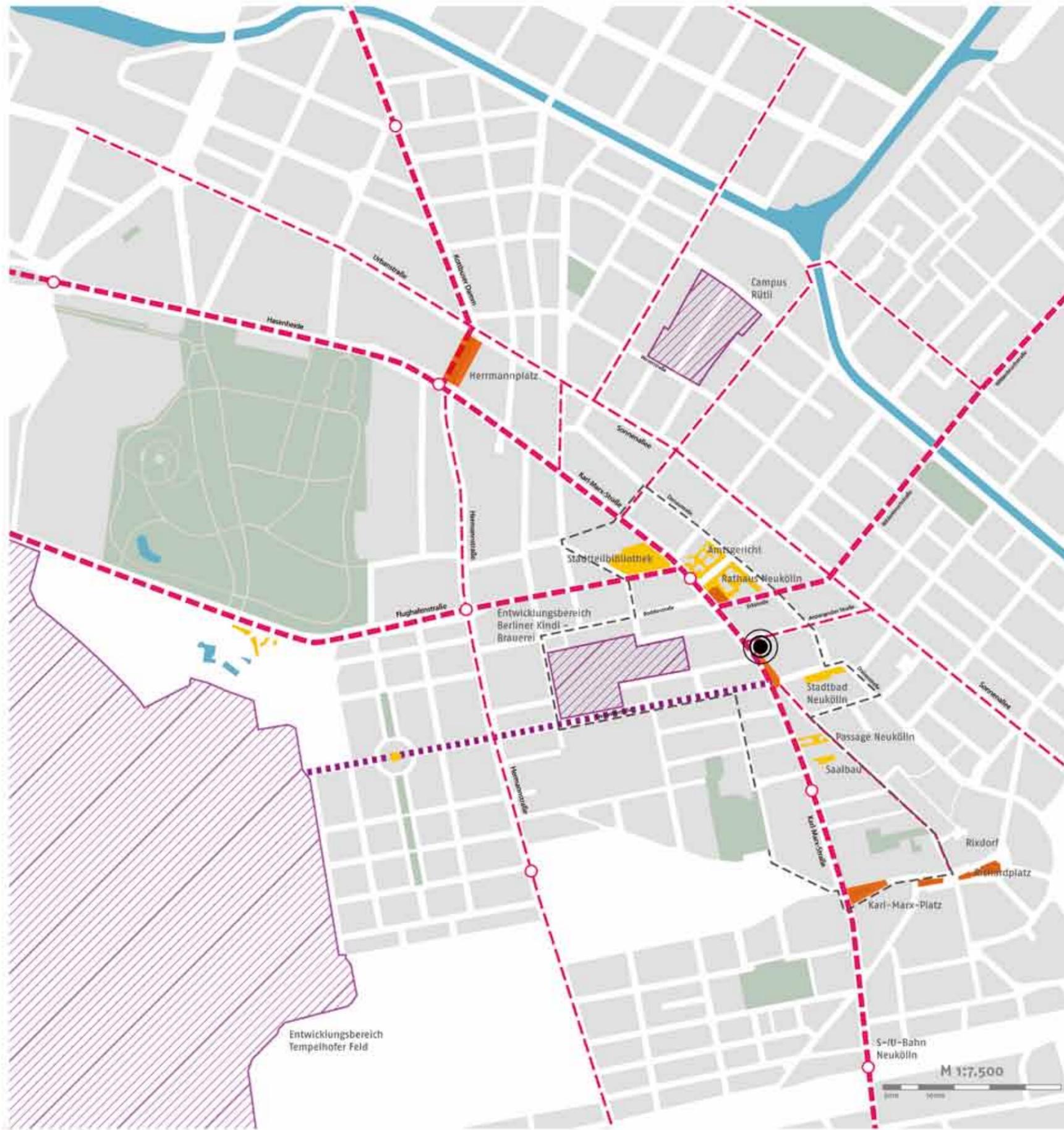


Umfeld Alte Post



Ethnische Ökonomien



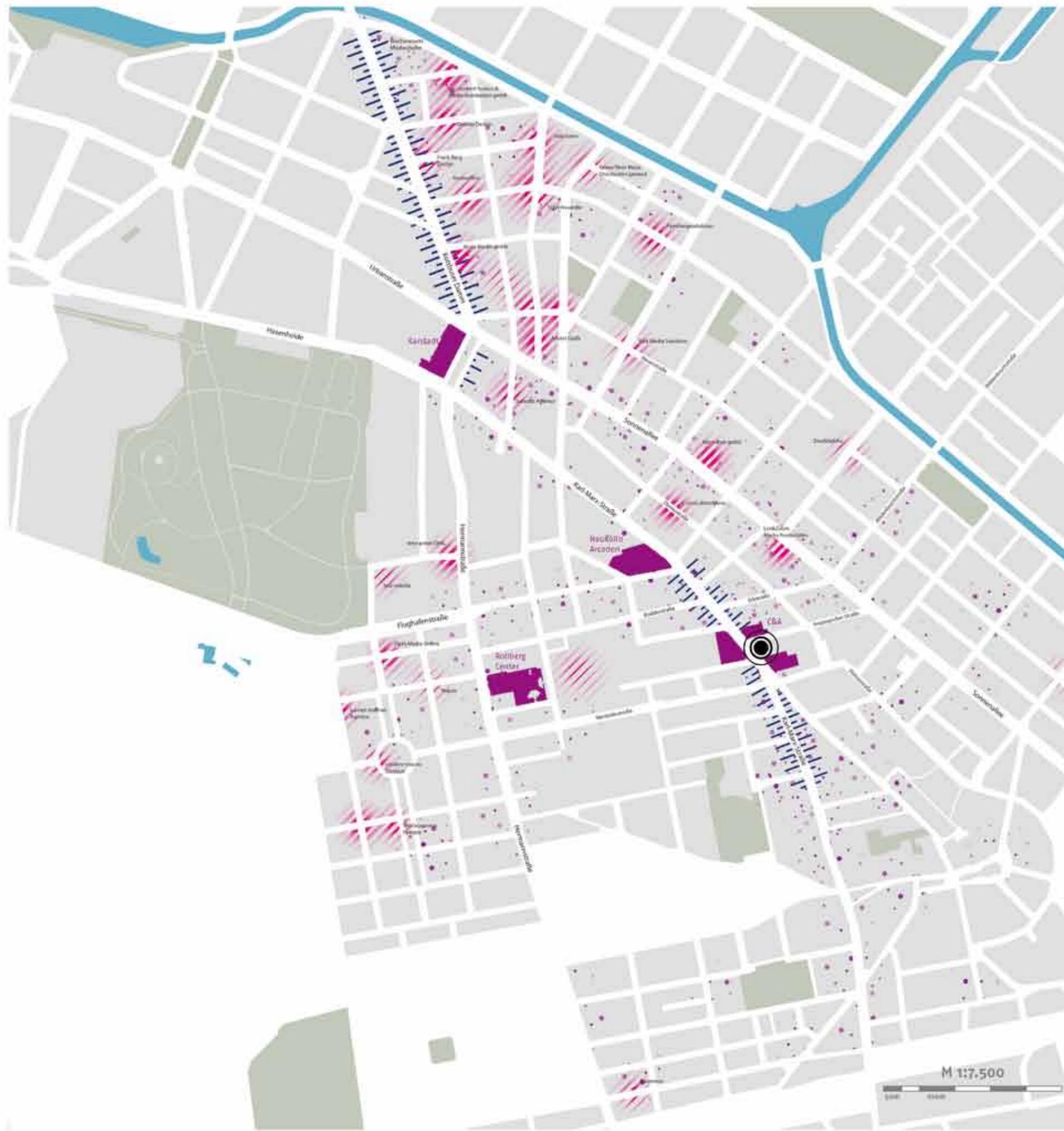


Workshop Alte Post - Karl Marx Straße 29./30. April 09  
**Stadträumliche Einbindung**



QM Gebiete Nordneukölln

-  Standort Alte Post
-  Öffentliche Einrichtungen und Plätze
-  Entwicklungsbereiche
-  Hauptverbindungen
-  Künftig wichtige Verbindung
-  Grenze aktive Zentren



Workshop Alte Post – Karl Marx Straße 29./30. April 09  
**Ökonomische Struktur**

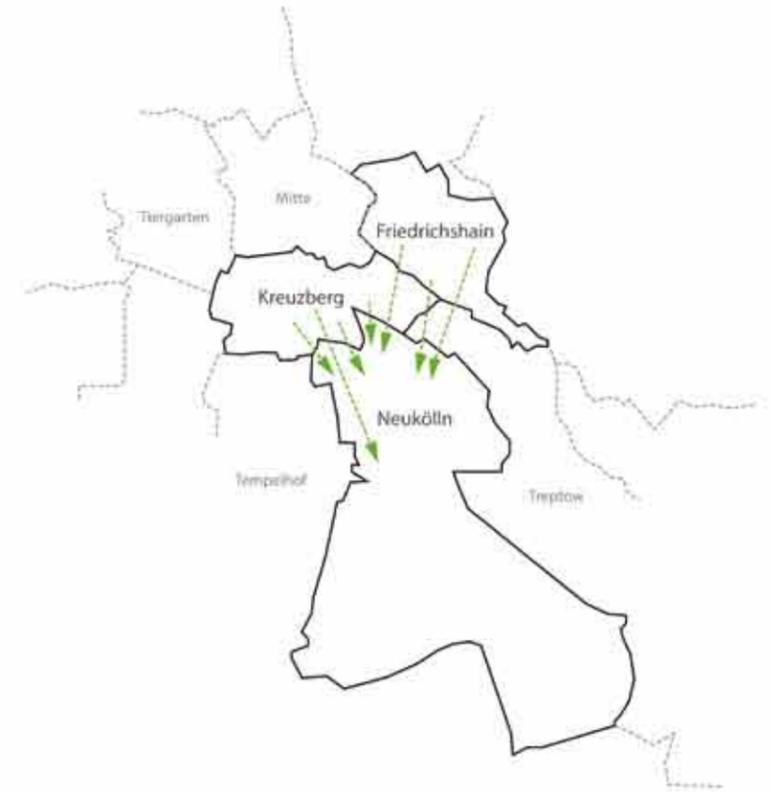


EZH Konzentration entlang der Straßenzüge

-  Standort Alte Post
-  Einkaufszentren / Warenhäuser
-  Kreative Ökonomien
-  Ethnische Ökonomien
-  mehrheitlich Filialisten



Workshop Alte Post – Karl Marx Straße 29./30. April 09  
**Kunst- und Kulturstandorte**



**Kreativzuwanderungen**

-  Standort Alte Post
-  Kunst/Kulturelle Institutionen
-  Kunst- und Kulturräume
-  Kinostandorte



# EINFÜHRUNG AKTION! KARL-MARX-STRASSE

## [AKTION! KARL-MARX-STRASSE]

Die Neuköllner Karl-Marx-Straße befindet sich im Aufbruch: Auf Grundlage des Leitbildes „jung, bunt, erfolgreich - handeln, begegnen, erleben“ sind vielfältige Maßnahmen zur Revitalisierung des Berliner Hauptzentrums vorgesehen, darunter der Umbau der Straße, ein Geschäftsstraßenmanagement und die Stärkung des Kulturstandorts. Im Rahmen des Programms Stadtumbau-West und aufgrund des Status als Untersuchungsgebiet für die städtebauliche Sanierung konnte bereits eine Reihe von Aktivitäten durchgeführt werden. All dies und viel mehr wird in der [Aktion! Karl-Marx-Straße] verknüpft. Zur Bündelung der Kräfte und des großen Engagements dient die Gründung der Initiative unter gleichem Namen. In der [Aktion! Karl-Marx-Straße] werden Eigentümer, Gewerbetreibende, Anwohner, Initiativen, Vereine, Künstler, Kulturschaffende, Politik und Verwaltung gemeinsam die Zukunft gestalten. Erste Leuchtturmprojekte der [Aktion! Karl-Marx-Straße] waren die temporäre Wiedereröffnung der Alten Post mit kulturellen Nutzungen im Jahr 2008 sowie die Umgestaltung des Kulturstandorts Passage.

Allen Planungsansätzen gemein ist das Selbstverständnis, die dynamische Vielfalt von Herkunft, Zugehörigkeiten und Lebensentwürfen - Wesensmerkmal großer Städte - als Grundlage für eine nachhaltige Entwicklung und erfolgreiche Zukunft zu verstehen und die darin liegenden Chancen zu nutzen. Die Multi-Ethnizität und Vielfalt der Karl-Marx-Straße soll als Alleinstellungsmerkmal ausgebaut werden. In diesem Zusammenhang ist auch die internationale Vorreiterrolle, die Neukölln in Fragen der Integration einnimmt, zu erwähnen.

So ist der Bezirk Neukölln Pilotpartner des Europarates im Rahmen des Projekts „Intercultural Cities“, an dem insgesamt elf europäische Städte teilnehmen und für das aus Deutschland der Bezirk Neukölln ausgewählt wurde. Ziel ist es, die Menschen im Bezirk dabei zu unterstützen, eine Form des Zusammenlebens zu finden, in der kulturelle Vielfalt, der interkulturelle Dialog und die Mehrsprachigkeit als Chance begriffen und gelebt werden. Die Strategie für die Karl-Marx-Straße soll Bestandteil dieses Ansatzes werden.

Weitere Informationen unter [www.aktion-kms.de](http://www.aktion-kms.de)

## AKTION! KARL-MARX-STRASSE



### Maßnahmenplan



### Bund-Länder-Förderprogramm "Aktive Stadtzentren" Bewerbungsbereich Neukölln - Karl-Marx-Straße

Quelle der Kartengrundlage: AUK/Plan 2007  
 Ave Et-Panor, Stadtplanung, Vermessung  
 Bauamt Neukölln von Berlin

Maßstab: 1:1.000 (im Original 1:500)  
 Foto: JAP, krausmühlbau, H&L,  
 Center AG, Christine Schöler, Bau  
 Zucht, BA Neukölln, André Lohr  
 Datum: 16.05.2009  
 PL00016\_Maßnahmen

Leitbild 2020

**jung bunt erfolgreich**



**Handeln**  
Der *erfolgreiche* Anziehungspunkt für Handel, Kultur und Dienstleistungen

**Begegnen**  
Der Treffpunkt um das *Bunte* zu entdecken

**Erleben**  
Der Ort, an dem sich *Altes und Junges* selbstbewußt und kreativ miteinander verbindet

Interessen bündeln!

Platz schaffen!

Vielfalt stärken!

## Entwicklungsziele

Die Karl-Marx-Straße wird ein junges und buntes Hauptzentrum Berlins sein. Sie soll wieder eine erfolgreiche Einkaufsstraße werden.

Um ein erfolgreicher Anziehungspunkt für Handel, Dienstleistungen und Kultur zu sein, müssen Bürger, Verwaltung und Politik ihre Interessen bündeln. Nur durch gemeinsames Handeln können nachhaltige Verbesserungen erzielt werden.

Dies erfordert einen Dialog. Nur über ein funktionierendes Kommunikationsnetzwerk zwischen allen Handelnden kann dies erreicht werden.

Damit die Karl-Marx-Straße ein bekannter und beliebter Treffpunkt wird, muss die Aufenthaltsqualität verbessert werden. Es gilt, mehr Platz für Fußgänger und Radfahrer zu schaffen.

Der Stadtraum wird zum Erlebnisraum werden, den es sich lohnt zu entdecken. Stadtbild prägende Gebäude sollen durch ihre Außenwirkung und Nutzung stärker heraus gestellt werden.

Die Nutzungsvielfalt von Handel, Gastronomie, Kultur, Dienstleistungen und Wohnen wird gestärkt, um ein bunter Ort zu sein.

Die Karl-Marx-Straße ist ein Ort, an dem viele Kulturen zusammenleben und sich begegnen.

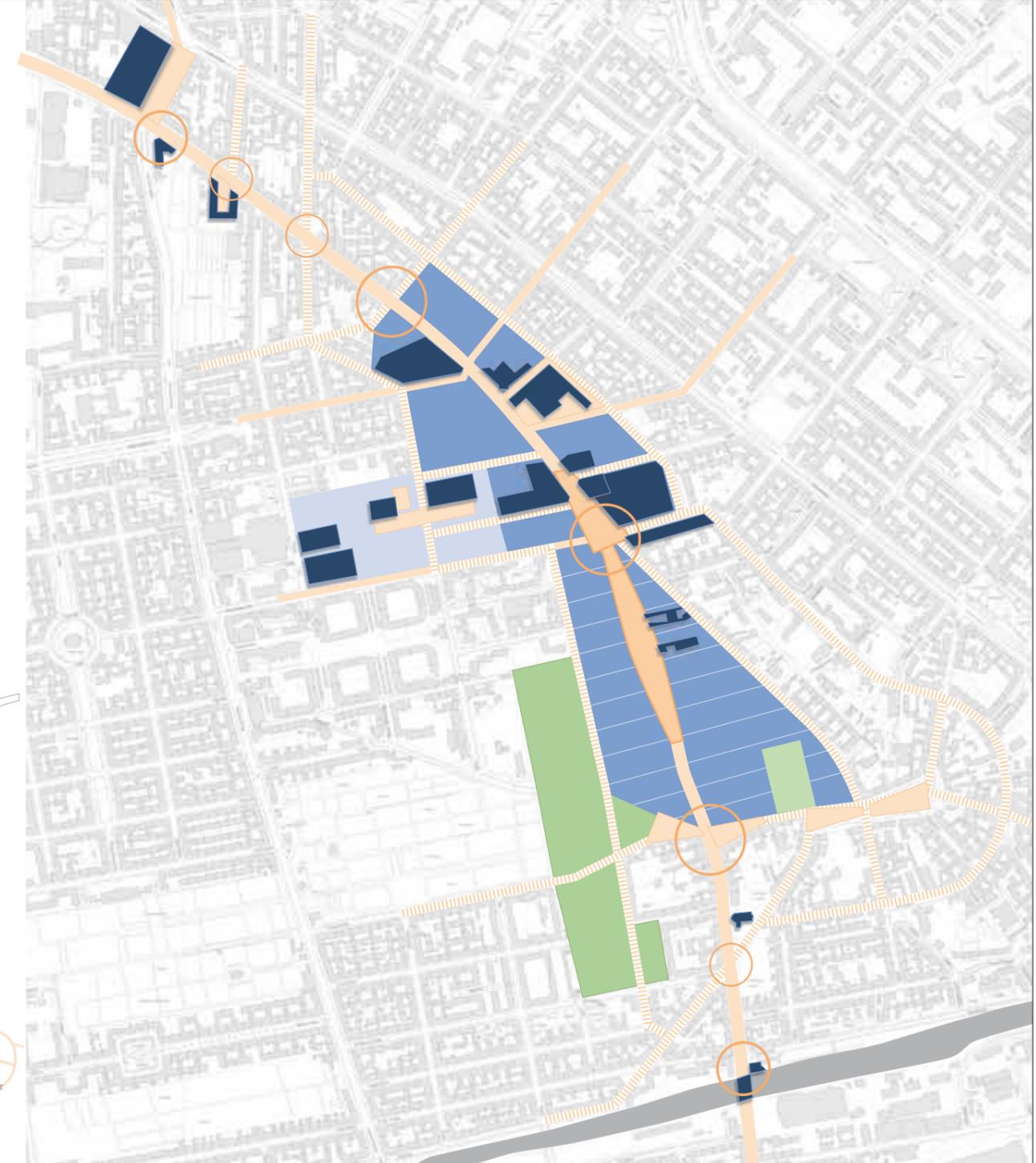
Eine junge und bunte Karl-Marx-Straße muss kinder- und familienfreundlich sein.

## Räumliches Konzept

Zentrum stärken  
Anziehungspunkte und Akteursnetzwerke

Erlebnissräume schaffen  
öffentlicher Raum und besondere Orte

Quartiere vernetzen  
Wegeverbindungen



Bund-Länder-Förderprogramm "Aktive Stadtzentren"  
Bewerbeitragsbeitrag  
Neukölln - Karl-Marx-Straße

in Auftrag von:

Umfeld der Kartierung: ALA-Karte 2007  
Ausschnitt für Planung, Bauüberwachung, Veranschaulichung  
Nachbarn: Neukölln von Berlin

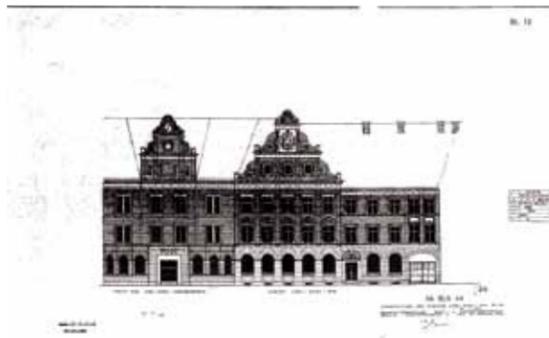
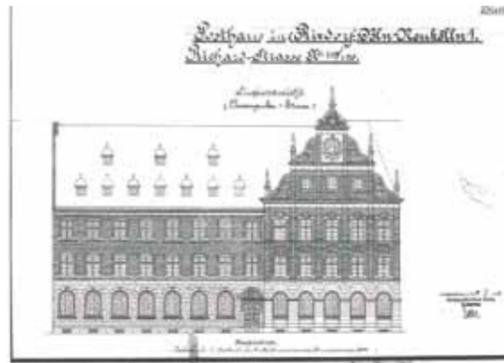
Masstab: 1:10.000 im Original  
Foto: Christiane Schröder, Annette Lohrer, Steffi Koppmann, JSP  
Datum: 10.05.08  
Planung: Lohrer & JSP

# EINFÜHRUNG GEBÄUDE ALTE POST

## POSTGEBÄUDE

Das Postamt an der Ecke Anzengruberstraße gehört wie das Neuköllner Rathaus und das Amtsgericht an der Schönstedtstraße zu einer Reihe öffentlicher Bauten, die kurze Zeit nach der Ernennung Rixdorfs zur Stadt (1899) entstanden sind und die die Herausbildung eines Stadtzentrums in der heutigen Karl-Marx-Straße prägten. 1906 wurde das neue Postamt „Rixdorf 1“, ein Kaiserliches Postamt 1. Klasse, eingeweiht. Zwischen 1923 und 1926 entstand in der Donaustraße, unmittelbar an das Postgebäude anschließend, ein Fernsprechamt.

Das Hauptgebäude an der Karl-Marx-Straße, entstanden nach Entwürfen des Postbaurats Hermann Struve, wurde als achsialsymmetrische, schräg zur heutigen Karl-Marx-Straße liegende, Zweiflügelanlage konzipiert. Die von einem zentralen Giebel gekrönte Hauptfassade, die eingezogen hinter einem halbrunden Vorbau liegt, ist zur Grundstücksecke ausgerichtet. Die Seitenfronten mit mächtigen Giebelschlüssen sind zu den beiden Straßen ausgerichtet. Von 1979-1982 wurde das denkmalgeschützte Postgebäude in umfassenden Baumaßnahmen restauriert, modernisiert und durch einen Neubau auf dem ehemaligen Verladehof erweitert.



## Wichtige Gebäudedaten

Das gesamte Gebäude steht unter Denkmalschutz

Grundstücksfläche 5.584 qm  
Baujahr ca. 1905-1907, Anbau 1982

### Vermietbare Flächen

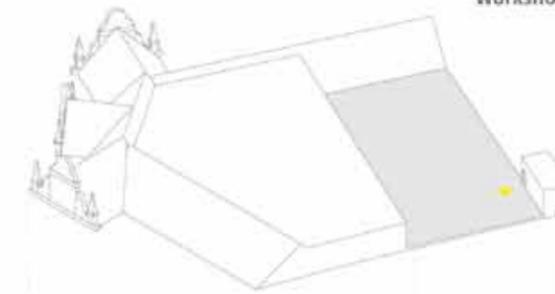
4. OG	1.445 qm BFG	0 qm vermietbar
3. OG	1.910 qm BFG	1.544 qm vermietbar
2. OG	1.914 qm BFG	1.669 qm vermietbar
1. OG	1.884 qm BFG	1.600 qm vermietbar
EG	1.505 qm BFG	1.177 qm vermietbar
Keller	1.306 qm BFG	544 qm vermietbar

ca. 57 Stellplätze im Innenhof  
Ziegelmauerwerk mit Spitzdach  
Fernwärme  
Traglasten ca. 5kN/qm

Workshop Alte Post – Karl Marx Straße 29./30. April 09

## Gebäudestruktur

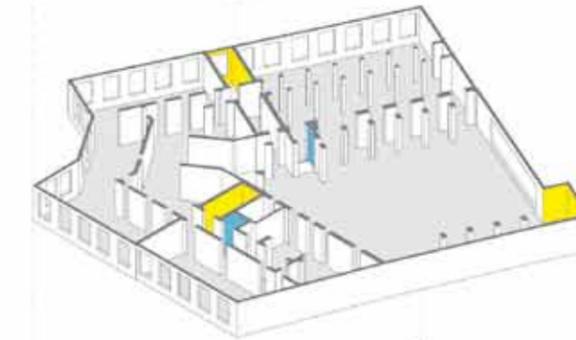
Dachgeschoss



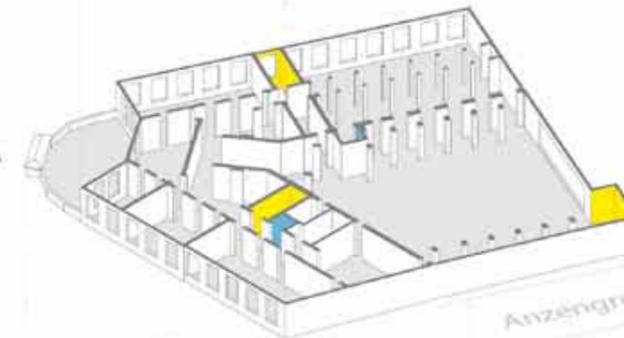
3. Obergeschoss



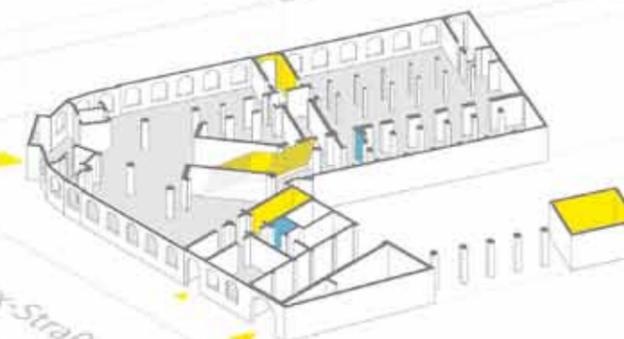
2. Obergeschoss



1. Obergeschoss

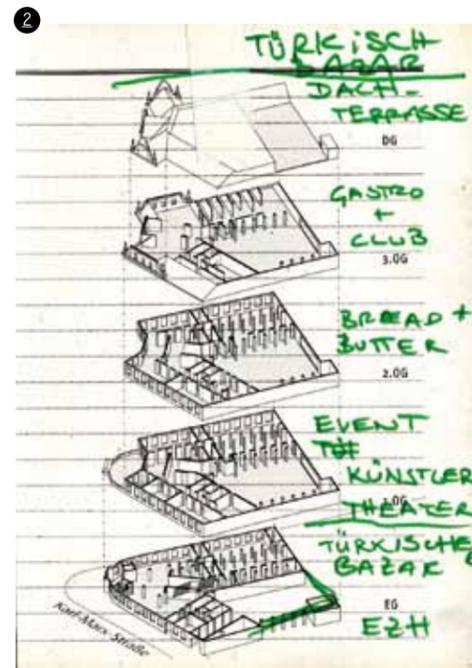
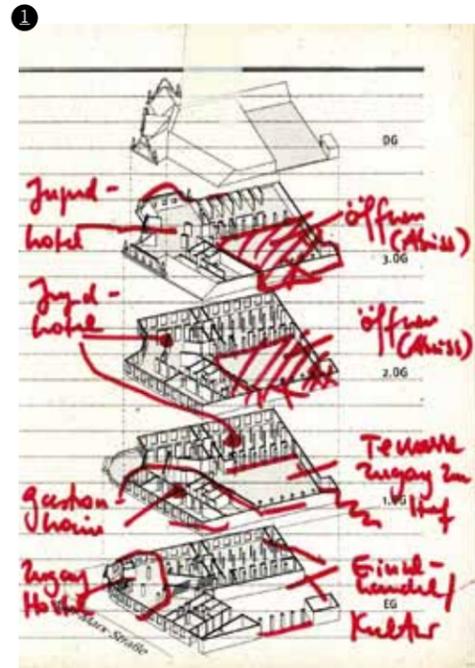


Erdgeschoss



- Nutzfläche
- Treppen
- Eingänge
- Aufzugschächte

# ERSTE INTUITIONEN



1 Jugendhotel  
 Jugendhotel | öffnen (Abriss)  
 Jugendhotel | öffnen (Abriss)  
 Gastronomie | Terrasse, Zugang zum Hof  
 Zugang Hostel | Einzelhandel, Kultur

2 Türkischer Basar  
 Dachterrasse  
 Gastronomie und Club  
 Bread + Butter  
 Event, Künstler, Theater  
 Türkischer Basar, Einzelhandel

3 Hotel Alte Post  
 Pool  
 Spa | Fitness Club  
 Hotelzimmer | Veranstaltung Ballsaal  
 Hotelzimmer | Restaurant Bar  
 Shopping

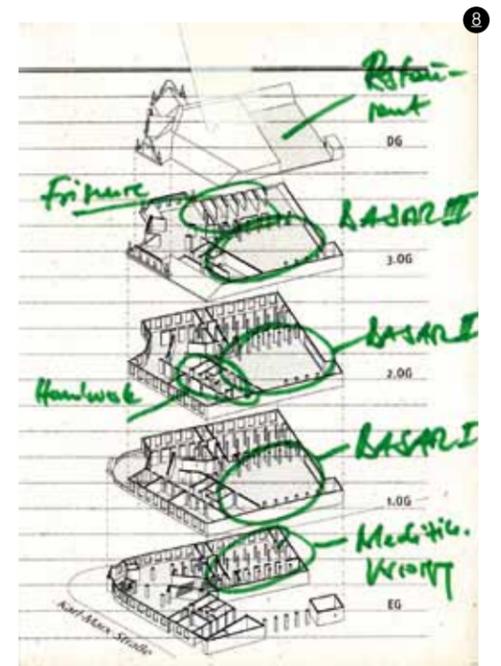
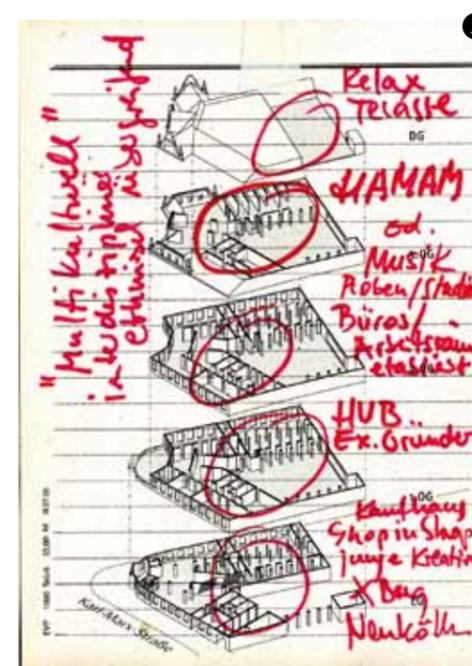
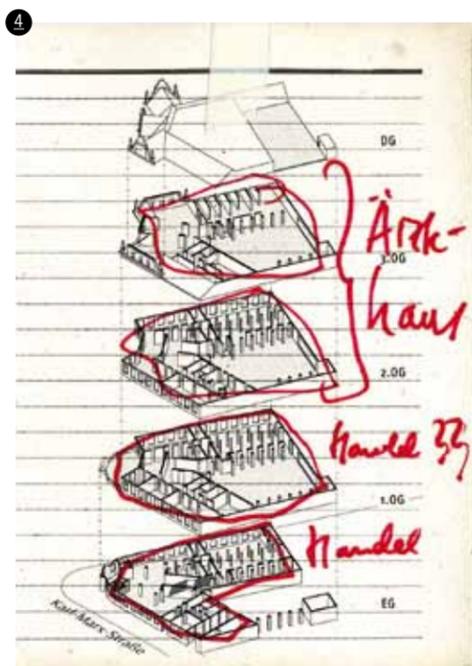
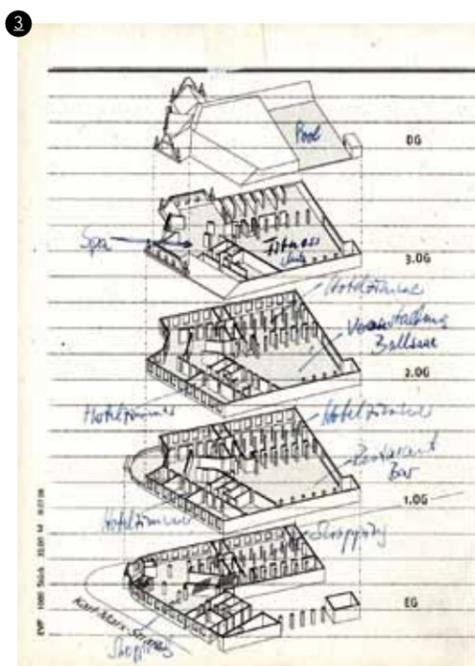
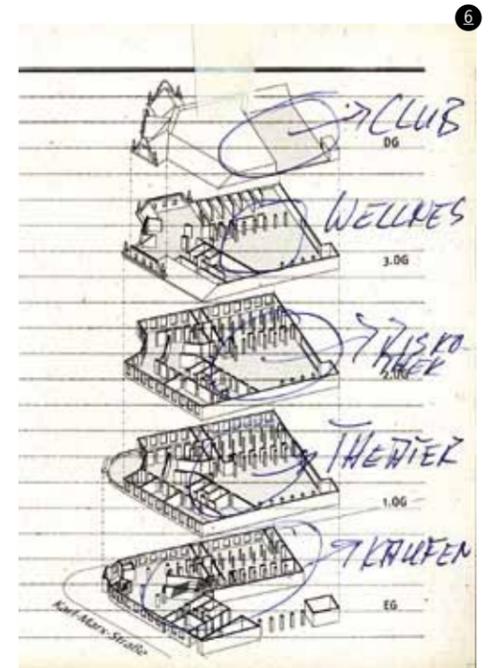
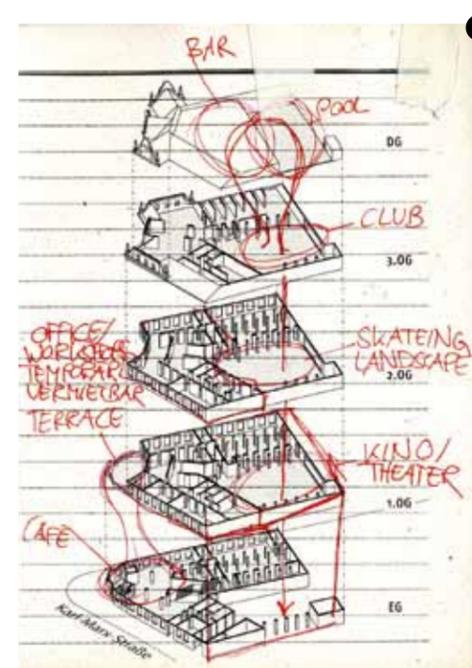
4 Ärztehaus  
 Ärztehaus  
 Handel  
 Handel

5 Skating Landscape  
 Bar | Pool  
 Club  
 Office, Workshops | Skating Landscape  
 Terrasse | Kino, Theater  
 Café

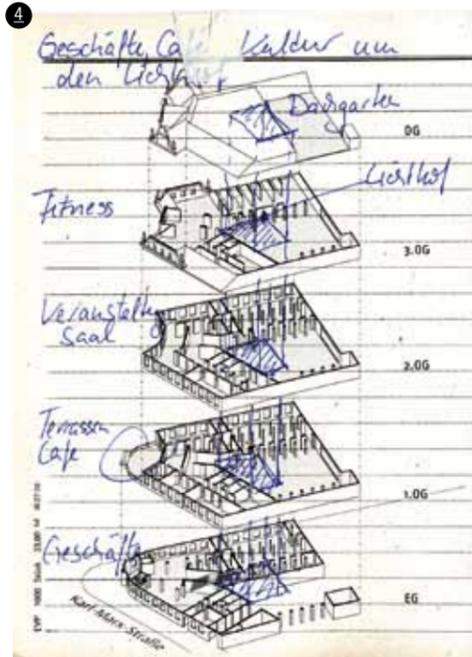
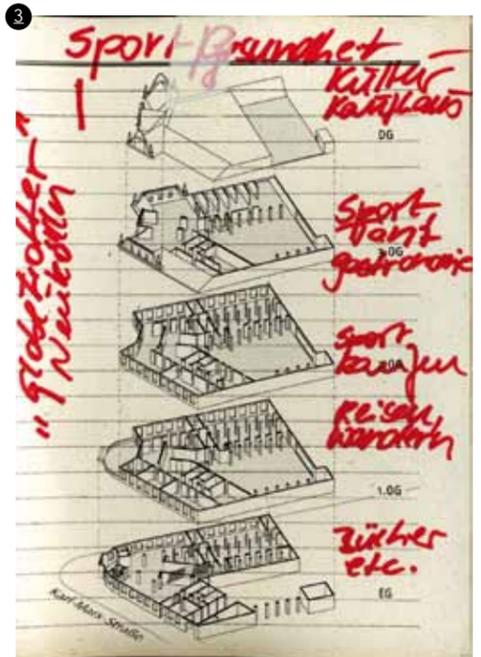
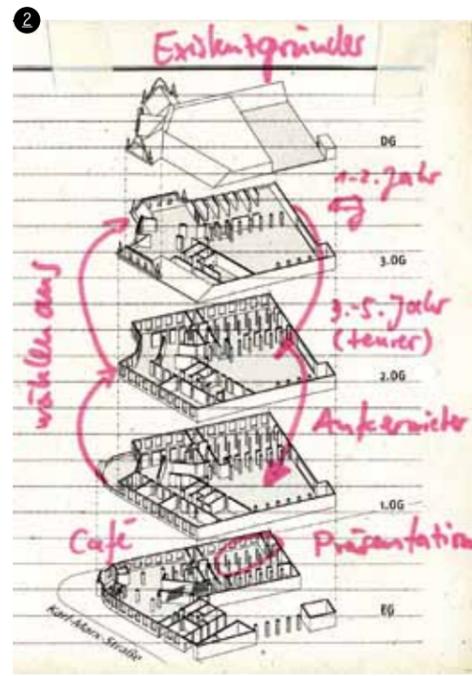
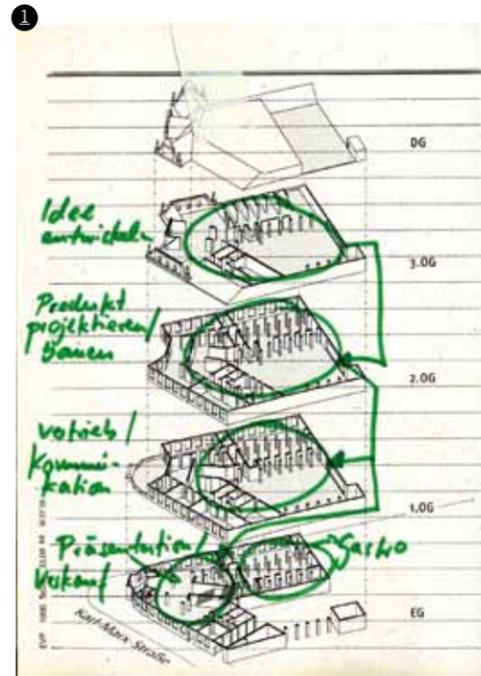
6 Club-Kultur  
 Club  
 Wellness  
 Diskothek  
 Theater  
 Kaufen

7 Multikulturell  
 Relaxterrasse  
 Hamam oder Musik (Proben, Studio)  
 Büros, Arbeitsräume  
 HUB Existenzgründer  
 Kaufhaus, Shop in Shop, junge Kreative

8 Basar I - III  
 Restaurant  
 Friseur | Basar III  
 Handwerk | Basar II  
 Basar I  
 Medizinische Versorgung



# ERSTE INTUITIONEN



1 Wertschöpfungskette  
Idee entwickeln  
Produkt projektieren und entwickeln  
Vertrieb, Kommunikation  
Präsentation, Verkauf, Gastronomie

2 Existenzgründer  
1.-2. Jahr  
3.-5. Jahr  
Ankermieter  
Café | Präsentation

3 Sport und Gesundheit  
Sport, Tanz, Gastronomie  
Sport kaufen  
Reisen, Wandern  
Bücher etc.

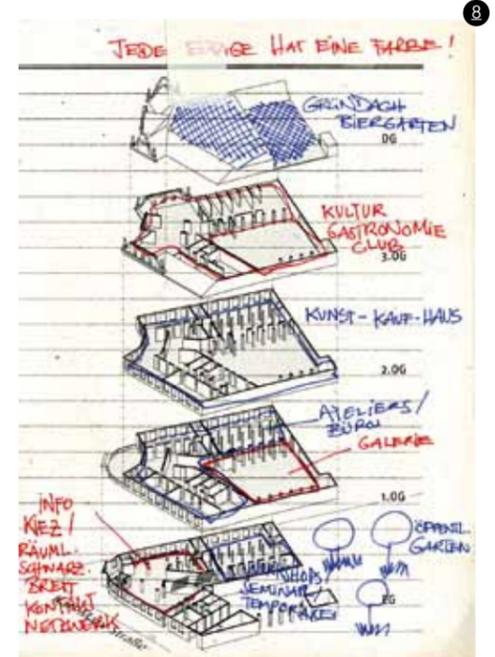
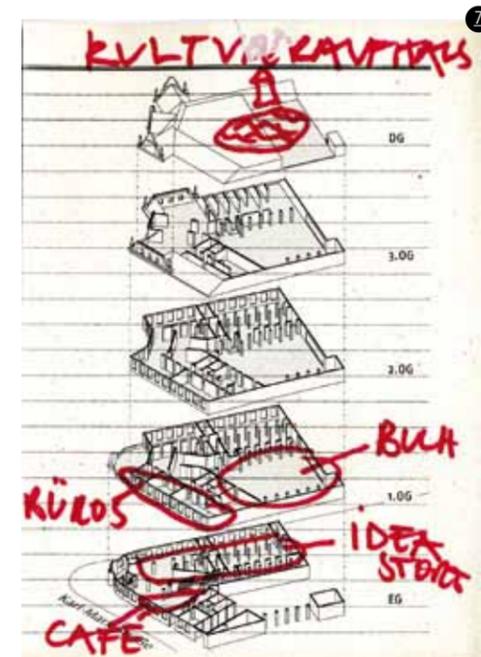
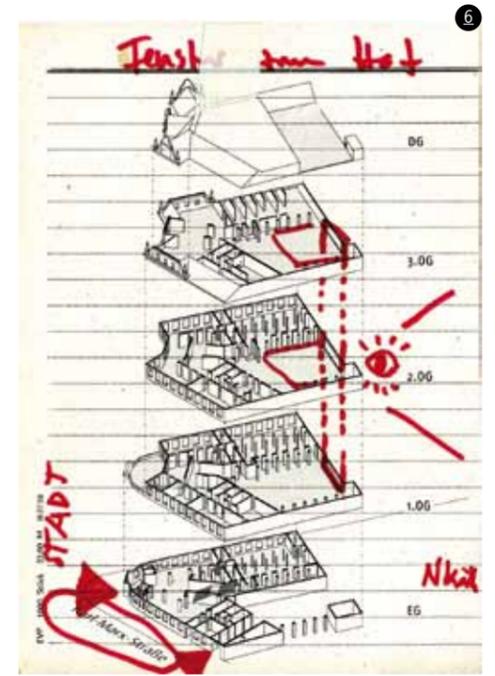
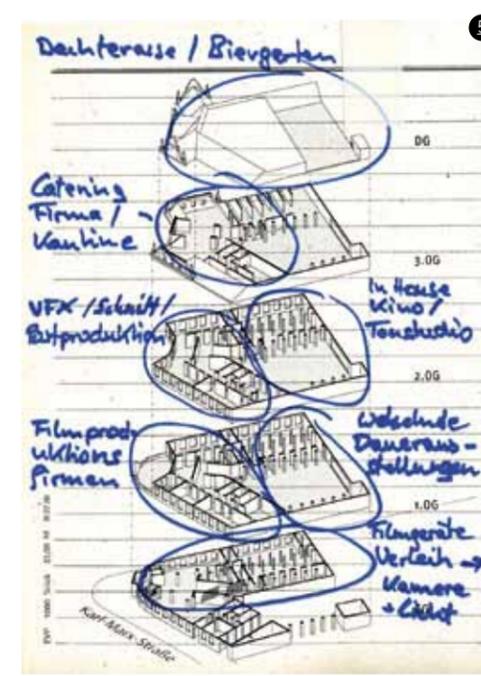
4 Lichthof  
Dachterrasse  
Fitness  
Veranstaltung, Saal  
Terrasse, Café  
Geschäfte

5 Themenimmobiliäre Film  
Dachterrasse, Biergarten  
Cateringfirma, Kantine  
VFX, Schnitt, Postproduktion | Kino,  
Tonstudio  
Filmproduktionsfirmen | Ausstellungen  
Filmgeräteverleih, Kamera, Licht

6 Fenster zum Hof

7 Kulturkaufhaus  
Büros | Buch  
Café | Idea Store

8 Jede Etage hat eine Farbe  
Gründach, Biergarten  
Kultur, Gastronomie, Club  
Kunst-Kauf-Haus  
Ateliers, Büros | Galerie  
Info Kiez, Netzwerk | Seminar |  
öffentl. Garten

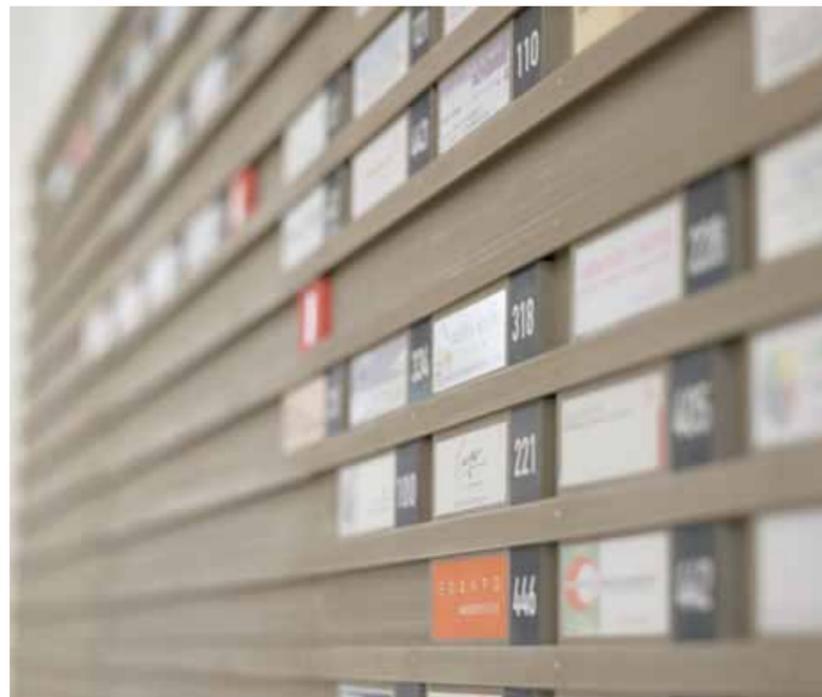


Die im Folgenden zusammengefassten drei Impulsreferate wurden am ersten Abend während eines gemeinsamen Abendessens gehalten. Ziel war es, Impulse und neue Ideen zu möglichen Entwicklungsrichtungen für die Alte Post zu geben. Aufgrund der konkreten Beispiele und der gesammelten Erfahrungen entstanden im Anschluss lebhaft Diskussionen zu neuen Entwicklungsrichtungen und den Potentialen des lokalen Umfeldes.

## CARMEN REIZ: JOSETTI-HÖFE

Carmen Reiz stellt in ihrem Impulsreferat die Entwicklung einer Immobilie an der Spree in Berlin durch Zwischennutzungen vor.

Das Bauwerk in der Rungestraße, Berlin wurde 1906 auf einem ehemaligen Holzlagerplatz errichtet. Es besteht aus zwei Komplexen, die sich bis zur Spree erstrecken. Hier residierten im Laufe der letzten einhundert Jahre ein Holz- und Metallverarbeitungsbetrieb, die Zigarettenfabrik Josetti (die dem Gebäude noch heute seinen Namen gibt) ein Dokumentarfilmstudio, der DDR-Chiphersteller Robotron sowie zuletzt die Senatsverwaltung für Finanzen. Der gesamte Komplex steht unter Denkmalschutz.



Mieter-Tafel in den Josetti-Höfen

Nachdem die Senatsverwaltung 2003 aus dem Gebäude ausgezogen war, stand es leer und galt als unvermietbare Immobilie.

2004 konnte Carmen Reiz, eine durch Projekte des Quartiersmanagements erfahrene Agentin, die anfangs zögernden Eigentümer überzeugen, das nicht renovierte Gebäude für ein Experiment zum gegenseitigen Vorteil von Eigentümer, Zwischennutzern und Agentin zur Verfügung zu stellen. Sie präsentierte ein Konzept für die kurzfristige, kleinteilige Vermietung des 13.000 qm großen Gewerbehofes an eine Vielzahl von Kleinstnutzern aus dem kreativen Milieu. Die mit dem Konzept verbundenen Einschränkungen – geringer Ausbaustandard und Kündigungsfristen von nur 1 bis 3 Monaten – sind für herkömmliche Mieter unattraktiv, entsprechen aber den Bedürfnissen vieler temporärer Nutzer, die zugleich von den niedrigeren Mieten profitieren. Über 200



Zentrale Lage in der Rungestraße



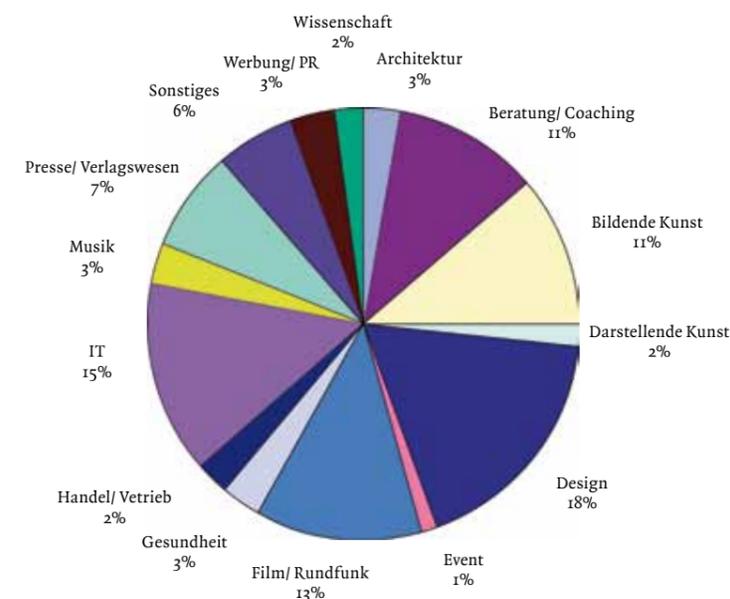
Mieter konnten so gewonnen werden. Gegenwärtig lasten sie das Gebäude zu 98 Prozent aus. Momentan liegt die Netto Kaltmiete bei 6 – 7 Euro/qm. Dazu kommt eine Betriebskostenpauschale von ca. 4,80 Euro/qm. Es entstand eine planmäßig erzeugte Mischung verschiedenster Mieter: Kurzzeitmieter wie Filmproduktionen teilen sich die Räume des Gewerbehofs mit Einzelmietern oder Bürogemeinschaften aus dem Kreativbereich. Durch den allmählichen Ausbau eines breit gefächerten Kontaktnetzwerkes entstand ein stabiler Pool potentieller Mieter. Der Eigentümer profitierte durch die Übernahme laufender Kosten seitens der Mieter sowie durch – wenngleich moderate – Mieteinnahmen im Anschluss an die Startphase. Mit den Mieteinnahmen wurde zudem das Büro von Carmen Reiz als Asset- und Facility-Managerin finanziert, die das arbeitsintensive Mikromanagement für die vielen kleinen und kurzzeitigen Mieter übernahm. Es entstand die weithin bekannte Marke „Josetti Höfe“.

Nach einem Eigentümerwechsel im Jahr 2008 soll das Konzept verstetigt und weiterentwickelt werden, um die Mieteinnahmen zu erhöhen und das Gebäude rentabel zu machen. Ziel ist eine schrittweise Aufwertung des Ausbaustandards und somit eine Anhebung der Mieten sowie eine stärkere Mischnutzung. An der Spreeseite sollen Wohnungen entstehen, in der Mitte gibt es weiterhin Einzelraumvermietungen. In den übrigen Bereichen sollen größere Einheiten vermietet werden, so dass sich die Größe der Gemeinschaftsflächen reduziert. Zudem sollen gemeinsame Ausstellungsräume entstehen.

Die in den Josetti-Höfen gesammelten Erfahrungen wurden zu einem vermarktbareren »Produkt«: Immobilienentwicklung durch sich verstetigende Zwischennutzungen. Aus Sicht des Eigentümers zeigt sich der Erfolg des Modells Josetti-Höfe unter anderem daran, dass man den Plan eines möglichst raschen Verkaufs des Gebäudes verwerfen konnte.

Dieses Modell der organischen Immobilienentwicklung ist durchaus übertragbar. Aus Sicht von Carmen Reiz müssten jedoch zu Anfang eines Projektes klare Rahmenbedingungen mit den Eigentümern ausgehandelt werden.

Weitere Informationen unter [www.josettihoeft.de](http://www.josettihoeft.de)



## PROF. DR. GUIDO SPARS: THEMENIMMOBILIEN

Prof. Dr. Guido Spars stellt in seinem Impulsreferat Entwicklungsstrategien für Themenimmobilien vor.

### Die Idee der Themenimmobilie

Die Idee der Themenimmobilie beruht auf dem Agglomerationseffekt thematisch verwandte Unternehmen an einem Standort zu konzentrieren - durch die räumliche Nähe entstehen ökonomische Vorteile:

- Kurze und dichte Kommunikationswege
- schnellere Adaption von Innovationen
- Arbeit an einer gemeinsamen Wertschöpfungskette
- Herausbildung von neuen Kooperationsmöglichkeiten
- Zugriff auf gemeinsame, spezialisierte Infrastruktur (Sekretariat, Konferenz- und Besprechungsräume etc.)
- Marketing über die gemeinsame Adressbildung (Dachmarke)

Als Beispiele für das relativ neue Phänomen der Themenimmobilie werden der Designport in der Hafencity Hamburg, das Karostar – Musikhaus St. Pauli in Hamburg und das Kreativ-Kaufhaus in Berlin-Kreuzberg vorgestellt.

### Neue strategische Ansätze in der Projektentwicklung

Eine Projektentwicklung muss sich permanent um den bestmöglichen Lösungsansatz bemühen. Dies gelingt nur, wenn die mittel- und langfristigen Zielsetzungen der Projektentwicklung in Übereinstimmung mit den aktuellen und zukünftigen Marktverhältnissen stehen. Steht die Größe und Komplexität der Immobilie im Missverhältnis zu aktuell und mittelfristig erkennbar benötigten Flächenbedarfen vor Ort, sind andere Wege in der Projektentwicklung einzuschlagen:

A eine abschnittsweise, längerfristige Entwicklungskonzeption von einem ersten „Branding“ des Standortes, über Zwischennutzungen hin zu einer „gewachsenen“ Nutzungskonstellation (organische Projektentwicklung)

B geht einher mit einem baulichen Entwicklungskonzept, angepasst an die Bedürfnisse und die Zahlungsfähigkeit der möglichen (Zwischen-)Nutzer

C benötigt einen „Kümmerer“, der die Entwicklung der Immobilie betreut



Karostar, Hamburg



Kreativ-Kaufhaus, Berlin



Designport, Hamburg

### Transformationsimmobilien

Transformationsimmobilien, die aus dem klassischen Verwertungszyklus heraus gefallen sind, bergen manchmal ein hohes Innovationspotenzial. Jenseits von einem hohen wirtschaftlichen Druck und schnellen Verwertungserwartungen kann hier unter „suboptimalen“ Bedingungen Neues probiert, können Nischen besetzt und Gestaltungsspielräume ausgelotet werden. Transformationsprojekte erfordern eine prozessorientierte Entwicklung, die einerseits klare Zielvorgaben definiert, gleichzeitig jedoch unterschiedliche Entwicklungsoptionen sowie sich verändernde Dynamiken zulassen kann. Vorhandene Ressourcen und Nischennutzungen können in die Entwicklungsstrategie integriert werden.

Eine organische Projektentwicklung zeichnet sich durch eine dialogbasierte Prozessgestaltung aus, die ein breites Spektrum an Akteuren integriert. Dies ist eine anspruchsvolle Tätigkeit, die enorm viel Zeit und auch die entsprechenden Softskills auf der Entwicklerseite benötigt.

Schnelle Gesamtprojektentwicklungen mit hohem punktuellen Investitionsaufwand schaffen zum Teil nur Wertillusionen und fiktive Buchwerte. Dabei kann es für den Investor zum Lock-In-Effekt kommen: Nach (teurer) Realisierung des Projektes ist der Investor „eingesperrt“ in die Bedingungen. Sei es, dass der Nutzungsmix nicht stimmt, die Immobilien keine Mieter finden oder das geplante Flächenvolumen nicht zur Absorptionsrate lokaler Immobilienmärkte passt.

Eine schrittweise Konzeption hat den Vorteil durch ein „Trial and Error“-Verfahren nach und nach erst Nutzungslösungen zu verdichten und nicht von vornherein zu zementieren. Im lokalen Markt liegt das Thema für die Themenimmobilie verborgen.

Sicherlich spiegelt sich dieses Step-by-step-Vorgehen auch auf der Einnahmeseite des Projektes wieder und kann zu Problemen bei der Optimierung von baulichen Umsetzungsstrategien führen. Hier ist eine gründliche Abwägung notwendig.

## KATHARINA ROHDE: TEK-STIL

Das Projekt TEK-STIL setzte sich 2007 intensiv mit den lokalen Potentialen der ethnischen Ökonomien in den Bereichen der Textilverarbeitung und des Designs in Neukölln und Kreuzberg auseinander und wurde von Katharina Rohde geleitet.

Der Name TEK-STIL hat mehrere Bedeutungen. Zusammengeschrieben (tekstil) ist es das türkische Wort für Textilien. „TEK“ wiederum bedeutet „eins“ auf Türkisch, der „Stil“ beschreibt einen Ausdruck, also einen „Style“. Gesprochen kann man das Wort „TEK“ auch mit dem englischen „Tag“ assoziieren, dass gerne in der Graffiti-Szene verwendet wird und so viel bedeutet wie „etwas zu markieren“ und sich damit „zu eigen machen“ oder eben auch „an etwas teilzuhaben“.

Ziel des Projekts TEK-STIL war es, lokale Potenziale im Bereich der Modebranche und der Textilverarbeitung aufzuzeigen und Vorschläge zu machen, wie diese zur Aktivierung des Standortes Neukölln genutzt werden können.

Den Ausgangspunkt für das Projekt bildeten die vielfältigen Potenziale der ethnischen Ökonomien in Neukölln, vor allem im handwerklichen und textilverarbeitenden Bereich sowie die steigende Zahl von Modedesignern, die sich in Neukölln und Kreuzberg ansiedeln.

Im ersten Schritt der Bestandsaufnahme wurden ModedesignerInnen, Änderungsschneidereien und Produktionsstätten in Kreuzberg und Neukölln erfasst. Durch Ortstermine und stichprobenartige Umfragen wurden darüber hinaus Informationen zu Philosophie, Motivation und Zukunftsvisionen der ModedesignerInnen zusammengestellt. Zusätzlich wurden BesitzerInnen von Änderungsschneidereien und Produktionsstätten zu den lokalen Bedingungen befragt.



Marktstand mit Stoffen



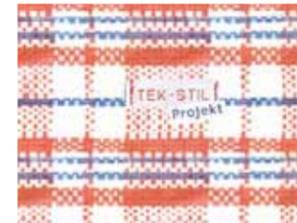
Designeratelier



TEK-STIL Stadtplan



Workshop-Entwurf



Die recherchierten ModedesignerInnen, Änderungsschneidereien und Produktionsstätten werden in einem TEK-STIL Stadtplan verortet. Der Stadtplan weist auf die lokalen Potentiale hin und regt zur Vernetzung an.

Die Idee des Projektes beinhaltet aber nicht nur die Auseinandersetzung mit der lokalen Standortentwicklung, in der Mode als Produkt und somit als wirtschaftliches Potenzial erkannt wird. Mode und die Arbeit mit Textilien sind gute Ausgangspunkte, um verschiedene Menschen und Kulturen zusammen zu bringen. In der Auseinandersetzung mit den unterschiedlichen Bedeutungen von Mode in den verschiedenen Kulturen, funktioniert Mode in diesem Falle erstmal als kommunikatives Element. Sie ist Vermittler zwischen den Kulturen mit dem Ziel, Ideen zu entwickeln, wie Ressourcen zusammengebracht werden können und die Gestaltung des lokalen Standortes mitbestimmt werden kann.

In der Umsetzung des Projektes wurden von mehreren Expertinnen Workshops und Kooperationen durchgeführt, in denen unter verschiedenen Themen (Großstadtsafari, Afrikanischer Winter, Verhüllung, Racing&Tuning u.a.) Kleidungsstücke entworfen und produziert wurden. Aus den entstandenen TEK-STIL Produkten der Workshops und Kooperationen entstand abschließend die BEST OF TEK-STIL Kollektion. In ihr werden alle Ergebnisse und Ideen nochmals aufgegriffen und zusammengefasst.

Weitere Informationen unter [www.tekstilprojekt.net](http://www.tekstilprojekt.net)

# ERGEBNISSE RAUMSTRATEGIE

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Arbeitsgruppen in thematischer Reihenfolge (Raumstrategie, Nutzungsmix und Projektentwicklung) wiedergegeben. Bei den aufgeführten Standpunkten handelt es sich damit nicht um allgemeine unter allen Teilnehmern abgestimmte Auffassungen, sondern um Diskussionsergebnisse aus den verschiedenen Arbeitsgruppen. Bemerkenswert ist jedoch, dass es zum Teil sehr deutliche Übereinstimmungen gab. Wurde ein Thema sehr konträr diskutiert, werden beide Meinungen wiedergegeben.

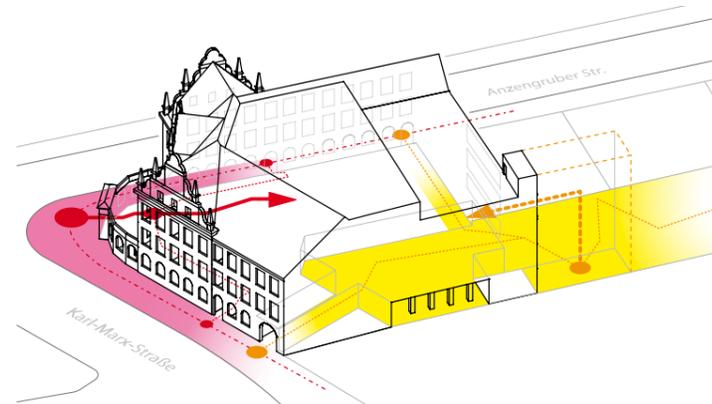
## Öffentliche Räume

Eine wichtige Maßnahme mit direkter Auswirkung auf die Alte Post ist die Neugestaltung des „Platzes der Stadt Hof“ vor dem ehemaligen Sinn-Leffers-Gebäude. Die Aufweitung des Platzraumes könnte im Zuge der Umgestaltung bis an die Fassade der „Alten Post“ herangeführt werden und würde zu einer verbesserten Einbindung des Gebäudes in den öffentlichen Platzraum beitragen. Ein großes Potenzial bildet das durchgesteckte Grundstück der Alten Post,

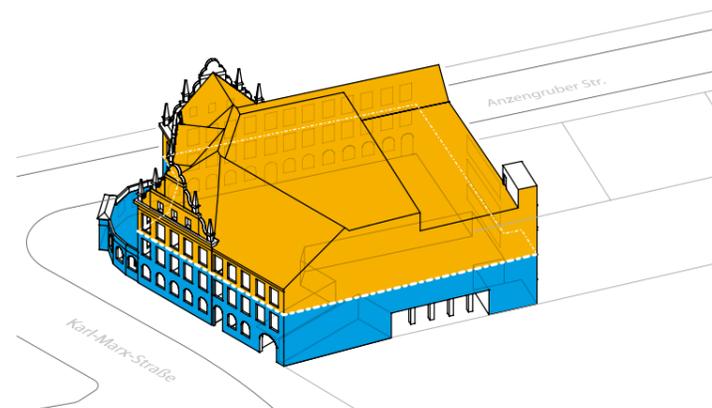
das sich von der Karl-Marx-Straße bis zur Donaustraße erstreckt. Durch die Öffnung und Inszenierung der Tordurchfahrt zur Karl-Marx-Straße hin könnte eine interne Wegebeziehung zu dem dahinter liegenden Quartier der Donaustraße geschaffen werden. Dabei ist eine verträgliche Lösung für den Lieferverkehr / Stellplätze abzuwägen. Die Möglichkeit der fußläufigen Durchwegung würde die Belebung des Gebäudes auch von seiner „lokalen Rückseite“ aktivieren, gestützt durch eine öffentliche Nutzung im Erdgeschoss, z.B. Café, Restauration,... Im Zuge des QM Gebietes Donaustraße könnte auch das Profil des Platzraumes vor dem Stadtbad Neukölln überdacht werden. Momentan als Parkplatzraum unbeachtet, könnte er durch eine Verkehrsreduzierung in der Ganghofer Straße und eine Verlegung der Parkplätze zu einem neuen Quartiersplatz mit Aufenthaltscharakter ausgebaut werden. Die Alte Post würde somit in einem Kontinuum öffentlicher Räume stehen, das die einzelhandelsgeprägte Karl-Marx-Straße wieder stärker mit den Wohnquartieren in den Parallelstraßen verknüpft.



Schaffung und Vernetzung von öffentlichen Räumen



Zugänglichkeit von zwei Seiten: Karl-Marx-Straße und Donaust. StraÙe



Horizontale Teilung des Gebäudes



Absenkung der Fenster im Erdgeschoss

## Zugänglichkeit und Fassaden

Die großflächigen Einzelhandelsgebäude entlang der Karl-Marx-Straße sind vor allem durch großzügige, frontale Zugangsbereiche geprägt. Einen (Sicht-)Bezug zu den rückwärtigen Bereichen und Innenhöfen gibt es in der Regel nicht. Im Gegensatz dazu besitzt die Alte Post eine zugängliche Rückseite von der Donaust. und sogar eine individuelle Fassade zum Hof. Das Potenzial unterschiedlicher Zugänglichkeiten und Wahrnehmungen des Gebäudes könnte auch künftig eine bedeutende Rolle für dessen Nutzung und Erschließung spielen. Während von der Karl-Marx-Straße ein „repräsentativer“ Eingangsbereich zu möglichen Einzelhändlern in den Erdgeschosszonen und im 1.OG angeboten werden kann, besteht die Möglichkeit über den Hof die oberen Geschosse mit ihren beispielsweise kulturellen und sozialen Nutzungen zu erschließen. Das Gebäude kann unter Nutzungsaspekten horizontal in zwei voneinander unabhängige Bereiche geteilt werden (z.B. EG+1.OG und ab 2.OG+ Dachgeschoss). Für die oberen Geschosse könnte dafür neben einer Erschließung über das EG auch eine neue, transparente vorgelagerte Erschließung im Hof errichtet werden. Die zwei beschriebenen „Gesichter“ tragen dem Gedanken Rechnung, die Post sowohl im lokalen Kontext zu verankern, als auch die Potenziale als übergeordneter Standort innerhalb der Karl-Marx-Straße auszuschöpfen.

## Fassade Karl-Marx-Straße

Die Fassade bildet - gerade im Kontrast zu den umliegenden Warenhäusern mit den homogenen Glasfassaden - ein Alleinstellungsmerkmal innerhalb der Karl-Marx-Straße.

Sie kann über reduzierte Maßnahmen wie beispielsweise eine gründliche Reinigung oder ein Lichtkonzept wieder in neuem Glanz erscheinen. Um Passanten Einblicke in das Gebäude zu geben und eine bessere Zugänglichkeit zu ermöglichen, könnte die Fensterbrüstungen auf Oberkante EG Boden oder sogar bis auf das Niveau des Bürgersteigs „heruntergezogen“ werden.

## Innere Struktur

Für viele Nutzungen ist die jetzige innere Struktur, die stark von der ehemaligen Postnutzung geprägt ist, nur eingeschränkt attraktiv. Vor allem im EG und 1. OG wird eine Entkernung empfohlen, um sie für vielseitige Nutzungsmöglichkeiten, vor allem auch im Bereich des Einzelhandels, zu öffnen.

# ERGEBNISSE NUTZUNGSMIX

## ALLGEMEINE ASPEKTE

### Statistische Informationen zum Standort

Allgemeine Informationen zu Neukölln und zur Karl-Marx-Straße:

40% der 18-60 Jährigen Neuköllner beziehen Transferleistungen. In der Karl-Marx-Straße sind es 71% der Bewohner.

Offiziell haben 55% der Einwohner Neuköllns einen migrantischen Hintergrund. 10% leben schätzungsweise ohne legale Papiere in Neukölln. Die Arbeitslosigkeit bei Migranten beträgt 36%. Migranten sind vor allem Türken, Polen, Araber, Afrikaner und Menschen aus den ehemaligen GUS-Staaten (Neukölln-Süd) und Ex-Jugoslawien. Neukölln kann als zweigeteilt in ein benachteiligtes Nord-Neukölln und ein wohlhabenderes Süd-Neukölln betrachtet werden.

50% der Gewerbeanmeldungen erfolgen durch die ausländische Bevölkerung. Trotz der vorhandenen Marginalisierung gibt es auch eine Stabilität in der Bevölkerung.

### Stärken des Gebäudes

Als Stärken des Gebäudes und des Standortes werden in den Arbeitsgruppen folgende Stichpunkte genannt:

- Selbstbewusstsein und Ausstrahlung
- Besonderheit des Gebäudekörpers in der Straße
- Diversität, ethnische und kulturelle Vielfalt
- Räumliche Vielfalt und Flexibilität

Die Größe der Räume insbesondere im OG ist nur als Einzelhandelsimmobilie von Nachteil. Durch die bisherigen temporären Nutzungen ist deutlich geworden, welches Potenzial in der Heterogenität der Räume liegt: Büro, Disko, türkischer Hochzeitssaal – unterschiedlichste Raumnutzungen sind möglich.

Die Vielfalt der Räume schafft eine Vielfalt der Nutzungen und Nutzer.

- gute Anbindung durch ÖPNV
- Denkmalstatus
- Spannungsfeld Fassade/Innenräume
- Brüche als typisches „Berlithema“ inszenieren

- Verstärkter Zuzug junger Kunst- und Kulturschaffender nach Neukölln zur Zeit vor allem in den Reuterkeiz, mit einem Entwicklungstrend gen Süden.

### Schwächen des Gebäudes

Als Schwächen des Gebäudes und seines Standortes werden folgende Stichpunkte genannt:

- Mangel an Transparenz und einer stärkeren Öffnung nach Außen
- Fehlende Straßen- und Schaufensterfronten
- Innere und äußere Erschließung ist mangelhaft
- Schnelles Anmieten für den Einzelhandel ist nicht möglich
- Denkmalstatus
- Mangelnde Flexibilität des Baukörpers
- Schlechte Belichtung einiger innerer Bereiche

### Herausforderungen für ein stimmiges Nutzungskonzept

- Umgang mit der kulturellen Vielfalt des Standortes
- Wirtschaftlichkeitsfrage und Tragfähigkeit des Konzeptes
- Themenimmobilie schaffen
- Einheitliches Label und Erscheinungsbild schaffen
- Bewusster Umgang mit den räumlichen Besonderheiten



## EINZELPERSPEKTIVEN

### Einzelhandel

Der Einzelhandel benötigt eine sehr gute Erschließung. Diese ist zurzeit für das EG und 1.OG gegeben. Beide Stockwerke könnten gemeinsam und zeitnah entwickelt werden. Hierzu müsste jedoch das Flächenprofil sowie die Flächenanforderungen an den Einzelhandel angepasst werden. Der Antrittsbereich für den Einzelhandel sollte im EG mindestens 500 qm betragen. In Nebenbereichen sind auch kleinteiligere Nutzungen denkbar.

Im EG wären Lidl, Aldi oder ein türkischer Supermarkt denkbar. Aber auch Textil-Einzelhandel und Läden von kleineren Unternehmen sind möglich. Das 1. OG eignet sich ebenfalls für Textil- und kleinere Läden. In den oberen Stockwerken werden ein Gastronomiebetrieb, ein Veranstaltungszentrum und ähnliches vorgeschlagen.

Einzelhandel in den oberen Stockwerken wird sehr kritisch diskutiert und als nicht rentabel angesehen.

Bei der Vermietung des ehemaligen Hertie ist ein Überhang entstanden, was auf eine gute Vermietbarkeit von Einzelhandelsflächen in der Karl-Marx-Straße schließen lässt. Allerdings stehen in den Neukölln Arkaden auch Flächen leer, was darauf hindeutet, dass die einzelnen Standorte sehr genau ausgewählt und unterschiedlich priorisiert werden.

### Tourismus

Da Neukölln auch bei Touristen ein immer beliebterer Besuchsort wird und als schrill und trendy gilt, scheint eine Nutzung der oberen Geschosse für ein Hostel eine sehr geeignete Nutzung. Dieses Nutzungsmodell kann mit vielen anderen Nutzungen kombiniert werden.

### Gastronomie

In der Karl-Marx-Straße fehlt es an gastronomischen Angeboten neben dem gewohnten Döner. Als mögliches Angebot reicht die Diskussion von Kiez-Küche bis zu speziellen und hochklassigen Angeboten. Durch die zentrale Lage an der Karl-Marx-Straße und die damit gegebene hohe Frequenz eignet sich die Alte Post sehr gut für einen gastronomischen Standort. Zudem gibt es die Küche der alten Kantine, die sofort eingerichtet und genutzt werden könnte. Durch die Größe der Küche und die angrenzenden kleinteiligen Räume eignet sie sich sehr gut für einen Ausbildungsbetrieb. Ein Nachteil ist die schlechte Erreichbarkeit des 3. OG.

Eine Gastronomie kann sich sehr gut anderen Nutzungen, auch anderer Kulturen, anpassen und könnte besonders gut einen Veranstaltungsbereich ergänzen.

Die Terrasse im 1. OG eignet sich sehr gut für eine Cafénutzung.

### Kreativwirtschaft

Neukölln hat keinen zentralen Ort, der mit der Kreativwirtschaft des Bezirks in Verbindung gebracht wird, obwohl es eine starke Entwicklung in diesem Bereich gibt. Ein zentraler Ort wäre wünschenswert. Die Alte Post wäre hierfür geeignet, da sie eine starke Ausstrahlungskraft hat und Identität stiften kann.

### Ethnische Ökonomien

Übereinstimmend wird betont, dass ethnische Ökonomien Teil der Gebäudenutzung werden müssen. Wobei es diesbezüglich konträre Meinungen zum Anteil der ethnischen Nutzungen gibt: Zum einen wird die Meinung vertreten, dass eine reine Nutzung durch ethnische Ökonomien nicht den Nutzungen in der Karl-Marx-Straße entsprechen würde. Dagegen wird geäußert, dass eine Positionierung durch Qualität stattfinden müsste. Diese könnte auch rein aus ethnischen Ökonomien bestehen.

# ERGEBNISSE NUTZUNGSMIX

## NUTZUNGSTHEMEN

### Allgemeine Anmerkungen zu Themenimmobilien und Wertschöpfungsketten

Eine Themenimmobilie muss ein dauerhaft relevantes Thema behandeln. Dieses darf nicht zu trendlastig sein, um die Immobilie nachhaltig zu positionieren.

Von einer Positionierung sollte eine gesamtstädtische Ausstrahlung ausgehen und so positiv das Image von Neukölln beeinflussen.

Zudem darf eine Themenimmobilie keine wichtigen lokalen Ökonomien ausgrenzen. Die ethnische Ökonomie muss Bestandteil sein. Umgekehrt wird die Frage gestellt, wie weit man mischen darf, ohne das Thema / Motto in Frage zu stellen.

Die Alte Post scheint geeignet für die Etablierung von Wertschöpfungsketten. Diese könnten möglicherweise auch unabhängig von einem Thema entstehen. Das heißt Kreation, Produktion und Verkauf sind unter einem Dach und eng miteinander verknüpft. Bei den meisten Vorschlägen scheint dies möglich zu sein. Die Wertschöpfungsketten entstehen meist im Bereich der Creative Industries. Sie sollten bereits, zumindest in Teilen, im Quartier vorhanden sein.

Zu den unten aufgeführten Nutzungsthemen gab es oft unterschiedliche Meinungen und Standpunkte. Da es sich um eine Ideensammlung handelt, werden sie alle gleichermaßen aufgeführt.

### Thema: Gold-Schmuck-Festtage

In Neukölln und im Bereich der Karl-Marx-Straße gibt es eine starke Präsenz von Juwelieren und Schmuckläden. Durch deren räumliche Konzentration in einem Gebäude könnte dieses Potential ausgebaut werden. Nachfragen nach einem solchen Ort gibt es bereits.

Das Juwelier- und Schmuckangebot könnte durch eine Anzahl von Laden für tür-



kische Festtagsmoden, die Kunden aus ganz Europa anziehen, Festsäle und Gastronomie ergänzt werden.

Durch eine solche Nutzung würde die Alte Post ein sehr starkes und internationales Image bekommen.

### Thema: Musik

Handel und Kultur verbinden sich im Thema Musik sehr gut. Medienkaufhaus, Tonstudios, Veranstaltungsorte, Disko, Club und Einzelhandel könnten sich unter diesem Thema zusammenfinden. Das Konzept kann die Multiethnizität des Standortes gut integrieren. Die Alte Post könnte so zu einem Scharnier der angrenzenden „kreativen“ Gebiete werden und stadtweite bzw. internationale Ausstrahlung erlangen. Fraglich ist, ob mit einem solchen Nutzungsmix eine vergleichbare Frequenzierung wie die frühere Post entstehen kann.

### Thema: Kaufhaus der Kulturen

Es gibt einen hohen Bedarf an Arbeitsräumen für Künstler und Designer aus den unterschiedlichsten ethnischen Gruppen.



Produktionsräume und Verkauf zum Beispiel im Bereich Modedesign könnten hier unter einem Dach untergebracht werden. Dies könnte mit Theater, Kulturveranstaltungen und Gastronomie verbunden werden. Während es in anderen Berliner Bezirken schon vergleichbare Modelle gibt, fehlt in Neukölln bislang ein Ort für die Vernetzung der verschiedenen Kulturen.

### Thema: Sporthaus

In der alten Post könnte eine Vielzahl von Einrichtungen zum Thema Sport untergebracht werden: Einzelhandel für Sportartikel, Fitnessstudio, Sauna und Gastronomie.

### Thema: Basar

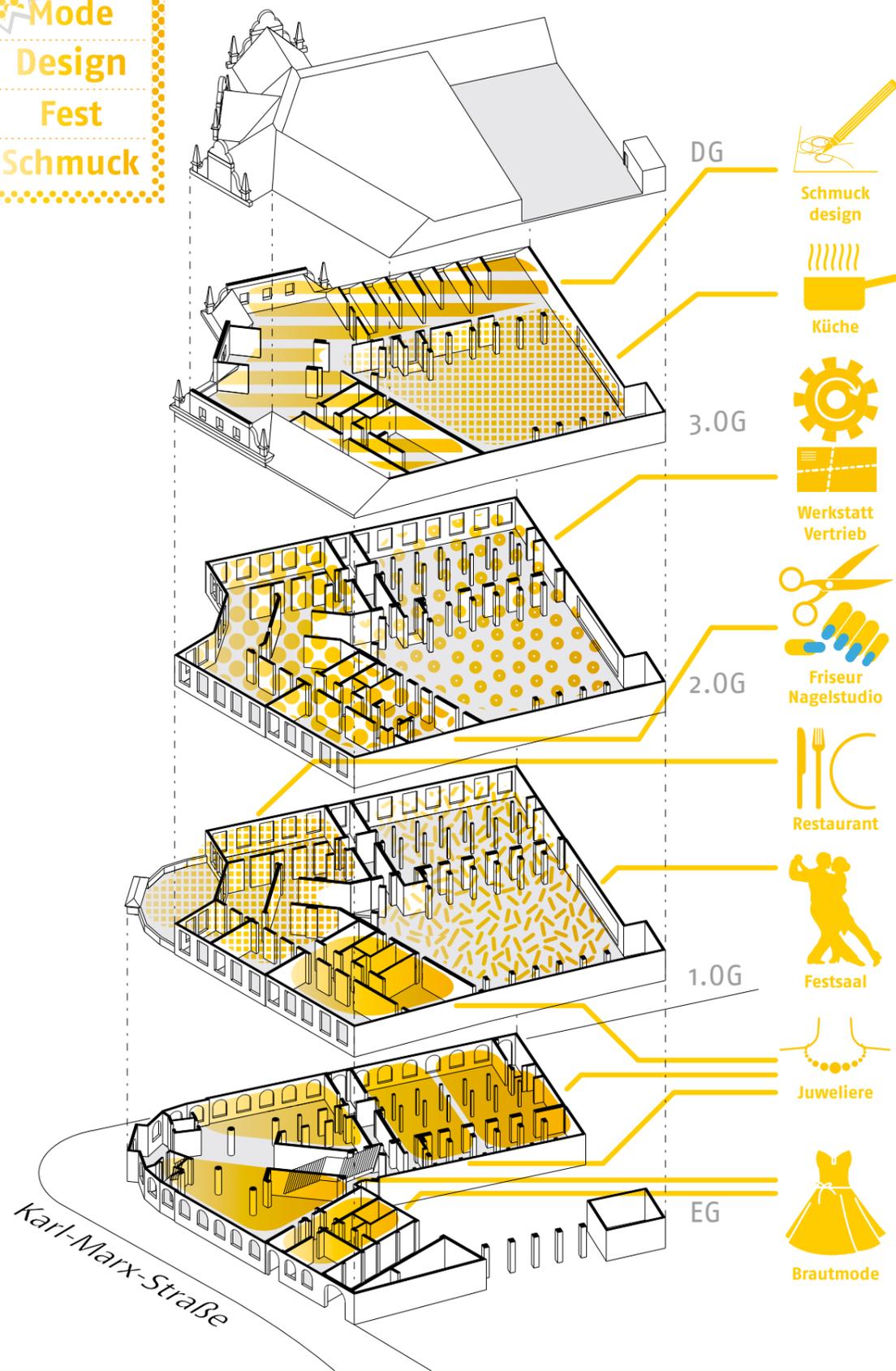
Ein internationaler Basar mit Eventcharakter. Neben der heterogenen Handelstruktur gibt es auch soziale Beratungseinrichtungen und Community-Treffpunkte, Wellness und Hamam, Hochzeitssaal und Hochzeitsläden. Dies kann auch ein touristisches Highlight werden. Für eine solche Nutzung wäre voraussichtlich ein Centermanagement notwendig.

### Thema: Event-Zentrum

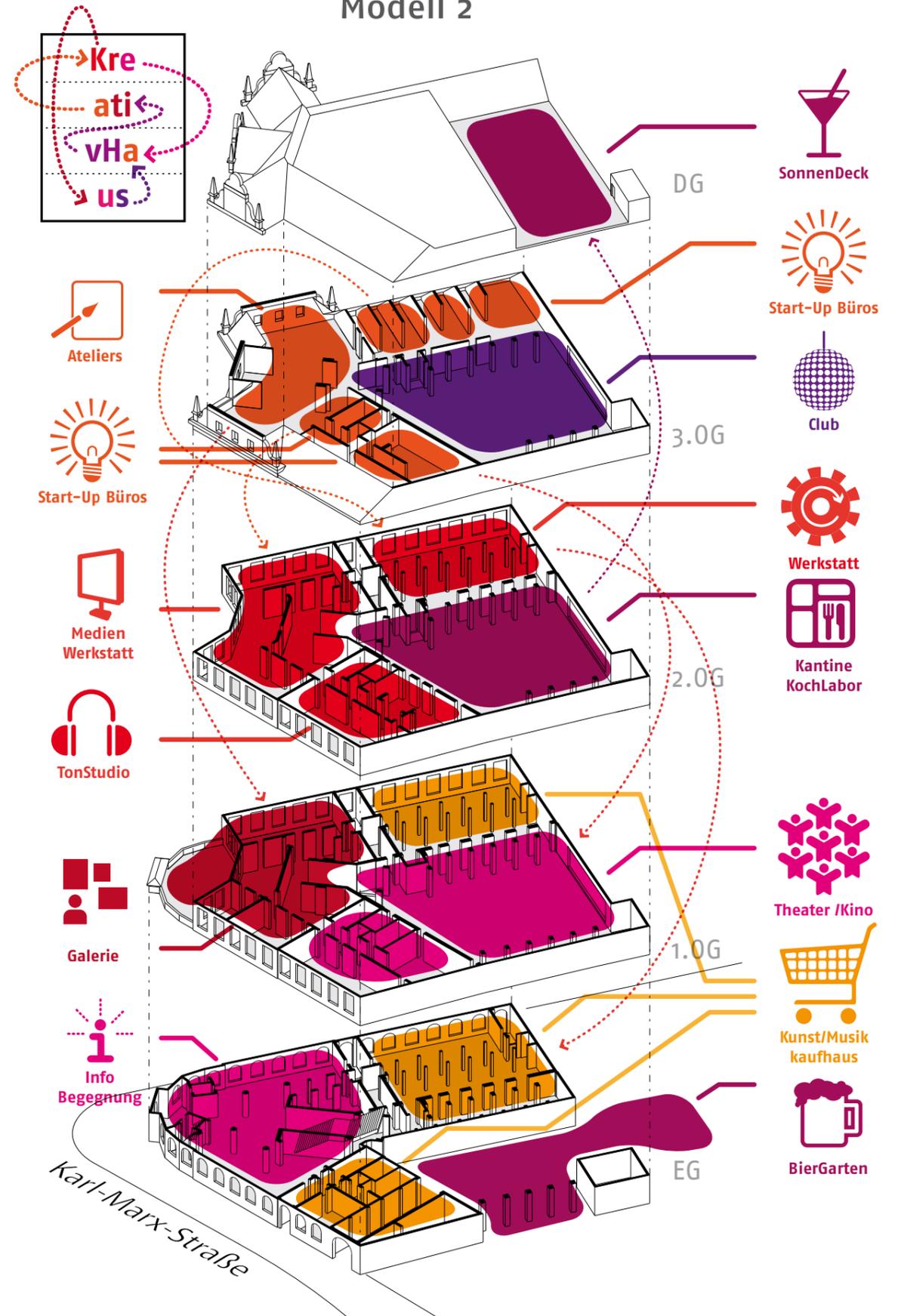
Die Alte Post könnte als eine Art Event-Zentrum entwickelt werden. Es werden immer wieder neue Events kreiert und vorgestellt. Die weiteren Nutzungen im Haus könnten diese unterstützen (Gastronomie) und ergänzen (Tanzschule).

*Gold*  
 Mode  
 Design  
 Fest  
 Schmuck

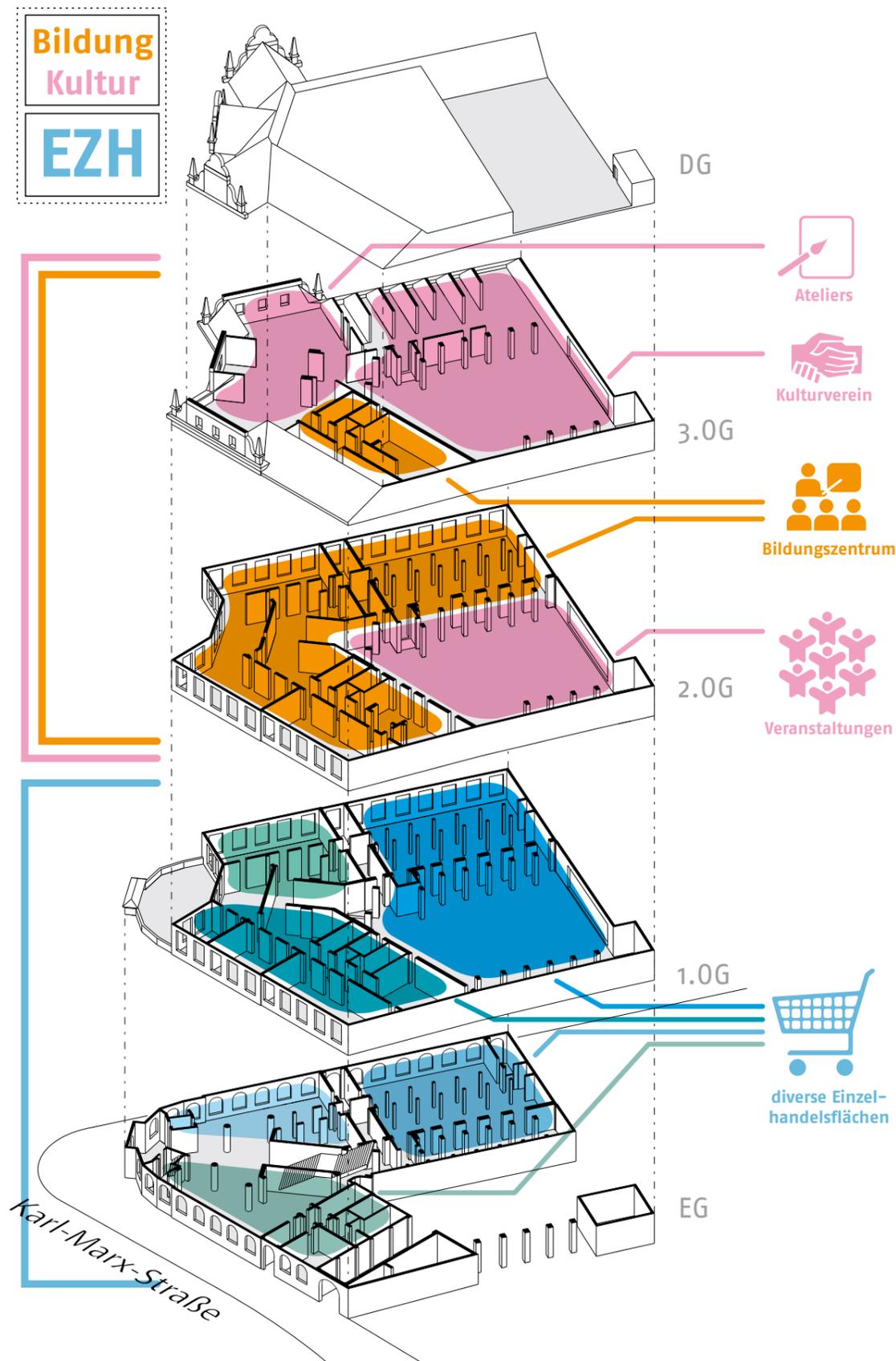
### Themenimmobilie Modell 1



### Themenimmobilie Modell 2



## Nutzungsbezogene Flächenteilung



### Thema: Textilindustrie-Cluster

Design und Produktgestaltung, Produktionsstätten (werden in ganz Berlin gesucht), Modeschule und Verkauf unter einem Dach.

### Thema: Medizinisches Dienstleistungszentrum / Ärztehaus

Dies ist eine wachsende Branche, die durch eine multiethnische Ausrichtung erweitert werden kann. Mögliche Ergänzungen sind zudem: Dialysezentrum, Drogerie, Apotheken, Bioläden.

### Thema: Nutzung durch staatliche Institutionen

Die Nutzung von Teilen der Alten Post durch staatliche Institutionen wird sehr konträr diskutiert. Zum einen könnten sie wichtige Ankerutzer sein und somit andere Nutzungen unterstützen. Zum anderen wird die öffentliche Wahrnehmung als zu schlecht eingeschätzt, so dass eine öffentliche Nutzung für das Gebäude nicht förderlich wäre. Denkbar sind Bildungseinrichtungen wie die VHS oder Schulen, eine Kunsthalle oder das Europäische Museum der Migration.

### D AKQUIRIERUNG VON NUTZERN

Es sollte ein Nutzerscout bzw. Netzwerker mit sehr guten lokalen Kenntnissen eingesetzt werden. Eine Akquise würde auch über das Testen von Nutzungen erfolgen.

# ERGEBNISSE PROJEKTENTWICKLUNG

## NAME ALTE POST

Die Beibehaltung des Namens Alte Post wurde sehr unterschiedlich diskutiert. Zum einen wurde diesem Namen ein sehr hohes Wiedererkennungspotential zugesprochen. Die symbolische Bedeutung der kaiserlichen Post ist stark in der Bevölkerung verwurzelt. Der Name Alte Post könnte in den nächsten zwei Jahren als Marke etabliert werden. Mit der Markenbildung kann durch eine sofortige Teilflächenvermietung begonnen werden.

Zum anderen wurde der Name als wenig spezifisch und zu vergangenheitsbezogen empfunden. Er hat keine berlinweite Ausstrahlung. Desweiteren ist der Name vielleicht als Branding geeignet, es lassen sich jedoch keine Nutzungen ableiten. Für ein neues Nutzungskonzept sollte auch ein neuer Name gefunden werden. Vorgeschlagen werden die Namen „Neue Post“ und „Kaiserliches Postamt“.

## ORGANISCHE PROJEKTENTWICKLUNG DURCH ZWISCHENNUTZUNG

In fast allen Arbeitsgruppen herrschte Einigkeit darüber, dass das Gebäude nach sechs Jahren Leerstand möglichst schnell wieder einer Nutzung zugeführt werden sollte. Und dass dieses besondere Gebäude ein besonderes Entwicklungs- bzw. Nutzungskonzept benötigt. Ein nachhaltiger und schnell zu aktivierender Weg wäre eine organische Projektentwicklung durch Zwischennutzung.

Nach Einschätzung von Experten wäre das komplette Gebäude aufgrund der guten Raummischung sofort zu vermieten. Für jeden Raum würde sich ein Mieter finden. Bei der Aktivierung sollten möglichst viele Akteure eingebunden werden, die sich mit diesem Ort identifizieren und so einen neuen Neuköllner „Hub“ bilden.

Voraussetzung für eine solche Zwischennutzung ist jedoch, dass eine längerfristige Perspektive vorhanden sein sollte. Zudem ist ein Zwischennutzungsmanager mit guten lokalen Kenntnissen notwendig, der Verbindungen zu den relevanten Netzwerken hat. Dies ist ein finanzieller Mehraufwand, der sich nach Einschätzungen der Experten jedoch auf jeden Fall auszahlt.

## Voraussetzungen für mögliche Zwischennutzungen

Im Falle einer Entwicklung des Gebäudes mit und durch Zwischennutzung (ZN) sollten folgende Voraussetzungen gegeben sein:

- Offenheit für ZN
- Schnelle Planungssicherheit für ZN
- Vertragliche Regelungen für ZN, da sonst keine Fördermittelakquise möglich ist
- Es sollte ein Konsolidierungszeitraum, für erfolgreiche Testnutzungen eingeräumt werden.
- Kurze Genehmigungswege (Denkmal-, Feuer- und Schallschutz)

## MÖGLICHE ENTWICKLUNGSSCHRITTE

Als Entwicklungsschritte werden empfohlen:

- Festlegung einer groben Entwicklungsrichtung / eines Entwicklungsthemas
- Schnelles Öffnen des Gebäudes und Vermietung von Räumen
- Nach Etablierung der Entwicklungsrichtung Umbau des Gebäudes, wobei mit dem Umbau der am best zu vermarktenden Flächen (EG, 1. OG evtl. Dachgeschoss) begonnen werden sollte

Es wird ein Benchmarking empfohlen.

## DREI MÖGLICHE ENTWICKLUNGSSTRATEGIEN

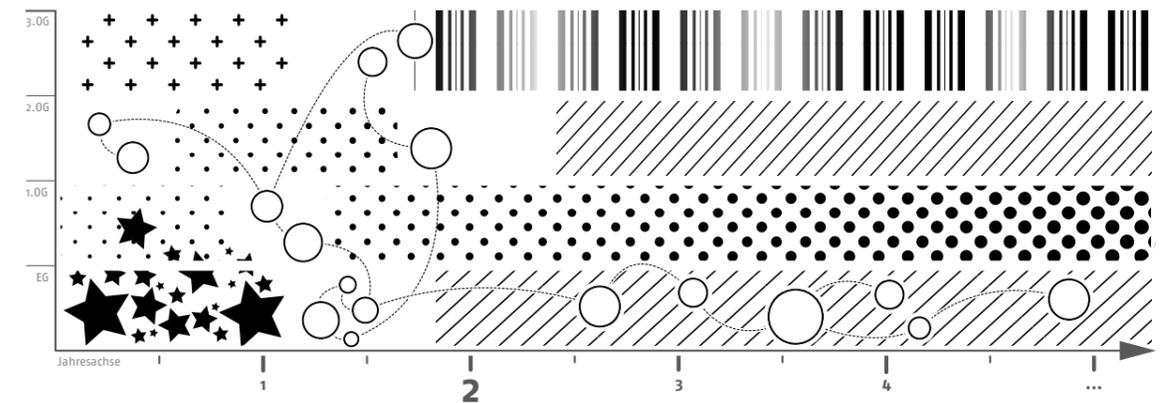
Typ A Organische Entwicklung des Nutzungskonzeptes mit sofortiger Nutzung des Gebäudes

Typ B Vollständige Entwicklung eines Nutzungskonzeptes zu einem bestimmten Zeitpunkt bis dahin Leerstand des Gebäudes

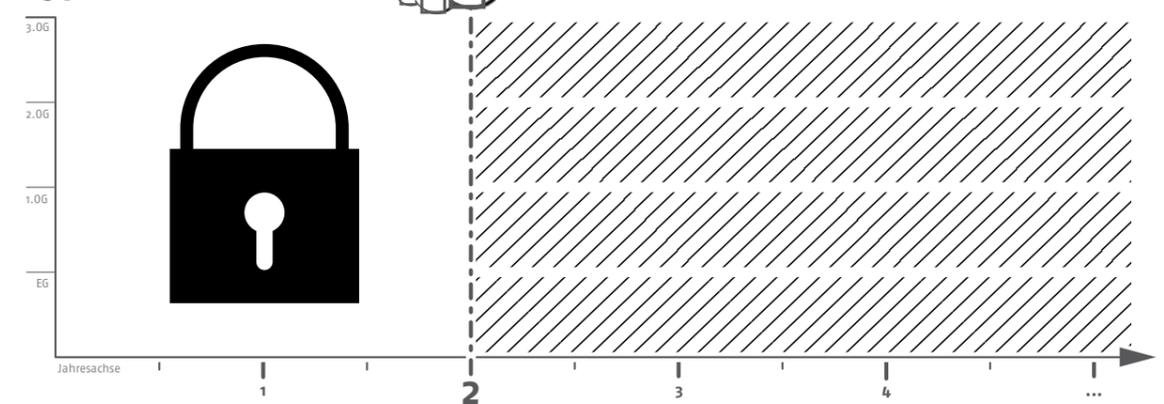
Typ C Nutzungskonzept wird erstellt und sukzessive umgesetzt. Zwischennutzungen werden für einen bestimmten Zeitraum in den oberen Etagen zugelassen, jedoch nicht in das künftige Nutzungskonzept integriert

## Entwicklungsstrategien

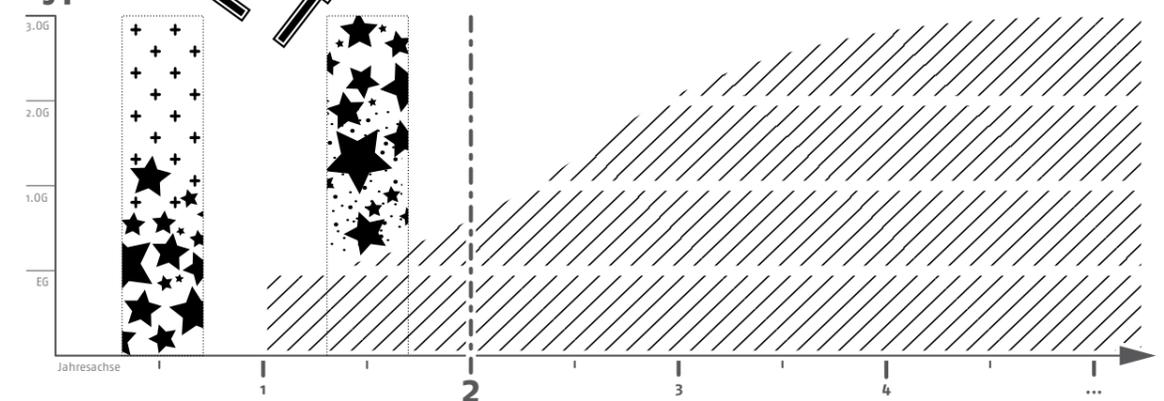
### Typ A



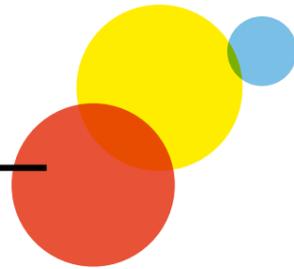
### Typ B



### Typ C



# NÄCHSTE SCHRITTE



## Analyse Bausubstanz

Sinnvoll ist eine genaue Analyse der Bausubstanz und der Gebäudetechnik, um festzustellen:

- welche Räumlichkeiten sich für eine unmittelbare Nutzung eignen,
- welche Räume mit geringen Mitteln nutzbar gemacht werden können
- und welche Substanzen des Gebäudes langfristig genutzt werden können.

## Lokale Nutzungsbedürfnisse

Neben einer klassischen Markt- und Standortanalyse sollten die konkreten lokalen Nutzungsbedürfnisse und –potenziale untersucht werden. Besondere Bedeutung kommt hierbei Nutzungen zu, die sich für die Entwicklung einer Themenimmobilie eignen, zum Beispiel aus den Bereichen Schmuck/Festmode, Musik, Kulturen, Textilproduktion/Design.

## Abstimmung zwischen Eigentümer und Bezirk

Weitere Abstimmungen zwischen Eigentümer und Bezirk, vor allem zum Thema temporäre Nutzungen und Denkmalschutz sind erforderlich.

## Prüfung der Nutzungsszenarien

Im Rahmen des Workshops wurde eine Vielzahl möglicher Nutzungsszenarien angedacht. Im nächsten Schritt gilt es, diese Szenarien hinsichtlich ihrer Umsetzbarkeit, den baulichen Anforderungen und ihrer Wirtschaftlichkeit zu überprüfen.

## Zwischen- und Pioniernutzungen

Ein breiter Konsens unter den Workshopteilnehmern bestand darin, dass Zwischen- und Pioniernutzungen ein wichtiger Bestandteil bei der Revitalisierung der Alten Post sein sollten. Die bisherigen temporären Nutzungen im Rahmen der [Aktion! Karl-Marx-Straße] sollen weitergeführt und möglichst durch neue Zwischennutzungen ergänzt werden. Vor diesem Hintergrund ist es wichtig, dass diese Zwischennutzungen nicht willkürlich ausgewählt werden, sondern in ein organisches Entwicklungskonzept eingebettet werden. Empfohlen wird die Ausarbeitung einer prozessorientierten Strategie, die den Bogen spannt zwischen der kurzfristigen Öffnung des Gebäudes und den langfristigen Nutzungsszenarien.



# TEILNEHMER

Dieter Aßhauer, AG Karl-Marx-Straße  
Maria Berning, Senatsverwaltung für Stadtentwicklung Berlin  
Thomas Blesing, Bezirksamt Neukölln Baustadtrat  
Wolfgang Borowski, Bezirksamt Neukölln, Amt für Planen, Bauordnung und Vermessung  
Michael Bremer, Watermark Development GmbH  
Alexander Callsen, Postost  
Ayla Danaci, Türkisch - Deutsches Zentrum e. V.  
Volker Dittmeier, Investa Projektentwicklungs- und Verwaltungs GmbH  
Birgit Domröse, Akademie Schmöckwitz  
Albrecht Ecke, Ecke Design  
Horst Evertz, BSGmbH  
Dirk Faulenbach, Bezirksamt Neukölln, Amt für Planen, Bauordnung und Vermessung  
Angela Fischer, Kulturnetzwerk Neukölln e.V.  
Henrik von Glasenapp, Ingenieurbüro Schmid  
Andreas Glöckner, Conecta Immobilien GmbH  
Sabine Hertelt, Senatsverwaltung für Stadtentwicklung Berlin  
Petra Hildebrandt MdB  
Prof. Dr. Felicitas Hillmann, Universität Bremen Institut für Geographie  
Mathias Jensch, cpm architekten gmbh  
Rosemarie Köckenberger, L 32 e.V.  
Horst Köhler, TIMM Retail Services  
Dr. Dorothea Kolland, Bezirksamt Neukölln Kultur und Bibliotheken  
Jens Lüscher, BSGmbH  
Uwe Luipold, REGIOCONSULT Konzepte für Politik und Wirtschaft  
Dr. Nazar Mahmood, Arabisches Kulurinstitut AKI e.V.  
Andreas Malich, CBRE  
Ilka Normann, Kulturnetzwerk Neukölln e.V.  
Klaus Overmeyer, Studio UC  
Gereon Pilz van der Grinten, ortkultur / fairactivities  
Elke Plate, Senatsverwaltung für Stadtentwicklung Berlin  
Carmen Reiz, Beletage Immobilienkultur e.K.  
Katharina Rohde, Projekt Tek-Stil  
Andrea Ruiken, Ruiken & Vetter  
Roland Sartor, Bezirksamt Neukölln, Amt für Planen, Bauordnung und Vermessung  
Holger Schilling, Fromlowitz + Schilling GbR  
Silvia Schnelle, project++visions  
Kai Seekings, L 32 e.V.  
Prof. Dr. Guido Spars, Universität Wuppertal FG Ökonomie des Planens und Bauens  
Contanze Stark, cpm architekten gmbh  
Anja Stein, Bezirksamt Neukölln, Wirtschaftsförderung  
Roland Steinhausen, Comfort Gesellschaft für Geschäftsflächen und Unternehmensvermittlung mbH  
Jana Taube, Europäische Ethnologin MA  
Uwe Timm, TIMM Retail Services  
Axel Watzke, anschlaege.de  
Burkhard Wendenburg, BVV Neukölln Graue Fraktion  
Doreen Wießner, Investa Projektentwicklungs- und Verwaltungs GmbH  
Yilmaz Hüseyin, TUH - Türkische Unternehmer und Handwerker e.V. Berlin

# IMPRESSUM

## VERANSTALTER

Bezirksamt Neukölln von Berlin  
Amt für Planen, Bauordnung und Vermessung  
Fachbereich Stadtplanung  
Karl-Marx-Straße 83  
12040 Berlin

OIKOS GmbH vertreten durch:  
Investa Projektentwicklungs- und Verwaltungs GmbH  
Tautentzienstraße 7 b/c  
10789 Berlin

Watermark Development GmbH  
Savignystraße 42  
60325 Frankfurt am Main

## KONTAKT

Investa GmbH, Frau Wießner  
doreen.wiessner@investa.de 030.856215774

BSG, Horst Evertz  
kms@bsgmbh.com 030.68598771

Fachbereich Stadtplanung, Dirk Faulenbach  
dirk.faulenbach@ba-nkn.verwalt-berlin.de 030.68092153

## KONZEPTION | ORGANISATION | DOKUMENTATION

Studio UC | Klaus Overmeyer  
Eichenstraße 4  
12435 Berlin

Tel.: +49 30 53210696  
Fax: +49 30 53215760  
info@studio-uc.de

Unter Mitarbeit von:  
Siri Frech, Melanie Humann, Philip Schläger, Anna Bernegg

Zeichnungen, Pläne von Studio UC  
bzw. S. 19-21 zur [Aktion! Karl-Marx-Straße] von BSG

Fotografien von Stefan Lucks,  
bzw. S. 8-9 von Studio UC, S. 28-33 von den Referenten der Impulsreferate, S. 30 oben Jörg Gläscher

Layoutkonzept von anschlaege.de

Juli 2009

