

A K T I O N !

K A R L - M A R X -
S T R A ß E

Entwicklung Leitbild Handel

Vorstellung erster Ergebnisse

Lenkungsgruppensitzung

10. Juli 2012



A K T I O N !

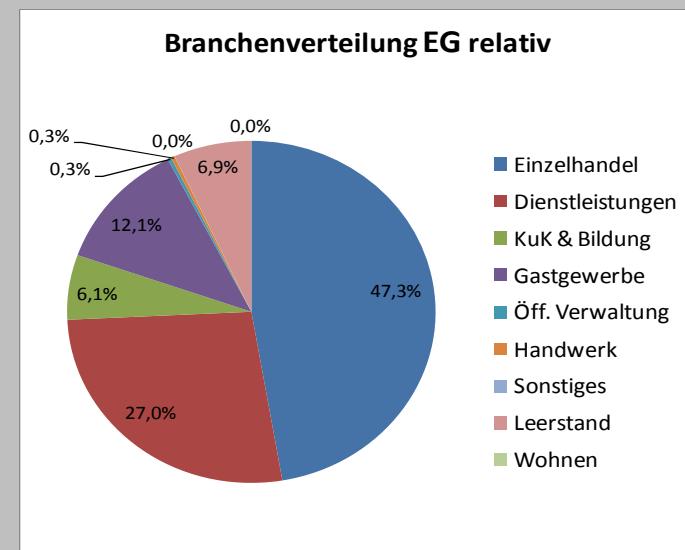
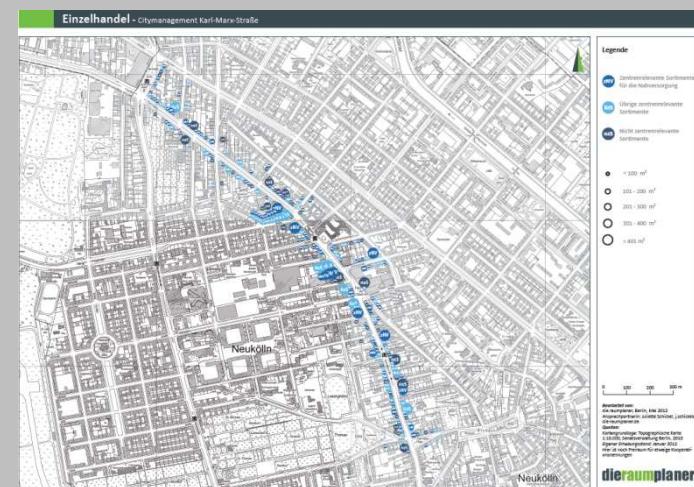
K A R L - M A R X -
S T R A ß E

Ziele

1. Ausarbeitung von Entwicklungsschwerpunkten
2. Darstellung von Nutzungspotenzialen
3. Erarbeitung von Unterlagen zum aktiven Ansiedlungsmanagement
4. Schaffung einer Diskussionsgrundlage zur Ableitung von Sanierungszielen für die Entwicklung der Nutzungsmischung/die wirtschaftliche Entwicklung

Bestandsaufnahme der Nutzungen

- Kompletterhebung der Nutzungen in EG und OG
- Unterscheidung Einzelhandel, Dienstleistungen, Kunst/Kultur/Bildung, Gastgewerbe, Öffentliche Verwaltung, Handwerk, Sonstiges, Leerstand, Wohnen
- Quantitative Auswertung und Kartierung
- Ableitung von „thematischen“ Abschnitten



A K T I O N !

K A R L - M A R X -
S T R A ß E

Teilbereich 1

Hermannplatz – Hobrechtstraße – KMS 1 bis 53 – Mainzerstraße – Reuterstraße - Weichselstraße



- großes gastronomisches Angebot
- hoher Anteil an Nahrungs- und Genussmittel (viele Bäckereien, Spätkauf)
- Bekleidung (Braut- und Abendmoden)
- Textilien, Haushaltsgegenstände, Einrichtungsbedarf
- Bankfilialen, Versicherungsagenturen
- Kulturelle, sonstige Institutionen
- Soziale Einrichtungen: Kitas, Schulen
- Ärztehaus
- Hoher Anteil an Leerstand

Kleinteiliges Gewerbe, kleine Ladengrößen, keine Filialisten, Spezialgeschäfte, geringere Passantenfrequenz, Nebenstraßen Kiezcharakter, Standorte für Schulen und Kitas, DL im Bereich Gesundheit

Teilbereich 2

Anzengruber Straße – Boddinstraße – Flughafenstraße – Fuldastraße – KMS 54-95 - Neckarstraße

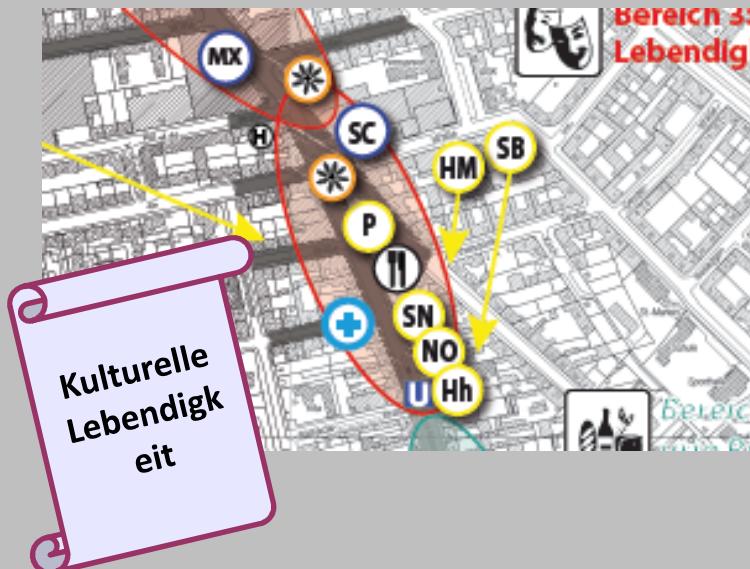


- Nahrungs- und Genussmittel, auch Discounter
- hoher Anteil an Uhren, Schmuck und Geschenke
- Hoher Anteil an Unterhaltung, Information und Kommunikation (Mobiltelefone)
- viele Bekleidungsgeschäfte, Filialisten
- viele Geschäfte Schönheit und Pflege
- hoher Anteil gastronomische Einrichtungen
- relativ viele Vergnügungsstätten
- viele Bankfilialen
- freie Berufe, DL (Gesundheit, Soziales und Sport)
- Angebote Kunst, Kultur und Bildung
- geringerer Anteil an Leerstand, aber prägnante Gebäude

Zentrumscharakter, Mittelpunkt der KMS, höchster Filialisierungsgrad, viele große Ladenflächen, auch kleine Ladenflächen, hohe Passantenfrequenz, Magneten, Konzentration von Ärzten

Teilbereich 3

Briesestraße – Ganghoferstraße – KMS 100-143 – Kienitzer Straße – Richardstraße – Rollbergstraße - Werbellinstraße

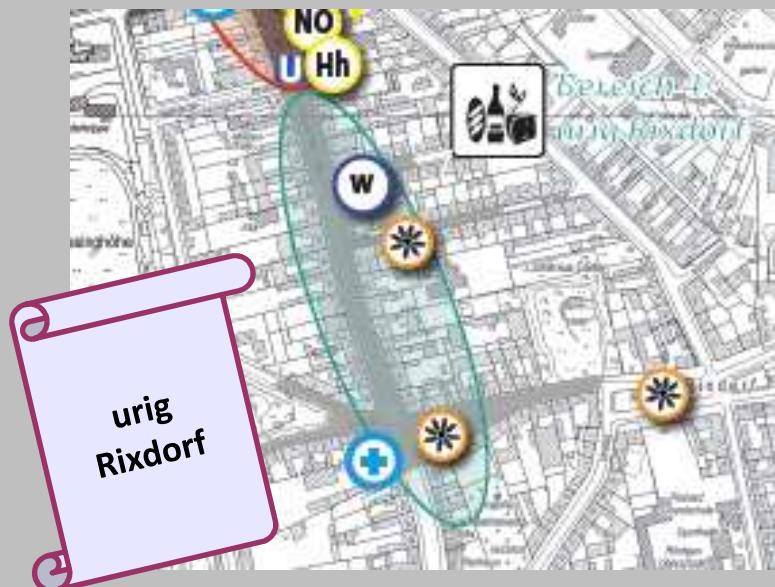


- großer Anteil an Bekleidungsgeschäften
- Kaufhaus „Schnäppchen-Markt“
- hoher Anteil der Unterhaltungs-, Informations- und Kommunikationsbranche
- Viele DL-Angebote Gesundheit, Soziales und Sport
- Häufung von bedeutenden kulturellen Einrichtungen
- Abnahme der Ladenflächen von Teilbereich 2 zu 3

Wichtiges Tandem für Teilbereich 2, neben wenigen Filialisten vornehmlich kleinteilige Geschäftseinheiten, abfallendes Preisniveau im Vergleich zu Teilbereich 2, stark frequentierter Bereich, hoher Anteil an ethnischer Ökonomie, hohe kulturelle Ausprägung (Cluster) – meist in gründerzeitlichen Gebäuden

Teilbereich 4

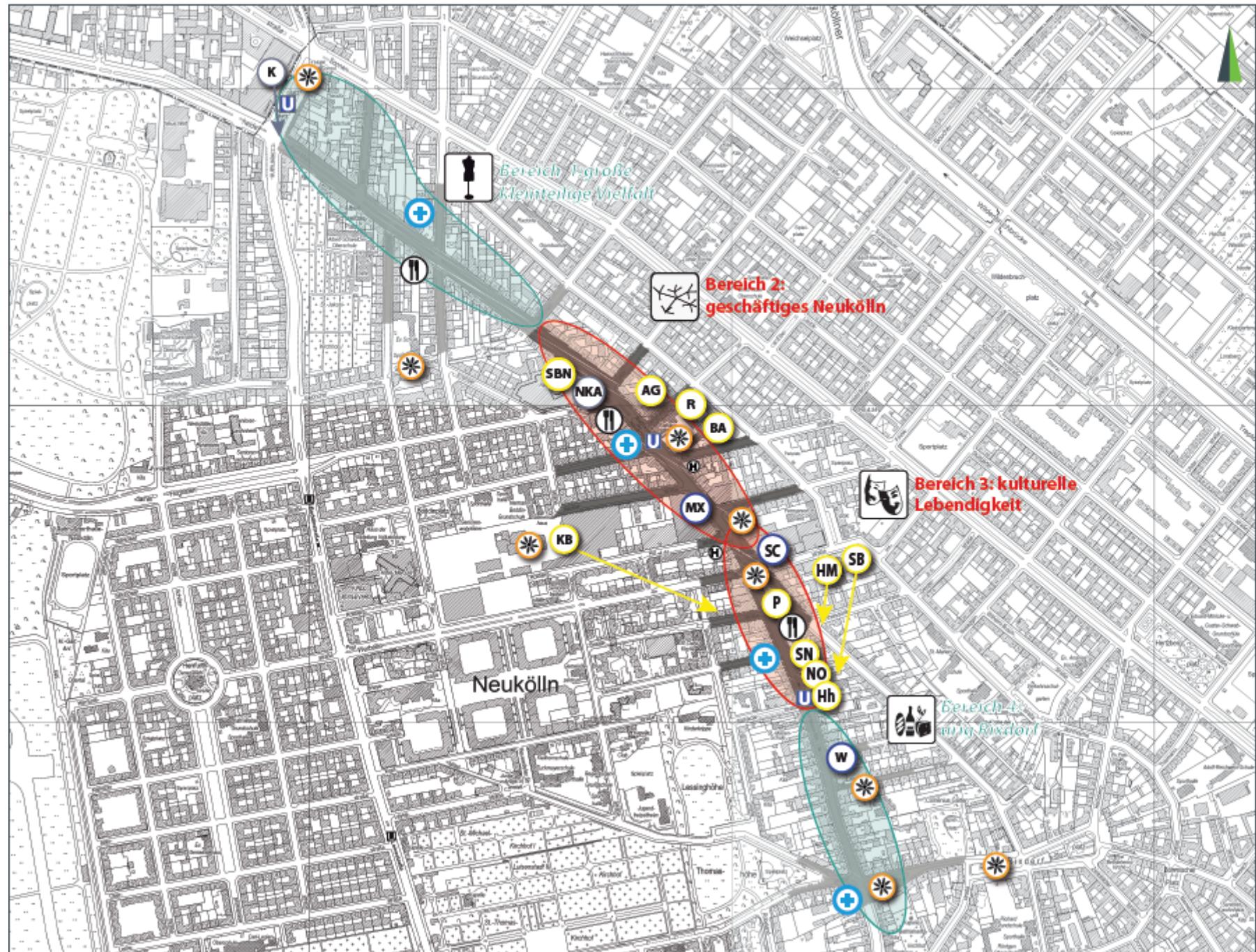
Herrnhuter Weg – KMP – KMS 144-188 – Mittelweg - Thomasstraße



- großer Anteil an Textilien, Haushaltsgegenstände und Einrichtungsbedarf,
- großes DL-Angebot für Schönheit und Pflege
- großes DL-Angebot für Gesundheit, Soziales und Sport, vergleichbar mit Teilbereich 1
- viele Geschäfte An- und Verkauf (Schwerpunkt Elektrogeräte)
- hoher Anteil an Leerstand

abfallendes Preissegment, ethnische Ökonomie, auch alteingesessene Geschäfte (rund um den KMP), Ärztehaus, wenigste Angebote im Vergleich zu Bereichen 1 bis 3, fehlende Frequenzbringer, geringe Passantenfrequenz, kleinteiliges Angebot, Nähe zu Rixdorf

Perspektiven - Citymanagement Karl-Marx-Straße



Legende

- Städ: Orange asterisk
- Spez: Blue circle
- K-Ka: K
- NKA: NKA
- MC: MC
- SC-S: SC - S
- W-W: W
- kultu: Yellow circle
- Einri: Einri
- SB-S: SB - S
- HM: HM
- Pa: Pa
- SN-S: SN - S
- NO-I: NO - I
- KB-E: KB - E
- BA-E: BA - E
- R-Ra: R - Ra
- AG-J: AG - J
- SBN: SBN
- Hh-I: Hh - I
- Ärzte: Blue plus sign
- groß ange: Black double bar
- U-Ba: Blue U
- Bush: Black H

Bearbeitet von die raumplaner Ansprechpartner die-raumplaner Quellen:
Kartengrundlage 1:10.000, Senst
Eigener Erhebu Hier ist noch Fr
orienntierungen

A K T I O N !

K A R L - M A R X -
S T R A ß E

Nutzungspotentiale und gewünschte Nutzungen

	Nutzungs-potenzial	Gewünschte Marken	Unerwünschte Nutzungen	Schlüssel-standorte
Kleinteilige Vielfalt (Hermannplatz-Arcaden)				
Kernbereich (Arcaden-PdSH)				Alte Post C&A
Kulturelle Ergänzung (PdSH-Heimathafen)				Leder Fuchs (H&M) Passage (untergenutzt)
Urig Rixdorf (Heimathafen-Karl-Marx-Platz)				

Standortflyer – Erforderliche Informationen

1. Makro- und Mesostandortbeschreibung (Einbindung Berlin, Bezirk, Stellenwert und Bestrebungen, Förderkulissen, Aktion-KMS, mittelfristige Investitionsvorhaben ...)
2. Sozio-demografische Daten Bewohner und Kunden (neueste Ergebnisse TOPOS-Studie sowie Kundenbefragung)
3. Einzelhandelsrelevante Fakten (Kaufkraft, Zentralität, Frequenzen)
4. Vorhandener Branchenmix (nicht nur Einzelhandel, v.a. Mischung Kultur), Leitlinien Entwicklung Handel, starke Partner im Handel (z.B. Arcaden)
5. Ausgewählte Projekte/neue Impulse (z.B. Entwicklung Modehaus)
6. Ansprechpartner und Angebote (Wirtschaftsförderung, Stadtplanung, Citymanagement, Sanierungsbeauftragte)

A K T I O N !

K A R L - M A R X -
S T R A ß E

Baustellenmarketing Platz der Stadt Hof

1. Aktion zum ersten Spatenstich (Verantwortlich: Fromlowitz und Schilling/BSG)
2. Sonderbeilage Berliner Woche
3. Informationsflyer zur Bauphase und zur Umgestaltung
4. Regelmäßige Baustelleninfo (digitaler Versand, Aushang U-Bahnhöfe, Schaufenster)
5. Baustellenbanner

Weitere Planungen:

1. Bewerbung der Geschäftsinhaber an den Bauzäunen oder in Schaufenstern (analog Projekt Südabschnitt „Wir machen Neukölln“))
2. Nutzung der Brandwand (Santanter Bank-Gebäude)

A K T I O N !

K A R L - M A R X -
S T R A ß E

Ansprechpartner und Kontakt

[Aktion! Karl-Marx-Straße]
Citymanagement

Susann Liepe
Sabine Slapa
Philip Gehrke

Richardstraße 5
12043 Berlin
Tel.: 030.22197293
E-Mail: cm@aktion-kms.de



Die
Bundesregierung



be
m
Berlin



Senatsverwaltung
für Stadtentwicklung
und Umwelt

